



Pembuatan Content Media Sosial Instagram Menggunakan Canva Untuk Promosi Objek Wisata Kampung Gelam Palembang

Training on Creating Instagram Social Media Content Using Canva for the Promotion of Kampung Gelam Tourism Objects

Della Oktaviany^{1*}, Arif Prambayun², Yunita Fauzia Achmad³, Ica Admirani⁴

^{1,2,3,4} Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang

*della.oktaviany@polsri.ac.id

Article History:

Received: 22 April 2023

Revised: 27 Mei 2023

Accepted: 30 Juni 2023

Keywords: Kampung Gelam, Tourism Objects, Promotion

Abstract: Kampung Gelam Palembang tourist attraction, which is located in the Pulo Kerto area, Gandus Village, Palembang, is a camping ground area which has a herbal plantation covering an area of eight hectares. This community service is motivated by the occurrence of a tourism promotion business phenomenon which is carried out through social media. This phenomenon shows the realization of tourism promotion activities through social media with the aim of researchers being able to find out tourism promotion strategies through social media. This community service uses the Palembang Gelam Village tourist attraction as a place of community service. Collecting data on community service is obtained through interviews, observation, documentation with the management. The use of social media as a promotional medium can develop, raise the name of Kampung Gelam Palembang, and be able to compete with other tourist attractions in the city of Palembang and South Sumatra.

Abstrak. Objek wisata kampung gelam Palembang yang berlokasi di Kawasan Pulo Kerto Kelurahan Gandus Palembang merupakan area *camping ground* yang memiliki perkebunan herbal seluas delapan hektar. Pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi terjadinya sebuah fenomena bisnis promosi pariwisata yang dilakukan melalui media sosia. Fenomena tersebut menunjukkan realisasi kegiatan promosi pariwisata melalui media sosial dengan tujuan peneliti dapat mengetahui strategi promosi pariwisata melalui media sosial. Pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan objek wisata kampung gelam Palembang sebagai tempat pengabdian kepada masyarakat ini. Pengumpulan data pada pengabdian kepada masyarakat ini di peroleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi dengan pihak pengelola. Dari pemanfaatan media sosial sebagai media promosi tersebut diharapkan dapat mengembangkan, mengangkat nama kampung gelam palembang, serta mampu bersaing dengan objek wisata lain di wilayah kota Palembang dan Sumatera Selatan.

Kata Kunci: Kampung Gelam, Objek Wisata, Promosi

PENDAHULUAN

Promosi adalah salah satu bagian dari *marketing mix* yang besar peranannya. Promosi merupakan suatu kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk

217

mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Menurut (Rangkuti, 2009) Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Bagian yang terpenting dari instrumen pemasaran adalah pesan yang dikomunikasikan kepada calon pembeli melalui berbagaiunsur yang terdapat dalam program promosi. Program promosi dalam pemasaran disebut komunikasi pemasaran. (Soemanagara, 2008) menyebutkan, komunikasi pemasaran bertujuan untuk mencapai tiga tahap perubahan yang ditujukan kepada konsumen, antara lain perubahan knowledge (pengetahuan), perubahan sikap, dan perubahan perilaku.

Promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik merek tentang berbagai fitur. Keberhasilan dari suatu perusahaan sendiri tidak lepas dari peranpromosi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan tersebut. Menurut (Jamieson & Fill, 2011) terdapat 5 (lima) elemen bauran promosi, yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), humas danpublisitas (*publicity and public relations*), dan penjualan langsung (*direct selling*). Kelima bauran promosi tersebut kini mulai digunakan dalam berbagai macam cara untuk membangun hubungan dengan konsumen.

Dalam perkembangannya periklanan (*advertising*) beberapa tahun ini mengalami pekembangan yang sangat pesat, dengan adanya internet telah merubah cara interaksi dalam komunikasi pemasaran dari *face to face (konvensional)* menjadi *screen to face (internet marketing)*. Hal ini disebabkan karena adanya peningkatan pengguna internet di masyarakat. Menurut laporan Tetra Pak Index 2017 yang belum lama diluncurkan, mencatatkan ada sekitar 132 juta pengguna internet di Indonesia. Sementara hampir setengahnya adalah pengguna media sosial, atau berkisar di angka 40%. Angka ini meningkat lumayan dibanding tahun lalu, di 2016 kenaikan pengguna internet di Indonesia berkisar 51% atau sekitar 45 juta pengguna, diikuti dengan pertumbuhan sebesar 34% pengguna aktif media sosial. Tercatat ada lebih dari 106 juta orang Indonesia menggunakan media sosial tiap bulannya (Yudhianto, 2017).

