



Journal of Human And Education
Volume 3, No. 2, Tahun 2023, pp 185-190
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Pendampingan Pembuatan Media Promosi Pariwisata International Berbasis Digital Bagi Warga Desa Cisaat

Ihwan Rahman Bahtiar^{1*}, Dwi Linda Kusuma², Yunilis Andika³

Fakultas Bahasa dan Seni. Universitas Negeri Jakarta^{1,2,3}

Email: ihwanrb@unj.ac.id

Abstrak

Desa wisata merupakan model pariwisata yang sedang berkembang di Indonesia saat ini. Meskipun demikian desa wisata terkendala oleh rendahnya kesadaran warga sekitar untuk terlibat dalam mempromosikannya. Desa Cisaat di Kabupaten Subang Jawa Barat adalah salah satu desa wisata yang mengalami kendala tersebut. Masih minimnya keterampilan membuat media promosi berbasis digital menjadi penyebab rendahnya kesadaran masyarakat terlibat aktif mempromosikan Desa Cisaat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada warga Desa Cisaat bagaimana membuat media promosi internasional berbasis digital. Kegiatan tersebut dilaksanakan mengingat Desa Cisaat saat ini sudah mulai dikunjungi wisatawan mancanegara. Kegiatan pengabdian ini berlangsung selama dua hari secara luring. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan pengabdian ini dapat disimpulkan berjalan baik dan lancar. Indikasinya peserta kegiatan mendapatkan pengetahuan dan keterampilan baru dalam membuat media promosi internasional berbasis digital dan meningkatkan kesadaran mudahnya ikut berpartisipasi aktif dalam mempromosikan Desa Wisata Cisaat sekalipun ke luar negeri.

Kata Kunci: *Cisaat, Desa Wisata, Internasional, Media, Promosi*

Abstract

Village tourism is a tourism model that is currently developing in Indonesia. However, village tourism is constrained by the low awareness of residents to be involved in promoting it. Cisaat Village in Subang Regency, West Java, is one such village. The lack of skills to create digital-based promotional media is the cause of low public awareness of being actively involved in promoting Cisaat Village. This community service activity aims to train Cisaat villagers on making digital-based international promotional media. This activity was carried out considering that Cisaat Village has now begun to be visited by foreign tourists. This community service activity took place for two days offline. Based on the evaluation results of this service activity, it went well and smoothly. The indication is that activity participants gain new knowledge and skills in creating digital-based international promotional media and increase awareness of the ease of actively participating in promoting Cisaat Tourism Village even abroad.

Keywords: *Cisaat, Tourism Village, International, Media, Promotion*

PENDAHULUAN

Desa wisata saat ini menjadi primadona baru dalam pariwisata di Indonesia. Jumlahnya yang semakin banyak menjadikan desa wisata semakin mendapat perhatian dari pemerintah. Berdasarkan laman resmi Jejaring Desa Wisata terdapat 4681 desa wisata yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia (Jadesta Kemenkraf, 2023). Desa wisata merupakan bentuk pariwisata yang melibatkan wisatawan dalam kehidupan tradisional masyarakat desa secara langsung untuk mempelajari pola kehidupan dan lingkungan mereka (Inskeep, 1991). Desa wisata adalah bentuk integrasi antara pertunjukan dan fasilitas pendukung yang ditampilkan oleh suatu tatanan kehidupan masyarakat yang inheren dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Nuryanti, 1993). Desa wisata pada hakikatnya adalah sebutan untuk wilayah pedesaan yang menawarkan suasana

pedesaan yang otentik baik secara sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, arsitektur bangunan dan struktur tata ruang yang unik, atau kegiatan ekonomi yang unik dan menarik serta memiliki potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan seperti pertunjukan, akomodasi, makanan, dan kebutuhan wisata lainnya (Hadiwijoyo, 2012).

