

Penggunaan Media Digital Sebagai Promosi dan Pemberdayaan Pokdarwis Menuju Desa Wisata Sukajadi Kabupaten Bogor Jawa Barat

Deddy Irwandy^{1*}, Ratih Kurnia Hidayati², Siti Adelita Raif Khadijah³, Imel Enjelita⁴, Raisel Litzy Srury⁵
^{1,2,3,4,5}Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR
Jakarta, Indonesia
*Email Korespondensi: deddy.i@lspr.edu

Abstract - The problem of Sukajadi Village in managing digital promotional materials has not been maximized and uses conventional methods. This community service is carried out with the aim of community partnership-based empowerment through efforts to use digital media as a promotion and empowerment of the Tourism Awareness Group (Pokdarwis) towards the Sukajadi Tourism Village, Bogor Regency, West Java. By increasing the ability and empowerment of Pokdarwis through digital content, basic tour guide skills and skills in creating promotional narratives, it can attract tourists and introduce local tourism potential, especially climbing Mount Salak through the Kalimati route. The methods used include training and mentoring to Pokdarwis members on the use of social media, digital content creation, and knowledge of tour guides in tourist villages. The evaluation of the activity was conducted by measuring the participants' involvement in the training process, as well as their capacity to use digital media independently. The results show an increase in the understanding and skills of Pokdarwis members in utilizing digital media for tourism promotion, which is indicated by an increase in the number of followers and interactions on social media. The conclusion is that empowering Pokdarwis through the use of digital media can significantly support the development of Sukajadi Tourism Village as a more recognizable and attractive tourist destination for local and foreign tourists.

Keyword: Empowerment; Digital Media; Tourism; Pokdarwis; Tourism Village

Abstrak - Permasalahan di Desa Wisata Sukajadi dalam mengelola materi promosi digital belum maksimal dan menggunakan metode konvensional. Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan pemberdayaan berbasis kemitraan masyarakat melalui upaya pemanfaatan media digital sebagai promosi dan pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) menuju Desa Wisata Sukajadi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Dengan meningkatkan kemampuan dan pemberdayaan Pokdarwis melalui konten digital, keterampilan dasar pemandu wisata dan keterampilan dalam membuat narasi promosi, dapat menarik wisatawan dan memperkenalkan potensi wisata lokal, terutama mendaki Gunung Salak melalui jalur Kalimati. Metode yang digunakan meliputi pelatihan dan pendampingan kepada anggota Pokdarwis tentang penggunaan media sosial, pembuatan konten digital, dan pengetahuan pemandu wisata di desa wisata. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan mengukur keterlibatan peserta dalam proses pelatihan, serta kapasitas mereka untuk menggunakan media digital secara mandiri. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan anggota Pokdarwis dalam memanfaatkan media digital untuk promosi pariwisata, yang ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah pengikut dan interaksi di media sosial. Kesimpulannya, pemberdayaan Pokdarwis melalui pemanfaatan media digital dapat secara

signifikan mendukung pengembangan Desa Wisata Sukajadi sebagai destinasi wisata yang lebih dikenal dan menarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.

Kata Kunci : Pemberdayaan, Media Digital, Pariwisata, Pokdarwis, Desa Wisata

I. PENDAHULUAN

Penetapan Peraturan Daerah Kabupaten Bogor Nomor 7 Tahun 2020 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Bogor Tahun 2020-2025, menjadikan desa sukajadi sebagai salah satu desa di kecamatan Tamansari yang masuk dalam wilayah Kawasan Strategis Pariwisata Daerah (KSPD) (Bogor, 2018). Desa Sukajadi, berada di daerah dataran tinggi, dengan ketinggian $\pm 629 - 902$ meter diatas permukaan laut (mdpl), sehingga memiliki keunggulan pada potensi wisata alam. Beberapa nama wisata alam yang ada di desa sukajadi adalah curug nangka, hutan pinus, taman kupu-kupu, curug sawer serta jalur pendakian ke gunung salak (Sekretariat Nasional SDGS, 2023).

Mayoritas masyarakat desa sukajadi yang memiliki mata pencaharian sebagai petani dan pemandu wisata / pramuwisata menunjukkan kesadaran dan membuktikan masyarakat sadar akan peran yang mendorong dibentuknya kelompok sadar wisata. Namun kondisi tersebut tidak ditunjang dengan logistic wisata yang memadai untuk wisatawan yang menginap, hingga perangkat penunjuk arah wilayah wisata serta masih belum memadai pengetahuan ilmu kepariwisatawan bagi masyarakat desa sukajadi yang berprofesi sebagai pemandu wisata. Khususnya pada wisata pendakian gunung salak melalui jalur kalimati yang tidak tersedia alat navigasi dan petunjuk arah terkait dengan jalur pendakian dan juga potensi bahaya yang dapat dihindari oleh para wisatawan pendakian.