Objek Wisata Kampung Gelam yang berlokasi di Kawasan Pulo Kerto Kelurahan Gandung Palembang merupakan area camping ground yang memiliki perkebunan herbal seluas delapan hektar. Sejak resmi beroperasi tahun 2014 lalu, kampung yang berjarak sekitar 45 menit dari pusat kota ini menjadi favorit bagi kaum milenial Palembang untuk sekedar bersantai menghabiskan waktu dari hiruk pikuk perkotaan. Kegiatan memperkenalkan atau

menginformasikan pariwisata di objek wisata Kampung Gelam Palembang juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan mediasosial. Hal ini mendorong munculnya promosi pariwisata melalui berbagai macam media sosial di antaranya adalah Instagram. Dengan adanya fenomena tersebut, membuka peluang besar bagi siapa saja dalam menggunakan Instagram untuk sarana berkomunikasi dan juga bisa digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan potensi pariwisata.

Tujuan dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pengetahuan tentang strategi promosi pariwisata melalui media sosial Instagram dan memberikan sarana promosi pariwisata melalui media sosial Instagram di Objek Wisata Kampung Gelam Palembang. Sedangkan manfaat yang didapat dari pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah bagi peserta bisa memperoleh tambahan pengetahuan tentang strategi promosi objek pariwisata melalui media sosial Instagram dengan menggunakan aplikasi canva.

METODE

Subyek pengabdian merupakan pihak pengelola wisata Kampung Gelam Palembang yang berlokasi di Kecamatan Gandus, Kota Palembang. Beberapa persiapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi:

- 1) Melakukan diskusi dengan tim pelaksana tentang kegiatan pengabdian Masyarakat yang akan dilakukan serta materi yang akan disampaikan serta menetapkan jadwal kegiatan.
- 2) Pengajuan permohonan izin pada Ketua Jurusan Teknik Komputer dan Kepala LP3M Politeknik Negeri Sriwijaya tentang kegiatan pengabdian pada masyarakat yang akan dilakukan.
- 3) Ketua Jurusan Teknik Komputer dan Kepala LP3M Politeknik Negeri Sriwijaya menyetujui kegiatan tersebut dengan membuat surat tugas pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat.
- 4) Membuat Proposal kegiatan.
- 5) Mengajukan proposal pada LP3M Politeknik Negeri Sriwijaya untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat.
- 6) Persiapan materi yang disampaikan

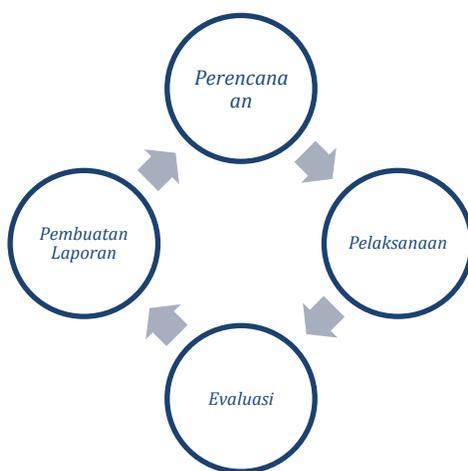
Materi yang dipilih untuk disajikan adalah:

- a. Pemanfaatan Promosi Media Sosial

219

- b. Langkah-langkah pembuatan konten media sosial
- 7) Persiapan perlengkapan untuk presentasi
Komponen komputer beserta perlengkapan lain untuk digunakan dalam Pelaksanaan Kegiatan.
- 8) Pembuatan Laporan Kegiatan

Langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai solusi dalam mengatasi permasalahan mitra antara lain dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Langkah pelaksanaan kegiatan pengabdian

Penjelasan dari masing-masing langkah adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan mengenai kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tahapan ini tim pengabdian kepada masyarakat merumuskan latar belakang dari pengabdian kepada masyarakat, tujuan dan target yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.
2. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tahapan ini tim pengabdian kepada masyarakat melaksanakan kegiatan sesuai dengan waktu dan target yang telah disepakati oleh pihak mitra dan tim PKM.
3. Pada tahap akhir dilakukan evaluasi dan pembuatan laporan kegiatan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

HASIL

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini memberikan hasil sebagai berikut :

- 1) Kegiatan terlaksana sesuai dengan tujuan dan rencana.
- 2) Kegiatan ini mendapat sambutan yang baik dari pihak pengelola wisata Kampung Gelam Kecamatan Gandus kota Palembang, Sumatera Selatan
- 3) Kegiatan ini dapat meningkatkan kompetensi Dosen Pelaksana dan pihak Pengelola tempat wisata kampung gelam dalam mengelola sosial media sebagai mediainformasi untuk memperkenalkan tempat wisata kampung gelam kepada masyarakat secara luas.

DISKUSI

Dengan tingginya penggunaan media sosial di Indonesia menjadi media baru untuk memasarkan produk atau jasanya. Iklan yang dulunya hanya kita lihat di media konvensional seperti televisi, radio, surat kabar atau majalah sekarang telah menyebarke dunia media sosial. Berbeda dengan iklan konvensional yang hanya bersifat searah, media sosial memungkinkan pengguna untuk memberikan umpan balik kepada pemasar seperti bertanya, memberikan komentar, dan saran. Media Sosial menjadi suatu forum interaksi antara pengguna dan penjual didalam media sosial terdapat banyak kegiatan sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan lainlain.

