

IBM KONTEN PROMOSI WISATA OKURA DIMEDIA SOSIAL

Roki Hardianto¹, Wirdahchoiriah², Fana Wiza³ Eddissyah Putra Pane⁴

¹²³Fakultas Ilmu Komputer Universitas Lancang Kuning, Pekanbaru, Indonesia

Email (roki@unilak.ac.id¹, wirdah@unilak.ac.id², fana@unilak.ac.id³, pane@unilak.ac.id⁴)

Abstrak: Pengabdian dilaksanakan di kelurahan Okura, Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru. Pengabdian berfokus melakukan pelatihan membuat konten promosi wisata yang dapat digunakan sebagai media promosi di sosial media. Karena Okura merupakan kelurahan destinasi wisata yang dekat dengan kota Pekanbaru. Saat ini Okura memiliki beberapa destinasi wisata diantaranya taman bunga impian okura, wisata dakwah okura, susur sungai ukai, taman buah, dan destinasi wisata lainnya. Sejak pandemi covid-19, pelaku wisata okura merasa wisata tidak bergerak sehingga memerlukan penyegaran dalam pelaksanaan wisata di era new normal. Pelaku wisata di okura belum memiliki kemampuan IT dalam melakukan promosi secara online khususnya sosial media. Selama ini tenaga IT biasanya dari pihak ketiga, memang beberapa objek wisata sudah memiliki tenaga IT sendiri, tetapi pengakuan pelaku wisata mereka memerlukan penyegaran lagi. Kedepannya Okura akan dijadikan desa binaan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Lancang Kuning, hal ini sebagai tindak lanjut dari kegiatan ini. Luaran dari kegiatan ini adalah konten promosi yang dipublish di sosial media official okura, jurnal pengabdian yang dipublikasi secara nasional, berita kegiatan pengabdian yang dipublikasi pada portal media online nasional.

Kata Kunci: Wisata; Konten Promosi; Okura; Desa Wisata; Fasilkom; Unilak

Abstract: *The service was carried out in the Okura village, Rumbai district, Pekanbaru city. The service focuses on training to create tourism promotional content that can be used as a promotional medium on social media. Because Okura is a tourist destination village close to the city of Pekanbaru. Currently, Okura has several tourist destinations including Okura Dream Flower Garden, Okura Da'wah Tour, Ukai River Walk, Fruit Garden, and other tourist destinations. Since the Covid-19 pandemic, Okura tourism actors feel that tourism is not moving, so they need a refresher in the implementation of tourism in the new normal era. Tourist actors in Okura do not yet have IT skills in conducting online promotions, especially social media. So far, IT staff are usually from third parties, indeed some tourist objects already have their own IT staff, but the recognition of tourism actors needs to be refreshed. In the future, Okura will become a foster village of the Faculty of Computer Science, Lancang Kuning University, this is a follow-up to this activity. The output of this activity is promotional content published on official okura social media, service journals published nationally, news on service activities published on national online media portals.*

Keywords: *Tour; Promotional Content; Okura; Tourism Village; Fasilkom; Unilak*

1. Pendahuluan

Mitra adalah desa wisata Okura yang beralamat di Kelurahan Okura, Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Okura merupakan kelurahan yang berada di kota Pekanbaru yang mempunyai wisata yang menjanjikan jika dilakukan pengelolaan yang baik.



Gambar. Destinasi Wisata Okura

Kelurahan Okura berada di pinggiran yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan, Riau, memiliki kawasan agrowisata dengan aneka tumbuhan produktif. Selain itu, di Kelurahan Okura juga terdapat aliran Sungai Siak yang dapat dijadikan sebagai obyek memancing bagi pelancong atau warga pada akhir pekan. Pihak Pemkot Pekanbaru telah melakukan penataan di Okura seperti jalan masuk, areal perkampungan penduduk dan jembatan yang menghubungkan Okura dengan Kabupaten Siak.

