
PELATIHAN PEMBUATAN *CULTURAL NEWSLETTER* SEBAGAI SARANA PROMOSI *EVENT SANUR VILLAGE* *FESTIVAL*

Ni Wayan Ari Sudiartini^{1,*}, Ida Ayu Nyoman Yuliasuti², Kadek Agus Olin
Pramana³

¹ Universitas Mahendradatta, Bali, 80115, Indonesia

^{2,3} Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: wayan.ari1987@gmail.com

ABSTRAK

Yayasan Pembangunan Sanur merupakan yayasan yang bertanggung jawab atas diselenggarakannya kegiatan Sanur Village Festival. Yayasan Pembangunan Sanur didirikan dengan tujuan sebagai wadah untuk menjembatani kepentingan warga dengan pelaku industri dan pihak – pihak yang memiliki kepentingan di Sanur. Adanya pandemi Covid-19 membuat kegiatan Sanur Village Festival mengalami masa jeda, sehingga perlu diadakannya promosi agar kegiatan tersebut dapat tetap dikenal dan tidak terlupakan. Berdasarkan permasalahan tersebut maka solusi yang dapat diberikan yaitu dengan melakukan penyuluhan, pelatihan serta pendampingan dalam pembuatan *cultural newsletter* terhadap staf yang mana berfungsi untuk mempromosikan kegiatan-kegiatan yang berada di bawah naungan Yayasan Pembangunan Sanur. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan yaitu berupa penyuluhan dan pemahaman mengenai pentingnya promosi dengan *newsletter*, pelatihan pembuatan *cultural newsletter*, serta pendampingan dan evaluasi guna meningkatkan kreatifitas staff terkait proses pembuatan *cultural newsletter*. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu meningkatnya kemampuan staf Yayasan Pembangunan Sanur dalam mempromosikan kegiatan Sanur Village Festival dengan menggunakan bentuk promosi berupa *Cultural Newsletter*. Melalui promosi ini, maka kunjungan wisatawan mancanegara mengalami peningkatan yang juga berdampak pada meningkatnya perekonomian masyarakat sekitar.

Kata kunci: Cultural Newsletter, Pelatihan, Promosi

ANALISIS SITUASI

Perkembangan pariwisata di Desa Sanur pada tahun 1950-an tidak terlepas dari tangan dingin sosok Ida Bagus Kompiang (Alm). Beliau banyak memberikan inspirasi kepada generasi muda pada saat itu. Mulai dari pelestarian lingkungan dan budaya hingga kiat-kiat dalam pembangunan pariwisata. Masyarakat Desa Sanur

wajib mengantisipasi perkembangan pariwisata. Pembukaan Bali Beach Hotel pada tahun 1966 seakan menjadi titik tolak perkembangan pariwisata di Desa Sanur. Hotel ini seakan menjawab kebutuhan pelayanan pariwisata yang berkelas pada saat itu.

Berdirinya hotel ini bukan hanya mendulang pujian, namun juga

menimbulkan polemik karena memiliki bangunan 10 tingkat. Seiring larangan ketinggian bangunan yang dikeluarkan pemerintah Provinsi Bali saat itu, juga memicu munculnya tren bungalow di Desa Sanur. Pada tahun yang sama dengan berdirinya Bali Beach Hotel, didirikanlah Yayasan Pembangunan Sanur. Pendirian yayasan ini bertujuan untuk meningkatkan persatuan masyarakat Desa Sanur, sehingga bisa mengembangkan pembangunan pariwisata dan sosial budaya dengan baik. Yayasan Pembangunan Sanur memiliki peran penting dalam mempertahankan kestabilan kondisi sosial budaya dan sekaligus pelestarian lingkungan hidup di wilayah Desa Sanur.



