

PELATIHAN PENGELOLAAN *WEBSITE* DALAM RANGKA PENINGKATAN KOMPETENSI *DIGITAL MARKETING* DAN TATA KELOLA DAYA TARIK WISATA DI DUSUN KREATIF INDONESIA

Bastanta Eka Putra Kembaren¹, Liyushiana^{2*}, Dewi Yanti³, Christina Indriani Sianipar⁴,
Nurhafizhah Khairi⁵

^{1,2,3,4,5}Politeknik Pariwisata Medan, Jurusan Kepariwisata, Program Studi Destinasi Pariwisata

*Korespondensi: liyushiana@poltekparmedan.ac.id

ABSTRACT

Tourism is one of the potential industries to be developed in modern times today. But not all attractions can develop well because of several factors, one of which is promotion. Promotions at this time can be used through digital media because of internet access that facilitates in services for prospective tourists. Digital media that will facilitate in providing information one of them is a website. Website management training in order to improve promotion is expected to provide insight for tourists in Indonesia's creative hamlets in increasing the promotion of Indonesian creative hamlets and achieving maximum visit targets. Methods carried out in community service in the form of Classroom training method, this training is used to introduce digital media theory and website management. In this training is carried out continuously while still conducting evaluation and monitoring so as to achieve the target of website management training in creative hamlets of Indonesia.

Keywords: *Tourism, Training, Digital media, Website*

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu industri yang potensial untuk dikembangkan pada masa modern sekarang. Namun tidak semua objek wisata dapat berkembang dengan baik karena beberapa faktor, misalnya masih digunakannya media tradisional dalam pelaksanaan promosi. Pemanfaatan media promosi digital yang memanfaatkan akses internet (termasuk *website*) dirasakan lebih cepat dan mudah bagi semua kalangan pasar yang akan dituju. Pelatihan pengelolaan *website* dalam rangka peningkatan promosi diharapkan mampu memberikan wawasan bagi para pelaku wisata di dusun kreatif Indonesia dalam meningkatkan promosi dusun kreatif Indonesia dan mencapai target kunjungan yang maksimal. Metode yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat berupa pelatihan *Classroom method*, pelatihan ini digunakan untuk memperkenalkan teori media digital dan pengelolaan *website*. Dalam pelatihan ini dilakukan berkesinambungan dengan tetap melakukan evaluasi dan monitoring sehingga dapat mencapai target pelatihan pengelolaan *website* di dusun kreatif Indonesia.

Kata Kunci: Pariwisata, Pelatihan, Media digital, website

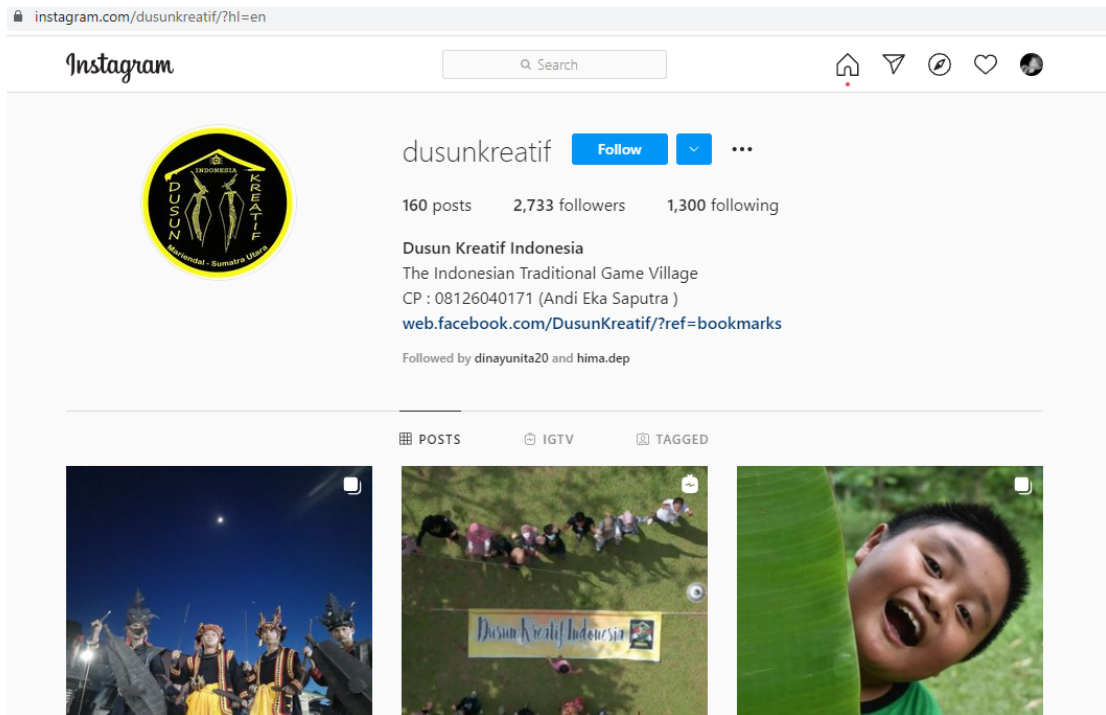
RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan	:	12/10/2021
Diterima	:	12/12/2021
Dipublikasikan	:	04/04/2022

