

## Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial sebagai Bentuk Pemasaran Digital Objek Wisata Teras Gunung Geulis, Jatiroke, Sumedang

Mochamad Irfan Hidayatullah<sup>1</sup>, Dadang Suganda<sup>2</sup>, Ulfi Laeliatul Ilmi<sup>3</sup>,  
Khunafa 'Ilmi Husnada<sup>4</sup>, Nani Darmayanti<sup>5</sup>

<sup>1,2,5</sup>Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Padjadjaran

<sup>3,4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

<sup>5</sup>n.darmayanti@unpad.ac.id

*Received: 12 Maret 2024; Revised: 20 November 2024; Accepted: 12 Desember 2024*

### Abstract

*Teras Gunung Geulis is one of the tourist attractions that is being pioneered by the Jatiroke Village Government, Jatinangor District, Sumedang. Currently, one of the problems faced by the management of Teras Gunung Geulis is that there is still a need for publications that can attract visitors. Therefore, the integrated KKN Program PPM Universitas Padjadjaran conducts Social Media Content Creation Training as Digital Marketing Media for Teras Gunung Geulis Tourism Object, Jatiroke, Sumedang. This activity was attended by 13 Karang Taruna Youth of Jatiroke Village who are currently the managers of Teras Gunung Geulis. The activity was carried out with training methods and direct practice by presenting two speakers from the field of digital management and marketing of Padjadjaran University. The results of this PPM show that there is an increase in knowledge related to social media content that can be useful for increasing publicity and marketing of Teras Gunung Geulis tourist attraction.*

**Keywords:** *social media content; teras gunung geulis; digital marketing*

### Abstrak

Teras Gunung Geulis adalah salah satu objek wisata yang tengah dirintis oleh Pemerintah Desa Jatiroke, Kecamatan Jatinangor, Sumedang. Saat ini, salah satu masalah yang dihadapi oleh pengelola Teras Gunung Geulis adalah masih diperlukannya publikasi yang dapat menarik minat pengunjung. Oleh karena itu, Program KKN terintegrasi PPM Universitas Padjadjaran melakukan kegiatan Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial sebagai Media Pemasaran Digital Objek Wisata Teras Gunung Geulis, Jatiroke, Sumedang. Kegiatan ini diikuti oleh 13 orang Pemuda Karang Taruna Desa Jatiroke yang saat ini menjadi pengelola Teras Gunung Geulis. Kegiatan dilakukan dengan metode pelatihan dan praktik langsung dengan menghadirkan dua pemateri dari bidang manajemen dan pemasaran digital Universitas Padjadjaran. Hasil PPM ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan berkaitan dengan konten media sosial yang dapat bermanfaat untuk peningkatan publikasi dan pemasaran objek wisata Teras Gunung Geulis.

**Kata Kunci:** konten media sosial; teras gunung geulis; pemasaran digital

### A. PENDAHULUAN

Teras Gunung Geulis merupakan satu satunya objek wisata dengan ketinggian 716 mdpl yang berada di kawasan kaki Gunung Geulis tepatnya di Desa Jatiroke, Kecamatan

Jatinangor, Kabupaten Sumedang. Dengan tingkat ketinggian tersebut, para pengunjung dapat melihat dengan jelas *landscape* Kabupaten Sumedang, Kabupaten Bandung, dan sekitarnya dengan jelas. Beberapa fasilitas

yang ditawarkan di Teras Gunung Geulis adalah *spot* untuk swafoto, *flying fox*, saung, dan panggung hiburan. Potensi yang dimiliki oleh Desa Jatiroke ini menjadi landasan didorongnya Desa Jatiroke menjadi Desa Wisata oleh pihak Kecamatan Jatinangor.

Hingga saat ini pengelola wisata Teras Gunung Geulis terus melakukan berbagai upaya promosi agar lebih dikenal oleh masyarakat luas dan menarik minat para pengunjung. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui postingan di akun media sosial @terasgununggeulis di Instagram.



Gambar 1. Suasana di Teras Gunung Geulis

Meskipun demikian, pengelola media publikasi Teras Gunung Geulis memiliki keterbatasan pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas terkait membuat konten yang menarik untuk promosi di sosial media.