Gambar 1. Lokasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat Yayasan Pembangunan Sanur

Yayasan Pengembangan Sanur diketuai oleh Ida Bagus Gede Sidartha Putra di Jalan Danau Buyan III/2 Sanur Denpasar Bali. Yayasan Pengembangan Sanur awalnya bekerja di bidang bisnis kini telah beralih di bidang pendidikan dan sosial. Yayasan

Pengembangan Sanur telah membangun beberapa sekolah seperti taman kanak-kanak Kumara Shanti, SMP Wisata Sanur, Akademi Perhotelan Sanur, membina berbagai kegiatan sosial di sanur, seperti mredangga drum band, serta kegiatan Sanur Village Festival. Anggota staff Yayasan Pengembangan Sanur terdiri dari 5 staf dan 1 staf koordinator. Ada berbagai kegiatan di bawah naungan staf harian untuk membantu Yayasan Pembangunan Sanur. Beberapa kegiatan di Sanur selama pandemi Covid-19 Sanur Village Festival sedang mengalami masa jeda, sehingga Yayasan Pembangunan Sanur perlu menjalankan promosi agar kegiatan tersebut dapat tetap dikenal dan tidak terlupakan. Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan sumber daya manusia yang memadai agar dapat kemampuan untuk meningkatkan sumber daya manusia dari waktu ke waktu adalah suatu keharusan (Yuliasuti *et al*, 2020).

Sanur Village Festival adalah salah satu acara rutin tahunan di desa Sanur, yang berada dibawah naungan Yayasan Pembangunan Sanur. Aktivitas dilakukan di berbagai tempat di Sanur sesuai dengan tema yang ada di setiap tahun misalnya di Pantai Segara Ayu dan Pantai Matahari Terbit. Acara ini mencuri perhatian pemerintah sehingga acara Sanur Village Festival ini termasuk ke dalam sepuluh besar Kalender Pariwisata Nasional Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Sanur Village Festival dengan kebutuhan dan kehidupan tradisi budaya, sebagai

wadah kreativitas masyarakat Sanur. Yayasan Pembangunan Sanur menyadari bahwa sektor pariwisata berbasis masyarakat merupakan sebuah potensi yang dapat menguntungkan berbagai pihak sehingga terciptalah kegiatan Sanur Village Festival yang mampu menampung kreativitas masyarakat.

Yayasan Pembangunan Sanur setiap tahunnya terus mengembangkan acara Sanur Village Festival dengan berbagai tema dan atraksi yang baru sehingga pada akhirnya acara Sanur Village Festival mampu menjadi magnet bagi para wisatawan lokal, nasional, maupun internasional dengan menyuguhkan identitas baru pariwisata Sanur. Kegiatan Sanur Village Festival digelar selama 5 hari dengan tema kegiatan yang selalu mengusung budaya Bali dengan tujuan untuk terus memperkenalkan kebudayaan Bali sendiri. Kegiatan yang secara berkala yang menjadi kegiatan utama pada acara Sanur Village Festival adalah festival makanan, pameran ekonomi kreatif, berbagai kontes dan lomba budaya, festival musik, atraksi seni budaya, dan berbagai kegiatan ramah lingkungan lainnya. Kegiatan tersebut dipecah kembali menjadi beberapa kegiatan yaitu festival layang – layang, Sanur creative expo, parade budaya, jukung competition, dialog budaya, Sanur run, Sanur Village cycling tour, aksi untuk Bumi, music and art performance.

Para staff Yayasan Pembangunan Sanur dalam pelaksanaan kegiatan Sanur Village Festival tentunya tidak terlepas dari kegiatan korespondensi.

Sejauh ini korespondensi hanya dalam bentuk surat berbahasa Indonesia atau berkas terkait izin dengan para tenant yang terlibat dalam kegiatan. Untuk terus meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dengan cara melakukan promosi kegiatan (Lestari dkk, 2019), staff Yayasan Pembangunan Sanur sebagai pemegang kendali dari acara Sanur Village Festival perlu melakukan promosi secara berkala dalam bentuk *Newsletter*, leaflet atau flyer yang tidak hanya dapat dicetak namun dapat disebarkan secara online melalui email ke seluruh dunia. *Newsletter* dalam Bahasa Indonesia disebut dengan istilah nawala.