Awal mula kemunculan media sosial ini bermula dengan adanya situs Friendster, media sosial ini merupakan situs pertemanan virtual kala itu yang dapat menghubungkan komunikasi antar orang dengan jarak jauh. Namun, pergeseran pemasaran via online baru dirasakan saat munculnya Facebook yang menggeserkepopuleran Friendster. Menurut Wiguna dalam (Judhita, 2012) Negara Indonesia tercatat dalam sepuluh besar negara pemakai situs Facebook terbanyak ketika situs ini mulai dibuka untuk umum sejak tahun 2006. Namun dengan bertambahnya teknologi internet media sosial Facebook pun mulai bergeser kepopularitasannya dengan adanya media sosial Twitter yang memiliki fitur hampir sama dengan Facebook. Tidak hanya dengan Twitter baru-baru ini yang sedang marak adalah munculnya media sosial Instagram sebagai salah satu media sosial yang memiliki kegunaan visual seperti mengunggah foto dan video.

Selain itu, Instagram juga dapat diartikan sebagai aplikasi jejaring sosial untuk berbagi foto, menerapkan filter digital, *geotagging*, *geolocation*, dan membaginya ke berbagai layanan jaringan sosial lainnya. Fitur lainnya dari Instagram adalah adalah fitur “Follow” yang

221

memungkinnya pengguna untuk mengikuti pengguna lainnya sehingga unggahan dari pengguna lain tersebut akan muncul di lama yang ia miliki. Selanjutnya dalam setiap unggahan foto atau video di akun Instagram dapat disertai dengan penjelasan atau informasi tentang foto atau video yang di unggah yang didalam Instagram disebut dengan “*Caption*”. Kemudian dilengkapi dengan “*Hahstag*” yang khas dengan akun tersebut. “*Hahstag*” merupakan sebuah fitur Instagram yang digunakan untuk memudahkan pengguna Instagram mencari gambar yang diinginkan pada kolom search. Like dalam Instagram yang berbentuk hati merupakan fitur yang digunakan oleh pengguna Instagram jika mereka menyukai unggahan foto atau video tertentu (Rouse, 2017).

Semua fasilitas yang ditawarkan oleh Instagram memiliki potensi untuk mendukung dan memajukan berbagai sektor industri tidak terkecuali industri pariwisata. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh (Rukmiyati & Suastini, 2016) media sosial banyak digunakan dalam mencari dan menggali berbagai informasi tentang tempat-tempat pariwisata dan dengan adanya media sosial pun pengguna mediasosial cenderung membagikan informasi dan pengalaman mereka setelah melakukan perjalanan wisata mereka. Sehingga dengan adanya media sosial Instagram membantu memberikan kemudahan dalam mengakses informasi dan komunikasi.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana dengan baik sesuai dengan tujuan dan rencana. Pihak pengelola wisata Kampung Gelam Kecamatan Gandus, Kota Palembang menyambut baik dan sangat antusias dalam kegiatan ini. Ilmu yang diperoleh selama kegiatan pengabdian menjadi titik awal dalam menggiatkan promosi lokasi wisata melalui media sosial. Pihak penggelola akan terus mengaktifkan penggunaan media sosial secara berkala agar lokasi wisata semakin dikenal oleh masyarakat dan meningkatkan potensi wisata yang ada di lingkungan sekitar.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam kegiatan pengabdian ini, antara lain:

1. Bapak Azwardi, S.T., M.T, selaku Ketua Jurusan Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya.

2. Pihak pengelola objek wisata Kampung Gelam Palembang.

DAFTAR REFERENSI

Rangkuti, F., 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus - Integrated Marketing Communications. Jakarta: Gramedia Pustaka utama

Soemanagara, R., 2008. Strategic Marketing Communication : Konsep Strategis dan Terapan. Bandung: Alfabeta

Jamieson & Fill, 2011. Marketing Communications. Heriot - Watt University: Edinburgh Business School.

Yudhianto, 2017. 132 Juta Pengguna Internet Indonesia, 40% Penggila Medsos. [Online] Available at: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-penggunainternet-indonesia-40-penggila-medsos> [diakses Senin 28 Maret 2022 : 12:09]

Judhita, C., 2012. Hubungan Pengguna Situs Jejaring sosial Facebook Terhadap Perilaku Remaja Makasar. Jurnal Penelitian IPTEK-KOM

Rouse, M., 2017. Instagram. [Online] Available at: <https://searchcio.techtarget.com/definition/Instagram> [Diakses Senin 28 Maret 2022: 12:09].