Desa wisata sebenarnya merupakan konsep pemberdayaan ekonomi dari desa. Prinsip pengelolaan desa wisata adalah berbasis partisipasi masyarakat (community-based tourism-CBT). CBT merupakan sebuah kegiatan pembangunan pariwisata yang dikelola secara penuh oleh masyarakat. Ide kegiatan dan pengelolaan dilakukan seluruhnya oleh masyarakat lokal yang berada di desa wisata secara partisipatif sehingga manfaatnya dapat dirasakan langsung oleh mereka (Sidiq & Resnawaty, 2017). Dengan kata lain, model pariwisata CBT adalah strategi pengembangan pariwisata yang bertumpu pada tingkat partisipasi aktif masyarakat setempat yang bertujuan untuk membantu menciptakan hubungan antara komunitas lokal dan pengunjung (Susanti dkk., 2021).

Tantangan pengembangan wisata yang bertumpu pada partisipasi masyarakat adalah penyiapan dan pengelolaan SDM. Salah satu SDM yang perlu disiapkan di bidang promosi digital. Promosi digital merupakan tahap penting dalam pengembangan desa wisata mengingat media digital saat ini merupakan alat promosi yang paling efektif (Wahyudin dkk., 2021). Menurut Kementerian Pariwisata 70 % konsumen pariwisata Indonesia melakukan search and share melalui media digital maka tidak heran jika promosi melalui media digital 4 kali lebih efektif dibandingkan menggunakan media konvensional (Riyanto, 2019). Media promosi media sosial (digital) terbukti sangat efektif untuk menarik wisatawan untuk datang berkunjung ke kawasan desa wisata terutama kalangan muda (Setyowardhani dkk., 2019).

Desa Cisaat merupakan salah satu desa wisata edukasi yang telah berkembang. Hanya saja kesadaran warganya untuk terlibat aktif dalam mempromosikannya sangat minim. Kondisi tersebut sungguh disayangkan mengingat Cisaat sudah mulai dilirik sebagai destinasi wisata bagi wisatawan asing. Terlebih salah satu variabel penting dalam pengembangan desa wisata adalah keterlibatan komunitas atau warga sekitar itu sendiri (Winata & Idajati, 2020). Kurangnya keterlibatan warga Desa Cisaat dalam mempromosikan desanya disebabkan beberapa faktor, yaitu 1) kurangnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai peluang pariwisata digital, 2) belum siapnya sumberdaya manusia (SDM) yang terampil dalam penggunaan teknologi dan informasi, gawai, dan juga perangkat virtual, dan 3) terbatasnya kemampuan sumberdaya manusia (SDM) dalam membuat dan mengedit video (Aisyianita dkk., 2022). Berdasarkan permasalahan tersebut perlu adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat Desa Wisata Cisaat Kabupaten Subang dalam bentuk pelatihan pembuatan media promosi wisata internasional berbasis digital.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Cisaat, salah satu desa yang merupakan bagian dari wilayah Kecamatan Ciater Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat. Desa ini terletak di sebelah selatan ibu kota Kabupaten Subang. Berada di ketinggian 780 m di atas permukaan laut tepatnya di area kaki Gunung Tangkuban. Pemilihan Desa Wisata Cisaat sebagai lokasi kegiatan didasarkan atas beberapa pertimbangan. Pertama, Desa Cisaat menjadi salah satu desa binaan Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta. Kedua, Lokasi Desa Cisaat tidak terlalu jauh dari Jakarta. Ketiga, Desa Cisaat sudah mulai dikunjungi wisatawan asing dari Perancis dan Arab Saudi tetapi masih perlu ditingkatkan promosinya.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung selama dua hari tanggal 29 Mei sampai 1 Juni 2023 secara luring. Kegiatan ini melibatkan 3 orang dosen Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta, 3 orang mahasiswa, dan 15 orang masyarakat yang merupakan anggota pokdarwis Desa Cisaat Subang. Fokus kegiatan adalah memberikan pelatihan kepada peserta untuk memanfaatkan platform desain poster, video, dan mesin penerjemahan dalam membuat media promosi internasional berbasis digital.

Metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah model Participatory Rural Appraisal (PRA). PRA adalah suatu pendekatan yang melibatkan masyarakat secara langsung dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan (Chambers, 1994; Lestari dkk., 2021). Pendekatan lainnya yang digunakan adalah Participatory Technology Development yaitu pemanfaatan teknologi tepat guna yang berbasis pada ilmu pengetahuan dan kearifan budaya lokal pada sebuah program kegiatan (Faizal dkk., 2020; Sadimantara dkk., 2021; Syamsunarno dkk., 2020).

Secara Teknik kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui tiga tahapan yakni persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan tim melakukan analisis lapangan, penyusunan materi, penentuan lokasi kegiatan, dan penentuan waktu pelaksanaan. Pada tahap pelaksanaan, tim

memberikan pengantar teori dan praktik pembuatan media promosi internasional memanfaatkan beberapa platform digital. Sedangkan pada tahap evaluasi tim menyebarkan angket kepada peserta dan tindak lanjut.



Gambar 1. Prosedur Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Persiapan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Cisaat diawali dengan analisis situasi atau kondisi objektif. Analisis situasi tersebut dilakukan melalui dua metode yaitu studi dokumen dan wawancara. Dari hasil analisis dokumen dan wawancara yang dilakukan terhadap koordinator pokdarwis diketahui bahwa 1) masyarakat sekitar (pokdarwis) kurang terlibat aktif dalam mempromosikan Desa Wisata Cisaat, 2) pokdarwis belum terampil membuat media promosi wisata digital, dan 3) pokdarwis belum banyak mengetahui tentang platform pembuatan konten digital dan mesin penerjemahan. Setelah memahami permasalahan yang dialami tim kemudian merumuskan bahan-bahan dan materi yang perlu disampaikan. Berdasarkan rapat tim diputuskan bahwa materi yang akan disampaikan adalah pembuatan media promosi wisata internasional berbasis digital. Setelah diputuskan, tema dan bahan pelatihan tersebut didiskusikan kembali dengan koordinator pokdarwis di sana. Koordinator pokdarwis menyambut baik terkait rencana kegiatan yang akan dilaksanakan. Sambutan baik tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan kesepakatan lokasi dan waktu kegiatan. Lokasi kegiatan akan dipusatkan di Balai Desa Cisaat dan waktu pelaksanaan pada 29 Mei sampai 1 Juni 2023.

2. Pelaksanaan

Kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dua hari berturut-turut oleh 15 orang pokdarwis. Pada hari pertama kegiatan difokuskan pada pengantar materi penggunaan platform digital dalam membuat media promosi wisata berbahasa asing. Langkah pertama peserta diperkenalkan cara penggunaan Canva dalam mendesain konten pariwisata yang akan dipublikasikan di media sosial. Pada materi ini peserta dilatihkan bagaimana memilih template yang menarik untuk mempromosikan Desa Wisata Cisaat. Selain itu peserta diberikan pemahaman tentang pentingnya terlibat aktif dalam mempromosikan desa wisata melalui media sosial.

Setelah diperkenalkan dengan platform Canva, peserta kemudian difasilitasi untuk mempelajari cara mengunggah video ke dalam kanal YouTube. Pada bagian ini peserta tidak hanya dilatih mempublikasikan video pada YouTube tetapi juga mengatur deskripsi, tanggal tayang, dan mengunggah thumbnail. Materi ini terlihat lebih menyulitkan bagi peserta, di samping materi ini hal yang baru bagi peserta, di samping itu proses unggah video memang memerlukan jaringan yang sangat kuat.

Pada bagian penutup di hari pertama, peserta diberikan materi trik menggunakan mesin penerjemahan Google Translate untuk membuat takarir (caption). Takarir yang disisipkan tentu saja takarir berbahasa asing untuk tujuan promosi internasional. Takarir sengaja dipilih dibandingkan deskripsi selain karena kesesuaian dengan konten media sosial, menghindari kesalahan secara penerjemahan menjadi pertimbangannya. Meskipun demikian pada sesi ini materi penerjemahan deskripsi video di YouTube juga dikenalkan secara singkat.