Newsletter merupakan lembaran pamflet atau surat kabar yang berisi tentang perkembangan sebuah perusahaan yang diterbitkan pada waktu-waktu tertentu. *Newsletter* sebagian besar dikirim secara online melalui email kepada berbagai pihak untuk diteruskan lagi ke pihapihak lainnya. Flyer merupakan media promosi dengan ukuran tidak lebih dari 14.8 cm x 24 cm atau lebih dikenal dengan ukuran A5, sedangkan leaflet memiliki ukuran yang lebih kecil. Leaflet dan flyer dapat dengan mudah disebar dalam bentuk cetak dengan cara menyediakannya di tempat-tempat potensial seperti bandara, hotel dan restaurant. Dalam membuat *Newsletter* juga perlu diperhatikan pemilihan kata sebagai register yang menentukan menarik tidaknya konten promosi tersebut.

Penelitian dari Claria & Warmadewi (2020) mengupas dengan

jenis bentuk register yang tepat digunakan untuk promosi pariwisata dalam penelitiannya yang berjudul *Tourism Register for English Specific Purposes*. Dalam penelitian tersebut penggunaan leksikal yang tepat sangat menentukan keberhasilan sebuah konten promosi terutama terkait dengan pariwisata. Materi ini kemudian digunakan dalam pelatihan dan dikombinasikan dengan materi teks iklan komersial yang dapat digunakan untuk memetakan bentuk atau penempatan leksikal secara visual.

Materi ini dibuat oleh Claria (2018) dalam penelitiannya yang berjudul Teks Iklan Komersial Parfum Pria. Pada umumnya pembuatan iklan dengan *Newsletter* memiliki kesamaan sebagai bentuk komersial sehingga penelitian ini juga dapat digunakan sebagai penunjang. Bentuk-bentuk leksikal tersebut juga dapat dicek ulang penggunaannya melalui kamus linguistik oleh Kridalaksana (2008) sehingga materi yang diberikan benar-benar dapat berguna. Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara pada acara Sanur Village Festival, staff Yayasan Pembangunan Sanur setidaknya harus memiliki kemampuan dasar bahasa Inggris dalam pembuatan *Newsletter* mengingat Yayasan Pembangunan Sanur memiliki event yang telah dikenal secara internasional dan saat ini perlu untuk dipromosikan kembali pasca terdampak pandemi Covid-19 yang menyebabkan kegiatan menjadi mati suri.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan maka diperoleh bahwa perlunya dilakukan pelatihan membuat *newsletter* kepada staff Yayasan Pembangunan Sanur, untuk mempromosikan lebih luas lagi event Sanur Village Festival serta memberikan dampak meningkatnya wisatawan yang berkunjung ke Sanur Village Festival.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Adapun solusi yang dapat diberikan dalam pelatihan pembuatan *cultural newsletter* kepada staff Yayasan Pembangunan Sanur, yaitu:

1. Melaksanakan program penyuluhan untuk memberikan pemahaman kepada para staf mengenai pembuatan *cultural newsletter*
2. Melaksanakan program pelatihan kepada staf dalam melakukan pembuatan *cultural newsletter* dilakukan setiap hari.
3. Melaksanakan program pendampingan dan evaluasi kepada karyawan dalam merealisasikan pembuatan *cultural newsletter*.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan ke *Sanur Village Festival*, yaitu sebagai berikut:

1. Metode penyuluhan dan pemahaman.
Metode penyuluhan dan pemahaman merupakan tahapan awal dari kegiatan pengabdian ini. Adapun program penyuluhan yang

akan diberikan, yaitu meliputi penjelasan mengenai keuntungan menggunakan *newsletter* dalam mempromosikan suatu *event*. Program penyuluhan ini diberikan kepada staf Yayasan Pembangunan Sanur.

2. Metode pelatihan.

Adapun program pelatihan yang dilaksanakan untuk meningkatkan produktifitas SDM dalam pembuatan *cultural newsletter* yaitu dengan memberikan teknik-teknik pemilihan kata yang tepat dan menarik agar wisatawan tertarik untuk mengunjungi event *Sanur Village Festival*.

