

PENDAMPINGAN PEMBUATAN VIDEO KONTEN PROMOSI UNTUK MEDIA SOSIAL DI DESA WISATA TISTA SEBAGAI WUJUD IMPLEMENTASI “THE SECRET BEAUTY OF TISTA

Anak Agung Ayu Dian Andriyani¹⁾, I Dewa Gede Agung Pandawana²⁾, Ni Made Dwi Puspitawati³⁾, Ida Ayu Putri Gita Ardiantari⁴⁾, I Putu Andri Permana⁵⁾, I Komang Sulatra⁶⁾, Frumentius Adrianus Arve⁷⁾

^{1,4,5,6} Fakultas Bahasa Asing Universitas Mahasaraswati Denpasar

^{2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: agungdianjepang@unmas.ac.id¹, idaayupugitaa@unmas.ac.id⁴

ABSTRAK

Potensi wisata alam menjadikan Desa Tista sebagai salah satu desa wisata yang berada di Kecamatan Kerambitan Kabupaten Tabanan. Semboyan, “The Secret Beauty of Tista memiliki harapan agar desa ini dikenal orang wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Namun berdasarkan hasil analisis situasi, sistem promosi yang dimiliki masih sangat sederhana, terlebih pasca pandemi sistem promosi semakin tidak terarah sehingga diperlukan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan dan evaluasi secara berkala untuk memastikan hasil pelatihan dapat diterapkan secara baik dan efektif, dengan tujuan membantu Desa Tista dalam meningkatkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi desa yang lebih optimal, serta meningkatkan kualitas kemampuan berbahasa Inggris sesuai dengan hospitality yang benar, secara tidak langsung dapat meningkatkan kemampuan membuat konten media sosial menggunakan bahasa Inggris yang baik dan benar. Apalagi saat ini Desa Tista sedang membenahi obyek wisata baru yaitu, “DUDU”. Kegiatan ini dilakukan oleh Tim Pengabdian Universitas Mahasaraswati Denpasar ini adalah Program dengan Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat. Kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Universitas Mahasaraswati Denpasar ini merupakan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang terlaksana dengan hibah dari Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kemendikbud Ristek tahun 2023. Dosen berkolaborasi bersama mahasiswa untuk membantu Desa Tista lebih terkenal serta memaksimalkan potensi dari media sosial sebagai sarana promosi desa yang lebih efektif sehingga berdampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan sehingga secara langsung berdampak pada perekonomian masyarakat di Desa Tista secara keseluruhan.

Kata Kunci: pelatihan, video konten, media sosial, Desa Tista

ABSTRACT

The natural tourism potential has made Tista Village one of the tourist villages located in Kerambitan District, Tabanan Regency. The motto, "The Secret Beauty of Tista", aims to introduce this village to both local and international tourists. However, based on the situation analysis, the promotion system implemented is still very basic. Moreover, after the pandemic, promotional efforts are increasingly disorganized. Therefore, it is necessary to have community involvement activities in the form of training

and periodic evaluations to ensure that the results of the training can be applied effectively. The aim is to assist Tista Village in increasing the utilization of social media as an optimal village promotional tool, as well as improving English skills in line with proper hospitality standards. This indirectly helps improve the ability to create social media content using proper English. Furthermore, Tista Village is currently developing a new tourist attraction called "DUDU." This initiative is being undertaken by the Community Service Team of Mahasaraswati University Denpasar as part of the Community Empowerment Program. The mentoring activities carried out by this team are part of the Community Partnership Program (PKM), funded by the Directorate of Research, Technology, and Community Engagement (DRTPM) under the Ministry of Education, Culture, Research, and Technology in 2023. Collaborating with students, the faculty members are assisting Tista Village in gaining more recognition and maximizing the potential of social media as a more effective village promotion tool. This, in turn, has a positive impact on increasing tourist visits, directly contributing to the overall economic improvement of the Tista Village community.

