



PENERAPAN PROMOSI PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL PADA TEMPAT WISATA AIR SITU RAWA GEDE KOTA BEKASI

Oleh

Edison Hamid¹, Anita Novialumi², Rachmawati³

^{1,2,3}STIE Tribuana

E-mail: ¹edisonvgh@yahoo.com, ²anytha.lumi7@gmail.com,

³wrachma654@gmail.com

Article History:

Received: 10-08-2022

Revised: 15-08-2022

Accepted: 22-09-2022

Keywords:

Promosi Pemasaran, Media sosial

Abstract: Wisata Air Situ Rawa Gede Jalan Rawa Lumbu Kota Bekasi memiliki potensi wisata yang besar, warga dan pengelola berusaha merangkul anak-anak muda di sekitar kawasan untuk mengembangkan tempat wisata tersebut, namun dalam hal ini pihak pengelola telah belum berhasil memperkenalkannya kepada masyarakat luas. Padahal, bila dipromosikan dengan baik, wisata Estura Vaguede menawarkan banyak peluang bisnis untuk meningkatkan kesejahteraan warga sekitar yang kurang mampu. Pengabdian kepada masyarakat ini memberikan pengetahuan tentang pelaksanaan promosi melalui media sosial. Media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan TikTok adalah media yang efektif dan efisien untuk mempromosikan sesuatu. Memperkenalkan penerapan pengetahuan terkait pentingnya advokasi melalui media sosial kepada organisasi kepemudaan lokal, yang dapat digunakan pengelola untuk advokasi. Materi presentasi yang diberikan antara lain pengenalan berbagai media sosial, perbedaan dan kelebihan masing-masing. Metode diskusi & praktek diberikan buat memastikan peserta bisa mendaftar akun, mengenal sajian & fitur media umum, sampai menciptakan konten untuk tujuan promosi wisata.

PENDAHULUAN

Situ Rawa Gede merupakan salah satu tempat wisata di Kota Bekasi yang terletak di dekat kawasan pemukiman dan pabrik di Desa Bojong Menteng, Kecamatan Rawalumbu. Pengenalan Danau Rawagde sebagai objek wisata baru akan berlangsung sekitar tahun 2019, danau ini didirikan oleh sekelompok pemuda peduli lingkungan (KPPL) di Bojong Menteng. Situ Rawa Gede dulunya merupakan tempat pembuangan limbah pabrik di sekitar lokasi, karena limbah dari pabrik tersebut sangat berbahaya bagi masyarakat, sehingga anak-anak muda di sekitar lokasi berusaha membersihkan tempat tersebut agar tidak tercemar lagi. limbah yang ada. Dengan adanya objek wisata Air Situ Rawa Gede ini diharapkan warga dapat menjaga kebersihan danau dan bersama-sama menjaga lingkungan Bojong Menteng



Rawalumbu. Yang tidak kalah pentingnya adalah objek wisata Situ Rawa Gede dapat meningkat

Pariwisata adalah berbagai kegiatan pariwisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah (Hermawan, 2016). Pengembangan suatu destinasi wisata didasarkan pada potensi wisata yang akan dikembangkan, baik material maupun immaterial. Banyak faktor yang dapat digunakan untuk mengukur potensi destinasi wisata, seperti alam, iklim, bentang alam, hidrologi, flora dan fauna, adat istiadat, aktivitas masyarakat, dll. (Sutcho dan Vardani, 2017). Pariwisata merupakan industri yang memiliki potensi dan layak dikembangkan secara inovatif untuk meningkatkan daya saing (Ismail, 2020). Pariwisata membantu menciptakan peluang bisnis, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Peningkatan kunjungan wisatawan tersebut tentunya akan berdampak positif terhadap perolehan devisa dan pendapatan primer daerah. Seperti banyak daerah lain dengan banyak destinasi alam, sungai dan pantai (Jaelani, 2018).

Indonesia merupakan wilayah yang kaya akan karakter pedesaan, namun baik masyarakat maupun pengelola destinasi tidak sepenuhnya menyadari potensi tersebut, sehingga perlakuan terhadap desa yang sesuai dengan karakteristik desa wisata tidak tertangani dengan baik. Identifikasi diperlukan ketika mengembangkan model pemberdayaan masyarakat pedesaan dan pengentasan kemiskinan melalui desa wisata (Susyanti dan Latianingsih 2013). Indonesia memiliki potensi dan sumber daya pariwisata yang sangat besar, namun belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh pihak swasta maupun pemerintah. Pengembangan pariwisata diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat karena pembangunan ekonomi salah satunya (Haryoko, Aryati & Ratna, 2020).

