Vol 2 No 3, Agustus 2023, pp 293-298 https://doi.org/10.59025/js.v2i3.122

Jurnal Masyarakat Madani Indonesia
e-ISSN: 2829-6702
https://syadani.onlinelibrary.id/

Pelatihan dan Edukasi Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Promosi Desa Wisata di Desa Bahu Palawa

Saputra Adiwijaya[1], Dhanu Pitoyo[1], Joni Rusmanto[1], Muhamad Arief Rafsanjani[1], Yuliana[1], Anisa Pebrianti[1], Ida Bagus Suryanatha[1], Windi Susetyo Ningrum[1], M. Syaeful Anam[1*]
Universitas Palangka Raya
Corresponding author email: syaefulanam@fisip.upr.ac.id

INFO ARTIKEL

Diterima: 25 Juli 2023
Direvisi: 1 Agustus 2023
Disetujui: 8 Agustus 2023

***Keywords*:**

Pelatihan,
Pengabdian,
Tiktok,
Promosi,
Desa Wisata,

ABSTRAK

Era Revolusi Industri 4.0 ini mendisrupsi seluruh aspek kehidupan manusia, dari aspek sosial, ekonomi, budaya, pertanian, hingga parawisata. Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam menghadapi perubahan sosial ini adalah beradaptasi dan berkolaborasi serta memahami caranya untuk menggunakan teknologi berbasis internet. Salah satu desa dengan potensi wisatanya adalah Desa Bahu Palawa. Desa Bahu Palawa terletak di Kecamatan Kahayan Tengah, Kabupaten Pulang Pisau. Potensi sebagai desa wisata di Bahu Palawa dapat dijadikan sebagi objek kajian, dimana elemen masyarakat, sosial, dan sistem menjadi satu kombinasi yang tepat. Tujuan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan dan edukasi penggunaan aplikasi TikTok sebagai media promosi. Pengabdian ini memberikan sebuah gambaran baru kepada masyarakat Desa Palawa sebagai pelaku ekonomi di desa wisata tersebut. Metode yang digunakan adalah metode service learning yaitu memberikan pemahaman dan penjelasan secara langsung agar masyarakat dapat memahami dan menerapkan TikTok untuk mendukung perkembangan desa wisata. Pemanfaatan TikTok diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung, meningkatkan taraf ekonomi, serta dapat membentuk sebuah branding supaya keberadaan Desa Wisata Bahu Palawa ini dapat diketahui oleh masyarakat Palangka Raya dan Kalimantan Tengah dengan menggunakan platform TikTok sebagai media promosinya. Hasil penelitian menunjukkan penggerak desa wisata di Bahu Palawa dapat mengimplementasikan penggunaan TikTok secara efektif dalam pengembangan potensi desa wisata.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License
Copyright@ Author (2023).

1. PENDAHULUAN

Kehadiran industri 4.0 pun menjadi bukti bahwa saat ini perkembangan industri tidak dapat terlepas dari perkembangan teknologi. Seperti yang saat ini terjadi bahwa perkembangan sektor industri yang beriringan dengan perkembangan teknologi tentunya dapat membawa dampak yang positif pada suatu negara, salah satunya dampak positif pada peningkatan perekonomian negara tersebut, karena dengan adanya teknologi digital, suatu negara dapat mendorong perekonomiannya ke arah ekonomi digital [1]. Perkembangan arus ekonomi digital diharapkan tidak hanya berkembang dalam industri dan jasa barang, namun juga dalam industri pariwisata.

Menurut Bank Indonesia pada tahun 2019, industri pariwisata merupakan penyumbang terbesar

kedua dalam devisa negara sedangkan menurut World Travel & Tourism Council Tahun 2018, Indonesia menduduki peringkat ke 9 dari sepuluh negara dengan pariwisata terbaik dunia (WTTC, 2019) [2]. Indonesia naik menjadi peringkat ketiga di Asia dan Peringkat pertama di ASEAN. Namun sejak pandemi Covid-19, terjadi lockdown serta larangan penerbangan pesawat dan penutupan tempat-tempat wisata utama di Indonesia menyebabkan industri pariwisata mengalami penurunan yang parah hingga 87,8% (BPS, 2020).

Berdasarkan data dari website kemeparekraf Indonesia memiliki 75.000 desa dan sekitar 1.200 desa diantaranya berpotensi menjadi desa wisata. Mulai banyaknya desa-desa wisata yang ada di Indonesia mendandakan bahwa kegiatan-kegiatan penguatan desa di Indonesia menunjukkan keberhasilannya. Desa wisata merupakan desa yang mengembangkan potensi wisata dan kebudayaan lokal mereka sebagai sumber pendapatan dan pengembangan ekonomi masyarakat setempat. Keberadaan desa wisata ini tentu akan menjadi salah satu pilar dalam perbaikan permasalahan yang ada di pedesaan [3].