PENDAHULUAN

Salah satu sektor dengan pertumbuhan yang cepat di Indonesia adalah sektor pariwisata (Yunita & Sekarningrum, 2020). Dusun Kreatif Indonesia merupakan salah satu daya tarik wisata yang berada di Sibiru-biru,

Sumatera Utara. Daya tarik ini fokus pada aktivitas wisata edukasi dan *character building* dengan salah satu keunikan berupa permainan tradisional Indonesia.



Gambar 1. Tampilan Instagram Dusun Kreatif Indonesia
(Sumber: instagram.com, 2021)



Gambar 2. Tampilan Facebook Dusun Kreatif Indonesia
(Sumber: facebook.com, 2021)

Dalam melaksanakan promosi kegiatan, Dusun Kreatif Indonesia masih mengandalkan media sosial yang dikelola sendiri, yaitu: Instagram dan Facebook dengan tampilan visual di atas.

Dari gambar 1 dan 2 yang ditampilkan sebelumnya, terlihat bahwa Dusun Kreatif sudah melaksanakan pemasaran melalui media sosial, walaupun belum terlalu optimal. Selain itu, kebutuhan pemasaran melalui media *online* juga tetap dirasakan perlu untuk memperluas aksesibilitas pemasaran Dusun Kreatif.

Salah satu komponen penting dalam melakukan *digital marketing* adalah membuat *website* (Susanti, Gunawan, & Sukaesih, 2019). *Website* sebagai sarana penyebaran informasi kepada publik sangat dibutuhkan bagi sebuah daya tarik wisata, terutama sebagai sarana publikasi dan promosi mengenai aktivitas wisata yang ditawarkan oleh ODTW tersebut (Liyushiana & Sianipar, 2017; Yanti, 2018), tidak terkecuali di Dusun Kreatif Indonesia yang baru saja pindah lokasi ke Sibiru-biru di Deli Serdang. Pengelolaan *website* memerlukan beberapa unsur, yaitu: pembangunan awal *website* dengan menggunakan CMS/wordpress/media blog lainnya, optimalisasi fitur website, teknik membuat konten/jurnalistik, dan teknik digital marketing (Dalimunthe et al., 2020).

Untuk memaksimalkan manfaat *website*, maka diperlukan sumber daya manusia yang mampu mengoperasikan, memutakhirkan konten dan membangun *website* dari awal. Oleh sebab itu, diperlukan sebuah pelatihan intensif dalam pengelolaan *website* yang ditujukan untuk meningkatkan pemanfaatan *digital marketing* dan tata kelola ODTW secara digital (Denny et al., 2021; Yanti, 2019).