Perkembangan IT dan sosial media dimasyarakat sangat pesat sehingga informasi pariwisata dan lain-lain sudah tersaji sosial media. Sebagai daerah wisata okura harus bisa menyajikan berita dan informasi pariwisata disosial media. Di Okura pengelolaan wisata masih belum tertata dengan baik. Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru telah menempatkan pendamping wisata yang dapat membantu dalam tata kelola wisata tetapi masih terkendala pada pengetahuan bidang IT yang membantu dalam promosi. Penyajian konten promosi menjadi fokus utama.

Okura sebagai destinasi wisata masih minim pengelolaan dalam hal promosi wisata baik secara langsung maupun melalui sosial media. Sejak pandemi semua destinasi wisata tutup termasuk desa wisata Okura, tetapi sejak level PPKM secara nasional maupun lokal Kota Pekanbaru sudah berada pada level 2 maka pemerintah secara bertahap mengizinkan pembukaan wisata dengan penerapan protokol kesehatan.

Melihat dari permasalahan mitra diatas maka tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ilmu Komputer Universitas Lancang Kuning menawarkan solusi adalah memberikan pendampingan pelatihan membuat konten kreatif untuk kebutuhan promosi wisata.

2. Metode

Metode pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan secara luring / langsung kepada Kelompok Sadar Wisata (PokDarWis) Desa Wisata Okura dibawah Pimpingan Kampung Wisata Okura Slamet Amir Hamzah.

Kegiatan dilakukan menggunakan alat bantu <https://www.canva.com/>, narasumber akan mendampingi pelatihan membuat konten promosi yang dapat menunjang promosi wisata melalui sosial media. Selain itu akan diberikan pelatihan pengelolaan website yang dibangun dari blog <https://wordpress.com/>.

Kemudian pada saat pelatihan dan pendampingan berlangsung, disebarakan kuisisioner yang dibuat dari google form untuk membantu melihat grafik kondisi materi dapat dipahami oleh peserta. Kuisisioner disebarakan diawal dan diakhir dari kegiatan. Kemudian juga peserta juga diminta mengisi kuisisioner tingkat kepuasan pelaksanaan kegiatan sebagai bahan laporan dari tim Pengabdian Kepada Masyarakat kepada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Lancang Kuning.

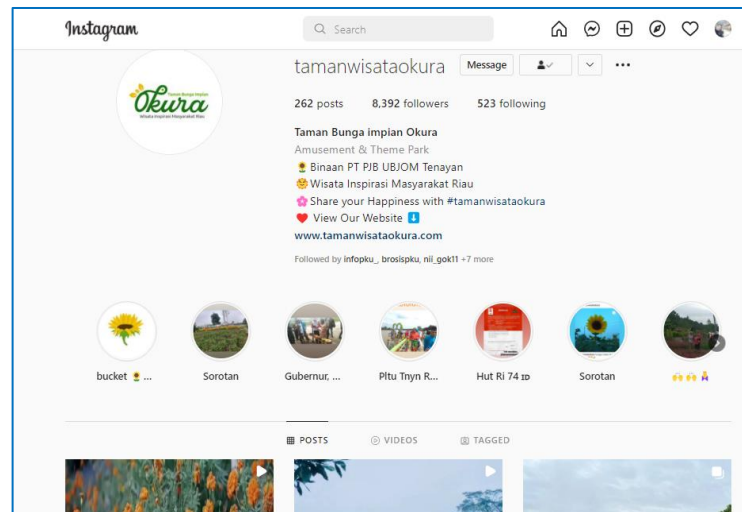
3. **Hasil dan Pembahasan** (Tahoma, 11 pt, Bold)

Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan di Aula Kelurahan Tebing Tinggi Okura, Kecamatan Rumbai Timur, Kota Pekanbaru pada 12 Januari 2022. Peserta dari kegiatan adalah anggota Kampung Wisata Tebing Tinggi Okura yang terdiri dari beberapa Pokdarwis diantaranya dari Pokdarwis Taman Bunga Impian Okura, Pokdarwis Wisata Dakwa Okura, Pokdarwis Homestay, Pokdarwis Susur Sungai Ukai, Pokdarwis Kerajinan Tangan, Pokdarwis Kerajinan Rumbio, Pokdarwis Kuliner, dan Pokdarwis Lidi Sawit sebanyak 15 peserta.