Padahal untuk menjadi desa wisata, promosi dan publikasi menjadi salah satu faktor yang juga perlu diprioritaskan. Perkembangan wisata yang cukup pesat di Indonesia dengan kekayaan Sumber Daya Alam yang melimpah dapat dikembangkan menjadi pariwisata alternatif berupa *village tourism/rural tourism* atau disebut desa wisata.

Adapun desa wisata memiliki konsep yang menawarkan potensi desa yang dapat menjadi komoditas utama dalam kegiatan wisata seperti makanan ciri khas, tradisi dan budaya yang dipegang teguh secara turun

temurun serta alam yang masih asri dan bersih. Selanjutnya, konsep desa wisata juga dapat menjaga keseimbangan lingkungan, & memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal wilayah tersebut yang selaras dengan Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 terkait Rencana Induk Kepariwisata Nasional bahwa desa wisata menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan potensi dan kapasitas sumber daya lokal yang tersedia di masyarakat (Oktaviani & Fatchiya, 2019).

Mengacu pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2004 terkait dengan Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional bahwa pengembangan kegiatan ekonomi masyarakat melalui upaya optimalisasi potensi wisata dan kebijakan untuk melestarikan, mengembangkan, dan mengapresiasi nilai-nilai kearifan lokal sebagai jati diri warga kota/kabupaten sekaligus menjadi pijakan wisata di daerah (Zumariyah et al., 2021).

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, terdapat salah satu strategi yang efektif dalam mempromosikan destinasi dan potensi pariwisata melalui berbagai platform yaitu dengan *digital tourism*; tidak hanya sekadar mengenalkan, namun menyebarkan keindahan pariwisata secara luas untuk meningkatkan pengunjung untuk berkunjung (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, n.d.). Salah satu strategi yang dapat digunakan pada promosi secara digital yaitu menggunakan konten visual yang melibatkan penggunaan konten visual, seperti gambar, video, dan GIF, untuk menyampaikan informasi kepada audiens yang menarik dan menghibur, meningkatkan *brand awareness*, serta mengembangkan bisnis (Sheikh, 2020).

Berpijak dari masalah yang dihadapi oleh pengelola Teras Gunung Geulis dan peluang adanya media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi pariwisata, maka dilakukanlah Program Kuliah Kerja Nyata terintegrasi Pengabdian Pada Masyarakat yang mengusung tema "Pelatihan Pembuatan Konten dan Penerapan Digital Marketing sebagai Penguatan Promosi

# Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial sebagai Bentuk Pemasaran Digital Objek Wisata Teras Gunung Geulis, Jatiroke, Sumedang

Mochamad Irfan Hidayatullah, Dadang Suganda, Ulfi Laeliatul Ilmi, Khunafa 'Ilmi Husnada, Nani Darmayanti

Wisata Teras Gunung Geulis Desa Jatiroke Sumedang”

Dengan workshop atau pelatihan ini diharapkan dapat memberikan edukasi kepada pengelola media publikasi Teras Gunung Geulis dan Karang Taruna Desa Jatiroke terkait salah satunya optimalisasi penerapan konten visual untuk strategi penguatan promosi wisata Teras Gunung Geulis.

