

Pendampingan Pembuatan Media Sosial Instagram Untuk Sarana Promosi Dan Potensi Kearifan Lokal Pada Kampung Kopi Berbasis Ekowisata Di Desa Mekarbuana Karawang

Zenita Apriani¹, Wike Pertiwi²,
Nama lengkap instansi penulis
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana
Perjuangan Karawang^{1,2}
[**Zenita@ubpkarawang.ac.id**](mailto:Zenita@ubpkarawang.ac.id)
[**Wike.pertiwi@ubpkarawang.ac.id**](mailto:Wike.pertiwi@ubpkarawang.ac.id)

Abstrak

Bersamaan dengan pertubuhan jaman di era globalisasi ini, penggunaan media social menjadi kebutuhan yang sangat dekat bagi masyarakat luas. Pemanfaatan dan penggunaan media sosial, khususnya Instagram sebagai suatu hal yang lazim digunakan banyak orang untuk berbagai hal yang sifatnya positif. Sangabuana Karawang menjadi salah satu wilayah yang menyimpan keindahan alam, sehingga menjadikannya sebagai tujuan wisata, yang potensinya tidak hanya untuk pengunjung lokal, namun bisa juga dikembangkan untuk wisatawan asing. Untuk memperkenalkan tempat-tempat wisata ini perlu usaha promosi yang murah namun menjangkau secara universal, media sosial bisa dimanfaatkan untuk hal tersebut. Adapun tujuan program ini adalah membantu pengelola usaha ekowisata kopi sangabuana melakukan promosi dengan media sosial Instagram. Media social juga terbukti ampuh menjadai saluran promosi karena interaktif, fleksibel. Berdasarkan hal tersebut tim PKM menjalankan kegiatan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan media social untuk promosi ekowisata kopi sangabuana melalui social media. Pelatihan berlangsung selama 1 hari diikuti oleh pengelola setempat.

Kata Kunci: *Ekowisata, peningkatam kapasitas SDM, Sosial media, kampung kopi*

Abstract

Along with the changing times in this era of globalization, the use of social media has become a very close need for the wider community. Utilization and use of social media, especially Instagram as something that is commonly used by many people for various positive things. Sangabuana Karawang is one of the areas that saves natural beauty, thus making it a tourist destination, whose potential is not only for local visitors, but can also be developed for foreign tourists. To introduce these tourist attractions requires a cheap but universally reachable promotional effort, social media can be used for this. The purpose of this program is to help the manager of the Sangabuana coffee ecotourism business conduct promotions with Instagram social media. Social media has also proven to be effective as a promotional channel because it is interactive, flexible. Based on this, the PKM team carries out training and assistance

activities in the use of social media for the promotion of Sangabuana coffee ecotourism through social media. The training lasted for 1 day followed by local managers.

Keywords: Ecotourism, capacity building of human resources, social media, coffee village

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan dan pengusahaan pariwisata yang mencakup objek dan daya tarik wisata, usaha sarana wisata, usaha jasa pariwisata, serta usaha-usaha lainnya. Pariwisata merupakan bagian dari budaya bagi masyarakat yang berkaitan dengan pemanfaatan waktu yang dimiliki, dengan tujuan untuk menyenangkan diri sendiri maupun orang lain. Istilah wisata juga termuat dalam UU No. 10 Tahun 2009, Pasal 1 ayat 1, yang menyebutkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara pada suatu wilayah tertentu. Hal itu mendorong terjadinya perubahan dan perkembangan pada wilayah perkotaan tersebut. Ada beberapa aspek yang muncul pada wilayah perkotaan, salah satunya adalah masalah pertumbuhan penduduk. Apalagi suatu daerah atau kota tersebut memiliki status kota besar, pasti jumlah penduduknya akan selalu bertambah dan akan menimbulkan permasalahan dalam kehidupan perkotaan.