Desa Bahu Palawa yang berlokasi di kecamatan Kahayan Tengah memiliki potensi wisata yang bernama Wisata Sungai Tamba, yaitu wisata pemadian yang berada di pinggir sungai jalan Trans Palangka Raya menuju Kuala Kurun. Namun, masih banyak dari masyarakat yang belum tau akan potensi wisata ini. Mengadopsi istilah Generasi Z, wisata ini dapat menjadi salah satu "Hidden Gem" jika dikemas dalam promosi yang baik dan akan mengembangkan potensi wisata serta menjadi sumber pendapatan dan pengembangan ekonomi masyarakat sekitar.

Aplikasi sosial media dianggap berperan dalam memberikan keuntungan dan memberikan peluang dalam hal pemasaran [4]. Sosial media marketing juga dianggap cukup efektif dalam membantu pemasaran sebuah bisnis terutama yang bergerak dalam bidang wirausaha dan mendukung promosi usahanya (Widayati & Augustinah, 2019). Eksistensi aplikasi video singkat TikTok, dalam beberapa tahun terakhir semakin meningkat, bahkan menjadi salah satu yang populer di dunia [5]. Hal ini terbukti dalam laporan We Are Social dan Hootsuite yang menyebutkan pengguna media sosial satu ini mencapai 1,05 miliar di seluruh dunia per Januari 2023. Menurut data yang dilansir dari Worldpopulationreview.com, negara Indonesia berada pada urutan kedua sebagai negara dengan pengguna aktif TikTok terbesar di dunia dengan jumlah 99 juta pengguna. Sementara pada urutan pertama, negara pengguna aktif TikTok terbanyak di dunia adalah Amerika Serikat (AS).

Pengabdian ini berfokus memberikan pelatihan penggunaan aplikasi TikTok sebagai media promosi desa wisata. Tujuannya untuk memberdayakan masyarakat lokal dalam membentuk branding Desa Wisata Bahu Palawa. Penggunaan aplikasi TikTok sebagai media promosi memberikan nilai positif, salah satunya jangkauannya yang lebih luas, mengingat banyaknya pengguna aplikasi TikTok [6]. Fokus pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan, keterampilan dan menggali kearifan lokal setempat, untuk kemudian diimplementasikan berdasarkan kebutuhan masyarakat dan pengunjung yang datang ke daerah ini dengan mengkolaborasikan penggunaan teknologi dan aplikasi berbasis internet.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu dengan menggunakan metode *service learning* yaitu melakukan pelatihan dan memberikan pemahaman secara langsung ke masyarakat penggerak Desa Wisata Bahu Palawa dengan berbagai cara seperti persentasi, ilustrasi

promosi dengan TikTok dan manfaat yang akan didapatkan jika menerapkan aplikasi TikTok sebagai media branding dan promosi [7].

Kegiatan pengabdian tersebut dilaksanakan di balai desa Bahu Palawa pada tanggal 16 Juli 2023, dalam mendukung tercapainya metode service learning dimana penjelasan dideskripsikan dengan pendekatan kualitatif untuk memperoleh deskripsi atau gambaran secara sistematis mengenai sarana prasarana yang dapat menggambarkan karakteristik dari sarana yang dideskripsikan, sehingga metode ini memfokuskan pada penggerak Desa Wisata Bahu Palawa sekaligus menjadi sarana dalam menjawab progress dan hasil pengabdian sesuai tujuan yang ingin dicapai.

Ada beberapa langkah yang dijalankan dalam pengabdian ini, pertama, tahap persiapan berupa pengumpulan informasi guna mengetahui analisis kebutuhan mitra sasaran. Kedua, tahap pelaksanaan berupa pelatihan dan edukasi penggunaan aplikasi TikTok sebagai media promosi desa wisata di Desa Bahu Palawa. Ketiga, tahap evaluasi berupa FGD, evaluasi bersama masyarakat dan stakeholders setempat sebagai mitra sasaran. Tujuan pengabdian ini berfokus pada dua hal, yaitu, pertama adanya peningkatan pengetahuan/wawasan masyarakat dan pemerintah setempat tentang media promosi TikTok. Kedua, adanya peningkatan partisipasi aktif masyarakat untuk terlibat dalam mendukung terwujudnya promosi desa wisata di Desa Bahu Palawa.

