

## Workshop Digitalisasi Pariwisata Desa Bantuan Kabupaten

Lahat

Alfis Arif<sup>1\*)</sup>

<sup>1</sup>STT Pagar Alam

Email: <sup>1</sup>alfisarif@yahoo.com

---

**Key Words:**

Workshop, Digital  
Marketing, Pariwisata

**Abstract:** *The purpose of implementing this community service activity is to provide training to the people of the Bantunan Village of Lahat Regency in digitizing tourism promotions in order to increase tourism visitors there. Tourism in Bantunan village has a lot of potential but is still very low visited by tourists this is due to the lack of promotion carried out by residents and local village officials. Even though people already understand and use technology, they have not been able to take advantage of the technology. The implementation method used in community service activities in digitizing tourism promotion owned by the Lahat Regency Assistance Village includes the planning, implementation, and evaluation stages. The resource person for this service is 1 lecturer in the Informatics Engineering Study Program, Pagaralam High School of Technology. The conclusion in this service is that citizens can become content creators and create marketing channels. The result of this community service activity is that the residents of Bantunan village can take advantage of technology in promoting tourism in their area so that later they can increase visitors who will travel in the village of Bantunan.*

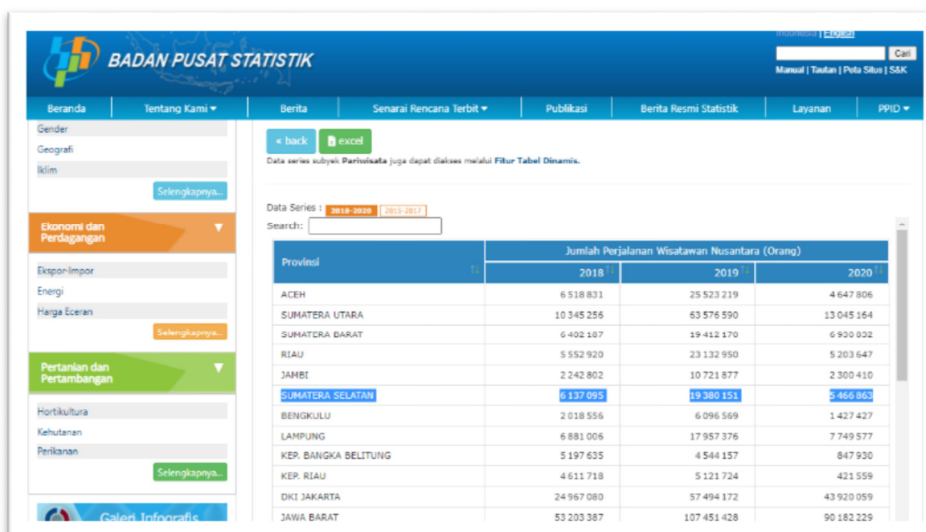
**Abstrak:** Tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu untuk memberikan pelatihan kepada masyarakat Desa Bantunan Kabupaten Lahat dalam mendigitalisasi promosi pariwisata agar meningkatkan pengunjung pariwisata disana. Pariwisata didesa Bantunan banyak yang potensial tetapi masih rendah sekali dikunjungi pariwisataawan hal ini dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan oleh warga dan perangkat desa setempat. Padahal warga sudah memahami dan menggunakan teknologi tetapi mereka belum bisa memanfaatkan teknologi tersebut. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat dalam mendigitalisasi promosi pariwisata yang dimiliki oleh Desa Bantunan Kabupaten Lahat meliputi tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Narasumber pada pengabdian ini adalah 1 orang dosen Program Studi Teknik Informatika Sekolah Tinggi Teknologi Pagaralam. Simpulan dalam pengabdian ini yaitu warga dapat menjadi konten kreator dan membuat marketing channel. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah warga desa Bantunan dapat memanfaatkan Tenologi dala mempromosikan pariwisata didaerahnya sehingga nantinya dapat meningkatkan pengunjung yang akan berwisata di desa Bantunan.

## PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang belum juga hilang menjadi tantangan bagi seluruh sektor usaha. Wabah ini telah ditetapkan sebagai darurat kesehatan global. Virus ini sempat membuat semua kegiatan sehari-hari manusia terhambat [1]. Saat ini berbagai sektor melemah akibat pandemi Covid-19 sehingga diperlukan inovasi untuk memulihkan berbagai sektor tersebut [2]. Salah satu sektor yang mendapatkan dampak sangat besar adalah sektor pariwisata yang terpaksa harus menutup wisatanya dan memberhentikan para karyawannya [3], namun perkembangan teknologi menjadi angin segar bagi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif untuk bisa bertahan dan berkembang di tengah pandemi. Kunci utama para pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif bertahan di tengah pandemi adalah memiliki kemampuan adaptasi, inovasi, dan kolaborasi yang baik. Ketiga kemampuan itu sebenarnya sudah mulai diterapkan di Indonesia melalui *digital tourism*.

*Digital tourism* merupakan integrasi antara perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi dengan industri pariwisata [4]. *Digital Tourism* salah satu strategi yang efektif dalam mempromosikan berbagai destinasi dan potensi pariwisata Indonesia melalui berbagai *platform*. Artinya, *digital tourism* tidak hanya sekadar mengenalkan, namun juga menyebarkan keindahan pariwisata secara luas untuk meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara berkunjung ke Indonesia. Tren *digital tourism* tentu akan menjadi lompatan besar bagi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Sebab, *digital tourism* secara tidak langsung membuat masyarakat semakin melek dan ikut beradaptasi dalam perkembangan teknologi. Tentu bukan hal yang sulit, karena gaya hidup masyarakat cenderung cepat dan bersentuhan langsung dengan internet. Bukan hanya itu saja, saat ini tren pariwisata juga mulai bergeser ke arah digital. Salah satu buktinya terlihat dari aktivitas wisatawan yang mulai merencanakan perjalanan, *pre-on-post journey*, hampir seluruhnya dilakukan secara digital.

Perkembangan teknologi saat ini menjadikan industri pariwisata dan ekonomi kreatif sebagai salah satu sektor yang mengalami digitalisasi dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Dengan kata lain, penerapan strategi *digital tourism* adalah pilihan yang tepat untuk menggaet wisatawan mancanegara, dan membantu memulihkan pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia pasca pandemi COVID-19



Provinsi	Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantera (Orang)		
	2018	2019	2020
ACEH	6 518 831	25 523 219	4 647 806
SUMATERA UTARA	10 345 256	83 576 590	13 045 164
SUMATERA BARAT	6 402 107	19 412 170	6 920 932
RIAU	5 552 920	23 132 950	5 203 647
JAHRE	2 242 802	10 721 877	2 300 410
SUMATERA SELATAN	6 137 095	19 380 151	2 466 945
BENGKULU	2 018 556	6 096 569	1 427 427
LAMPUNG	6 881 006	17 957 376	7 749 577
KEP. BANGKA BELITUNG	5 197 635	4 544 157	847 930
KEP. RIAU	4 611 718	5 121 724	421 559
DKI JAKARTA	24 967 080	57 494 172	43 920 059
JAWA BARAT	53 203 387	107 451 428	90 182 229

Gambar 1. Data Penurunan Kunjungan Wisata

*Platform* media sosial memiliki peranan yang cukup kuat untuk mempromosikan destinasi wisata Indonesia. Oleh karena itu, membuat spot-spot wisata *Instagramable* menjadi salah satu strategi mempromosikan tempat wisata secara gratis agar dapat meningkatkan wisatawan, tentu harus dibarengi dengan kemudahan akses wisatawan untuk menuju lokasi wisata. Mulai dari memesan tiket perjalanan, memilih transportasi, menentukan akomodasi, hingga mencari informasi tentang destinasi wisata yang dituju semua bisa dilakukan lewat *smartphone*. Bukan hanya itu saja, saat ini semua dituntut untuk serba cepat, mudah, dan aman, termasuk soal pembayaran. Maka dari itu, telah banyak sektor pariwisata