Karawang dikenal sebagai salah satu daerah yang memiliki lahan subur di Jawa Barat dengan lumbung padi luas lahan sawah mencapai 93. 590 hektar atau sekitar 53% dari luas kabupaten yang tersebar di seluruh kecamatan. Produksi padi didukung oleh sistem pengairan yang memadai. Berkaitan dengan letak Kabupaten yang strategis ini perkembangan Kabupaten Karawang sangat cepat baik pembangunan industri, perumahan, perdagangan dan jasa maupun pariwisatanya.

Selain Potensi Wisata, terdapat potensi lain di Desa Mekarbuana seperti potensi pertanian perkebunan dan Industri. Salah satu potensi di Desa Mekarbuana yaitu potensi Pertanian, Potensi pertanian yang saat ini akan kami kembangkan dalam rangka membangun wisata baru adalah pada pertanian kopi, dengan konsep kampung kopi menuju ekowisata. Pengembangan produk kopi yang sudah ada di Mekarbuana sudah dikelola dengan baik oleh

BUMDES Buana Mekar pada Desa Mekar Buana hal ini menjadi salah satu faktor pendorong untuk mengembangkan kampung kopi berbasis ekowisata.

Potensi pertanian yang saat ini akan kami kembangkan dalam rangka membangun wisata baru adalah pada pertanian kopi, dengan konsep kampung kopi menuju ekowisata. Pengembangan produk kopi yang sudah ada di Mekarbuana sudah dikelola dengan baik oleh BUMDES Buana Mekar pada Desa Mekar Buana hal ini menjadi salah satu faktor pendorong untuk mengembangkan kampung kopi berbasis ekowisata.

Umumnya keberadaan kampung kopi belum diketahui oleh masyarakat secara luas khususnya di daerah kota Karawang. Tampaknya pemerintah daerah dan pihak-pihak terkait belum optimal melakukan promosi untuk mempopulerkan kampung kopi sangabuana Karawang. Melalui promosi kampung kopi menggunakan berbagai cara dan media, dengan tujuan membangun citra atau *image* mengenai destinasi. Citra atau image tersebut dibangun diantaranya oleh pemberitaan media. Media sosial secara luas harus dimanfaatkan untuk menghemat biaya promosi pariwisata yang ada di daerah. Dengan penggunaan media social seperti facebook, instagram, bahkan youtube memberikan pengaruh bagi wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut. Pada akhirnya tempat-tempat wisata di daerah, seperti kampung kopi sangabuana bisa di perkenalkan ke masyarakat luas

Belakangan ini, media social semakin luas digunakan sebagai saluran promosi ekowisata. Media sosial secara sederhana diartikan sebagai salah satu platform media online untuk mendukung komunikasi secara interaktif. Istilah media sosial melingkupi beragam platform seperti blog, micro-blogging (seperti Twitter), jejaring social (seperti Facebook), berbagi video (seperti Youtube). Media sosial khususnya Instagram menyandang dampak yang berarti dalam menaikkan angka pariwisata. Berdasarkan hal ini tim PKM penting melakukan pendampingan dan pelatihan bagi pengelola kampung kopi untuk mampu memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram sebagai sarana promosi destinasi ekowisata kampung kopi sangabuana. Artikel ini menjadikan gambaran pelaksanaan kegiatan PKM tersebut yang berlangsung selama 3 hari.

METODE

Untuk memastikan agar tujuan program tercapai, program pengabdian ini akan dilaksanakan melalui 4 (empat) tahap.

1. Menyampaikan tujuan program, yaitu menjelaskan tujuan dan manfaat pelatihan, kompetensi yang ingin dicapai dan informasi teknis lainnya
2. Menyampaikan materi , yaitu menyajikan informasi tentang kampung kopi , promosi dan media social
3. Bimbingan teknis, yaitu melaksanakan pelatihan pengembangan konten media social dalam bentuk tulisan dan foto dan memanfaatkan sebagai sarana promosi.
4. Mengevaluasi pemahaman peserta, yaitu pemahaman peserta mengenai materi pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) di Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang. Mengalami beberapa hambatan dalam pelaksanaan Pengembangan Kampung Kopi berbasis ekowisata. Salah satunya mengenai Media sosial dalam penulisan caption untuk mempromosikan Kampung kopi.

