

## MEMAHAMI KAPASITAS PENGELOLA WISATA DALAM MENGGUNAKAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT

Diana Amaliasari<sup>1</sup>, Tiara Puspanidra<sup>2</sup>, Mariana Rista Ananda Siregar<sup>3</sup>\*)

<sup>1,2,3</sup> Universitas Pakuan, Indonesia

\*) Surel Korespondensi: [marianasiregar@unpak.ac.id](mailto:marianasiregar@unpak.ac.id)

Kronologi Naskah: diterima 19 Oktober 2023; direvisi 1 Desember 2023; diputuskan 20 Desember 2023

### **Abstract**

Kabupaten Bogor has several priority areas for tourism development, one of which is ecotourism destinations. Desa Wisata Ciasmara is located in Kecamatan Pamijahan which is the point of the area. However, the capacity of community-based tourism management in this village is still very minimal because they cannot manage their official social media accounts as promotional media. Ciasmara Tourism Village has many tourist attractions (ODTW) and is known to the public. Tour managers need to have the ability to communicate their tourist destinations using promotional media, one of which is using digital media in tourism marketing. Activities increase the knowledge and capacity of Ciasmara Village tour managers so that they can communicate their tourist attractions. Tour managers are invited to discuss in mapping their existing conditions related to social media, followed by providing material related to features and tips and tricks to optimize Instagram social media to send promotional content for attractions on social media.

**Keywords:** Desa Wisata Ciasmara; media promosi; kapasitas pengelola wisata; pariwisata berbasis masyarakat.

### **Abstrak**

Kabupaten Bogor memiliki beberapa wilayah prioritas pengembangan pariwisata, salah satunya destinasi ekowisata. Desa Ciasmara adalah satu Desa Wisata yang berada di Kecamatan Pamijahan yang merupakan titik wilayah tersebut. Namun demikian, kapasitas pengelolaan wisata berbasis masyarakat di di desa ini masih sangat minim karena mereka belum memiliki kemampuan untuk mengelola akun resmi media sosial mereka sebagai media promosi. Desa Wisata Ciasmara memiliki banyak obyek daya tarik wisata (ODTW) dan untuk dapat dikenal dan diketahui publiknya. Pengelola wisata perlu memiliki kemampuan mengkomunikasikan destinasi wisatanya menggunakan media promosi, salah satunya menggunakan media digital dalam pemasaran pariwisatanya. Kegiatan meningkatkan pengetahuan dan kemampuan kapasitas pengelola wisata Desa Ciasmara agar mereka mampu mengkomunikasikan daya tarik wisatanya. Pengelola wisata diajak berdiskusi dalam memetakan kondisi eksisting mereka terkait media sosial, dilanjutkan dengan pemberian materi terkait fitur-fitur dan tips dan trik mengoptimalkan media sosial Instagram untuk mengirimkan konten promosi objek wisata di media sosial tersebut.

**Kata Kunci:** Desa Wisata Ciasmara; media promosi; kapasitas pengelola wisata; pariwisata berbasis masyarakat.

## PENDAHULUAN

### **Analisis Situasi**

Desa wisata menjadi salah satu pariwisata alternatif dan banyak diminati kalangan wisatawan, menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif//Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Sandiaga Uno, desa wisata tengah menjadi tren pariwisata di dunia saat ini. Desa wisata memberikan pengunjung pengalaman liburan yang lebih unik dan baru (Ramadhian, 2021). Seperti

diketahui bahwa untuk dapat mengembangkan wisata desa perlu melibatkan masyarakat setempat (Dewi, 2013; Putra, 2020). Namun demikian, pada kenyataan hal tersebut tidaklah mudah untuk dilakukan [5]. Selain permasalahan partisipasi, para pengelola wisata juga masih banyak belum mampu mempromosikan sendiri obyek wisatanya. demikian, kapasitas pengelolaan wisata berbasis masyarakat di beberapa destinasi wisata menghadapi kendala mempromosikan obyek wisatanya (Fransisca, 2021). Menurut (Hamzah & Khalifah, 2009) dalam penelitiannya dikemukakan bahwa salah satu kesiapan untuk dapat mempromosikan pariwisata berbasis masyarakat adalah dengan menyiapkan kapasitas masyarakat pengelola wisata.