Okura dikenal sebagai kelurahan wisata yang ditunjuk langsung oleh Walikota Pekanbaru, karena daerah ini terkenal dengan keasrian dan hutan masih terjaga serta banyak spot-spot menarik.

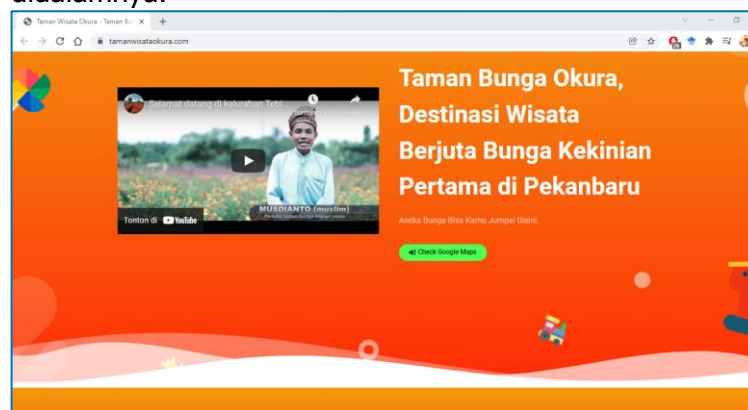
Namun keadaan ini berbeda sejak Pandemi Covid-19 merebak Indonesia dan pemerintah memberlakukan pembatasan mobilitas masyarakat termasuk menutup tempat-tempat wisata yang berpotensi dalam penyebaran Covid-19. Bulan September 2021 curva Covid-19 melandai dan pelanggaran pembatasan masyarakat melonggar dan ekonomi mulai bangkit termasuk dari pariwisata, namun berbeda dengan pariwisata di Okura. Diperlukan perbaikan dan penyegaran dalam hal promosi kepada wisatawan.

Kegiatan ini mengangkat topik kegiatan "Ibm Konten Promosi Wisata Okura Dimedia Sosial". Alasan topik ini diangkat karena wisata di Okura belum memiliki pasar yang bagus dalam promosi di sosial media. Padahal sejak Pandemi Covid-19 sosial media / daring menjadi solusi dalam promosi wisata. Sosial media yang dimaksud adalah Instagram, Facebook, WhatsApp, dan Youtube serta sosial media lainnya. Di Okura sendiri wisatanya dikelola oleh masing-masing Pokdarwis, ini tentu akan menjadi masalah baru karena masing-masing Pokdarwis harus mempromosikan wisata sendiri dan memiliki sumber daya manusia yang cakap dibidang IT. Pengakuan dari pelaku wisata Okura, masing-masing Pokdarwis tidak memiliki tim IT yang cakap, walaupun ada hanya beberapa Pokdarwis. Pokdarwis yang sudah bagus dalam pengelolaan konten promosi di sosial media adalah Taman Bunga Impian Okura.



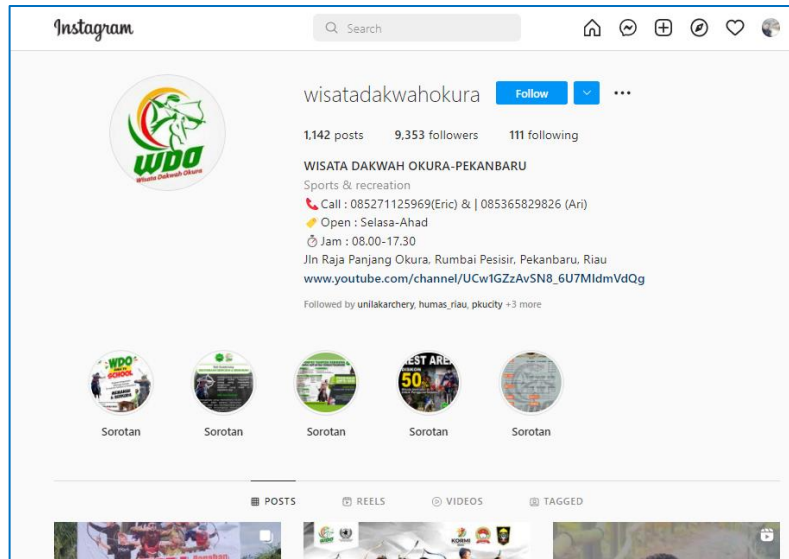
Gambar 1. Sosial Media Pokdarwis Taman Bunga

Selain Instagram, Taman Bunga Impian Okura juga memiliki website dengan berbagai konten promosi didalamnya.



