

BERKARYA BAGI NEGERI : IMPLEMENTASI PENGETAHUAN & SINERGISITAS PENGABDIAN MASYARAKAT MENUJU ERA SOCIETY 5.0



Editor:

Didik Haryadi Santoso, Rosalia Prismarini Nurdiarti, Rani Dwi Lestari

**BERKARYA BAGI NEGERI :
IMPLEMENTASI PENGETAHUAN &
SINERGISITAS PENGABDIAN MASYARAKAT
MENUJU ERA SOCIETY 5.0**

Editor:

Didik Haryadi Santoso, Rosalia Prismarini Nurdiarti, Rani Dwi Lestari

MBridge Press merupakan anggota aktif dari:



Asosiasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia

Nomor: 003.093.1.04.2019

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 Tentang
Hak Cipta

Lingkup Hak Cipta

1. Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak Ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ketentuan Pidana

Pasal 72

1. Barangsiapa dengan sengaja atau tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1(satu) bulan dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah)
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

**BERKARYA BAGI NEGERI :
IMPLEMENTASI PENGETAHUAN &
SINERGISITAS PENGABDIAN MASYARAKAT
MENUJU ERA SOCIETY 5.0**



Berkarya Bagi Negeri: Implementasi Pengetahuan & Sinergisitas Penabdian Masyarakat Menuju Era Society 5.0

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
All Rights Reserved
342 hal (x + 332 hal), 16 cm x 24 cm
ISBN : 978-623-7587-33-0

Penulis:

Diani Mentari I Relita Pebrina I Ikrimah Nafilata I Anton Sabowo I Sri Setyowati I Suyatno I Totok Sundoro I Parmadi Sigit Purnomo I Pramukti Dian .S I Nor Wijayanti I Wardatun Jannah I Latifah I Septiana Ismiyati I Evi Ni'matuzzakiyah I Tiantiana Isnaningsih I Ubaidillah I Destu Satya Widyarningsih I Ilham Rifky Rahmana I Fyidiya Astuti I M Pujo Darmo I Desak Ayu Putu Tantri I Santi Esterlita Purnamasari I Sheilla Varadhila Peristianto I Ika Yuniwati I Anggra Fiveriati I Ninik Sri Rahayu I Muhammad Rizki Azizi I Moh Nur Afandi I Ninik Sri Rahayu I Ika Yuniwati I Ely Trianasari I Hermayawati Hermayawati I Melania Eva Wulanningtyas I Arief Nuryana I Prahastiwi Utari I Sudarmo I Rahma Widyana I Kamsih Astuti I Muhammad Wahyu Kuncoro I Sowanya Ardi Prahara I Catur Nugroho I Kharisma Nasionalita I Ruth Mei Ulina Malau I Tutik Wahyuningsih I Edy Prayitno I Dini Fakta Sari I Deborah Kurniawati I Abdul Hadi I Palasara Brahmani Laras I Domnina Rani P Rengganis I Awan Santosa I Shadrina Hazmi I Astri Wulandari I Rosalia Prismatini Nurdiarti I Mutaqin Akbar I Rani Dwi Lestari I Kristina Andryani I Putri Taqwa Prasetyaningrum I Tantri Jayamita I Triana Noor Edwina Dewayani Soeharto I Martaria Rizky Rinaldi I Ely Trianasari I Ika Yuniwati I Adetya Prananda I Mustofa Hilmi I Tri Siwi Nugrahani I Faizal Ardiyanto I M. Sul Khanul Umam I Diah Aryanti Sapto Warsi I Lilik Siswanta I Endang Tri Wahyuni I Sukhemi

Editor:

Didik Haryadi Santoso
Rosalia Prismarini Nurdiarti
Rani Dwi Lestari

Perancang Sampul:

Achmad Oddy Widiantoro

Penata Letak:

Rizki Wahta Saputra

Cetakan Kedua, Desember 2019

Diterbitkan Oleh:

MBridge Press
Jl. Ringroad Utara, Condong Catur, Depok,
Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta
Lab. Multipurpose, Lantai 2 Kampus III UMBY
Phone. +62 895-3590-23330

KATA PENGANTAR

Perubahan sosial adalah sebuah keniscayaan. Perkembangan sosial bergeser dari satu era ke era berikutnya dibarengi dengan perkembangan teknologi. Jepang adalah negara pertama yang secara resmi meluncurkan “*society 5.0*” untuk menjawab tantangan perkembangan teknologi dan problem humanistic. Konsep masyarakat yang dibangun berpusat pada manusia (*human centered*) dan berbasis teknologi. Konsep ini berjalan beriringan antara revolusi *industry 4.0* dan *society era 5.0* dimana peranan manusia akan lebih besar dengan berupaya mengoptimalkan perkembangan teknologi untuk menciptakan ruang kemanusiaan yang lebih bermakna. Masyarakat Indonesia harus menyambut era ini dengan optimisme yang tinggi karena disaat negara lain sedang bermasalah dengan populasi maka negara kita justru sedang mengalami bonus demografi dimana jumlah populasi produktif lebih besar dari total keseluruhan populasi.