Gambar 2. Penyampaikan Materi Pengantar

Pada hari kedua, pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat praktik pembuatan media promosi. Pada sesi ini peserta difokuskan membuat promosi wisata Desa Cisaat dengan disertai takarir berbahasa asing, kemudian mereka mempublikasikannya pada media sosial masing-masing. Di Desa Cisaat sendiri terdapat beberapa lokasi wisata yang telah dilengkapi dengan papan informasi berbahasa Arab, peserta diarahkan untuk membuat postingan berlatar lokasi tersebut.



Gambar 3. Praktik Pembuatan Konten Promosi

Pada hari kedua ini juga peserta berkolaborasi dengan tim pengabdian kepada masyarakat membuat video promosi wisata Desa Cisaat menggunakan tiga Bahasa yaitu Bahasa Inggris, Bahasa Arab, dan Bahasa Arab. Pemilihan ketiga Bahasa asing tersebut didasarkan pada fakta bahwa Desa Wisata Cisaat sudah mulai dikunjungi wisatawan Arab Saudi dan Perancis. Adapun pemilihan Bahasa Inggris karena Bahasa Inggris dianggap global mewakili Bahasa Asing lainnya.



Gambar 4. Produk Media Promosi Peserta

Meskipun dalam waktu singkat dan terdapat beberapa kekurangan, pelaksanaan pelatihan pembuatan media promosi pariwisata internasional berbasis digital ini berjalan lancar dan sesuai

harapan. Hal itu dilihat dari dua hal, pertama antusias peserta dalam mengikuti kegiatan pelatihan. Kedua, munculnya kesadaran dari para pokdarwis untuk ikut mempromosikan Desa Wisata Cisaat melalui media sosial masing-masing.

3. Evaluasi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Cisaat ditutup dengan evaluasi. Teknik evaluasi yang digunakan adalah dengan menyebarkan angket kepuasan pelaksanaan kepada para peserta. Angket berisi sepuluh pertanyaan dengan menggunakan skala Guttman (Ya/Tidak). Hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada table 1.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Saya puas dengan kegiatan pelatihan ini	100%	-
2	Saya mendapatkan manfaat dari kegiatan pelatihan ini	100%	-
3	Saya dapat memahami materi pelatihan yang diberikan	87%	13%
4	Saya mendapat pengetahuan baru dari pelatihan ini	80%	20%
5	Sekarang saya tahu bagaimana ikut mempromosikan Desa Cisaat	100%	-
6	Sekarang saya tahu cara membuat postingan yang menarik	87%	13%
7	Sekarang saya bisa membuat postingan medsos menggunakan bahasa asing	87%	13%
8	Sekarang saya paham bagaimana proses mengunggah video ke YouTube	73%	27%
9	Sekarang saya paham bagaimana membuat thumbnail di YouTube	73%	27%
10	Saya sangat antusias mengikuti kegiatan lanjutan jika Kembali dilaksanakan	100%	-