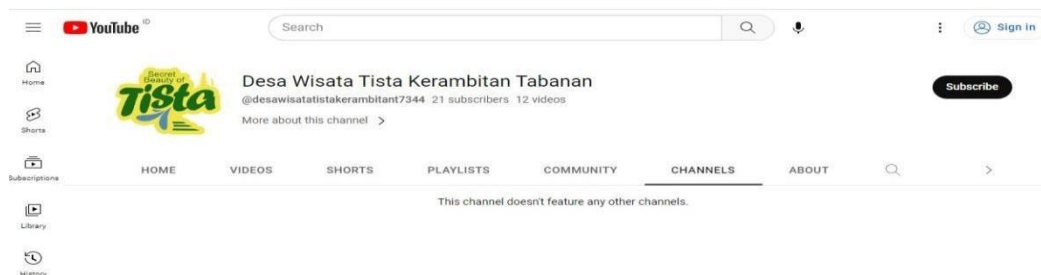
Keywords: *training, video content, social media, Tista Village*

PENDAHULUAN

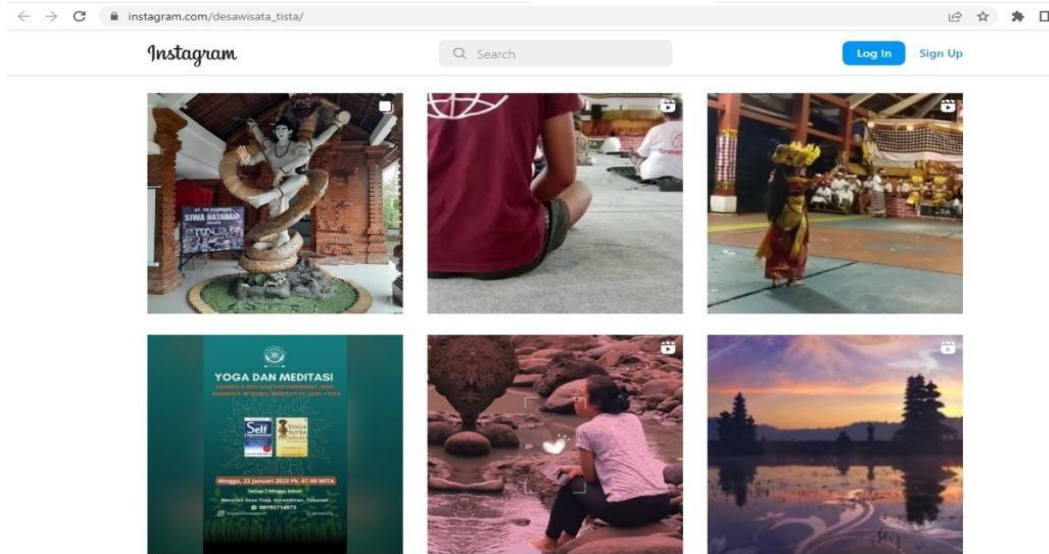
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu wujud kinerja dari Tri darma perguruan tinggi yang tidak saja dilakukan oleh para dosen namun juga mahasiswa. Kegiatan ini merupakan agenda wajib yang dilaksanakan pada setiap semester baik ganjil maupun genap dalam memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi berkolaborasi dengan berbagai kepakaran dengan tujuan untuk memajukan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan kebutuhannya (Wibawa, 2017). Berbagai kegiatan PKM dengan mengambil topik pelatihan maupun pendampingan telah dilaksanakan diantaranya pelatihan berbahasa Inggris ranah pariwisata di Desa wisata yang sangat dibutuhkan guna meningkatkan kualitas berkomunikasi terhadap wisatawan (Menggo & Taopan, 2022), selain itu dalam ranah pariwisata sangat mementingkan bahasa asing sebagai media interaksi juga diperlukan adanya pelatihan hospitality untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan (Andriyani; Ayomi; Candra & Pradnyani, 2022). Berdasarkan hasil analisis situasi saat ini, masyarakat membutuhkan adanya pendampingan dalam memanfaatkan media sosial sebagai media promosi online mengingat banyak lahirnya UMKM yang sangat bervariasi (Riyanto & Noeris, 2018). Media sosial yang dominan digunakan sebagai alat pemasaran bagi UMKM adalah media Facebook (Permatasari & Endriastuti, 2020). Banyak kegiatan pelatihan yang telah dilakukan dengan mengambil topik hampir sama yaitu pelatihan pemanfaatan media sosial, maupun diadakannya pelatihan branding (Sugiarto, 2019).