Media Sosial yang diterapkan pada pelatihan ini adalah pembuatan Halaman *Fanspage Facebook*, Instagram dan juga Tiktok. Ketiga platform ini dipilih karena memiliki kemudahan akses, animo akses yang sangat tinggi dan juga sedang sangat populer sehingga informasi perihal pariwisata sangat mudah di sebar dan di peroleh oleh masyarakat [5]. Facebook merupakan media sosial paling populer dan rata-rata mereka membuka 80x halaman Facebook dalam sehari [6]. Selain Facebook juga ada Aplikasi Tik Tok yang merupakan sebuah aplikasi sosial media yang saat ini sedang naik daun, pengguna dari aplikasi ini hampir semuanya merupakan pengguna aplikasi Instagram juga. Tik Tok merupakan aplikasi untuk membuat dan mempublikasikan sebuah video yang berdurasi kurang lebih sebanyak 30 detik [7].

Desa Bantunan merupakan salah satu desa yang berada di kabupaten Lahat yang banyak memiliki potensi wisata. Wisata yang dimiliki yakni Air Terjun, Tebat Besak dan juga Wisata Kerajinan tangan masyarakat Bantunan yang berbahan dasar rotan. Sebelum pandemi kunjungan wisata cukup tinggi meskipun belum tersentuh teknologi dalam promosinya karena masih menggunakan informasi *face to face*.

Berbagai upaya telah dilakukan oleh masyarakat desa Bantunan untuk memulihkan sektor pariwisata namun belum menunjukkan peningkatan grafik yang baik. Kehadiran Penulis ke desa Bantunan memiliki tujuan untuk membantu memulihkan pariwisata dan kerajinan tangan dengan cara memberikan pelatihan kepada Karang Taruna yakni dengan tema "*Smart Society* berbasis *Content Creator*". Dipilihnya *smart society* dengan sasaran mewujudkan ekosistem sosio-teknis masyarakat yang humanis dan dinamis, baik fisik maupun virtual untuk terciptanya masyarakat yang produktif, komunikatif, dan interaktif dengan *digital literacy* yang tinggi. Sasaran dari *smart society* tersebut diwujudkan dengan pengembangan tiga elemen di dalam *smart society*, yaitu komunitas warga (*community*), ekosistem pembelajaran (*learning*), dan sistem keamanan (*security*).

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat untuk mendigitalisasi promosi pariwisata yang dimiliki oleh Desa Bantunan Kabupaten Lahat. Fase proses belajar dalam program *workshop* yang dimaksud meliputi tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Langkah-langkah kegiatan yang dilakukan pelaksanaan pengabdian masyarakat sebagai berikut:

1. Perencanaan, adapun perencanaan antara lain:
  - 1) Menentukan Template (Template Foto dan Video),
  - 2) Membuat Modul Praktikum,
  - 3) menyusun materi hadout untuk dibagikan di kelas,
  - 4) Meminta 1 (satu) mahasiswa dari kampus STT Pagaralam menjadi asisten dalam kegiatan ini,
  - 5) Observasi langsung Desa Bantunan Kabupaten Lahat dan bertemu Kepala Desa dan Karang Taruna untuk melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) tentang pelaksanaan *workshop*,
  - 6)

- Mengecek Kesiapan Sarana (Handphone) menginstal Aplikasi Kinemaster untuk *videography*, *Lightroom* untuk *photography*, 7) Menyesuaikan waktu pelaksanaan workshop selama 2 hari dan 8) mempersiapkan sarana dan prasarana kegiatan (fotokopi, konsumsi dll).
2. Pelaksanaan, Pelaksanaan yang dilakukan, hari pertama adalah pembukaan acara dengan susunan acara diantaranya:
    - 1) Pembukaan, 2) Pembacaan Ayat Suci Al-qur'an, 3) Pembacaan Doa, 4) Sambutan Kepala Desa, 5) Melaksanakan Kegiatan, 6) Mempersentasikan materi content creator, 7) Istirahat, 8) membagikan konsumsi, 9) Penulis langsung melaksanakan pelatihan
  3. Evaluasi,  
Setelah selesai pelaksanaan dari workshop digitalisasi pariwisata Desa bantuan penulis melakukan *review* terhadap *content* yang telah dibuat dan melihat jumlah *viewers*.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Balai Desa Bantuan Kabupaten Lahat mendapat sambutan yang sangat positif dari peserta pelatihan yang terlihat dari banyaknya peserta yang hadir yakni sebanyak 28 peserta. Acara ini turut dihadiri oleh Kepala desa beserta perangkatnya Berikut ini merupakan kegiatan yang dilakukan dalam pelaksanaan pembuatan *Content Creator*. Pelaksanaan pengabdian dilakukan secara terstruktur dan terencana dengan baik *workshop* ini berdasarkan perencanaan berikut rincian kegiatannya:

**Tabel 1.** Agenda Kegiatan

Hari	Waktu	Materi	Penyaji
Pertama	08.00 – 10.00	<i>Pretest</i> Pengantar Multimedia	Alfis Arif, M.Kom
	10.00 – 12.00	Teknik Foto & Video Produk Menggunakan <i>Smartphone</i>	
	12.00 – 13.00	Istirahat	
	13.00 – 15.00	Foto dan Video Editing	
Kedua	08.00 – 10.00	Copywriting	Alfis Arif, M.Kom
	10.00 – 12.00	Thumbnail	
	12.00 – 13.00	Istirahat	
	13.00 – 15.00	Marketing Channel ( <i>Facebook, instagram, Yooutube</i> )	

Maka berdasarkan dari table rincian kegiatan workshop diatas, pelatihan yang dilakukan memiliki urutan sebagai berikut: Pertama, agar kegiatan pemberian workshop terlaksana dengan baik maka dilakukan pre tes, yang dilakukan untuk memberikan dasar bagi narasumber untuk menyampaikan materi pelatihan, merupan materi-materi yang bena-benar dibutuhkan oleh para peserta pelatihan.

Hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Balai Desa Bantunan Kabupaten Lahat yang dicapai melalui *workshop* pembuatan *Content Creator* sebagai berikut: Meningkatkan pemahaman masyarakat Desa Bantunan dalam pembuatan *content creator*, Meningkatkan kemampuan masyarakat dalam Teknik fotoh dan video produk menggunakan *smartphone*, meningkatkan skill masyarakat dalam melakukan Foto dan Video Editing, Meningkatkan kempuan masyarakat dalam mebuat *Copywriting* guna menarik perhatian konsumen untuk membeli produk yang diiklankan, Meningkatkan kemampuan masyarakat tentang Thumbnail yang baik guna menarik perhatian penonon atau pengakses di internet, dan yang terakhir pembuatan *Marketing Channel* untuk masyarakat Bantunan.

Berikut hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang disajikan dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 2.** Pelaksanan pengabdian masyarakat

<b>Hasil</b>	
Pendahuluan	Narasumber pelatihanmendapat gambaran yang jelas tentang arah dan materi yang dibutuhkan oleh peserta pelatihan sehingga benar-benar yang dibutuhkan oleh peserta pelatihan.
Pengantar Multimedia	Hampir seluruh peserta paham tentang multimedia, perkembangan dan memahami dengan baik tentang multimedia.
Teknik Foto & Video Produk Menggunakan Smartphone	Peserta dapat memahami tentang Teknik Foto dan Video menggunakan smartphone.
Istirahat	Agar peserta melakukan istirahat dengan baik, agar menjaga kesegaran saat belajar.
Foto dan Video Editing	Peserta dapat memahami tentang bagaimana melakukan fotoh dan video editing.
Copywriting & Thumbnail	Peserta dapat memahami dengan baik bagai mana pembuatan <i>Copywriting &amp; Thumbnail</i> yang baik dan menarik untuk menarik perhatian konsumen.
Marketing Channel ( <i>Facebook, instagram, Yooutube</i> )	Peserta mampu menjalankan marketing channel yang telah dibuatkan dengan bimbingan narasumber.
Penutup	Peserta100% meningkat pemahamannya dan mampu membuat conten creator sesuai dengan harapan dan target dari narasumber.