Desa Mekarbuana Kecamatan tegalwaru Kabupaten Karawang memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan salah satunya kampung kopi berbasis ekowisata. Namun potensi desa tersebut belum diketahui masyarakat karena kurangnya promosi. Media social merupakan sarana promosi yang efektif, mudah dan relative terjangkau. Namun, masyarakat belum memanfaatkan social media secara maksimal untuk mempromosikan kampung kopi berbasis ekowisata bahkan produk kopi dan olahannya. Pengeola akun social media mengalami kesulitan untuk menulis caption, foto dan konten promosi. Dengan demikian, tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini untuk mengadakan pendampingan dan pelatihan pengembangan konten social media dalam bentuk tulisan dan foto sebagai salah satu upaya promosi wisata kampung kopi dan olahan produk kopi.

Kegiatan PKM dilaksanakan di Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru lebih tepatnya di rumah Pak Kades pada tanggal 11 Juni 2022. Peserta yang hadir dalam kegiatan tersebut 8 orang termasuk pengelola akun social media.

Karawang, 28 Februari 2023

Ada beberapa materi pendampingan dan pelatihan yang diberikan dalam kegiatan PKM tersebut yaitu 1) mengembangkan skill dasar memotret dengan menggunakan handphone atau camera professional 2) mengembangkan skill dasar Copywriter untuk membuat konten di social media. Materi tersebut disampaikan kepada pengelola akun social media. Materi tersebut meliputi cara untuk menulis deskripsi dari foto yang telah merekaabadikan. Pada sesi ini, pengelola berlatih untuk menulis yang baik dan benar. Selain itu, pengelola juga berlatih untuk membuat sebuah deskripsi yang sifatnya menarik pembaca untuk berkunjung ke desa Mekarabuana kampung kopi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini secara jelas dapat berlangsung dipraktikkan dan dipahami oleh para anggota Bumbdes. Dengan memiliki keahlian atau Skill dalam mengambil foto dan juga membuat konten social media, diharapkan mereka pengelola kampung kopi Desa Mekarabuana dapat meningkatkan kunjungan wisata local maupun internasional.

Kegiatan ini juga bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan dalam bijak bermedia social dan memiliki nilai bermanfaat. Sebagai bentuk dari pengembangan dan keberlanjutan dari kegiatan PKM ini adalah rencana untuk melakukan pendampingan yang berupa pembuatan video sebagai bagian dari konten media social yang tentunya menarik di periode berikutnya.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk mendukung terwujudnya kampung kopi berbasis ekowisata di Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru Karawang. Sehingga dapat dilanjutkan dengan melakukan kegiatan seperti pelatihan dan pendampingan bagi para pengelola social media yang dapat dikembangkan guna mendorong pemberdayaan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Damanik Janianton dan Weber Helmut F, 2006, Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi, Pusat Studi Pariwisata (PUSPAR) UGM dan Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Fauzi, Hamdani, 2012, Pembangunan Hutan Berbasis Kehutanan Sosial, Cetakan ke-1, Karya Putra Darwati, Bandung.

- Gomes, F, Cardoso. 2003. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga
- Nugroho, Iwan, 2011, Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Qomariah L, 2009, Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat Di Taman Nasional Meru Betiri (Studi Kasus Blok Rajegwesi SPTN I Sarongan), Skripsi, IPB, Bogor.
- Rowley, Chris. 2003. Human Resources: The management of people (HRM in context). London: Spiro Business Guide
- Suharto, Edi, 2010, Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat, Cetakan ke-4, Refika Aditama, Bandung
- Usman M, 1999, Peluang Pengembangan Ekoturisme Indonesia Sebagai andalan Alternatif Kepariwisata Nasional, Makalah Pada Seminar Prospek dan Manajemen Ekoturisme Memasuki Milenium Ketiga. Bogor: Departemen Kehutanan
- Untari. Dhian Tyas, 2013, Peningkatan Sektor Pertanian Melalui Kegiatan Wisata, Prosiding Lokakarya dan Seminar Nasional FKPTPI, Bogor
- Warpani, Suwardjoko, 2007, Pariwisata dalam tata ruang wilayah. ITB, Bandung