

## WORKSHOP PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA DAN SENI TRADISIONAL PADA DESA MUARO PIJOAN PROVINSI JAMBI

Mochammad Arief Hermawan Sutoyo<sup>1</sup>, Setiawan Assegaff<sup>2</sup>, Roby Setiawan<sup>3</sup>, Renaldi Yulvianda<sup>4</sup>, Chindra Saputra<sup>5</sup>, Afrizal Nehemia Toscany<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dinamika Bangsa

<sup>2,3,4,6</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dinamika Bangsa

<sup>5</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dinamika Bangsa

Email : <sup>1)</sup>[mochammadarx@gmail.com](mailto:mochammadarx@gmail.com), <sup>2)</sup>[setiawan-assegaff@stikom-db.ac.id](mailto:setiawan-assegaff@stikom-db.ac.id), <sup>3)</sup>[robby.setiawan.jet@gmail.com](mailto:robby.setiawan.jet@gmail.com),  
<sup>4)</sup>[ryulvianda@gmail.com](mailto:ryulvianda@gmail.com), <sup>5)</sup>[chindrasaputra@gmail.com](mailto:chindrasaputra@gmail.com), <sup>6)</sup>[afrizalnehemia@gmail.com](mailto:afrizalnehemia@gmail.com)

E-mail Korespondensi : <sup>3)</sup>[robby.setiawan.jet@gmail.com](mailto:robby.setiawan.jet@gmail.com)

### Abstrak

Teknologi berbasis digital berupa media sosial menjadi sorotan utama sehinggadapat dijadikan sebagai media promosi untuk mencari peluang keuntungan bagi parapelaku ekonomi kreatif. Desa Muara Pijoan adalah desa yang terletak di KecamatanJambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi memiliki potensi pariwisatakeindahan alam dan keragaman budaya yang dapat menjadi tren pariwisatamemerlukan pengelolaan yang baik dan perlu memperhatikan aspek pemasaranpromosi terutama dalam bentuk digital untuk meningkatkan visibilitas dan dayatarikwisata desa mereka di platform social media agar dapat menjadi desa wisata yang sesuai dengan “Kemenparekraf”. Untuk mewujudkan hal tersebut, workshop atau pelatihanini menjadi wadah bagi pihak yang masih kurang familiar dengan teknologi digital terutama digital branding untuk membangun citra brand secara online di media social sehingga dapat meningkatkan daya saing dan produktivitas desa wisata.

**Kata kunci** : Digital Branding, Promosi, Media Sosial, Desa Digital, Desa Muara Pijoan

### Abstract

*The spotlight of digital-based technology, particularly social media, has made it a primary focus and can be utilized as a promotional medium to seek profit opportunities for participants in the creative economy. Muara Pijoan Village is located in the Jambi Luar Kota District, Muaro Jambi Regency, Jambi Province, and possesses the potential for tourism, showcasing natural beauty and cultural diversity that could become a tourism trend. This potential requires effective management, with particular attention to marketing and promotion aspects, especially in digital forms, to enhance visibility and attract tourists to their village through social media platforms. The goal is to transform it into a tourist village that aligns with the objectives of the Ministry of Tourism and Creative Economy. To achieve this, workshops or training sessions serve as a platform for those who are less familiar with digital technology, especially digital branding, to build the brand image online on social media. This aims to enhance the competitiveness and productivity of the tourist village.*

**Keywords** : Digital Branding, Promotion, Social Media, Digital Village, Muara Pijoan

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini, terutama media sosial, menjadi alat bantu yang membawa perubahan positif dan kompleks di berbagai bidang(Rokhani & Hafidhuddin, 2022). Media sosial adalah alat atau teknik yang digunakan perusahaan atau organisasi untuk menyebarkan dan berkomunikasi dengan pelanggan dalam bentuk teks, foto, audio, dan video ke masyarakat umum

(Sudirjo et al., 2023). Data terbaru dari "We Are Social" menunjukkan bahwa 60,4% dari total populasi Indonesia mengakses media sosial, dengan Instagram, Facebook, dan TikTok menjadi platform yang paling banyak digunakan (Riyanto, 2023).

Kegiatan promosi di media sosial menjadi instrumen penting bagi pelaku ekonomi kreatif (Hendrik, 2023). Penelitian terhadap wisata Umbul Ponggok menunjukkan peningkatan kunjungan setelah menggunakan media sosial untuk promosi (Oktaviani & Fatchiya, 2019). Upaya promosi dapat dilakukan melalui berbagai platform media sosial, sejalan dengan inisiatif Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI dalam menggiatkan digital tourism (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021b).