Pada tabel diatas pelaksanan pengabdian masyarakat dapat dijelaskan hasil kegiatan yang dilaksanakan pada workshop, pertama, pendahuluan dari pengabdian ini dilakukan pre tes dan hasilnya adalah materi yang disampaikan oleh narasumber benar-benar yang dibutuhkan oleh peserta workshop hal ini terbukti peserta dengan cepat memahami materi dan dengan cepat memahami tentang pembuatan *content creator*.

Kedua, pengantar multimedia hasilnya hampir seluruh peserta paham tentang multimedia, perkembangan dan memahami dengan baik tentang multimedia khususnya dalam pembuatan *content creator*. Menjadi pembuat konten profesional lebih dari sekadar membuat

konten dalam jangka waktu tertentu. Namun menjadi seorang ahli membutuhkan waktu lama untuk memberikan latar belakang/perspektif penting kepada audiens. Selain uang, Anda bisa mendapatkan sejumlah keuntungan ketika Anda menjadi pembuat konten profesional. Adapun manfaat menjadi konten creator adalah sebagai berikut:

1. Terkenal

Menjadi konten profesional kreatif tidak hanya membuat konten pada waktu tertentu. Tetapi profesional dengan banyak waktu untuk memberikan kontainer / program penting kepada publik. Selain uang, Anda bisa mendapatkan beberapa manfaat yang bisa Anda dapatkan ketika menjadi manajer konten profesional.

2. Kredibel

Konten Anda akan selalu ditunggu-tunggu oleh para pengikut. bahkan konten Anda memiliki penggemar setia, mereka tentu menganggap Anda adalah orang yang banyak atau dapat diandalkan. Ketika orang ingin mengirim Anda uang, mereka harus bersaksi dan membantu Anda membantu Anda dalam kasus-kasus tertentu. Konsumen / penggemar tidak membuat Anda ada, tetapi Anda juga dapat membawa Anda sebagai orang yang berharga. Tentu saja, konteks yang Anda transport berisi banyak faktor positif kreatif.

3. Investasi

Semakin terkenalnya konten-konten kamu, iklan dan sponsor bakal datang mencarimu.

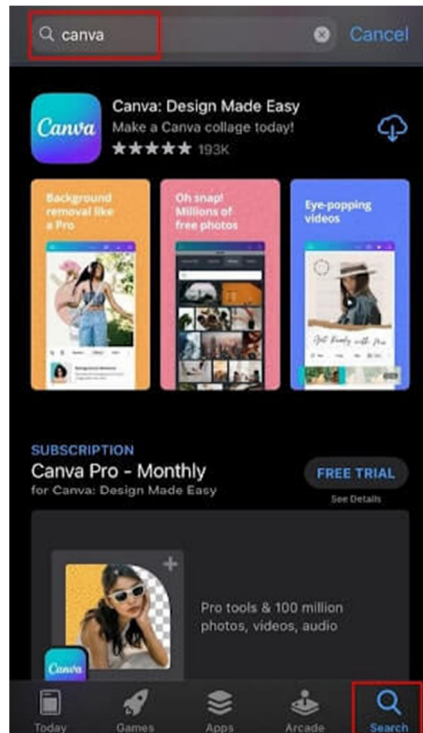
4. Lebih bermasyarakat

keuntungan memiliki networking yang luas adalah ide, tenaga dan kebutuhan informasi yang didapatkan sangat penting untuk kemajuan produksi konten, bahkan bisa memiliki rubrik dari berbagai jenis konten pilihan. Dari segi kualitas maupun image sudah pasti bisa lebih baik lagi kedepannya.

Ketiga, pembelajaran tentang Teknik Foto & Video Produk menggunakan *Smartphone* hasilnya peserta dapat memahami tentang Teknik Foto dan Video menggunakan *smartphone*.

Keempat, pembelajaran Foto dan Video Editing hasilnya Peserta dapat memahami tentang bagaimana melakukan foto dan video editing untuk produk yang akan mereka jual.