3. Metode pendampingan dan evaluasi.

Dengan kegiatan ini staff Yayasan Pembangunan Sanur dapat merealisasikan kegiatan penyuluhan, pemahaman, dan pelatihan yang telah dilakukan selama proses pengabdian masyarakat, sehingga produktifitas dalam pembuatan *cultural newsletter* dapat berjalan dengan optimal.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Yayasan Pembangunan Sanur terdapat beberapa rangkaian kegiatan, yaitu sebagai berikut:

1. Penyuluhan dan pemahaman mengenai *newsletter* serta manfaat yang didapatkan jika menggunakan *newsletter*.

Kegiatan penyuluhan dan pemahaman dilaksanakan selama 3 hari dari tanggal 11 Agustus sampai dengan tanggal 14 Agustus 2022. Kegiatan penyuluhan dilakukan selama 90 menit disetiap pertemuannya. Penyuluhan dan pemahaman yang diberikan yaitu dimulai dengan memperkenalkan *newsletter*, teknik-teknik bahasa yang digunakan agar bisa menarik wisatawan, dan manfaat dari *newsletter* itu sendiri.



Gambar 2. Penyuluhan dan Pemahaman Mengenai Penggunaan *Newsletter*

2. Pelatihan pembuatan *newsletter*.

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan selama 6 hari dari tanggal 15 Agustus sampai dengan 21 Agustus 2022. Kegiatan pelatihan dilakukan selama 90 menit disetiap pertemuannya. Kegiatan pelatihan yaitu meliputi praktik langsung cara pembuatan

newsletter sehingga para staff memahami betul teknik-tekniknya.



Gambar 3. Pelatihan Pembuatan *Newsletter*

3. Pendampingan dan evaluasi untuk peningkatan produktivitas SDM mengenai pembuatan *cultural newsletter*.

Kegiatan pendampingan dan evaluasi dilakukan selama 18 hari dari tanggal 22 Agustus sampai dengan 09 September 2022. Kegiatan pendampingan dan evaluasi dilakukan selama 60 menit disetiap pertemuannya. Pendampingan dilakukan untuk melihat sejauh mana kemampuan staff Yayasan Pembangunan Sanur dalam membuat *cultural newsletter* sehingga terciptanya produktivitas dari kinerja karyawan yang bertanggung jawab.



Gambar 4. Pendampingan dan Evaluasi dalam Pembuatan *Newsletter*

Hasil evaluasi atas kegiatan peningkatan produktivitas staff Yayasan Pembangunan Sanur dalam pembuatan *cultural newsletter* untuk promosi *Sanur Village Festival* telah berhasil ditingkatkan melalui penyuluhan dan pemahaman, pelatihan, pendampingan dan evaluasi pada staff Yayasan Pembangunan Sanur.

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdapat faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi tim pengabdian untuk mencapai keberhasilan dalam kegiatan pengabdian ini.

Adapun faktor pendukung keberhasilan dalam kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Pimpinan Yayasan Pembangunan Sanur yang memberikan dukungan penuh dalam kegiatan ini dari awal hingga akhir selama proses pengabdian ini berlangsung.
2. Staf Yayasan Pembangunan Sanur yang memberikan respon positif, sangat antusias dan menerima dengan senang hati kritik serta saran yang diberikan selama kegiatan pengabdian ini berlangsung.
3. Tersedianya fasilitas yang memadai di dalam perusahaan baik itu ruangan pelatihan yang nyaman, jaringan internet dan alat-alat pendukung lainnya yang sangat membantu dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan.

Faktor penghambat dalam kegiatan pengabdian ini adalah adanya keterbatasan waktu dalam kegiatan pengabdian.