Desa Muara Pijoan, sebagai desa wisata, memiliki potensi pariwisata alam dan budaya yang perlu dikelola dengan baik (Denny, 2023; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021a). Hal ini sejalan dengan tujuan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian tentang pengembangan desa wisata untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan rakyat, dan pelestarian alam (Kementerian Koordinasi Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021). Masyarakat juga perlu memahami pemasaran dan promosi digital untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik wisata desa di media sosial (Hariyati et al., 2023).

Pendampingan dan pelatihan penggunaan media sosial bagi pelaku ekonomi kreatif menjadi penting, terutama dalam digital branding. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) memberikan pelatihan lokapasar kepada pelaku UMKM di Desa Muara Pijoan dengan tema "Workshop Pemanfaatan Media Sosial dalam Mempromosikan Wisata dan Seni Tradisional pada Desa Muara Pijoan Provinsi Jambi" untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola pariwisata secara digital, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan produktivitas desa wisata (Sukmasetya et al., 2021).

## 2. METODE PELAKSANAAN

Workshop Pemanfaatan Media Sosial dalam Mempromosikan Wisata dan Seni Tradisional pada Desa Muara Pijoan yang diselenggarakan oleh Universitas Dinamika Bangsa Jambi, dihadiri oleh 25 peserta, sebagian besar dari kelompok karangtaruna, pokdarwis dan perangkat desa. Kegiatan ini merupakan pengabdian masyarakat yang didanai oleh Yayasan Dinamika Bangsa Jambi dan di kelola oleh LPPM Universitas Dinamika Bangsa Jambi. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan September 2023.

Acara dimulai dengan sambutan dari Kepala Desa Muara Pijoan sebagai tuan rumah workshop. Setelah itu, Ketua Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Dinamika Bangsa Jambi memberikan sambutan dan diikuti dengan memperkenalkan instruktur yang berpartisipasi dalam kegiatan ini. Metode workshop ini mengadopsi pendekatan yang telah diterapkan oleh (Setiawan et al., 2023), dengan merinci proses yang melibatkan penyampaian materi oleh narasumber, diikuti oleh sesi pelatihan, dan dilanjutkan dengan tanya jawab interaktif bersama peserta.

Berikut susunan panitia PKM

**Tabel 1** Susunan Peran Instruktur PKM

No.	Nama	Peran
1.	Chindra Saputra, S. Kom, M.S.I	Moderator workshop
2.	Renaldi Yulvianda, S. Kom, M. Kom	Asisten instruktur dan laporan
3.	Roby Setiawan, S.Kom, M.S.I	Instruktur, perizinan dan koordinator lapangan
4.	Mochammad Arief Hermawan Sutoyo, M.Kom & Mahasiswa	Dokumentasi, Perlengkapan dan Kelengkapan
5.	Setiawan Assegaf, ST, MMSI, Ph. D	Koordinator Acara dan laporan
6.	Afrizal Nehemia Toscani, S.Kom, M.S.I	Dokumentasi dan laporan

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Workshop "Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Wisata dan Seni Tradisional" di Desa Muara Pijoan, diselenggarakan oleh Universitas Dinamika Bangsa Jambi dan dihadiri oleh 25 peserta,

sebagian besar pemuda dan perangkat desa. Kegiatan ini merupakan pengabdian masyarakat yang didanai oleh Yayasan Dinamika Bangsa Jambi dan dikelola oleh LPPM Universitas Dinamika Bangsa Jambi, berlangsung pada bulan September 2023. Acara dimulai dengan sambutan Kepala Desa Muara Pijoan sebagai tuan rumah workshop, dilanjutkan dengan sambutan Ketua Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Dinamika Bangsa Jambi yang juga memperkenalkan instruktur kegiatan.



**Gambar1.** Dokumentasi kegiatan

Setelah sambutan, instruktur menjelaskan materi yang akan disampaikan. Sebelum memulai, peserta diminta mengisi kuesioner bersama (pre-test) untuk menilai tingkat pemahaman mereka terhadap materi. Pre-test ini memberikan gambaran awal tentang pemahaman peserta terhadap topik yang akan disampaikan.