Pada tahapan ini menggunakan aplikasi canva. Canva adalah sebuah situs sekaligus aplikasi yang menyediakan tools untuk membuat desain grafis dan publikasi online. Diluncurkan pada tahun 2013, Canva kini menjadi salah satu aplikasi yang digemari karena terbilang mudah digunakan, bahkan untuk pemula [8].



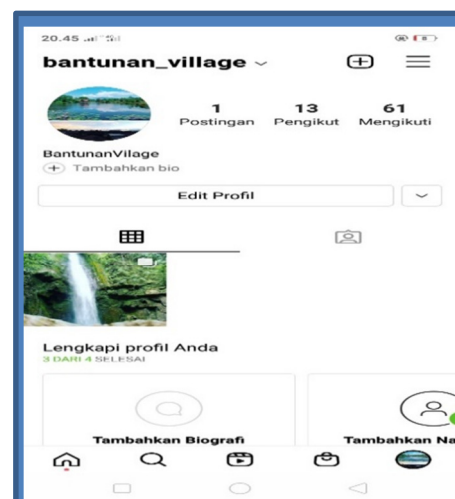
Gambar 2. Aplikasi Canva

Kelima, pemebelajaran pembuatan *Copywriting & Thumbnail* hasilnya peserta dapat memahami dengan baik bagaimana pembuatan *Copywriting & Thumbnail* yang baik dan menarik untuk menarik perhatian konsumen.

Keenam, penyerahan *Marketing Channel* hasilnya Peserta mampu menjalankan marketing channel yang telah dibuatkan dengan bimbingan narasumber.



Gambar 2. Hasil Marketing Channel Facebook Channel Instagram



Gambar 3. Hasil Marketing Channel Instagram

Ketujuh, penutup dimana hasilnya seluruh peserta meningkat pemahamannya dan mampu membuat conten creator.

### **SIMPULAN**

Dari pelaksanaan pengabdian masyarakat di Balai Desa Bantunan Kabupaten Lahat dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Meningkatkan kemampuan atau skill masyarakat Bantunan dalam bidang multimedia.
2. Peserta workshop dapat membuat *content creator*.
3. Peserta dapat memanfaatkan *Marketing Channel* yang telah dibuatkan untuk memasarkan produk mereka.

### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Teknologi Pagaralam atas motivasi dan dukungannya baik secara moril maupun materiil.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] R. N. Putri, 2020. "*Indonesia Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19*," Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, Vol. 2, p. 5.
- [2] I. Dwina, 2021. "*Melemahnya Ekonomi Indonesia pada Sektor Akibat Dampak dari Pandemi COVID-19*," Jurnal Universitas Lambung Mangkurat, p. 5.
- [3] F. I. L. S. d. Diovanni Abdillah, 2021. "*Melemahnya Ekonomi pada Sektor Pariwisata: Dampak dari Pandemi Covid-19 di Desa Kuala Indah*," *Cermin : Jurnal Penelitian*, Vol. 5, No. 2, p. 10.
- [4] D. Yanti, 2021. "*814 Jurnal Darma Agung volume XXVII, Nomor 1, April 2019: 814-821 Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata di Toba Samosir*," Jurnal Darma Agung, Vol. 27, No. 1, p. 8.
- [5] I. Heliany, 2019, "*Wonderful Digital Tourism Indonesia dan Peran Revolusi Industri Dalam*," Destinesia Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata, Vol. 1, No. 1, p. 15.
- [6] N. W. S. Dewi Sri Woelandari, 2019. "*Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran Berbasis Digital Dengan Menggunakan Media Sosial Facebook dan Instagram Bagi Industri Rumahan di RT 005/Rw 001, Kel. Marga Mulya, Kec. Bekasi Utara, Kota Bekasi*," In Seminar Nasional informatika (SANTIKA), Jawa Timur.



- [7] Y. Tony Wibowo, 2021, "*Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial Tik-Tok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam,*" in *Conference on Business, Social Sciences and Technology*, Batam.
- [8] H. Fellayati, 2021, "*blog.rumahweb.com,*" *Apa itu Canva? Pengertian dan Cara Menggunakannya,* 31 October 2021. [Online]. Available: <https://blog.rumahweb.com/canva-adalah/>. [Accessed 31 March 2022].