3. HASIL & PEMBAHASAN

3.1 Bahu Palawa dan Potensi Sungai Tamba

Desa Bahu Palawa memiliki sungai yang konon katanya memiliki khasiat yang luar biasa, tempat tersebut bernama Sungai Tamba. Tentunya mitos atau kepercayaan tersebut turun-temurun, dari cerita masa lalu yang kini menjadi sugesti, bahwasanya tempat tersebut dipercaya dapat menyembuhkan penyakit. Cerita lisan tersebut menyebar ke berbagai penjuru daerah dan hingga akhirnya dikenalah nama Sungai Tamba. Dahulu, tempat tersebut Bernama Sungai Tetamban, berasal dari kata *tetamban* yang dalam bahasa Dayak berarti obat. Sungai untuk menyembuhkan berbagai penyakit dan kini dikenal dengan nama Sungai Tamba. Dalam bahasa Jawa arti kata *tamba* adalah obat. Dikisahkan, zaman dahulu belum ada dokter, sehingga jika masyarakat sekitar mengalami sakit atau keluhan, mereka menuju Sungai Tamba, berendam, menceburkan diri dan meyakini bahwa penyakitnya akan sembuh. Dilakukan pada pukul 00.00 dengan filisofi 0 (nol) yang memberikan arti bahwa pikiran sedang netral dan percaya pada Yang Maha Kuasa, pasrah dan yakin penyakitnya akan sembuh. Keyakinan masyarakat akan khasiat Sungai Tamba telah tertanam dan mereka mempercayainya. Seperti sugesti, jika sembuh maka sembuhlah.



Gambar 1 Sungai Tamba, Bahu Palawa

Sungai Tamba memiliki air yang jernih, berwarna bening seperti teh. Hal ini diakibatkan adanya kandungan flovanoid dan juga adanya beberapa akar pohon yang mengakibatkan perubahan warna pada air tersebut. Kandungan flovanoid dan akar pohon (seperti akar pasak bumi), memiliki kandungan antioksidan dan obat herbal (alami) yang dapat menyembuhkan penyakit. Pencampuran kandungan akar-akar pohon tersebut pulalah yang menjadikan air sungai berwarna, seperti teh, namun segar dan tidak keruh. Air dapat diminum langsung.

Keberadaan Sungai Tamba belum dikenal oleh khalayak umum secara luas. Keberadaan Sungai Tamba, kearifan lokal, manfaat dan juga kepercayaan masyarakat setempat tentunya akan lebih bermanfaat dan patut untuk disebarluaskan ke masyarakat umum. Melalui label Desa Wisata dan polesan yang apik, tempat tersebut layak dan patut untuk dikembangkan menjadi tempat wisata yang apik, sehingga tidak hanya penduduk setempat dan sekitarnya saja yang mengetahui potensi sungai tersebut.

3.2 Pelaksanaan Pengabdian: Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Branding dan Promosi Desa Wisata Bahu Palawa

Keberadaan internet dan era revolusi 4.0 ini tentu memudahkan banyak orang untuk saling berkomunikasi dan menyebarluaskan berita. Salah satunya adalah memeprkenalkan objek wisata Sungai Tamba yang ada di Desa Bahu Palawa. Aplkasi TikTok adalah salah satu media promosi yang baik untuk memerkenalkan wisata tersebut. Seperti video singat, a day in my life, siaran langsung dan sebagainya. Tentu ada simbiosis mutualisme, bagi konten kreator dan pemirsa TikTok. Tidak hanya saling bertukar informasi, namun adanya keuntungan lebih seperti mendapatkan uang untuk kreator tersebut.



Gambar 2 Gambar 2. Presentasi penggunaan aplikasi TikTok

Tidak semua masyarakat mampu melihat peluang promosi melalui TikTok. Pada kali ini, pengenalan aplikasi TikTok, termasuk manfaat dan juga cara TikTok bekerja untuk mempromosikan sekaligus memberikan keuntungan dari berbagai pihak, perlu dikenalkan kepada perangkat desa dan juga masyarakat Desa Bahu Palawa. Fokus utama dalam pemanfaatan TikTok adalah memberikan berita, mengedukasi hal yang belum diketahui khalayak umum. Terlebih, TikTok banyak diminati dan digunakan oleh pemuda-pemudi pada zaman ini.

3.3 Upaya Keberlanjutan dan Kerja Sama Pengembangan Desa Wisata Bahu Palawa

Sungai Tamba dan segala kearifan lokalnya, tentu lebih banyak dipahami oleh masyarakat

setempat. Mengenai mitos, hal apa yang boleh dilakukan atau tidak, akses jalan menuju tempat tersebut, aman atau berbahaya (seperti adanya ular atau binatang lain). Hal tersebut merupakan kekayaan budaya yang dimiliki oleh Desa Bahu Palawa. Sungai yang telah ada, akan ditata secara apik dan rapi agar orang lain dapat menikmati keindahannya sekligus mengenal tanaman yang tumbuh disana. Baik tanaman liar atau tanaman yang memiliki khasiat tertentu.