Desa Ciasmara adalah salah satu desa di Kecamatan Pamijahan yang juga memiliki daya tarik wisata (DTW) alam seperti, air terjun, pemandian air panas dan area perkemahan diantara hutan pinus. Wisata di desa ini masuk sebagai kategori pariwisata berbasis masyarakat (community based tourism/CBT) karena diinisiasi dan dikelola masyarakat. Konsep pariwisata berbasis masyarakat diyakini oleh pemerintahan maupun akademisi dapat diyakini akan berkontribusi pada pembangunan ekonomi masyarakat lokal dan sekitar desa tersebut sehingga bisa memberikan dampak pada keberlangsungan kehidupan masyarakat. Hal tersebut tentunya akan dapat dicapai jika didukung dengan adanya peran aktif masyarakat dan pengelolaan pariwisata yang tepat, termasuk di Desa Ciasmara. Namun pengelola wisata di Desa Ciasmara masih memiliki kendala seperti belum ada media khusus promosi wisata yang dibuat oleh pengelola sektor maupun Bumdes sebagai media komunikasi pemasaran objek wisata Ciasmara (Siregar et al., 2023).

Untuk dapat mencapai pembangunan ekonomi yang maksimal berkaitan dengan tingkat kunjungan wisatawan ke DTW, salah satunya melalui kegiatan promosi. Hal ini juga menjadi perhatian penting bagi masyarakat pengelola wisata di Ciasmara untuk mengkomunikasikan informasi destinasi wisatanya. Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Ciasmara yaitu Bumdes Cahaya Asmara yang memiliki peran penting dalam mengelola pariwisata di desa Ciasmara. Bersamaan dengan pengembangan potensi wisata desa juga harus diikuti dengan pengembangan komunikasi pemasaran pariwisata guna mengkomunikasikan informasi-informasi destinasi wisata apa saja yang bisa dinikmati wisatawan dan promosi-promosi wisata yang ditawarkan. Menurut (Kotler & Armstrong, 2016) pemasaran daring merupakan salah satu pertimbangan kuat banyak pebisnis pemula agar bisa menghemat anggaran promosi kepada pelanggan dan calon pelanggannya. Artinya seharusnya promosi melalui media dalam jaringan (daring), media sosial salah satunya bisa menjadi media promosi yang efisien bagi mereka agar dapat menjangkau pasar yang luas, karena pemasaran daring biasanya didukung dengan keberadaan website atau media sosial (facebook, instagram, WA, dan lain-lain) (Nurdelila, 2021).