METODE

Pelatihan pengelolaan *website* dalam rangka peningkatan media *digital marketing* dan tata kelola daya tarik wisata di Dusun Kreatif Indonesia dilakukan secara intensif dengan metode luring yang tetap memperhatikan protokol kesehatan. Tahapan

penyelenggaraan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Pelaksanaan survei awal yang dilaksanakan selama 3 hari, dimulai dari tanggal 19 – 21 Juli 2021 yang dilaksanakan dengan tujuan untuk koordinasi kegiatan dan memastikan kebutuhan pelatihan.
2. Pelaksanaan pelatihan yang dilaksanakan selama 4 hari di Dusun Kreatif Indonesia.

Adapun peserta kegiatan ini terdiri atas 25 orang yang terdiri atas: pengelola, instruktur dan masyarakat sekitar yang kerap dilibatkan dalam pengelolaan Dusun Kreatif Indonesia. Karakteristik peserta pelatihan akan dibahas lebih lanjut pada bagian berikutnya.

Adapun metode pelatihan yang dilakukan digunakan dengan metode *classroom*. *Pre-test* pelatihan dilakukan secara lisan oleh instruktur untuk mengukur seberapa jauh pengetahuan dan pemahaman peserta pelatihan dalam pemanfaatan *website* sebagai media promosi digital. Sedangkan *post-test* dilakukan pada akhir pelatihan untuk mengukur ada atau tidaknya peningkatan pemahaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum pelaksanaan pelatihan, dilakukan pengumpulan data awal dengan langkah sebagai berikut:

- 1) Pengumpulan data dan informasi mengenai Dusun Kreatif Indonesia.

Dalam proses pengumpulan data dan informasi terkait Dusun Kreatif Indonesia, dilakukan metode wawancara dan observasi kepada pengelola daya tarik wisata. Secara umum diperoleh data bahwa Dusun Kreatif Indonesia didirikan oleh Pak Andi Eka Putra sebagai wahana untuk wisata edukasi bagi pengunjung yang ditargetkan berasal dari siswa dan mahasiswa. Belakangan dengan banyaknya permintaan dari lembaga dan organisasi umum, maka target pasar Dusun Kreatif Indonesia adalah masyarakat secara umum, termasuk karyawan dengan fokus *character building* atau *team building*.

- 2) Manajemen pengelolaan Dusun Kreatif Indonesia.

Pengelola Dusun Kreatif Indonesia dipimpin langsung oleh Pak Andi Eka Putra sebagai *owner* dan *founder* dari daya Tarik wisata ini. Konsep manajemen memang lebih bersifat kekeluargaan, seperti melibatkan kedua putra beliau dalam proses layanan kepada pengunjung. Selain itu, terdapat beberapa instruktur yang direkrut secara profesional untuk membantu proses pelayanan pengunjung. Masyarakat sekitar juga diprioritaskan untuk ikut terlibat dalam proses pelayanan, misalnya untuk penyediaan konsumsi, penjaga parkir, dan instruktur dalam aktivitas pertanian.

- 3) Penyusunan profil Dusun Kreatif Indonesia.

Penyusunan profil Dusun Kreatif Indonesia disesuaikan dengan data yang diperoleh pada tahapan sebelumnya. Setelah profil dirumuskan, kemudian dipresentasikan untuk mendapat persetujuan dari tim Dusun Kreatif Indonesia.

Selanjutnya, setelah ketiga langkah awal ini diselesaikan, dilaksanakan pelatihan pengelolaan *website* selama 4 (empat) hari. Berikut *rundown* kegiatannya:

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Pelatihan

Pukul	Materi	PIC
Rabu, 28 Juli 2021		
08.00 – 09.00	Registrasi	Panitia
09.00 – 09.30	Pembukaan	MC
09.30 – 10.00	Kata Sambutan dan Pembukaan	Ketua Dusun Kreatif Indonesia
10.00 – 12.00	Materi 1: Dasar Digital Marketing	Dewi Yanti, S.Kom., M.Kom
12.00 – 13.30	ISHOMA	
13.30 – 14.30	Latihan 1	Dewi Yanti, S.Kom., M.Kom
14.30 – 15.30	<i>Closing</i>	Panitia
Kamis, 29 Juli 2021		
08.00 – 08.30	Absensi Peserta	Panitia
08.30 – 08.40	<i>Opening</i>	MC
08.40 – 10.40	Materi 2: Pembuatan Website dan Blog	Bastanta Eka Putra Kembaren, S.Kom
10.40 – 12.00	Sesi Tanya Jawab	Dr. Christina Indriani Sianipar, MM
12.00 – 13.30	ISHOMA	
13.30 – 14.30	Latihan 2	Bastanta Eka Putra Kembaren, S.Kom
14.30 – 15.30	<i>Closing</i>	Panitia
Jumat, 30 Juli 2021		
08.00 – 08.30	Absensi Peserta	Panitia
08.30 – 08.40	<i>Opening</i>	MC
08.40 – 10.40	Materi 2: Pembuatan Website dan Blog	Bastanta Eka Putra Kembaren, S.Kom
10.40 – 12.00	Sesi Tanya Jawab	Dr. Christina Indriani Sianipar, MM
12.00 – 13.30	ISHOMA	
13.30 – 14.30	Latihan 3	Dr. Christina Indriani Sianipar, MM
14.30 – 15.30	<i>Closing</i>	
Sabtu, 31 Juli 2021		
08.30 - 08.40	Evaluasi dan <i>Closing</i>	

(Sumber: Olahan penulis, 2021)

Dengan latar belakang peserta pelatihan yang berasal dari pengguna media sosial, maka tidaklah sulit menyampaikan materi karena peserta dapat dengan mudah memahami istilah dan konsep teknis yang disampaikan. Namun demikian, dalam pelaksanaan teknis ini, turut diinformasikan beberapa informasi penting terkait pengelolaan objek wisata, terutama di Dusun Kreatif. Tujuannya adalah sebagai pondasi dasar pengetahuan dan keterampilan yang diharapkan dapat terbentuk pada peserta pelatihan. Selanjutnya setelah *classroom activity*, peserta pelatihan diajak melakukan pelatihan dasar penggunaan *website* dan tanya jawab.

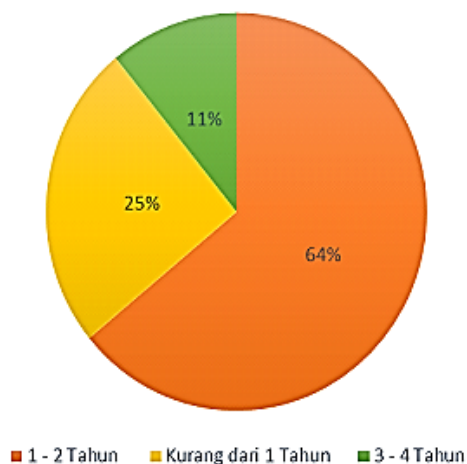
Selanjutnya, ketika pelatihan berakhir, tim pelaksana menyebarkan kuesioner secara *online* dengan aspek pertanyaan yang meliputi: (1) Karakteristik peserta pelatihan, (2) *Review* teknis pelaksanaan pelatihan, (3) *Review* materi pelatihan, dan (4) *Self evaluation* implementasi CHSE di fasilitas akomodasi masing-masing.

Karakteristik peserta pelatihan pertama yang perlu diinformasikan bahwa dominan peserta pelatihan sudah bergabung di Dusun Kreatif selama 1-2 tahun (64%), kurang dari 1 tahun (25%). Hal ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan merupakan orang baru di dunia pariwisata tepatnya bergabung dengan Dusun Kreatif. Hanya 11% yang bergabung