Berdasarkan hasil evaluasi pada table 1 dapat dilihat bahwa Sebagian besar peserta puas dengan kegiatan yang dilaksanakan, mendapatkan manfaat dan pengetahuan baru, mampu meningkatkan keterampilan mereka untuk memanfaatkan beberapa platform digital dalam membuat media promosi, dan yang paling penting tahu bagaimana ikut berkontribusi mempromosikan potensi wisata desa mereka. Tidak mengherankan jika para peserta bersedia mengikuti kegiatan pelatihan lanjutan jika dilaksanakan Kembali tahun depan.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dari hasil kegiatan, dapat ditarik kesimpulan bahwa pelatihan pembuatan media promosi pariwisata internasional berbasis digital terlaksana dengan baik dan lancar. Peserta dengan antusias mengikuti serangkaian kegiatan pelatihan. Peserta dapat membuat bahan publikasi atau postingan yang berisi promosi Desa Wisata Cisaat berbahasa asing pada media sosial mereka. Sehingga dapat meningkatkan kesadaran bahwa para peserta dapat terlibat aktif dalam mempromosikan potensi desa mereka. Banyaknya manfaat yang didapatkan peserta setelah mengikuti kegiatan ini mendorong mereka untuk bersedia mengikuti kegiatan lanjutan jika akan Kembali dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyianita, R. A., Darmawan, R., Abidin, J., Sahara, L. S., & Fedrina, R. (2022). Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Video Potensi Eko-Agrowisata Sebagai Media Virtual Tour: Desa Wisata Cisaat, Kabupaten Subang, Jawa Barat. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 3(2).
- Chambers, R. (1994). The origins and practice of participatory rural appraisal. *World Development*, 22(7). [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90141-4](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90141-4)
- Faizal, E., Suprawoto, T., Kurniyati, N. N., & Setyowati, S. (2020). Pengembangan Wisata Tematik Sebagai Rintisan Kawasan Edukatif Ramah Anak. *Jurnal Berdaya Mandiri*, 2(1). <https://doi.org/10.31316/jbm.v2i1.423>
- Hadiwijoyo, S. S. (2012). *Perencanaan pariwisata perdesaan berbasis masyarakat : (sebuah pendekatan konsep) / Suryo Sakti Hadiwijoyo*. Graha Ilmu.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Jadesta Kemenkraf. (2023). *Peta Persebaran Desa Wisata di Indonesia*. <https://jadesta.kemendikbud.go.id/peta>
- Lestari, M. A., Santoso, M. B., & Mulyana, N. (2021). Penerapan Teknik Participatory Rural Appraisal (Pra) Dalam Menangani Permasalahan Sampah. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*.

- Masyarakat*, 7(3). <https://doi.org/10.24198/jppm.v7i3.29752>
- Nuryanti, W. (1993). Concept, Perspective and Challenges. *Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya*.
- Riyanto, B. (2019). Optimalisasi Media Sosial Dalam Promosi Obyek Wisata Di Desa Sidowayah Kecamatan Polanharjo Kabupaten Klaten. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.33061/awpm.v3i1.3165>
- Sadimantara, M. S., Sakir, S., Isamu, K. T., Suwarjoyowirayatno, S., & Nangi, L. J. (2021). PKM Pendampingan Teknis, Managerial Dan E-Marketing Pengolah Pokea Asap Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Pasca Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Terapan (JPMIT)*, 3(2). <https://doi.org/10.33772/jpmit.v3i2.20406>
- Setyowardhani, H., Susanti, H., & Riyanto. (2019). Optimalisasi Media Sosial sebagai Alat Promosi untuk Desa Wisata Lebakmuncang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.2848>
- Sidiq, A. J., & Resnawaty, R. (2017). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 38. <https://doi.org/10.24198/jppm.v4i1.14208>
- Susanti, E., Muhafidin, D., & Karlina, N. (2021). Pengembangan Agrowisata Berbasis Community Based Tourism Melalui Pengenalan Bahasa Asing. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 2(1), 44. <https://doi.org/10.24198/sawala.v2i1.29581>
- Syamsunarno, M. B., Fatmawaty, A. A., Munandar, A., & Anggaeni, D. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Teknologi Akuaponik Untuk Kemandirian Pangan Di Desa Banyuresmi Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(2). <https://doi.org/10.29407/ja.v3i2.13851>
- Wahyudin, A., Kristiadi, D., Utomo, A. S., Marwati, A., & Gulang, R. A. (2021). Pemanfaatan Multimedia Dalam Pengembangan dan Promosi Potensi Desa Wisata Adiluhur Kebumen. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2). <https://doi.org/10.30651/aks.v5i2.3988>
- Winata, I. P. J., & Idajati, H. (2020). Karakteristik Desa Berdasarkan Kriteria Community Based Tourism di Desa Wisata Kamasan, Kabupaten Klungkung. *Jurnal Teknik ITS*, 8(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v8i2.48910>