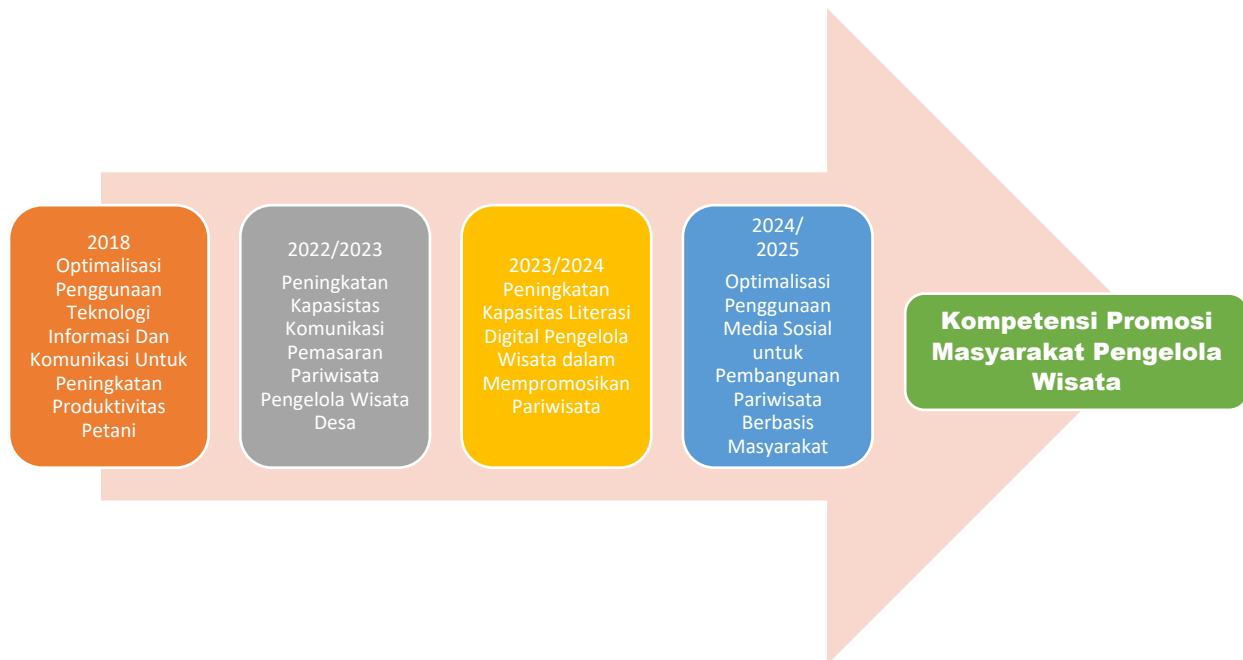
### **Permasalahan Mitra**

Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Ciasmara yang bernama Bumdes Cahaya Asmara mengelola beberapa bidang diantaranya pariwisata, pasar desa, keperluan air bersih, pertanian dan perdagangan. Dalam bidang pariwisata, Desa Wisata Ciasmara memiliki permasalahan utama yaitu lemahnya promosi dan belum optimalnya penggunaan media pemasaran digital yang dimiliki. Masih minimnya informasi destinasi pariwisata yang dipublikasikan pada media sosial seperti Instagram, Facebook, website dan belum optimalnya penggunaan katalog digital. Penggunaan media sosial yang baru saja dimulai sejak akhir tahun 2021 dan masih minimnya publikasi pada tampilan instagram yaitu hanya berjumlah 13 foto dan facebook juga hanya berjumlah 13 foto. Selain itu hampir keseluruhan publikasi merupakan hasil kiriman ulang dari akun lain sehingga dirasa kurang mewakili komunikasi dari wisata desa Ciasmara. Hal tersebut juga memperlihatkan kurang maksimalnya penggunaan dari segi pemasaran pariwisata karena tidak memperlihatkan orisinalitas materi konten, selain itu isi pesannya (caption) belum menginformasikan secara jelas destinasi-destinasi wisata yang bisa menjadi pilihan bagi wisatawan, informasi harga dan informasi buka-tutup wisatanya. Begitu pula tampilan website yang dikelola Bumdes Cahaya Asmara masih minim informasi dan kurang menarik, pembuatan katalog digital yang menawarkan paket wisata juga dirasa kurang maksimal dalam penempatan medianya, padahal sudah dikemas menjadi paket-paket wisata dengan penawaran yang menarik, tetapi tidak semua calon wisatawan dapat melihat penawaran pariwisata yang diberikan. Minimnya pengetahuan terkait penggunaan media pemasaran pariwisata sebagai cara mengkomunikasikan kepada calon wisatawan dirasa perlu dibenahi dan penggunaan aplikasi pada masing-masing media harus dioptimalkan oleh Bumdes Cahaya Ciasmara. Oleh karena itu Pengabdian Kepada

Masyarakat dilakukan untuk meningkatkan kapasitas komunikasi pemasaran pariwisata bagi pengelola wisata, dalam hal ini Bumdes Cahaya Asmara agar lebih efektif penggunaannya. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dari berbagai pihak. Ditemukan bahwa saat ini Bumdes Cahaya Asmara telah memiliki media berbasis internet berupa instagram dan website. Namun demikian menurut ketua Bumdes ia masih kekurangan sumberdaya manusia (SDM) yang membantu dia mengelola. Ketika diwawancarai pada tanggal 16 Maret 2022 ketua bumdes mengatakan bahwa saat ini ia sedang berupaya mencari SDM yang akan membantunya selaku koordinator unit usaha pariwisata.

### Solusi Permasalahan

Sasaran yang dikejar dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah pengelola wisata dan Bumdes Cahaya Asmara yang berlokasi di Desa Ciasmara Kecamatan Pamijahan yang dibentuk pada tahun 2018. Desa Ciasmara merupakan salah satu desa di kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor dengan luas wilayah 626 hektar. Yang terbagi dari 3 dusun 11 RW dan 30 RT. Sarana yang dimiliki Desa Ciasmara yaitu tempat ibadah, sekolah, puskesmas, pasar desa, wisata desa, dan lapangan bola. Selain pertanian dalam wisata Desa Ciasmara memiliki keunggulan pada bidang wisata yaitu air terjun (*curug*), *camping ground* dan pemandian air panas. Penggunaan media digital sebagai salah satu cara untuk melakukan komunikasi pemasaran pariwisata menjadi pilihan alternatif yang efisien (secara biaya) dan efektif karena penyebarannya yang luas dan penggunaannya tinggi. Kegiatan Pengabdian Masyarakat disini diharapkan mampu mendalami kendala yang berkaitan dengan pengelolaan media, pembuatan konten yang tepat sasaran, penggunaan waktu atau penjadwalan posting pada Instagram dan Facebook. Melalui pemberian materi dan pelatihan kepada pengelola wisata Desa Ciasmara yaitu dengan memberikan materi pelatihan pembuatan akun email untuk instagram resmi pengelola wisata Desa Ciasmara, pelatihan pembuatan materi visual dan pembuatan keterangan foto di instagram sebagai media promosi DTW. Selain itu tim pengabdian juga akan melakukan banyak diskusi dan penyadaran dengan memberikan tips dan trik promosi di instagram dan atau facebook agar terlibat untuk membagikan kembali sehingga terjadinya pembicaraan dari mulut ke mulut di media sosial, dan mempelajari cara agar terjadinya keterlibatan (*engagement*). Dengan adanya kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan manfaat lebih tentang promosi pemasaran pariwisata desa Ciasmara.