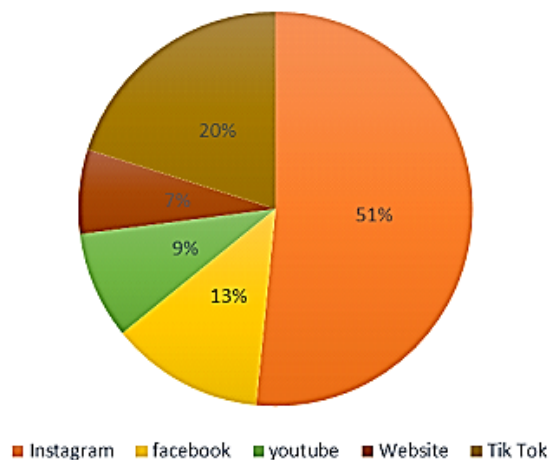


Gambar 3: Instruktur Pelatihan Menjelaskan Sistem Pengelolaan Website
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2021)

Berapa Lama Bekerja di Dusun Kreatif
25 Responden



Media Digital yang di gunakan
25 Responden



Gambar 4. Karakteristik Peserta
(Sumber: Olahan penulis, 2021)

lama di Dusun Kreatif dilihat dari masa baktinya, yaitu 3- 4 tahun.

Dari status pengguna media digital oleh para karyawan dusun kreatif, diketahui bahwa 51% peserta merupakan pengguna terbanyak media sosial Instagram, sebanyak 20% merupakan pengguna Tiktok, 13% Facebook, 9% Youtube, dari data ini dapat dilihat bahwa pengguna media digital dalam hal ini media

sosial pada umumnya digunakan oleh seluruh karyawan Dusun Kreatif namun pada penggunaan *website* sebagai literasi elektronik lainnya hanya 7% merupakan pengguna *website*.



ABOUT US

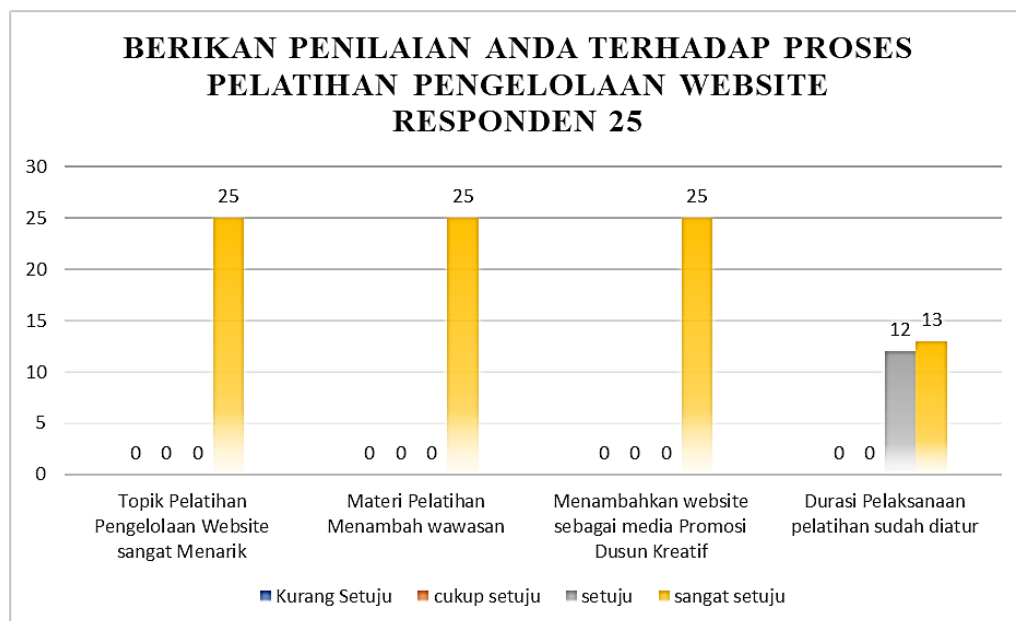
Dusun kreatif adalah nama sebuah camp outbound dengan konsep permainan tradisional Indonesia. Tujuan dibuatnya Dusun Kreatif agar ada alternatif wisata dan tamannya yang bernilai rekreasional dan pendidikan di alam terbuka. Secara formal, Dusun Kreatif dikelola oleh tim jejaring Indonesia.