Partisipasi karyawan dalam kegiatan pelatihan SDM Yayasan Pembangunan Sanur dalam pembuatan *cultural newsletter* sebagai bahan promosi untuk Sanur Village Festival sebagai upaya meningkatkan produktifitas kinerja SDM pada Yayasan Pembangunan Sanur sangat tinggi. Hal tersebut terbukti dari

kesediaan karyawan Yayasan Pembangunan Sanur yang bertanggung jawab penuh atas penyusunan, penyuluhan hingga pendampingan dalam kegiatan ini. Dengan perencanaan kegiatan ini, karyawan Yayasan Pembangunan Sanur mampu memahami pentingnya produktifitas dalam bekerja. Selain itu, dengan kegiatan ini, karyawan Yayasan Pembangunan Sanur juga dapat bekerja dengan lebih mudah, cepat, dan dapat memperluas promosi event.

Pada saat pelaksanaan kegiatan ini, karyawan Yayasan Pembangunan Sanur mau mendengar dan mengikuti arahan yang diberikan. Saat kegiatan pendampingan dan evaluasi, pekerjaan yang dilakukan sudah mulai teliti dan memahami bagaimana cara membuat *newsletter* dari awal hingga akhir. Antusiasme karyawan juga terlihat pada saat pelatihan, tidak malu untuk bertanya saat merasa kebingungan sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar tanpa ada kendala yang berarti. Para karyawan menyadari bahwa promosi seperti ini sangat penting digunakan untuk *event-event* selanjutnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada Yayasan Pembangunan Sanur yang beralamat di Jalan Danau Buyan III/2 Sanur Denpasar Bali telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan ke *Sanur Village Festival*, maka tim pengabdian masyarakat memberikan solusi yaitu berupa

pendampingan dan pelatihan secara langsung terhadap staf Yayasan Pembangunan Sanur dalam pembuatan *cultural newsletter* sebagai bahan promosi. Kegiatan ini dilakukan dengan metode penyuluhan, pelatihan serta pendampingan dan evaluasi pada staf Yayasan Pembangunan Sanur.

Berdasarkan keseluruhan kegiatan pengabdian yang dilaksanakan semuanya berhasil tercapai sesuai target yang diinginkan. Kegiatan ini berhasil dicapai karena besarnya partisipasi staf Yayasan Pembangunan Sanur dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Adapun saran yang dapat penulis berikan kepada staf Yayasan Pembangunan Sanur yaitu untuk lebih aktif lagi dalam mempelajari teknik-teknik dalam pembuatan *Newsletter* agar lebih menarik untuk dapat lebih banyak menarik wisatawan lokal maupun mancanegara yang mengunjungi Sanur Village Festival

DAFTAR PUSTAKA

- Claria, D. A. K. (2018). Teks Iklan Komersial Parfum untuk Pria. *Kulturistik: Jurnal Bahasa Dan Budaya*, 2(1).
- Claria, D.A.K., Rajistha, I. G. N. (2021). Pelatihan Bahasa Inggris untuk Membangun Pelayanan Prima pada Staff Taman Baca Kesiman. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 1(2).

- Claria, D.A.K., & Warmadewi, A. A. I. (2020). Problems in Teaching Tourism Register for English Specific Purposes (ESP Class). *Journal of English Teaching Adi Buana*, 5(2), 111–120.

- Hutchinson, Tom & Waters, A. (1987). *English for Spesific Purpose*. https://www.academia.edu/4831921/English_for_specific_purposes_hutchinson_tom_waters_alan

- Kridalaksana, H. (2008). *Kamus Linguistik*. Grramedia Pustaka Utama.
- Leech, G. (1966). *English in Advertising: A Linguistic Study of Advertising in Great Britain*. Longman

- Lestari, I. G. A. A. I., Yuliasuti, I. A. N., Artajaya, I. W. E., & Putra, I. G. C. (2019). Peningkatan Pemasaran Sanggar Seni Sekar Dewata Dalam Mewadahi Minat Dan Bakat Anak-Anak Difabel. *Simposium Nasional Ilmiah & Call for Paper Unindra (Simponi)*, 1(1).

- Yuliasuti, I. A. N., Kepramareni, P., Sugiantari, A. A. P. W., & Giri, I. K. S. (2020). Improvement of Asri Jewelry production capacity during covid-19 pandemic. *Journal of the Community Development in Asia (JCDA)*, 3(3), 7-12.