Gambar 1 Roadmap kegiatan PKM

## Metode Pelaksanaan

### Metode Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Agar dapat memberikan solusi terhadap masalah yang sudah diidentifikasi dan tersebut di atas dan agar pendampingan dapat berjalan dengan lancar maka sebagai kegiatan penyuluhan kali ini akan menggunakan beberapa pendekatan atau metode, Adapun metode yang digunakan adalah:

1. **Focus Group Discussion.** Metode ini dipilih untuk menggali dari para pengelola sektor DTW dan pengelola Bumdes Cahaya Asmara terkait potensi, tantangan, dan kendala yang mereka hadapi untuk dapat memanfaatkan aplikasi media sosial. Pada kegiatan ini juga tim pengabdian akan memetakan kemampuan pengelola wisata terkait penggunaan media sosial, terutama akun instagram dan facebook. Materi yang diberikan terdiri dari, pentingnya membuat akun instagram dan facebook sebagai media promosi, pentingnya mengetahui fitur-fitur di instagram untuk digunakan ketika mempromosikan wisatanya.
2. **Latihan** Metode ini digunakan untuk memandu para pengelola sektor DTW dan perwakilan Bumdes Cahaya Asmara membuat akun email dan akun instagram. Materi lainnya yang diberikan saat latihan adalah tim pengabdian dengan para pengelola wisata bersama-sama memahami apa keunggulan DTW masing-masing pengelola sektor. Selain itu mereka dilatih juga mengenali fitur-fitur unggah foto, membuat keterangan foto (*caption*), dan membuat tanda pagar (*taggar*).

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini telah dilaksanakan dalam tiga kali pertemuan secara tatap muka di rumah tinggal Pengelola Sektor Sadari, (Aruk) dengan durasi 60 menit per pertemuan. *Pertemuan pertama* memetakan pengetahuan pengelola pariwisata berbasis masyarakat terkait pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. *Pertemuan kedua* berisi sesi latihan pembuatan email dan akun instagram resmi pengelola Desa Wisata Ciasmara. *Pertemuan ketiga* memahami pengelola Desa Wisata Ciasmara (Bumdes dan Pengelola Sektor) menggunakan media sosial sebagai media promosi. Skema pelatihan akan dijelaskan dalam Tabel 1 berikut:

**Tabel 1. Skema Kegiatan Pengabdian kepada Pengelola Desa Wisata**

	<b>Materi Pengabdian</b>	<b>Target</b>
Pertemuan 1 (1 hari 1 kali Pertemuan 60 Menit)	FGD pemetaan pengetahuan pengelola pariwisata berbasis masyarakat terkait pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai media promosi.	Pengelola wisata mengetahui dan mau menggunakan media sosial sebagai media promosi.
Pertemuan 2 (1 kali Pertemuannya 60 Menit)	Pembuatan email dan akun instagram resmi pengelola Desa Wisata Ciasmara.	Pengelola wisata (Bumdes dan Pengelola Sektor) mengetahui cara membuat akun email dan akun instagram.
Pertemuan 3 (1 Pertemuannya 60 Menit)	Pengenalan fitur-fitur unggah foto, membuat keterangan foto ( <i>caption</i> ), dan membuat tanda pagar ( <i>taggar</i> ).	Mampu mengunggah foto, membuat keterangan foto, dan menentukan tanda pagar.

Peserta dalam kegiatan ini adalah pengelola wisata di Desa Ciasmara, terkhusus pengurus Bumdes dan Pengelola Sektor Wisata, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor. Pada dasarnya kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan akan membawa dampak secara langsung, karena proses pengabdian ini fokus pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi untuk kebutuhan promosi dan publisitas melalui sosial media. Kegiatan ini idealnya harus dilakukan secara terus-menerus dan berkala. Oleh sebab itu, diperlukan evaluasi atau pengontrolan setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Bentuk penilaian akan dijelaskan dalam format berikut:

**Tabel 2. Instrumen Pengukuran Kegiatan Pengabdian Masyarakat**

No	Variabel	Indikator
1	Pengetahuan (Kognitif)	a. Pemetaan pengetahuan mengenai media sosial dan pemanfaatannya. b. Pengetahuan dan kemampuan membuat akun email dan akun instagram. c. Pemahaman tentang fitur-fitur unggah foto, membuat keterangan foto ( <i>caption</i> ), dan membuat tanda pagar ( <i>taggar</i> ).
2	Perasaan (Afeksi)	a. Sikap pengelola bumdes dan pengelola sektor terhadap pengalaman membuat akun email dan akun instagram. b. Sikap pengelola bumdes dan pengelola sektor terhadap pengalaman membuat akun email dan akun instagram.
3	Keterampilan (Konasi)	a. Kemampuan memahami fitur-fitur unggah foto, membuat keterangan foto ( <i>caption</i> ), dan membuat tanda pagar ( <i>taggar</i> ). b. Mampu membuat keterangan foto ( <i>caption</i> ), dan membuat tanda pagar ( <i>taggar</i> ).

### **Khalayak Perguruan Tinggi**

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu tugas dosen dalam pemenuhan Tri Dharma dosen dan perguruan tinggi (PT). Kegiatan pengabdian ini didukung oleh Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) dan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Pakuan (Unpak). Dukungan pihak-pihak tersebut telah memungkinkan kegiatan pengabdian ini terlaksana. FISIB sejak tahun 2016 telah bekerjasama dengan Desa Ciasmara dalam mengembangkan kapasitas berbagai aspek masyarakat disana. Di tahun 2023, program pengabdian dari tim dosen Ilmu Komunikasi FISIB Unpak melanjutkan rangkaian kegiatan pendampingan pengembangan kapasitas pengelolaan wisata berbasis masyarakat di Desa Ciasmara.

Pada tahun 2021 Bumdes Cahaya Asmara di Desa Ciasmara ini telah mendapatkan bantuan pembuatan website dan pelatihan pembuatan konten dan pengelolaan instagram. Pemerintah Desa Ciasmara bekerja sama dengan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan melalui Hibah Program Holistik Pemberdayaan dan Pembinaan Desa (PHP2D) dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan membuat Paket Wisata dan Juga Website Desa Ciasmara. Namun sampai saat ini program tersebut belum berjalan dikarenakan belum terdapat pendampingan pengelolaan website dari pihak Universitas Pakuan sampai pengelola Bumdes mampu menggunakan website tersebut tanpa pendampingan. Hal ini membuat katalog yang dikembangkan oleh Universitas Pakuan belum mampu dimanfaatkan oleh Bumdes.

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIB Universitas Pakuan mampu berkontribusi dalam memperkenalkan pentingnya pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi dengan pemanfaatan media sosial untuk peningkatan kapasitas promosi pengelola wisata dengan menggunakan media sosial di Desa Ciasmara. Untuk itu kompetensi narasumber sangat relevan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Narasumber terdiri dari tiga orang. Narasumber pertama Diana Amaliasari, adalah dosen di bidang komunikasi digital dan pemasaran yang memiliki spesifikasi dalam bidang *Digital Marketing* dan Pemasaran Sosial. Narasumber kedua adalah Mariana Rista Ananda Siregar adalah dosen di bidang komunikasi pariwisata yang memiliki spesifikasi dalam pengembangan kapasitas pengelola wisata berbasis masyarakat khususnya di pedesaan. Narasumber ketiga adalah Tiara Puspanidra adalah dosen yang memiliki kepakaran komunikasi organisasi yang mampu membantu pengelola Bumdes dan pengelola sektor membuat media promosi di Desa Wisata. Keahlian para narasumber ini dibutuhkan dalam kegiatan pengabdian ini untuk memberikan gambaran dan pengetahuan mengenai promosi terutama untuk kelompok – kelompok masyarakat di pedesaan.

Untuk dapat memberdayakan masyarakat, terkhusus pengembangan kapasitas pengelolaan organisasi wisata, maka program pendampingan desa wisata perlunya memberikan pemahamannya dan kompetensi pengelola wisata. Bentuk pendampingan pengelola wisata dan Bumdes menjadi penting agar keberadaan potensi wisata yang dikelola masyarakat dapat berkelanjutan (Ingkadijaya et al., 2020). Hal ini membuat tim pengabdian Program Studi Ilmu Komunikasi FISIB Unpak berupaya meningkatkan

pemahaman kepariwisataan, dalam mendukung peran dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan di Desa Ciasmara, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor.