Begitu juga dengan wisata Situ Rawa Gede yang masih belum begitu dikenal sehingga perlu dipromosikan. Promosi merupakan komponen utama dalam meningkatkan jumlah wisatawan. Promosi yang paling efektif, termurah dan termudah adalah dengan menggunakan media sosial atau yang dikenal juga dengan istilah electronic marketing. E-marketing adalah proses pemasaran suatu merek atau merek menggunakan internet dan terdiri dari berbagai elemen yang membantu menghubungkan bisnis dengan pelanggan menggunakan berbagai teknologi (Nugraha, 2018). Namun masih banyak Situ Rawa Besar dan pengelola yang tidak memanfaatkan media sosial untuk publisitas. Promosi pariwisata dan kualitas pelayanan objek wisata berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan wisatawan, dan kepuasan terhadap wisatawan tampaknya cukup besar, sehingga sebaiknya objek wisata memperhatikan faktor promosi pariwisata (Oroh, Mananeke, dan Sangkaeng, 2015).

Dalam mendukung industry 4.0 pariwisata dituntut mampu mengikuti industry 4.0 itu menggunakan digital marketing pariwisata yaitu usaha yang dilakukan dalam mempromosikan dan melakukan pemasaran sebuah wilayah yang mempunyai daya Tarik wisata untuk digunakan dan dimanfaatkan media digital yang sedang berkembang saat ini (Warmayana, 2018).

Konflik setiap objek pariwisata sebenarnya hampir sama yaitu kurangnya promosi yang menyebabkan objek pariwisata kurang diketahui dan kurang kunjungan wisatawan begitu pula dalam objek pariwisata situ rawa gede yang terdapat pada kota Bekasi. Ada beberapa permasalahan yang dihadapi objek wisata situ rawa gede yaitu kurangnya promosi yang dilakukan pengembang untuk mempromosikan wisatanya agar di ketahui dan di



kunjungi banyak wisatawan.

Selain itu juga terdapat kekurangannya promosi yang melibatkan penggunaan Media Sosial. Tidak mengetahui dalam penggunaan media sosial dalam mempromosikan objek pariwisata Situ Rawa Gede yang ada di Bojong Menteng - Bekasi. Penggunaan media sosial adalah solusi promosi dan pengenalan objek pariwisata Situ Rawa Gede yang paling hemat, efisien dan efektif. Masih banyaknya penggunaan Media sosial yang kurang memanfaatkan untuk kepentingan yang positif. Terutama usia remaja.

Kecanduan internet telah menyerang tak hanya orang dewasa, melainkan pelajar bahkan anak-anak, setelah mengenal internet dan memasuki situs pertemanan yang ada di internet seperti Facebook, Twitter, Instagram dan sebagainya (Sulaa and Betoambari, 2020). Jika dapat diarahkan dengan kegiatan positif seperti promosi objek wisata Situ Rawa Gede akan berdampak positif. Terhadap perkembangan dan kemajuan wisata Situ Rawa Gede Bekasi.

METODE

Dalam merealisasikan pengabdian masyarakat ini maka dilakukan terlebih dahulu pendekatan kepada masyarakat melalui sosialisasi, baik kepada dinas pariwisata dan pengelola. Setelah sosialisasi dilakukan pelatihan sebagai wujud pengenalan media sosial sebagai media promosi objek pariwisata Situ Rawa Gede yang berada di Kota Bekasi secara Luas. Pelatihan dilakukan di Saung Situ Rawa Gede Kota Bekasi. Dalam kegiatan ini juga dilakukan diskusi dan tanya jawab. Selanjutnya dilakukan simulasi langsung penggunaan media sosial dalam mempromosikan objek pariwisata Situ Rawa Gede Bojong Menteng Kota Bekasi.

Agar sistem ini berlanjut maka dilakukan pendampingan terhadap para pemuda KPPL, Pendampingan dilakukan melalui koordinasi media sosial, whatsapp, email ataupun melalui komunikasi menggunakan telepon selular. Pendampingan yang dilakukan oleh tim pelaksana dan juga tiga orang mahasiswa dari STIE Tribuana. Prosedur kerja yang dilakukan selalu saling berintegrasi.

