

Sosialisasi Media Sosial Sebagai Sarana Pengenalan Dan Promosi Di Tempat Wisata Situ Cinangsi Parung Panjang Bogor

Ferdian^{1*}, Alwi Alkafiansyah Abdullah², Marisa Dwi Santika³, Siti Farida⁴,
Muhammad Torik Iben Mahmud⁵

¹²³⁴⁵Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang; Ferdianponiran@gmail.com^{1*}

Received 17 September 2021 | Revised 30 September 21 | Accepted 30 Desember 2021

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Wisata Situ Cinangsi yang lokasinya di JL. Raya Dago, Desa Cikuda, Parung Panjang Bogor. Wisata Situ Cinangsi belum banyak di kenal oleh masyarakat di karenakan baru buka di bulan Februari 2021 oleh karena itu belum banyak pengunjung yang datang ke Wisata Situ Cinangsi, selain itu pemasaran Wisata Situ Cinangsi juga belum tertata dengan baik. Untuk mengatasi masalah tersebut di butuhkan sistem manajemen pemasaran yang bisa di akses dengan mudah oleh masyarakat. Atas dasar tersebut kami mengembangkan situ cinangsi, dengan adanya akun sosial media ini, diharapkan dapat mempermudah dalam mempromosikan Wisata Situ Cinangsi. Sosialisasi adalah usaha memasukkan nilai-nilai kebudayaan terhadap individu sehingga individu tersebut menjadi bagian masyarakat. Proses sosialisasi merupakan pendidikan sepanjang hayat melalui pemahaman dan penerimaan individu atas peranannya di dalam suatu kelompok. Digital marketing merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa mengglobal atau mendunia.

Kata Kunci: Sosialisasi; Media Sosial; Promosi.

Abstract

Situ Chinangsi Tourism which is located on JL. Raya Dago, Cikuda Village, Parung Panjang, Bogor. Situ Chinangsi Tourism is not widely known by the public because it only opened in February 2021, therefore not many visitors have come to Situ Chinangsi Tourism, besides that the marketing of Situ Chinangsi Tourism is also not well organized. To overcome these problems, a marketing management system is needed that can be easily accessed by the public. On this basis, we have developed Situ Cinangsi, with the existence of this social media account, it is hoped that it will make it easier to promote Situ Cinangsi Tourism. Socialization is an effort to incorporate cultural values into individuals so that individuals become part of society. The process of socialization is a lifelong education through understanding and acceptance of the individual for his role in a group. Digital marketing is one of the marketing media that is currently in great demand by the public to support various activities carried out. With digital marketing, communication and transactions can be done any time / real time and can be global or global.

Keywords: Social; Media Socialization; Promotion.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi sekarang ini, teknologi informasi berperan sangat penting. Dengan menguasai teknologi dan informasi, kita

memiliki modal yang cukup untuk menjadi pemenang dalam persaingan global. Informasi merupakan modal utama dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan

teknologi yang menjadi senjata pokok untuk membangun negara.

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Diawali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang yang relative kaya pada awal abad ke-20, kini sudah menjadi bagian dari hak asasi manusia. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara yang sedang berkembang.

Pariwisata adalah salah satu subjek yang menjadi topik menarik di kalangan para pengguna internet. Ramainya topik ini diperbincangkan membuat banyak akun, baik blog, twitter dan facebook yang secara khusus membahas informasi mengenai pariwisata, baik itu akun resmi milik perusahaan tertentu, akun komunitas perjalanan, maupun akun pribadi. Sebagaimana diketahui sektor pariwisata di Indonesia masih menduduki peranan yang sangat penting dalam menunjang pembangunan nasional sekaligus merupakan salah satu factor yang sangat strategis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Terkait dengan pariwisata dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, masyarakat, pengelola dan bahkan dinas pemerintahan daerah harus juga berperan aktif dalam memperkenalkan dan mempromosikan tempat pariwisata tersebut.