## B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan pelatihan pembuatan konten dan pemasaran digital ini dan secara langsung atau luring di Aula Desa Jatiroke pada Minggu, 30 Juli 2023. Peserta kegiatan ini adalah 12 orang pemuda Karang Taruna yang selama ini mengelola media sosial untuk Teras Gunung Geulis Desa Jatiroke Sumedang. Materi dibagi dua menjadi (1) Pembuatan Konten Visual untuk Media Sosial Teras Gunung Geulis dengan pembicara Ulfi Laelia Ilmi, Mahasiswa Manajemen FEB Unpad. (2) Pemasaran Digital dengan pemateri Khunafa 'Ilmi Husnada, Mahasiswa Pemasaran Digital, FEB Unpad.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Metode Pelatihan yang terbagi ke dalam beberapa bagian, yaitu (1) Tahap Ceramah berkaitan dengan materi pembuatan konten di media sosial dan materi penerapan digital marketing di media sosial. (2) Tahap Diskusi berkaitan dengan kedua topik di atas. (3) Tahap Praktik pembuatan konten media sosial di aku Instagram milik Objek Wisata Teras Gunung Geuling Jatiroke Sumedang.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei pra-workshop pada sasaran subjek kegiatan sebanyak 13 peserta bahwa mereka belum mengetahui konten visual secara lebih mendalam sebagai media untuk mempromosikan desa wisata. Keberhasilan kegiatan dibuktikan dengan hasil survei pra-workshop di mana setelah dilaksanakannya kegiatan, sebanyak 30,8% peserta mengetahui secara teori dan praktik terkait konten visual dan jenis-jenisnya, sedangkan 23,1% lainnya cukup mengetahui dengan baik. Didukung pula oleh data bahwa

69,2% peserta sudah pernah menggunakan alat yang digunakan untuk membuat konten visual yaitu Canva dan Capcut.



Gambar 2. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 3. Dokumentasi bersama Peserta Konten Visual

Dalam materi pertama dipaparkan mengenai definisi, pentingnya, dan tips dalam menghasilkan konten visual yang menarik. Pemateri pertama menjelaskan bahwa Definisi visual konten adalah berbagai hal yang melibatkan penggunaan konten visual, seperti gambar, video, dan GIF untuk menyampaikan informasi kepada audiens, membangun hubungan emosional, dan juga untuk mengembangkan bisnis.

Setelah itu, pemateri pertama juga menjelaskan mengenai alasan mengapa harus memaksimalkan konten visual, yaitu karena (1)

90% informasi yang datang ke otak adalah visual, (2) cepat dan efisien, (3) menarik perhatian audiens dan menahannya lebih lama, (4) meningkatkan pengenalan merek dan membangun identitas merek, (5) meningkatkan keterlibatan (*engagement*), (6) berbagi mendorong *traffic*, dan (7) menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan eksposur merek

Dalam paparannya juga pemateri pertama menyampaikan visual konten *marketing* yang cocok dengan dunia pariwisata, yaitu (1) visual yang lengkap dengan ilustrasi dan teks memakai kata-kata yang sifatnya ajakan, (2) membantu membangun otoritas subjek, kepercayaan, dan kredibilitas serta konten lebih menarik membuat panduan visual atau tutorial untuk audiens (3) Gunakan kutipan pakar atau kesaksian pelanggan yang dikemas menjadi kutipan, (4) Menambahkan logo atau nama merek di atas/di bawah visual konten.

#### **Pemasaran Digital**

Pemasaran yang dilakukan melalui media digital atau online seperti *social media* (Instagram, TikTok, Facebook), *website*, dan *e-commerce*. Kata kunci yang paling penting dalam pemasaran digital adalah kreativitas. Dijelaskan pula mengenai berbagai saluran yang dapat digunakan dalam pemasaran digital, yaitu *Content Marketing*, *Search Engine Optimization*, *Pay per Click*, *Affiliate Marketing*, *Social Media Marketing*, *Email Marketing*, *Viral Marketing*, dan *Influencer Marketing*.

Adapun keutamaan dari pemasaran digital adalah (1) tidak terbatas pada ruang negara ataupun wilayah, (2) menggunakan internet untuk metodenya, (3) dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, (4) dapat menentukan target pelanggan dengan lebih spesifik, dan (5) dapat melakukan interaksi langsung dengan pelanggan.

Selain itu pemateri kedua juga menjelaskan mengenai pemasaran melalui *social media* atau *social media marketing*. *social media marketing* mengacu sebagai layanan yang membangun hubungan antara penjual dengan pembeli untuk mencapai

tujuannya, yaitu penjualan suatu produk. Adapun hal-hal yang harus dilakukan oleh pengelola media sosial dalam rangka meningkatkan pemasaran adalah (1) perencanaan *staff management* (2) jadwal publikasi bulanan (*schedule content*), (3) riset, dan *survey project* konsumen, (4) *briefing* strategi kampanye marketing, (5) *briefing* desain konten kreatif, serta (6) *budgeting* dan *reporting*.