Gambar 2. Website Taman Bunga Impian Okura

Pengakuan dari Muslim, selaku ketua Pokdarwis Taman Bunga Impian Okura bahwasanya promosi ini mereka ambil dari konten-konten pengunjung yang datang atau media massa yang meliput langsung ke Okura. Beberapa konten dibuat atas bantuan teman tetapi bukan pelaku wisata, kami pelaku wisata tidak memiliki pengalaman yang cakap di bidang IT. Sedangkan pada Pokdarwis Wisata Dakwah Okura (WDO) pariwisata cukup berkembang karena konten sosial media sudah cukup bagus seperti dibawah ini



Gambar 3. Instagram Wisata Dakwah Okura (WDO)

Pada awal kegiatan disebar kuisioner yang bertujuan untuk melihat wawasan peserta perihal topik kegiatan dengan pertanyaan berikut :

1. Apakah sudah pernah mendapatkan pelatihan dengan topik sama dengan kegiatan ini
2. Apakah lulusan IT
3. Apakah fasih dan biasa dalam membuat konten promosi
4. Apakah Pokdarwis menggunakan sosial media dalam promosi

Dari pertanyaan diatas maka didapatkan data jawaban seperti grafik dibawah ini :



Gambar 4. Grafik Kuisioner 1



Gambar 5. Grafik Kuisioner 2



Gambar 6. Grafik Kuisiner 3



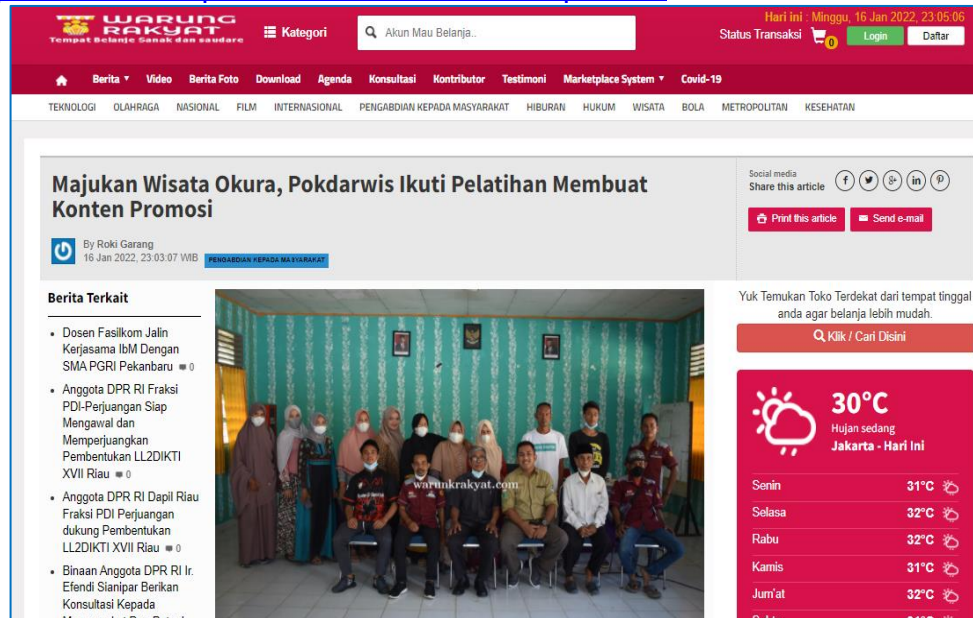
Gambar 7. Grafik Kuisiner 4

Foto kegiatan adalah bukti bahwa pelaksanaan kegiatan sudah dilaksanakan langsung kepada mitra baik secara daring maupun secara luring/langsung dengan mitra. Berikut ini adalah foto kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Aula Kantor Lurah Tebing Tinggi Okura