Berbagai kegiatan PKM tersebut merupakan satu bukti kinerja dari para dosen dan mahasiswa dalam berkontribusi secara langsung untuk membantu masyarakat. Salah satu desa wisata yang berada di Kecamatan Kerambitan merupakan desa wisata yang memiliki potensi

wisata alam mulai dari keindahan sawah, sungai dengan obyek wisata baru yaitu wisata Dudu” serta adanya jalur *tracking*, wisata spiritual, wisata yang dibuktikan dengan adanya atraksi Seni serta budaya sebagai wujud dasar implementasi dari nilai-nilai kearifan lokal. Adapun semboyan yang dimiliki oleh Desa Tista yaitu, “*The Secret Beauty of Tista*. Sebelum melaksanakan kegiatan PKM, team dosen maupun mahasiswa telah melaksanakan observasi lapangan untuk melihat berbagai fenomena yang terjadi serta kendala yang tengah dihadapi saat ini pasca pandemi Covid-19, sehingga dapat dengan mudah untuk mencari solusi cepat serta tepat agar sehingga mampu memberikan kontribusi yang secara tidak langsung ikut memajukan desa wisata agar dikenal oleh masyarakat lokal maupun mancanegara. Kondisi ini menjadi alasan utama kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari Universitas Mahasaraswati Denpasar melakukan pendampingan dengan tujuan untuk membantu Desa Wisata Tista dalam meningkatkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi desa yang lebih optimal, selain itu meningkatkan kualitas kemampuan berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris sehingga nantinya dapat meningkatkan kemampuan pembuatan konten media sosial menggunakan bahasa Inggris yang baik dan benar. Berikut adalah kondisi tampilan dari media sosial, surel dan situs dari Desa Wisata Tista Tabanan, yang masih kurang menarik untuk dipublikasikan ke pasaran dunia pariwisata.



Gambar 1. Youtube Desa Wisata Tista



Gambar 2. Instagram Desa Tista

Desa Tista, Kerambitan, Tabanan, Bali

**Desa Wisata Tista / Tista Tourism Village /
Tista Adventures, Tista, Kabupaten
Tabanan, Bali**

Contact

+62-857-3848-3334

desawisatata@gmail.com

Follow Us



Contact me

Bidang yang ditandai dengan * wajib diisi

Nama *

Nama Lengkap

No Telephone

+62-824-xxx-xxx

Alamat

Alamat

Email *

contoh@email.com

Pesan *

Halo!, Saya ingin bertanya mengenai paket wisata desa tista.

Gambar 3. Surel yang belum resmi dan Situs Desa Tista

Promosi digital yang selama ini dilakukan oleh kelompok sadar wisata Desa Tista sampai saat ini masih semi konvensional, atau dengan kata lain terbilang masih sederhana meskipun telah memanfaatkan media sosial seperti Youtube, Instagram dan Website namun masih jauh dari kata menarik dan mumpuni untuk bersaing di dunia digital terutama pada pemasaran di era digital 5. Adapun tujuan umum dari pelaksanaan kegiatan PKM yaitu, untuk mengembangkan sistem promosi digital Desa wisata Tista yang lebih menarik dan mumpuni. Serta tujuan khusus untuk meningkatkan kemampuan dari kelompok sadar wisata Desa Tista dalam membuat surel resmi desa wisata, peningkatan kemampuan pemasaran digital terkait pembuatan konten dan

pengelolaan sarana pemasaran digital seperti media sosial, situs desa wisata sehingga nantinya dapat diketahui oleh wisatawan lokal maupun mancanegara.