**Tabel 3. Kepakaran Tim Pengusul Dalam Kegiatan PKM**

No.	Tim Pengusul	Tugas
1.	Mariana Rista Ananda Siregar	1. Menjelaskan mengenai media sosial dan pemanfaatannya. 2. Memfasilitasi dalam memetakan pengetahuan dan kemampuan membuat akun email dan akun instagram pengelola Bumdes dan pengelola sektor.
2.	Diana Amaliasari	1. Menjelaskan tentang fitur-fitur unggah foto, membuat keterangan foto ( <i>caption</i> ), dan membuat tanda pagar ( <i>taggar</i> ). 2. Menjelaskan membuat keterangan foto ( <i>caption</i> ), dan membuat tanda pagar ( <i>taggar</i> ).
3.	Tiara Puspanidra	1. Menjelaskan tentang pembuatan email. 2. Menjelaskan tentang pembuatan akun instagram @wisataciasmara_official

#### **Khalayak Sasaran.**

Khalayak sasaran kegiatan Pengembangan Kapasitas Pengelola Wisata dalam Menggunakan Instagram Sebagai Media Promosi Pariwisata Berbasis Masyarakat di Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor ini adalah pengelola Bumdes dan Pengelola Sektor obyek daya tarik wisatanya. Kegiatan pendampingan dan pelatihan ini bertempat di rumah salah satu pengelola sektor, yaitu Sektor Saderi. Adapun yang menjadi narasumber dari kegiatan penyuluhan tersebut adalah Diana Amaliasari, M.Si., (Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIB Universitas Pakuan) Mariana Rista Ananda Siregar, M.I.Kom., (Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIB Universitas Pakuan) dan Tiara Puspanidra, M.Si., (Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIB Universitas Pakuan) dan Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si (Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIB Universitas Pakuan).

### **HASIL KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

#### **Kemajuan Pelaksanaan Pengabdian**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini sudah berjalan sejak tanggal 18 September 2023 sampai dengan tanggal 1 November 2023. Kegiatan abdimas ini diawali dengan kegiatan pemetaan bersama antar narasumber dan pihak pengelola wisata (Bumdes dan Pengelola Sektor), tujuannya adalah untuk memahami konteks permasalahan yang ada di pengelola sektor wisata Desa Ciasmara. Setelah itu tim berunding untuk menentukan materi paling tepat untuk kegiatan abdimas yang akan diberikan. Abdimas ini memberikan dua materi utama yaitu, pengetahuan pentingnya media sosial untuk promosi wisata, pengenalan dan fungsi fitur di instagram, dan pelatihan pembuatan akun email dan instagram resmi pengelola wisata sebagai media promosi.

#### **Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Kegiatan PkM Pengembangan Kapasitas Pengelola Wisata dalam Menggunakan Instagram Sebagai Media Promosi Pariwisata Berbasis Masyarakat yang dilaksanakan dengan acara tatap muka dan praktik pembuatan ini berjalan dengan cukup baik, namun ada kendala sinyal saja saat mendampingi Bumdes dan Pengelola Sektor ketika membuat email dan akun instagram @wisataciasmara\_official. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbagi ke dalam tiga pertemuan.

*Pertemuan pertama* dilaksanakan pada Hari Rabu, Tanggal 18 September 2023 di rumah

Pengelola Sektor Sadari, tepatnya di Kampung Cibereum, Desa Ciasmara, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor. Kegiatan PKM ini berlangsung dari mulai pukul 09.00 sd 12.00. Pertemuan ini membahas mengenai: (1) Pemetaan Permasalahan Mendasar tentang kemampuan Bumdes dan Pengelola Sektor dalam promosi wisatanya. Peserta pada pertemuan ini berjumlah sekitar 10 orang yang terdiri perwakilan Bumdes, Pengelola Sektor Sadari, Pengelola Sektor Cipanas Karang, dan Pengelola Sektor Gleweran yang memang terlibat dalam permasalahan pembelajaran dan promosi yang dihadapi oleh pengelola wisata di Desa Ciasmara. Pertemuan ini dimulai dengan melakukan FGD untuk dapat memetakan pengetahuan mengenai penggunaan media sosial sebagai media promosi mereka, kemudian dilanjutkan dengan diskusi awal mengenai bagaimana pengelola wisata memanfaatkan sosial media selama ini dan siapa yang telah mampu mengelola postingan di akun media sosial pribadi mereka.