Gambar 8. Foto Kegiatan

Berita diterbitkan pada media online <https://warunkrakyat.com/> yang dapat diakses oleh secara publik. Karena luaran berupa berita ini harus bisa menjadi informasi yang dapat bermanfaat oleh banyak orang. Link berita <https://warunkrakyat.com/majukan-wisata-okura-pokdarwis-ikuti-pelatihan-membuat-konten-promosi>.



Gambar 9. Berita Kegiatan Dipublikasi Dimedia Massa

4. Kesimpulan

Dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan di Kelurahan Okura dengan sasaran adalah Pokdarwis Kampung Wisata Okura, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Peserta dapat memahami penggunaan media sosial dalam ajang promosi pariwisata
2. Peserta mampu membuat konten wisata berupa foto dan video sebagai sarana promosi di sosial media
3. Peserta mengaku mendapat ilmu baru tentang promosi di bidang IT

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada LPPM Universitas Lancang Kuning telah mensupport kegiatan ini, serta juga terimakasih kepada Kelurahan Tebing Tinggi Okura Kecamatan Rumbai Timur dan Ketua Kampung Wisata Okura dan Pokdarwis di Kelurahan Okura telah mensukseskan acara semoga menjadi amal ibadah Bersama. Serta terimakasih kepada tim pengabdian yang selalu membantu dalam menyelesaikan kegiatan hingga laporan akhir. Terimakasih kepada Allah SWT yang selalu menjaga tim pengabdian dari wabah Covid-19. Salam sehat.

Daftar Pustaka

Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88-92.

Anak Agung Gde Raka Dalem. (2021). Potential Of Butterflies As Ecotourist Attraction In Jatiluwih Area, Bali. *Journal Of Tourism Destination And Attraction*, 9(1), 6.

Amaliya Toha, R. (2021). Peran Desainer Grafis dalam Pembuatan Konten Instagram sebagai Promosi Kakakelas. com di PT Digital Intelektual Muda.

Anita Andriantini Mulia, H. K. (1967). Analisis Pemetaan Potensi Situs Bekas Keraton Mataram Kartasura Untuk Pengembangan Wisata Heritage Di Kabupaten Sukoharjo (Mapping Analysis Of The Potential Former Mataram Kartasura Palace For Development Of Heritage Tourism In Sukoharjo Regency). *Journal Of Tourism Destination And Attraction*, 8(2), 5–24.

Ardan Dimas Prawira, F. (2021). Peran Desainer Grafis dalam Pembuatan Konten Visual Terkait Promosi Kampus di Universitas Pertahanan RI.

Auliya, A. (2020). Kunci Sukses Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Jawa Barat. *Journal Of Tourism Destination And Attraction*, 8(2), 12–26.

Latianingsih, N., Mariam, I., & Susyanti, D. W. (2020). Creative And Innovative Community-Based Tourism Management In Tegal Waru, Bogor. *International Journal Of Applied Sciences In Tourism And Events*, 4(2), 109–114. <https://doi.org/10.31940/Ijaste.V4i2.2010>

Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Daud, I., & Siregar, M. I. (2021). Peningkatan Daya Saing UMKM di Era New Normal Melalui Strategi Pembuatan Konten Promosi Digital. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*, 5(2).

Rully Khairul Anwar, M. A. (2020). Strategi Kampanye “Kang Pisman” Pada Media Luar Ruang Di Wilayah Rekreasi Kota Bandung. *Journal Of Tourism Destination And Attraction*, 8(2), 99–105.

Valeriani, D., Wardhani, R. S., Dalimunthe, D. Y., Hartini, F., & Reeve, D. (2020). Infrastructure Readiness To Support Sustainable Tourism Destinations In Bangka Belitung Islands. *International Journal Of Applied Sciences In Tourism And Events*, 4(1), 12. <https://doi.org/10.31940/Ijaste.V4i1.1908>