Setelah pematerian selesai, selanjutnya para peserta dilatih membuat konten media sosial untuk memperkuat tampilan visual di media sosial Teras Gunung Geulis, yaitu @terasgununggeulis di Instagram

#### **D. PENUTUP**

##### **Simpulan**

Hasil kegiatan KKN terintegrasi PPM ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dari para peserta pelatihan, para pemuda Karang Taruna, mengenai pembuatan konten visual yang berkaitan dengan promosi Teras Gunung Geulis di media sosial. Peningkatan kemampuan pengelolaan media sosial ini diharapkan dapat meningkatkan citra dan publikasi Teras Gunung Geulis lebih luas sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan Desa Jatiroke dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

##### **Saran**

Kegiatan ini perlu dilakukan secara berkelanjutan karena perkembangan media sosial dan digital *marketing* yang terus berkembang. Oleh karena itu, kegiatan ini masih berpeluang untuk dilakukan oleh tim lain yang juga akan melakukan PPM di Teras Gunung Geulis, Jatiroke, Jatinangor, Sumedang.

Selain itu, Media sosial Teras Gunung Geulis perlu dilakukan *upgrade* kualitas gambar atau video yang diposting berdasarkan *trend* yang sedang digandrungi oleh semua kalangan masyarakat. Hal tersebut perlu dilakukan karena dengan memaksimalkan konten visual yang disuguhkan maka dapat meningkatkan *brand awareness* dan menarik serta menghibur audiens sehingga dapat menarik pengunjung potensial.

# **Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial sebagai Bentuk Pemasaran Digital Objek Wisata Teras Gunung Geulis, Jatiroke, Sumedang**

Mochamad Irfan Hidayatullah, Dadang Suganda, Ulfi Laeliatul Ilmi, Khunafa 'Ilmi Husnada,  
Nani Darmayanti

---

Pengelola media publikasi Teras Gunung Geulis juga disarankan dapat menambahkan saluran media promosi menggunakan platform lain seperti TikTok karena memiliki tingkat interaksi yang cukup tinggi dengan masyarakat atau audiens sehingga lebih cepat untuk melakukan *branding* terkait desa wisata. Selain itu TikTok memiliki banyak pengguna, mudah digunakan, populer di kalangan milenial dan Gen Z, dan memiliki fitur iklan Tiktok yang dapat mengoptimalkan distribusi konten.

## **Ucapan Terima Kasih**

Terima kasih kami sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memfasilitasi sehingga kegiatan ini dapat berlangsung dengan lancar, yaitu (1) Kepala Desa dan Aparat Desa Jatiroke Kecamatan Jatinangor, (2) Pemuda Karang Taruna Desa Jatiroke Jatinangor, serta (3) Universitas Padjadjaran yang telah membantu memfasilitasi selama kegiatan ini berlangsung. Terima kasih juga untuk seluruh tim KKN 31 Unpad yang telah menyelenggarakan kegiatan ini dengan baik

## **E. DAFTAR PUSTAKA**

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). Strategi Digital Tourism dalam Menggaet Wisatawan. Kementerian

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Retrieved August 10, 2023, from <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Strategi-Digital-Tourism-dalam-Menggaet-Wisatawan>

Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). "Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Pongok, Kabupaten Klaten." *Jurnal Komunikasi Pembangunan*. 17, 13-27. [https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnal\\_kmp/article/view/26586/17162](https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnal_kmp/article/view/26586/17162)

Sheikh, M. (2020). What is Visual Content Marketing? (& How to Grow Using It) What is Visual Content Marketing? (& How to Grow Using It). Visme. Retrieved August 10, 2023, from <https://visme.co/blog/visual-content-marketing/>

Zumariyah, S., Ramdhon, A., & Demartoto, A. (2021) "Tahap Pemberdayaan Kampung Wisata Berbasis Potensi dan Kearifan Lokal". *Jurnal Analisa Sosiologi*, 10, 232-242. <https://jurnal.uns.ac.id/jas/article/view/50331/31466>