Dusun Kreatif tempatnya sangat istimewa, sejuk dan teduh. Pepohonan rimbun dan rindang, rumput yang hijau. Sireni yang membusu tenang. Angin berhembus linh. Cocok sekali bagi Anda untuk "mendinginkan telinga dan batin", sama sekali jauh dari suara kendaraan dan segala kebisingan kota.



Gambar 5. Tampilan Website Dusun Kreatif Indonesia
(Sumber: dusunkreatif.id, 2021)

1. Review Teknis Pelatihan

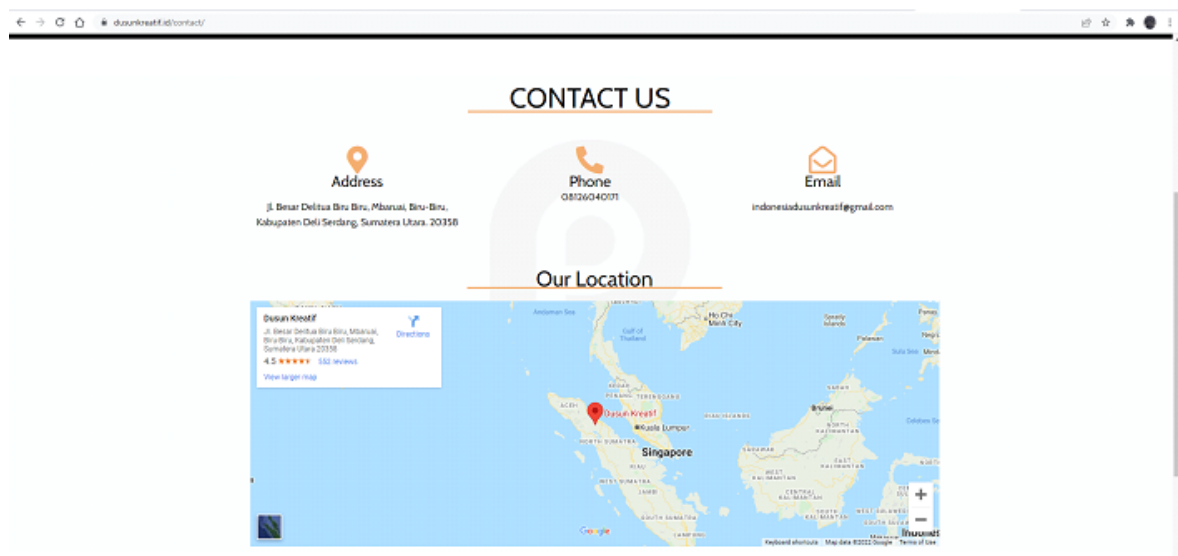


Gambar 6. Penilaian Terhadap Proses Pelatihan
(Sumber: Olahan penulis, 2021)

Berdasarkan hasil evaluasi ini, diketahui bahwa 100% peserta menyatakan bahwa topik pelatihan pengelolaan *website* yang disajikan sangat menarik. Untuk kategori materi pelatihan menambah wawasan, peserta pelatihan juga menyatakan hal yang sama, yaitu 100% setuju bahwa pelatihan ini membuat wawasan mereka, terutama terkait pemasaran digital melalui media *website* bertambah. Keseluruhan peserta juga setuju bahwa keberadaan media *website* sebagai media

gambar 7 berikut, dapat dilihat salah satu bentuk *update website* yang dilakukan pengelola Dusun Kreatif Indonesia pasca pelatihan.

Perubahan informasi *website* yang dilakukan berupa perubahan lokasi Dusun Kreatif Indonesia ini terkait perpindahan lokasi Dusun Kreatif Indonesia beberapa saat pasca pelatihan dilaksanakan. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan *website* masih terus dilaksanakan dan dikontrol oleh pengelola Dusun Kreatif Indonesia.