Saat dahulu pemasaran pariwisata cukup hanya dengan memanfaatkan media konvensional, namun saat ini penetrasi internet telah merubah pola distribusi informasi dan komunikasi antara perusahaan dan konsumen dalam sektor pariwisata. Pariwisata yang merupakan sumber devisa bagi Indonesia selain dari faktor minyak dan gas perlu dikembangkan. Pengembangan industri pariwisata di Indonesia mempunyai masa depan yang cerah, mengingat banyak potensi obyek wisata alam dan budaya yang menarik dan pantas dijual di pasaran Internasional.

Promosi merupakan kegiatan yang dimana menyampaikan berbagai informasi dan keunggulan guna menambah minat konsumen

untuk dapat tertarik dengan produk yang kita miliki bisa berupa barang dan jasa. Salah satu strategi promosi pariwisata saat ini dengan menggunakan sosial media. Melalui promosi wisata dengan menggunakan sosial media maka wisatawan akan dapat mengetahui bahwa ada lokasi yang menarik untuk disinggahi.

Media sosial sekarang ini merupakan salah satu sebagai alat dalam mempromosikan tempat dan barang yang sangat di gemari oleh masyarakat. Seperti dalam mempromosikan suatu tempat wisata yang ada di Indonesia. Indonesia salah satunya merupakan negara dengan keberagaman budaya dan tradisi yang semakin hari semakin dikenal wisatawan baik secara domestik maupun internasional. Pemerintah pun tidak berhenti dalam mempromosikan destinasi -- destinasi wisata yang sedang berkembang di Indonesia.

Sosial media merupakan salah satu sarana informasi komunikasi yang penting karena dalam cara mengaksesnya dan penggunaannya yang praktis serta ruang lingkup untuk perkenalan dan promosinya amat luas. Sosial media pada era ini merupakan salah satu trend yang tidak bisa di lepaskan dari kehidupan manusia,

Berdasarkan latar belakang diatas, kami tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang terpanggil untuk berbagi ilmu, berbagi informasi, berbagi inspiasi serta motivasi kepada Dinas, Pengelola, Serta Masyarakat setempat dan PKM di beri judul **“Sosialisasi Media Sosial Sebagai Sarana Pengenalan Dan Promosi Tempat Wisata Situ Cinangsi Parung.”**

METODE

Pembinaan dengan hasil sebagai berikut:

1. Tim PKM yang merupakan Mahasiswa pada program studi Manajemen Universitas Pamulang turun untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, tim PKM telah terlebih dahulu melakukan survey atau pengamatan pendahuluan dimana kegiatan survei ini dilaksanakan pada tanggal 11 Februari

2021. Survei yang dilakukan oleh tim PKM tersebut meliputi hal-hal sebagai berikut:

2. Meminta izin kepada Kepala desa sekaligus pemilik wisata situ cinangsi yang lokasinya di JL. Raya Dago, Desa Cikuda, Parung Panjang Bogor. melakukan PKM Pada kesempatan itu tim membuat akun sosial media wisata situ cinangsi dan menanyakan kepuasaan pengunjung.
3. Seluruh tim PKM menyiapkan bahan dan materi yang akan disampaikan pada tahap pelaksanaan, dimana seluruh tim PKM yang terdiri dari 5 orang yaitu 5 Mahasiswa/i merupakan narasumber dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Sosialisasi Media Sosial Sebagai Sarana Pengenalan Dan Promosi Di Tempat Wisata Situ Cinangsi Parung Panjang Bogor. Tim PKM mempersiapkan materi presentasi yang menjelaskan apa saja wahana yang ada di wisata situ cinangsi dan memberikan informasi tentang akun sosial media situ cinangsi.
4. Sebelum acara dimulai, Tim PKM menganjurkan kepada Pengunjung dan warga sekitar untuk mencuci tangan dan memakai masker, dan tentunya duduk dengan menjaga jarak sebagai guna untuk mengantisipasi bahaya virus covid 19.
5. Setelah materi presentasi selesai, Tim PKM memberikan Masker gratis kepada pengunjung.
6. Tim PKM menyerahkan surat izin pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada kepala desa desa cikuda. dan juga menyerahkan sertifikat untuk ditanda tangani oleh kepala desa. Tidak lupa juga memberikan cendra mata sebagai bentuk Terima kasih dan partisipan. Pemberian cendramata dan sertifikat ini di serahkan langsung oleh pengadaan kegiatan yang ditujukan bagi pihak pimpinan dalam hal ini Ketua. Sertifikat ini sebagai bentuk telah dilaksanakan PKM. Dan cendra mata diberikan sebagai bentuk apresiasi atau bentuk terima kasih Tim terhadap Kepala Desa Cikuda.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Dokumentasi PKM Mahasiswa