Gambar 2. Kegiatan Pertama FGD Pemetaan Pengetahuan dan Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata

**Pertemuan kedua** dilaksanakan pada Hari Rabu, Tanggal 22 November 2023 masih di rumah Pengelola Sektor Sadari. Kegiatan PkM ini berlangsung dari mulai pukul 09.00 sd 13.00. Pertemuan ini membahas mengenai: fitur-fitur, cara mengunggah foto, membuat keterangan foto (*caption*) di akun instagram. Peserta pada pertemuan ini masih peserta yang sama di pertemuan pertama. Pertemuan ini dimulai dengan bertanya mengenai hasil dari pertemuan yang pertama, beberapa peserta secara umum sudah menyebutkan manfaat media sosial sebagai media promosi. Pada pertemuan kedua, narasumber memfokuskan kepada pengenalan aplikasi *Instagram* untuk promosi. Sebagian besar peserta ternyata belum memiliki akun instagram, mereka baru memiliki akun Facebook dan Youtube. Menariknya pada pertemuan ini nampak bahwa akun yang mereka miliki bukan mereka yang buat, namun mereka meminta bantuan saudara atau koleganya. Hal menarik lainnya, mereka belum menggunakan akun-akun media sosial mereka untuk promosi, mereka hanya gunakan untuk video kegiatan atau hal-hal yang menarik di kehidupan pribadi para pengelola. Artinya kesadaran mereka untuk dapat mengoptimalkan media sosial sebagai media promosi belum dilakukan.

**Pertemuan Ketiga**, pertemuan ketiga dilaksanakan di waktu yang sama dengan pertemuan kedua, setelah narasumber menjelaskan mengenai fitur-fitur, cara mengunggah foto, membuat keterangan foto (*caption*) di akun instagram. Kegiatan pengabdian ini dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan akun email resmi *wisataciasmara\_official* untuk kemudian digunakan sebagai akses pembuatan akun instagram resmi pengelola wisata di Desa Ciasmara yang berafiliasi dengan Bumdes.



Gambar 3. Pelatihan pengenalan fitur-fitur dan pembuatan akun instagram @wisataciasmara\_official

### Evaluasi Hasil Kegiatan

Hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) secara garis besar akan membahas beberapa komponen seperti: (a) target jumlah peserta pengabdian kepada masyarakat; (b) ketercapaian tujuan pengabdian kepada masyarakat; (c) ketercapaian target materi yang telah direncanakan; dan (d) kemampuan peserta dalam penguasaan materi.

Target peserta pelatihan seperti direncanakan sebelumnya adalah pengelola Bumdes dan Pengelola Sektor yang merupakan pihak yang terlibat dalam pengelolaan wisata di Desa Ciasmara. Namun pada pelaksanaan pelatihan, ketua Bumdes tidak hadir karena harus mengerjakan tugas lainnya sebagai guru di salah satu sekolah di Desa Ciasmara. Namun dari pengelola Bumdes hadir perwakilan divisi pariwisata yang baru menjabat 1 bulan. Hal ini membuat diskusi pemetaan masalah dan solusi pengembangan kapasitas kurang optimal, karena perwakilan Bumdes baru bergabung dan belum dekat dengan para pengelola sektor yang sudah lebih lama berkecimpung dalam pengelolaan wisata. Artinya secara ketercapaian target pengelola Bumdes dapat berkolaborasi dengan pengelola sektor dalam mempromosikan wisata Desa Ciasmara masih belum tercapai.

Capaian positif dari kegiatan ini adalah pengelola sektor dari 3 obyek daya tarik wisata di Desa Ciasmara hadir dan aktif berdiskusi ketika memetakan pengetahuan dan kemampuan mereka selama ini terkait penggunaan media sosialnya. Selain itu tim pengabdian juga mengetahui bahwa mereka sudah memiliki akun media sosial namun masih dibantu keluarga atau koleganya, dan masih belum digunakan secara maksimal untuk mempromosikan obyek daya tarik wisata yang dikelola para pengelola sektor. Target lainnya dalam kegiatan ini yang tercapai adalah ketiga Pengelola Sektor Saderi, Cipanas Karang, dan Gleweran hadir sehingga target pemberian materi kepada pengelola wisata diterima oleh target peserta pengelola sektor.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah adanya mengubah pemahaman dan kesadaran untuk menggunakan media sosial mereka sebagai media promosi wisata mereka dan bukan hanya sebagai akun pribadi. Tujuan lainnya mereka nantinya akan mampu memaksimalkan penggunaan fitur-fitur media sosial instagram untuk keperluan publisitas obyek wisata di Desa Ciasmara. Dari hasil wawancara dengan beberapa peserta ditemukan bahwa Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini mampu memotivasi mereka untuk mau menggunakan media sosial pribadi mereka untuk media promosi. Selain itu mereka juga setuju dan menyepakati perlunya akun instagram resmi yang mengakomodir tiga sektor daya tarik wisata di Desa Ciasmara yaitu Curug Saderi (Sektor Saderi), pemandian air panas dan curug (Sektor Cipanas Karang), dan curug serta kawah (Sektor Gleweran). Hal yang belum tercapai pada kegiatan ini, para peserta pengabdian masih perlu pendampingan lanjutan untuk dapat benar-benar memiliki kemampuan menjadi admin akun @wisataciasmara\_official. Hal ini membuat tim pengabdian masih harus menjadi admin akun tersebut sebagai bentuk pendampingan dan pemantik motivasi perwakilan pengelola sektor atau pengelola Bumdes untuk dapat menjadi admin akun resmi instagram @wisataciasmara\_official.