Gambar 7. Komponen Upgrade Pasca Pelatihan
(Sumber: Olahan penulis, 2021)

promosi Dusun Kreatif Indonesia diperlukan dan perlu dikelola. Namun terkait durasi pelatihan, terdapat perbedaan minor, yaitu tidak seluruhnya menyatakan bahwa teknis pengaturan pelatihan menarik, yaitu 52% menyatakan sangat setuju dengan durasi pelatihan, dan 48% menyatakan setuju untuk pengaturan durasi pelatihan.

Untuk mengecek pengetahuan peserta pelatihan, dilakukan juga evaluasi keterampilan peserta pelatihan dalam pemanfaatan *website* Dusun Kreatif Indonesia. Adapun evaluasi kegiatan dilakukan dengan metode *short period*, yaitu evaluasi yang dilakukan sesaat setelah pelatihan dan pendampingan dilakukan. Hal ini dilakukan untuk melihat seberapa jauh keterarahan pelatihan pengelolaan yang disusun dengan tujuan yang ingin dicapai. Evaluasi ini dilakukan dengan mengecek perubahan konten pada *website* yang telah disiapkan. Pada

SIMPULAN

Peserta pelatihan yang berasal dari karyawan dan masyarakat sekitar yang mengelola Dusun Kreatif Indonesia sudah mampu memahami pengelolaan *website* dan cara memperbaharui data informasi berkaitan dengan profil Dusun Kreatif Indonesia, dokumentasi kegiatan serta data yang lain yang dapat diterapkan dalam menggali daya tarik lain yang dimiliki dusun kreatif, serta mampu memahami mekanisme tata pengelolaan *website* dusun kreatif Indonesia. Dalam pelatihan peserta sangat antusias untuk penggunaan *website* sebagai media promosi baru bagi Dusun Kreatif Indonesia. Secara umum peserta mengapresiasi pelatihan yang dapat langsung diimplementasikan pada *website* Dusun Kreatif Indonesia. Berdasarkan dari hasil evaluasi dan tanya jawab pada saat

dan pasca pelaksanaan pelatihan disarankan pelatihan dilaksanakan berkesinambungan dan dilakukan monitoring sampai penggunaan *website* sebagai media promosi dapat dijalankan dengan baik dan dapat dijadikan media unggulan promosi Dusun Kreatif Indonesia.

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(3), 389–397.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i3.27149>

DAFTAR PUSTAKA

- Dalimunthe, F. I., Masatip, A., Liyushiana, & Rosari, D. (2020). Strategi Pengembangan Pasar Keramik Belawan sebagai Daya Tarik Wisata Belanja di Kota Medan. *Tourism Scientific Journal*, 5(2), 172–182.
- Denny, A., Liyushiana, Sinaga, J. F. A., Jekson, & Wulandani, I. (2021). PELATIHAN TATA KELOLA PARIWISATA DENGAN PENDEKATAN CHSE BAGI PELAKU PERHOTELAN DI KOTA MEDAN. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 292–299.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i2.32624>
- Liyushiana, & Sianipar, C. (2017). Pengelolaan Koridor Jalan Ahmad Yani Sebagai Daya Tarik Wisata Pusaka. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(2), 45–59.
- Susanti, S., Gunawan, W., & Sukaesih, S. (2019). Pengembangan Pemasaran Bordir dan Kelom Geulis Tasikmalaya Melalui Media Sosial. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 248–261.
<https://doi.org/http://10.24198/kumawula.v2i3.25256>
- Yanti, D. (2018). Perencanaan Prototipe Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Web Di Kabupaten Dairi Sumatera Utara. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(2).
<https://doi.org/10.31294/khi.v9i2.4782>
- Yanti, D. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Industri Perhotelan di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 6(2).
<https://doi.org/10.51827/jiaa.v6i2.37>
- Yunita, D., & Sekarningrum, B. (2020). INTEGRASI POTENSI WIRAUSAHA DALAM MEWUJUDKAN CITAMAN SEBAGAI DESA WISATA. *Kumawula:*