Promosi potensi wisata alam yang ada di desa sukajadi masih belum maksimal dikembangkan sehingga perlu penguasaan dalam promosi digital yang saat ini menjadi rujukan utama banyak kalangan masyarakat dalam mencari dan menyebarkan informasi. Peluang promosi wisata melalui media digital memberikan peluang besar bagi desa sukajadi yang memiliki wilayah wisata alam. Namun peluang tersebut belum dapat dimaksimalkan oleh kelompok sadar wisata desa sukajadi karena unsur kemampuan pengelolaan media digital serta terbatasnya kemampuan membuat narasi pariwisata yang baik dan menarik.

Tujuan utama pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kemampuan pada aspek manajemen pengelolaan promosi wisata dan pemberdayaan pokdarwis dalam membuat konten digital serta peningkatan level keberdayaan mitra pada aspek sosial kemasyarakatan berupa peningkatan keterampilan dasar pemandu wisata atau pramuwisata dan peningkatan keterampilan membuat narasi promosi.

Di awal kegiatan pemberdayaan, diselenggarakan sosialisasi promosi dan pemberdayaan Pokdarwis melalui konten digital. Mengembangkan pesan pemasaran adalah salah satu langkah paling penting menuju dominasi pasar. Pesan pemasaran harus berkomunikasi dengan jelas dan cepat kepada setiap khalayak. Namun pesan pemasaran harus konsisten di seluruh area dan harus memperkuat positioning dan branding produk (Irwandy & Rachmawati, 2018).

Perkembangan media sosial bermanfaat bagi pemerintah untuk dapat berkomunikasi dengan masyarakat, menyampaikan informasi yang dibutuhkan masyarakat (Nuffuss & Irwandy, 2022). Melalui pelatihan konten digital, Pokdarwis Desa Sukajadi dapat memahami media sosial sebagai sarana promosi dan membentuk digital branding desa wisata (Cahyono et al., 2023; Darmoko et al., 2022; Syafitri & Taufiqurrachman, 2023). Kesadaran pemasaran dan branding digital pada desa wisata melalui pemberdayaan dan pelatihan pariwisata digital dapat meningkatkan kunjungan wisata serta membantu perekonomian masyarakat desa dengan

promosi produk lokal secara digital (Benyamin et al., 2021; Fajar Rizki et al., 2024; Jiwa Permana & Wirayani, 2021).

II. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan Pemberdayaan masyarakat melalui program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) merupakan program yang disusun dan diimplementasikan dengan tujuan adanya peningkatan penerapan Media Digital sebagai sarana Promosi serta Pemberdayaan Pokdarwis Menuju Desa Wisata Sukajadi Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Prinsip PKM yang dilakukan adalah partisipatif pemberdayaan dan pemanfaatan sumber daya lokal berkelanjutan dan kerjasama.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan sosialisasi promosi dan pemberdayaan Pokdarwis melalui konten digital melalui 3 tahap dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Kegiatan ini berlangsung di Desa Sukajadi Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor. Kegiatan ini dilaksanakan oleh 3 dosen dan 6 mahasiswa Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR. Bahan dan alat yang digunakan oleh tim pengabdian masyarakat ini adalah perangkat laptop, handphone, modul, alat pendakian seperti kompas, trekking pole, webbing, tali, handie talkie, rompi dan speaker.

Langkah awal kegiatan pengabdian dimulai dengan perencanaan. Perencanaan ini dimulai dengan persiapan melakukan pembagian tugas terhadap dosen dan mahasiswa, koordinasi dengan pemerintah desa Sukajadi untuk mendapat informasi mengenai desa sebagai lokasi pemberdayaan dan membangun kesepakatan awal kerjasama pihak-pihak terkait, yaitu kepala desa sukajadi dan ketua kelompok sadar wisata (Pokdarwis) desa sukajadi. Tim pengabdian masyarakat melakukan penjajakan tempat kegiatan. Kegiatan penjajakan ini bertujuan untuk melakukan koordinasi dan membicarakan teknis saat pelaksanaan pengabdian masyarakat.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilaksanakan dalam bentuk penyampaian materi berdasarkan kebutuhan dari mitra dalam hal ini adalah kelompok sadar wisata desa sukajadi. Materi yang disampaikan dibagi dalam 3 modul, yaitu Modul promosi dan pemberdayaan Pokdarwis melalui konten digital, Modul pembuatan narasi promosi dan Modul pramuwisata untuk Pokdarwis dan Pemerintah Desa. Penyampaian materi ini menggunakan metode praktek, tanya jawab, dan diskusi. Media yang digunakan adalah notebook, modul dan powerpoint.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mitra dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Sukajadi yang merupakan masyarakat lokal Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor. Kelompok sadar wisata ini beranggotakan 10 orang. Kelompok Sadar Wisata dibuat dengan tujuan untuk melaksanakan kegiatan desa wisata, pemanfaatan asset desa wisata, melestarikan alam dan tradisi budaya desa serta mendorong pemberdayaan masyarakat desa.

Kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dengan koordinasi dengan ketua kelompok sadar wisata pada bulan juli 2024. Hasil koordinasi membuahkan kesepakatan waktu pelaksanaan kegiatan yang akan dilaksanakan pada bulan oktober 2024 dengan peserta, yaitu pengurus dan pramuwisata pendakian Gunung Salak berjumlah 10 orang.



Gambar 1. Tim PKM bersama Perangkat Desa Sukajadi

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan dihadiri seluruh pengurus dan pramuwisata desa sukajadi yang berjumlah 10 orang. Ini menunjukkan komitmen dan keseriusan masyarakat untuk serius mengelola media digital khususnya untuk pengembangan wisata jalur pendakian Gunung Salak. Pelatihan dan sosialisasi dilaksanakan pada hari Kamis - Minggu, 24 - 27 Oktober 2024.



Gambar 2. Pemberian Modul Pelatihan

Kegiatan pertama berupa pelatihan untuk menyampaikan materi tentang pembuatan materi narasi promosi pemasaran, pentingnya pesan pemasaran adalah salah satu langkah paling penting menuju dominasi pasar. Pesan pemasaran harus berkomunikasi dengan jelas dan cepat kepada setiap khalayak. Namun pesan pemasaran harus konsisten di seluruh area dan harus memperkuat positioning dan branding produk (3). Pada modul ini peserta pengabdian masyarakat diajarkan untuk menyusun pesan yang unik dengan cara membangun keterikatan emosional dengan khalayak. Melingkupi elemen cerita atau pengalaman yang terhubung dengan wisatawan.



Gambar 3. Pelaksanaan Pelatihan Materi Narasi Promosi

Dalam modul ini juga disampaikan mengenai taktik penggunaan hashtag, live streaming, fitur-fitur yang ada di media digital serta peluang kolaborasi dengan pemengaruh (influencer). Kegiatan selanjutnya berupa pelatihan pembuatan konten digital yang mencakup perencanaan strategis, teknik kreatif dalam pembuatan konten, serta penggunaan berbagai platform digital yang relevan untuk memperluas jangkauan dan efektivitas promosi wisata. Pembuatan konten digital ini memiliki peran penting dalam memberikan informasi yang menarik dan autentik tentang suatu tujuan wisata sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung. Peserta dalam pengabdian masyarakat ini diajarkan cara menentukan segmentasi pasar yang sesuai dengan wisata pendakian gunung agar konten yang dihasilkan dapat disesuaikan dengan preferensi khalayak. Dalam modul ini juga membahas mengenai teknik dasar fotografi dan videography melalui perangkat handphone dalam memotret obyek wisata untuk menarik perhatian khalayak.

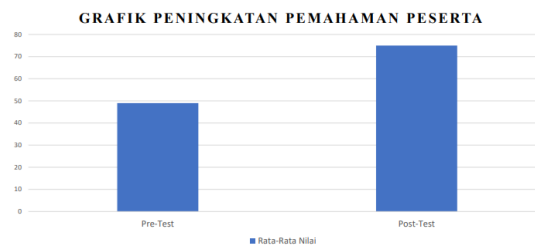
Kegiatan terakhir berupa pelatihan pramuwisata yang sesuai dengan sapta pesona. Hal ini sebagai upaya mendukung promosi wisata yang berlandaskan pengetahuan, keterampilan dan sikap professional bagi kelompok sadar wisata desa sukajadi.



Gambar 4. Pelaksanaan Pelatihan Pramuwisata

Pada modul ini penekanan pada penguatan pemahaman keterampilan pramuwisata dalam aspek interaksi dan layanan wisata. Pramuwisata memiliki peran penting dalam membangun citra baik bagi peningkatan pengalaman, serta berkontribusi pada keberlanjutan suatu wilayah wisata. Pramuwisata juga diharapkan memiliki pengetahuan pada cerita-cerita lokal atau aktivitas spesial yang hanya bisa ditemukan di jalur pendakian kalimati Gunung Salak.