### **Luaran Kegiatan Abdimas**

Kegiatan PkM ini telah berhasil membuat akun email dan akun instagram @wisataciamara\_official sebagai pemantik pengelola wisata di Desa Ciasmara untuk mau meningkatkan kapasitas penggunaan media sosial instagram sebagai media promosi wisata mereka di kemudian hari.

### **Kendala yang Dihadapi dan Solusi**

Kendala utama yang dihadapi dalam kegiatan PkM ini adalah, ketua Bumdes tidak hadir dan belum dapat membantu pendampingan pengelola sektor wisata di Desa Ciasmara, sehingga tim pengabdian masih harus menjadi admin akun instagram mereka agar keberlanjutan program ini dapat terjadi. Solusinya adalah tim pengabdian masih melakukan pelatihan saat melakukan kunjungan informal di luar kegiatan agar perwakilan pengelola sektor termotivasi mempelajari fitur-fitur akun media sosial mereka sendiri untuk kemudian mau dan mampu menjadi admin akun instagram @wisataciamara\_official.

### **SIMPULAN**

Untuk dapat meningkatkan kapasitas pengelola wisata berbasis masyarakat menggunakan media sosial sebagai media promosi secara teknis diperlukan akses internet yang mumpuni. Secara kapasitas sumberdaya manusia, perlu pelatihan yang dilanjutkan dengan pendampingan agar capaian penggunaan media sosial sebagai media promosi melalui pemantapan kapasitas perwakilan pengelola wisata memerlukan waktu. Artinya pasca pelatihan, para pengelola wisata tidak boleh langsung ditinggal, masih perlu pendampingan sebagai bentuk pemantik motivasi dan membuat mereka mampu meningkatkan kapasitas penggunaan media sosial resmi mereka sebagai media promosi dan publisitas obyek wisata mereka.

### **REFERENSI**

- Dewi, M. H. U. F. C. B. M. (2013). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di desa wisata jatiluwih tabanan, bali. *Kawistara*, 3(2), 129–139.  
<https://journal.ugm.ac.id/kawistara/article/view/3976/3251>
- Fransisca, M. (2021). Komunikasi pemasaran dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. *Jurnal Signal*, 9(1), 14–24.
- Hamzah, A., & Khalifah, Z. (2009). *Handbook on community based tourism "How to develop and sustain CBT."* [https://www.apec.org/docs/default-source/Publications/2009/12/Handbook-on-Community-Based-Tourism-How-to-Develop-and-Sustain-CBT-December-2009/09\\_twg\\_developCBT.pdf](https://www.apec.org/docs/default-source/Publications/2009/12/Handbook-on-Community-Based-Tourism-How-to-Develop-and-Sustain-CBT-December-2009/09_twg_developCBT.pdf)
- Ingdadjaya, R., Desafitri, L., & Bilqis, R. (2020). Peningkatan Kapasitas Kelompok Penggerak Pariwisata dalam Pengelolaan Desa Wisata Berkelanjutan di Desa Cipasung, Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 2(2), 89–96.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Principles of Marketing, Global Edition, 16th Edition. In *Invasive Bladder Cancer*.
- Nurdelila, N. (2021). Pengaruh sistem digital marketing terhadap peningkatan volume Penjualan Koperasi Agro Rimba Nusantara (Agrina) Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(2), 402–412. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/4511/2384>
- Putra, D. P. B. (2020). Partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan Desa Wisata Carangsari. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 22(2), 1–16. <https://doi.org/10.14203/jmb.v22i2.838>
- Ramadhian, N. (2021). *Kampung Tematik Mulyaharja Bogor, Wisata Edukasi yang Instagramable* Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Kampung Tematik Mulyaharja Bogor, Wisata Edukasi yang Instagramable." Kompas.Com.  
<https://travel.kompas.com/read/2021/02/14/111644527/kampung-tematik-mulyaharja-bogor-wisata-edukasi-yang-instagramable?page=all>
- Siregar, M. R. A., Amaliasari, D., Puspanidra, T., & Adi, Y. (2023). Fasilitasi Penguatan Kapasitas Pengelolaan Promosi Wisata Desa Berbasis Masyarakat. *Caradde: Jurnal Pengabdian Kepada*

*Masyarakat Vol 5 No 3, April 2023 Mendefinisikan, 5(3), 413–420.*

<https://journal.ilinstitute.com/index.php/caradde/article/view/1819/676>