Seluruh rangkaian prosedur kerja pengabdian masyarakat Optimalisasi Aplikasi Media Sosial dalam Mendukung Promosi Wisata Situ Rawa Gede Bojong Menteng Kota Bekasi Kepada Masyarakat Bojong Menteng dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan PKM



HASIL

Hasil yang diperoleh dari program pengabdian kepada masyarakat ini yaitu peningkatan pengetahuan tentang penggunaan media sosial dalam mendukung promosi objek pariwisata Situ Rawa Gede hal ini dapat ditunjukkan dari hasil tes yang dilakukan tim pengabdian sebelum dilakukan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dan sesudah kegiatan program pengabdian kepada masyarakat. Sasaran dari kegiatan PKM ini adalah para masyarakat Situ Rawa Gede khususnya anggota Pemuda Peduli Lingkungan (KPPL). Peserta yang merupakan para Pemuda Bojong Menteng Situ Rawa Gede yang dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh dalam melakukan promosi objek wisata Situ Rawa Gede. Peserta pelatihan optimalisasi aplikasi media sosial dalam mendukung promosi wisata Situ Rawa Gede kepada masyarakat Bojong Menteng dalam memperkenalkan objek pariwisata Situ Rawa Gede lebih luas lagi sehingga peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung maka berdampak pada meningkatnya pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Desa Bojong menteng Rawalumbu Pemateri yang menyampaikan pelatihan terdiri dari 3 orang dosen dari STIE Tribuana.

Pada pelaksanaan pelatihan, peran serta mahasiswa prodi Manajemen Marketing sangat membantu untuk menunjang keberhasilan kegiatan pelatihan dan untuk membantu segala sesuatu yang berkaitan dengan hal teknis pelatihan. Dengan tugas membantu mendokumentasi kegiatan pelatihan, editing video dan pembagian cetakan hardcopy materi pada pihak Pemuda KPPL dan penyediaan alat-alat yang dibutuhkan dalam kegiatan pelatihan, membantu mempersiapkan ruangan tempat pelaksanaan pelatihan, dan pendampingan bagi peserta. Kendala yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Masyarakat adalah transportasi yang digunakan oleh mahasiswa yang jaraknya jauh dari tempat tinggal mahasiswa,



Gambar 1. Objek Wisata Situ Rawagede



Gambar 2. Kegiatan PKM



Gambar 3. Kegiatan PKM



Gambar 4. Persiapan PKM

KESIMPULAN

Pelaksanaan rencana PKM Pengoptimalan aplikasi media sosial Mendukung promosi pariwisata geologi dilaksanakan dengan baik dan berdampak baik bagi Masyarakat Bojong Menteng – Bekasi dari pertumbuhan pengetahuan di bidang media promosi aplikasi media sosial. Melaksanakan optimalisasi aplikasi media sosial Mendukung promosi pariwisata geologi untuk masyarakat Bojong Menteng – Bekasi meningkatkan jumlah wisatawan akses dan mungkin peningkatan pendapatan dan manfaat kehidupan komunitas.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Abdullah, S. M. ((2020)). Air quality status during 2020 Malaysia Movement Control Order (MCO) due to 2019 novel coronavirus (2019-nCoV) pandemic. Science of the Total Environment, 729, 139022.
- [2] Aihara, H. A. ((2018)). The Hyper Suprime-Cam SSP survey: overview and survey design. Publications of the Astronomical Society of Japan, 70(SP1), S4.
- [3] Haryoko, S. A. ((2020)). Potensi pariwisata keraton kasunanan surakarta di tinjau dari daya tarik, lokasi dan promosi. Jurnal Ilmiah Edunomika, 4(01).
- [4] Hermawan, H. .. ((2016)). Dampak pengembangan Desa Wisata Nglanggeran terhadap



- ekonomi masyarakat lokal. Jurnal Pariwisata, 3(2), 105-117.
- [5] Muuzi, M. S. ((2020)). Pola Mobilitas Penduduk Kawasan Pinggiran Kota Baubau:(Studi Pada Kec. Betoambari Dan Kec. Wolio). Journal of Urban Planning Studies, 1(1), 001-020.
- [6] Ruethers, T. T. ((2018)). Seafood allergy: A comprehensive review of fish and shellfish allergens. Molecular immunology, 100, 28-57.
- [7] Sangkaeng, S. M. ((2015)). Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 3(3).
- [8] Susyanti, D. W. ((2013)). Village Potential Through Rural Tourism. . Economics And Business, 12(1), 33-36.
- [9] Wardani, I. K. ((2017)). Strategi Pengembangan Objek Wisata Gunung Beruk Sebagai Wisata Berbasis Masyarakat Di Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo. Swara Bhumi, 5(2), 26-32.
- [10] Warmayana, I. G. ((2018)). Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era industri 4.0. Pariwisata Budaya. Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya, 3(2), 81-92.