Gambar 3 Lokasi Sungai Tamba, Desa Wisata Bahu Palawa

Pada saat ini, telah dibuat jembatan sebagai akses pengunjung untuk melihat sekeliling Sungai Tamba. Kegiatan ini akan berlanjut pada pembuatan spot kuliner, perahu sebagai akses transportasi air, dan akan berkembang pada memperkenalkan pepohonan di aera tersebut. Baik nama daerah, nama dalam bahasa Indonesia, dan juga nama latin serta manfaat pohon tersebut. Program ini, terbantu oleh adanya mahasiswa yang sedang melaksanakan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa setempat.

Edukasi dan perkenalan aplikasi TikTok tentunya akan berhenti, jika warga setempat tidak langsung mempraktikannya. Terlebih tidak semua orang paham cara mengedit, memposting, dan mengambil spot yang bagus yang nantinya akan disebarluaskan ke khalayak umum. Cara memperkenalkan lokasi wisata yang baik agar terlihat lebih menarik di dunia maya dan juga memudahkan orang lain menangkap informasi, tentunya harus sering dilakukan. Edukasi dan sosialisasi ini berawal ditujukan dan disampaikan pada masyarakat, perangakat desa, dan juga mahasiswa KKN. Program ini masih diteruskan oleh mahasiswa KKN untuk mengajari, dan mempraktikan langsung cara pengoperasian TikTok sebagai media promosi. Mulai dari skrip awal, pengambilan video atau gambar, narasi, cara mengedit, hingga mengunggahnya ke sosial media. Tidak sekedar hanya memposting biasa, namun hingga muncul fyp (*for your page*) di TikTok.



Gambar 4 Pelaksanaan kegiatan pelatihan penggunaan aplikasi TikTok.

4. KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan baik dimana tujuan yang hendak dicapai tentang penggunaan aplikasi TikTok sebagai media branding dan promosi pada Desa Wisata Bahu Palawa telah tercapai. Penggerak desa wisata dengan didampingi oleh tim pengabdian dari dosen Sosiologi, FISIP, Universitas Palangka Raya berhasil membuat akun TikTok, yang khusus diperuntukkan sebagai media promosi Desa Wisata Bahu Palawa. Tim pengabdian berkolaborasi dengan mahasiswa KKN juga telah menghasilkan konten-konten video yang didesain secara menarik. Para penggerak desa wisata dan perangkat desa Bahu Palawa juga memiliki semangat dan antusiasme untuk memanfaatkan aplikasi TikTok, yang tujuannya memaksimalkan potensi sosial, budaya dan ekonomi Desa Bahu Palawa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih bisa disampaikan kepada Kepala Desa Bahu Palawa, masyarakat penggerak Desa Wisata Bahu Palawa, dan Rektor Universitas Palangka Raya, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ketua Jurusan Sosiologi, serta rekan dosen dan mahasiswa KKN Universitas Palangka Raya yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

[1] D. C. Ganar and A. Zafrullah, “Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia,” 2019.

[2] D. I. Lestari and P. P. Adi, “Analisis Industri Pariwisata Sebagai Keunggulan Bersaing Indonesia,” *Portofolio*, vol. 12, no. 2, pp. 107–126, 2015.

[3] B. Sudibya, “Wisata desa dan desa wisata,” *J. Bali Membangun Bali*, vol. 1, no. 1, pp. 22–26, 2018.

[4] I. M. Mulitawati and M. Retnasary, “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram@ ahlinyaobatmaag),” *Komunikologi J. Pengemb. Ilmu Komun. Dan Sos.*, vol. 4, no. 1, pp. 23–38, 2020.

[5] C. B. Dewa and L. A. Safitri, “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie),” *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, vol. 12, no. 1, pp. 65–71, 2021.

[6] C. B. Dewa and L. A. Safitri, “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie),” *Khasanah Ilmu - J. Pariwisata Dan Budaya*, vol. 12, no. 1, pp. 65–71, 2021, doi: 10.31294/khi.v12i1.10132.

[7] N. Juniarti, L. Zannettino, J. Fuller, and J. Grant, “Defining service learning in nursing education: An integrative review,” *J. Keperawatan Padjadjaran*, vol. 4, no. 2, pp. 200–212, 2016.