METODE

Kegiatan PKM di desa Tista menggunakan pendekatan partisipatif yaitu pendekatan yang mengutamakan kebutuhan masyarakat yang berperan sebagai pelaku utama dengan tujuan sebagai proses belajar bagi masyarakat untuk mampu berintergrasi dengan lingkungan tempat tinggalnya (Nurman, 2015). Selain itu guna menunjang kebutuhan peningkatan kualitas berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris dan memahami hospitality serta mengimplementasikan menjadi konten promosi di media sosial, maka metode yang tepat untuk digunakan adalah metode pendampingan. Karena dengan metode ini dapat memberikan kemudahan bagi desa mitra yang didampingi untuk mendapatkan solusi sehingga permasalahan dapat terselesaikan secara maksimal. Berikut adalah beberapa metode yang menunjang kegiatan PKM diantaranya:

(1). Metode Penerapan Ipteks

Pada tahap penerapan Ipteks, dalam rangka memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi kelompok mitra dalam upaya menerapkan konsep kelompok sadar wisata Desa Tista menuju *Ecoedu Wellness Tourism*, digunakan beberapa pendekatan yaitu: *Transfer Knowledge*, *Technology Transfer* (TT), dan Difusi Ipteks dalam pelatihan Bahasa Inggris ranah promosi pariwisata, pelatihan promosi digital dengan konten website dan sosial media, pelatihan penulisan konten untuk website dan sosial media, serta proses integrasi sosial media dengan situs resmi, serta pembuatan surel resmi yang langsung terhubung dengan situs desa wisata.

Terdapat 3 indikator yang terukur dalam pelaksanaan program kemitraan masyarakat ini untuk terwujudnya luaran, yaitu:

- a. Indikator peningkatan kualitas Bahasa Inggris saat promosi serta etika komunikasi baik dari lisan maupun tulisan utamanya terkait hospitality atau ranah pariwisata.
- b. Indikator peningkatan kualitas konten dan sarana promosi digital baik dari sosial media, dan situs desa wisata.
- c. Indikator pengembangan sarana promosi secara digital dengan adanya integrasi antara sosial media dengan situs resmi Desa, pembuatan web pembuatan surel resmi untuk mempermudah pemasaran produk pariwisata mereka.

Prosedur Kerja

Prosedur pelaksanaan meliputi beberapa tahap antara lain:

(a). Tahap Sosialisasi, pada tahap ini tim pelaksana mengadakan sosialisasi program kemitraan masyarakat kepada anggota Pokdarwis dan kelompok mitra Desa Tista, untuk memberikan penjelasan tentang ruang lingkup kegiatan, hak dan kewajiban anggota kelompok, dan tata kelola pasca program agar tim dan mitra sama-sama memiliki pemahaman agar terhindar dari kesalahpahaman selama kegiatan berlangsung.

(b). Tahap Pelaksanaan; tahap ini akan dilaksanakan selama 5 bulan meliputi:

- Penyuluhan dan Pelatihan, pada tahap ini anggota kelompok dibekali dengan pelatihan keterampilan tentang (1) Bahasa Inggris terkait hospitality dan marketing, (2) Pengelolaan sosial media dan situs desa wisata, (3) Pelatihan pembuatan konten media sosial dan website
- Penataan dan penambahan sarana-prasarana marketing digital (1) Pembuatan web desa wisata, (2) Pembuatan surel resmi desa wisata, (3) Penyerahan sarana/alat untuk mendukung pembuatan konten digital.
- Pendampingan, yaitu melakukan pembinaan dan pendampingan secara rutin agar ipteks yang diterapkan dapat berjalan secara berkelanjutan serta sarana-prasarana terjaga dan terawat dengan baik.
- Evaluasi program, kegiatan ini akan dilakukan secara bertahap. Evaluasi ditujukan untuk mengetahui output yang diperoleh anggota kelompok setelah adanya perlakuan yang diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa dari lintas fakultas Universitas Mahasaraswati Denpasar yang diketuai oleh Dr. Anak Agung Ayu Dian Andriyani, S.S.M.Hum dengan anggota I Dewa Gede Agung Pandawana, S.Kom., M.Si dan Dr. Ni Made Dwi Puspitawati, S.E.,M.M dengan melibatkan 5 orang mahasiswa yang dapat dikonfersi dalam kegiatan MBKM. Kegiatan ini dilakukan oleh Tim Pengabdian Universitas Mahasaraswati Denpasar ini adalah Program dengan Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat. Kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Universitas Mahasaraswati Denpasar ini merupakan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang terlaksana dengan hibah dari Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kemendikbud Ristek tahun 2023. Adapun kegiatan yang dilakukan diantaranya, pembuatan situs wisata desa Tista, pembuatan surel resmi desa wisata, penyerahan sarana penunjang media promosi, pelatihan bahasa Inggris dan hospitality, selain itu pelatihan penggunaan dan pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi

desa, pelatihan pembuatan konten media sosial yang menarik dan informatif. Serta adanya pendampingan dan evaluasi secara berkala untuk memastikan hasil pelatihan dapat diterapkan secara baik dan efektif. Dalam kegiatan pelatihan menghadirkan narasumber Bapak **I Putu Andri Permana, S.S., M.Hum.** dan Ibu **Ida Ayu Putri Gita Ardiantari, S.S., M.Hum.** memberikan materi berbahasa Inggris dalam pembuatan konten digital didukung oleh Narasumber dari Jepang Mr. Nishiyama Takahiko, memaparkan pengalamannya sebagai wisatawan yang telah puluhan kali berkunjung ke Bali serta hospitality pada umumnya dalam ranah pariwisata. Selain itu, Narasumber selanjutnya adalah Bapak Made Leo Radhitya, S.Kom., M.Cs. beserta team dalam pendampingan pengenalan sosial media marketing, Pembuatan Video Konten Promosi untuk Media Sosial. Serta workshop pengambilan beberapa aset foto dan video pembuatan video promosi Desa Wisata Tista.



Dokumentasi : Bersama Bapak Prebeker Desa Tista, Peserta serta Narasumber



Dokumentasi : Narasumber Mr. Nishiyama Takahiko memaparkan materi Hospitality Jepang



Dokumentasi : Narasumber Bapak Leo sedang memaparkan materi



Dokumentasi : Produk UMKM sebagai media yang akan di promosikan

SIMPULAN

Hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat ini diharapkan, 1) menjadikan Desa Tista lebih terkenal tidak saja bagi wisatawan lokal namun mancanegara, 2) melalui adanya peningkatan kemampuan Desa Wisata Tista dalam memaksimalkan potensi dari media sosial sebagai sarana promosi desa yang lebih efektif serta, 3) peningkatan kemampuan berbahasa Inggris sehingga meningkatkan kemampuan dalam membuat konten media sosial yang nantinya dapat berkomunikasi dengan wisatawan lokal maupun mancanegara, 4) sehingga berdampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan karena sudah dikenal oleh wisatawan sehingga nantinya dapat berdampak pada perekonomian masyarakat di Desa Tista secara keseluruhan.

UCAPAN TERIMA KASIH (OPSIONAL)

Terima kasih kami ucapkan kepada Universitas Mahasaraswati dan Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kemendikbud Ristek tahun 2023 dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang terlaksana dengan hibah dari, Seluruh Aparat Desa dan masyarakat dari desa mitra yaitu, Desa Wisata Tista Kecamatan Kerambitan Kabupaten Tabanan yang telah memberikan kesempatan melaksanakan kegiatan PKM sesuai dengan rencana.

DAFTAR RUJUKAN

- Andriyani, A. A. A. D., Ayomi, P. N., Candra, D. P., & Pradnyani, N. K. W. (2022). Pelatihan Hospitality bagi Pemandu Wisata Khusus Desa Wisata Tista Tabanan. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 5(1), 1-6.
- Menggo, S., Su, Y. R., & Taopan, R. A. (2022). Pelatihan Bahasa Inggris Pariwisata di Desa Wisata Meler. *Widya Laksana*, 11(1), 85-97.
- Nurman. 2015. Strategi Pembangunan Daerah, Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Permatasari, M. P., & Endriastuti, A. (2020). Pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran bagi UMKM di Kecamatan Kedungpring, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(1), 91-99.
- Riyanto, A. D., & Noeris, M. F. (2018). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Online untuk Pelaku UMKM di Cilacap. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 53-57.
- Sugiarto, C. (2019). Pelatihan branding sebagai upaya meningkatkan efektivitas pemasaran nugget lele desa Mojogedang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 8(2), 1-5.
- Wibawa, S. (2017). Tridharma Perguruan Tinggi (Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat). *Disampaikan dalam Rapat Perencanaan Pengawasan Proses Bisnis Perguruan Tinggi Negeri. Yogyakarta*, 29, 01-15.