Evaluasi adalah tahapan terakhir dari kegiatan pengabdian masyarakat pada kelompok sadar wisata desa sukajadi. Pelaksanaan evaluasi dilakukan dengan tahap melihat peningkatan jumlah pengikut pada media digital yang telah dibuat mengacu pada narasi promosi yang dibuat oleh kelompok sadar wisata desa sukajadi.



Grafik 1. Peningkatan Pemahaman Peserta PkM

Hasilnya terlihat dari peningkatan pemahaman dari kelompok sadar wisata mengenai pengelolaan media digital mengacu pada narasi promosi dan perilaku pramuwisata dalam menghasilkan konten digital pada jalur pendakian gunung salak.

IV. KESIMPULAN

Kegiatan program pengabdian masyarakat pada kelompok sadar wisata desa sukajadi, kecamatan tamansari meliputi tiga tahapan kegiatan, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Tahap perencanaan berupa kegiatan koordinasi dengan mitra kerjasama dalam menggali kebutuhan atas kendala dan permasalahan yang dihadapi. Tahap pelaksanaan berupa pelatihan mengenai 3 modul, yaitu Modul promosi dan pemberdayaan Pokdarwis melalui konten digital, Modul pembuatan narasi promosi dan Modul pramuwisata untuk Pokdarwis dan Pemerintah Desa. Tahapan evaluasi dari keseluruhan kegiatan melalui kemampuan pokdarwis dalam membuat konten digital, pembuatan narasi promosi, dan penguasaan pramuwisata dalam menggunakan perangkat navigasi dan informasi jalur pendakian.

Berdasarkan hasil evaluasi tersebut diketahui terjadi peningkatan pengetahuan pramuwisata terkait acuan Pariwisata sapta pesona yang mengacu kepada pengetahuan, keterampilan dan sikap profesional. Kelompok sadar wisata desa sukajadi berkomitmen untuk terus meningkatkan kapasitas diri dan wilayah wisata khususnya jalur pendakian kalimati gunung salak. Harapannya pemerintah dapat menyediakan dukungan infrastruktur menuju tujuan wisata yang berada di desa sukajadi karena jalur akses jalan yang sempit.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih untuk Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR yang memberikan kesempatan dan mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini. Juga kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi melalui program dana hibah pengabdian masyarakat tahun 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Benyamin, P., Maryani, E., & Octavianti, M. (2021). Penggunaan Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Ciburial, Samarang, Garut. *Communication*, 12(2), 108. <https://doi.org/10.36080/comm.v12i2.1505>
- Bogor, R. (2018). *Renstra 2018-2023 Kecamatan Tamansari Pemerintah Kabupaten Bogor*.
- Cahyono, T., Purnomo, W. H., Susilawati, H., Adhiana, T. P., Gibran, A. K., & Sugiyanto, G. (2023). Pengembangan Potensi Desa Wisata Limbasari Purbalingga dengan Optimalisasi Informasi Digital. *RENATA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua*, 1(3), 93–97. <https://doi.org/10.61124/1.renata.14>
- Darmoko, M., Yunita, A., & Ramadhanti, D. (2022). Pengembangan Kawasan Desa Wisata Selotapak Melalui Digital Branding Guna Meningkatkan Mutu Media Promosi. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 301–313.
- Fajar Rizki, M., Nugroho, E., & Abdul Kholik. (2024). Peningkatan Kesadaran Branding Tourist Information Center pada Desa Wisata Cisaat melalui Media Digital. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 20(2), 170–186. <https://doi.org/10.36451/jisip.v20i2.74>
- Irwandy, D., & Rachmawati, D. (2018). Penerapan Elaboration Likelihood Theory Dalam Mempengaruhi Konsumen Pada Pemilihan Produk Telepon Genggam. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 201. <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.644>
- Jiwa Permana, A. A., & Wirayani, M. P. (2021). Media Promosi untuk Membantu Promosi Desa Wisata. *Jurnal Edutech Undiksha*, 9(2), 231. <https://doi.org/10.23887/jeu.v9i2.37235>
- Nuffuss, D. R. H., & Irwandy, D. (2022). Instagram As A Media Communication for Government Public Relations Ministry of Energy. *Proceeding 2ndInternational Conference on Communication Science (ICCS 2022)*, 2(Iccs), 568–577.
- Sekretariat Nasional SDGS. (2023). *SDGs nomer 8*. www.Sdgs.Bappenas.Go.Id. <https://sdgs.bappenas.go.id/17-goals/goal-8/>
- Syafitri, R., & Taufiqurrachman, T. (2023). Pelatihan Produksi Konten untuk Memasarkan Destinasi Wisata Desa Resun Kabupaten Lingga Melalui Media Sosial. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(3), 152–158. <https://doi.org/10.59025/js.v2i3.96>