**Gambar2.** Pemaparan materi pemanfaatan media sosial

Instruktur memulai workshop dengan menjelaskan penggunaan internet dan sosial media, terutama TikTok, untuk meningkatkan digital branding dan promosi wisata serta seni tradisional desa Muara Pijoan. Peserta diajak langsung melakukan praktik penggunaan TikTok dengan bimbingan instruktur. Diskusi dan tanya jawab peserta diterapkan dalam sesi pemberian materi. Instruktur juga membagikan pengalaman penggunaan TikTok dan digital branding. Kegiatan diakhiri dengan peserta mengisi kuesioner post-test.

## **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **4.1 Kesimpulan**

Dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Dengan adanya pelatihan ini bisa meningkatkan pengetahuan penggunaan internet untuk menambah jangkauan turis



2. Dengan adanya pelatihan ini peserta dapat mengetahui cara penyebarluasan konten digital dan digital branding.
3. Pelatihan ini merupakan wujud pelaksanaan tridarma perguruan tinggi bagi dosen sebagai media berbagai ilmu keterampilan di masyarakat umum

#### 4.2 Saran

Saran dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya mempererat kerja sama yang baik dengan pihak terkait sehingga dapat melaksanakan pelatihan secara berkesinambungan.
2. Sebaiknya dapat berkolaborasi dengan pihak lain dalam melakukan pelatihan seperti ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Denny, Z. (2023). *Desa Wisata Lubuk Guci Emas*.  
[https://jadesta.kemendikbud.go.id/Desa/Lubuk\\_Guci\\_Emas%0A](https://jadesta.kemendikbud.go.id/Desa/Lubuk_Guci_Emas%0A)
- Hariyati, F., Rahmawati, Y., & Akbari, D. A. (2023). Pelatihan Digital Branding Kampung Wisata Bagi Kompepar Kampung Pulo Geulis Bogor. *Jurnal Media Pengabdian Komunikasi*, 3(1), 251–264. <https://doi.org/10.52434/medikom.v3i1.38>
- Hendrik. (2023). *Tujuan dan Fungsi Promosi: Fungsi, Jenis-Jenis, Manfaat*. Gramedia.  
<https://www.gramedia.com/literasi/tujuan-dan-fungsi-promosi/>
- Kementerian Koordinasi Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). *Pembangunan Kepariwisata Melalui Pengembangan Desa Wisata Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3520/pembangunan-kepariwisataan-melalui-pengembangan-desa-wisata-untuk-meningkatkan-pertumbuhan-ekonomi%0A>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021a). *Membangun Ekosistem Desa Wisata Bersama Komunitas*. <https://kemendikbud.go.id/ragam-pariwisata/Membangun-Ekosistem-Desa-Wisata-Bersama-Komunitas%0A>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021b). *Strategi Digital Tourism dalam Menggaet Wisatawan*. <https://kemendikbud.go.id/ragam-pariwisata/Strategi-Digital-Tourism-dalam-Menggaet-Wisatawan%0A>
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13–27. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.17.1.13-27>
- Riyanto, A. D. (2023). *Indonesian Digital Report 2023*. Hootsuite (We Are Social).  
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/%0A>
- Rokhani, R., & Hafidhuddin, M. A. (2022). Digitalisasi Media Promosi Desa Wisata Penglipuran Bali Melalui Program Magang Bersertifikat. *Journal of Tourism and Creativity*, 6(2), 120.  
<https://doi.org/10.19184/jtc.v6i2.31456>
- Sudirjo, F., Nyoman, I., Sutaguna, T., Silaningsih, E., Akbarina, F., & Yusuf, M. (2023). The Influence Of Social Media Marketing And Brand Awareness On Cafe Yuma Bandung Purchase Decision. *The Influence Of Social Media Marketing And Brand Awareness On Cafe Yuma Bandung Purchase Decision*, 2(3), 1–10.
- Sukmasetya, P., Apriyani, H., Wahyuni, T., Wulan, B. S., Nugroho, W., & Ardiyansah, A. H. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono. *Jurnal Abdimas PHB : Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 4(3), 322–328.  
<http://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/abdimas/article/view/2331>
- Setiawan, R., Sutoyo, M. A. H., Saputra, C., & Yulvianda, R. (2023). PENDAMPINGAN

PENINGKATAN DAYA SAING UMKM MELALUI LOKAPASAR PADA DESA  
MENDALO DARAT BINAAN KODIM 0415/JAMBI. *Jurnal Pengabdian Masyarakat  
UNAMA*, 2(2), 40–44. <https://doi.org/10.33998/jpmu.2023.2.2.1410>