Promosi adalah pengenalan dalam rangka memajukan usaha dagang Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Menurut Kasmir, sarana promosi dapat dilakukan dengan beberapa hal, di antaranya adalah ;

1. Periklanan (Advertising), Periklanan merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk,



2. Brosur, billboard, koran, majalah, TV atau radio. Dengan membaca atau melihat Advertising itu diharapkan para konsumen atau calon konsumen akan terpengaruh lalu tertarik untuk membeli produk yang diiklankan tersebut, oleh karena itu iklan ini harus dibuat sedemikian rupa sehingga menarik perhatian para pembacanya.
3. Promosi penjualan (Sales Promotion), Promosi Penjualan merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap

barang-barang tertentu pula Membantu dalam memudahkan penjualan.

4. Publisitas (Publicity), Publisitas merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra Rumah Zakat di depan para calon muzakki atau muzakki nya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olah raga.
5. Penjualan pribadi (Personal Selling), Penjualan Pribadi merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan Rumah Zakat dalam melayani serta ikut mempengaruhi muzakki

Tujuannya promosi

1. Menginformasikan (Informing), dapat berupa: Menginformasikan pasar mengenai keberadaan wisata situ cinangsi
2. Membujuk pelanggan sasaran (Persuading), untuk dapat bisa berkunjung kembali ke wisata situ cinangsi.
3. Mengingatkan (Reminding), terdiri atas: Mengingatkan jika ada yang harus di tingkatkan lagi pada tempat wisata situ cinangsi, seperti: kebersihan lingkungan, memakai masker, cuci tangan.

SIMPULAN

Kesimpulan dan Saran

Harapan kami dengan pengabdian ini dapat membantu mempromosikan wisata Situ Cinangsi dan memberikan informasi keberadaan wisata Situ cinangsi dengan cara membuat dokumentasi berupa foto dan video dari beberapa wahana, tempat kuliner dan spot-spot foto yang unik lalu kami upload melalui

media sosial seperti: Instagram, YouTube, Facebook sehingga dapat dilihat oleh masyarakat dan menjadi daya tarik masyarakat berwisata ke Situ Cinangsi.

Dalam laporan kegiatan ini mungkin banyak kekurangan yang ada, untuk itu kami harap masukan dan kritikan dalam rangka perbaikan untuk kegiatan kegiatan pengabdian masyarakat di masa yang akan datang. semoga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat bermanfaat bagi lingkungan universitas pamulang dan pemilik harus memperhatikan aspek bauran pemasaran yaitu:

1. Mempertahankan mutu dan kebersihan dari wisata Situ Cinangsi.
2. Pengontrolan secara periodik terhadap akun-akun social media yang kami buat agar terus di kembangkan dan selalu mengupdate suasana Wisata Situ Cinangsi.
3. Menetapkan kebijakan harga tiket masuk wisata Situ Cinangsi Secara Konsisten.
4. Terus meningkatkan kegiatan promosi baik secara online maupun offline.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012, "*Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*". Jakarta: Erlangga.
- Sustina, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Promosi_\(pemasaran\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Promosi_(pemasaran))
- https://www.instagram.com/tv/CLtZzxcgaWp/?utm_medium=copy_link
- <https://youtu.be/i6IOamG4FEs>