Akademisi berupaya menjawab tantangan era ini dengan konsisten melakukan riset dan pengabdian kepada masyarakat. Mendekatkan masyarakat dengan hasil riset merupakan implementasi karya yang paling bermanfaat. Temuan riset dan implementasinya dalam pengabdian menjad titik awal pengenalan masyarakat dengan teknologi tanpa kehilangan substansi kemanusiaan. Era dapat berganti, teknologi boleh berkembang lebih modern dan memudahkan tetapi esensi kemanusiaan wajib hadir dalam setiap elemen kehidupan. Semangat mengabdikan kepada negeri tercermin dalam setiap inovasi dan pemikiran yang dituangkan, pergulatan teknologi dan kemanusiaan dihimpun secara apik dalam menjawab problematika social masyarakat.

Buku ini berupaya menghadirkan savana keilmuan yang dapat disinggahi oleh segenap pengembara ilmu dan para pecinta ilmu. Didalamnya dipenuhi bunga-bunga ilmu hasil dari pemikiran mendalam dan studi lapangan. Terangkum dalam berbagai tema yang kesemuanya dapat secara mudah diimplementasikan demi menggapai tatanan kehidupan masyarakat yang sejahtera, adil dan harmonis. Dalam buku ini penulis tidak hanya focus pada kemampuan

teoritis melainkan berupaya memberikan solusi-solusi praktis problematika di lapangan. Buku ini dapat dijadikan referensi oleh berbagai kalangan, akademisi, mahasiswa dan praktisi untuk mendorong terbentuknya tatanan masyarakat humanis seiring dengan semakin berkembangnya teknologi. Semoga buku ini bermanfaat bagi pembangunan masyarakat Indonesia serta menambah khasanah keilmuan. Akhir kata, Selamat membaca dan bekerja untuk sesama.

Yogyakarta, 31 Oktober 2019

M. Nastain, S.Sos.I., M.IKom

Ketua Semnas PPM 2019

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Daftar Isi

Persiapan Desa Siaga Donor Darah Dusun Pagerjurung, Kepuharjo, Cangkringan Sleman Yogyakarta Melalui Pemeriksaan Tekanan Darah Dan Kolesterol <i>(Diani Mentari, Relita Pebrina, Ikrimah Nafilata dan Anton Sabowo)</i>	1
Spiritualitas Dan Kecenderungan Bunuh Diri Pada Remaja Di Yogyakarta <i>(Sri Setyowati, Suyatno)</i>	13
Komunikasi Dan Sumber Daya Dalam Pelaksanaan Kawasan Sehat Bebas Asap Rokok Di Sekolah <i>(Totok Sundoro, Parmadi Sigit Purnomo, Pramukti Dian .S)</i>	21
Edukasi Pemeriksaan Payudara Sendiri (Sadari) Pada Siswi Smpn I Kalikotes Klaten Jawa Tengah <i>(Nor Wijayanti, Wardatun Jannah, Latifah, Septiana Ismiyati)</i>	35
Terapi Berbasis Emotional Freedeom Techniques Untuk Rehabilitasi Korban Narkoba <i>(Evi Ni'matuzzakiah, Tantina Isnaningsih, Ubaidillah)</i>	49
Pendampingan Senam Pada Posyandu Lanjut Usia (Studi Kasus Pada Posyandu Lanjut Usia Giri Wreda 2018) <i>(Destu Satya Widyaningsih)</i>	63
KKN-PPM Pengembangan Desa Wisata Malangjiwan Di Kecamatan Kebonarum Kabupaten Klaten <i>(Ilham Rifky Rahmana, Fyidiya Astuti, dan M Pujo Darmo)</i>	71
Hubungan Kecerdasan Emosi Dengan Kecemasan Dalam Persiapan Menghadapi Persalinan Pada Ibu Yang Hamil Di Usia Muda	

(Desak Ayu Putu Tantri, Santi Esterlita Purnamasari, Sheilla Varadhila Peristianto)..... 83

Redesain Mesin Penyerut Bambu Untuk Skala Rumahan Di Desa Gintangan

(Ika Yuniwati, Anggra Fiveriati, Ninik Sri Rahayu, Muhammad Rizki Azizi, Moh Nur Afandi)..... 97

Penyuluhan Outdoor Education Untuk Meningkatkan Kualitas Pengelolaan Pembelajaran Guru Smp Pgri 3 Pesanggaran

(Ninik Sri Rahayu, Ika Yuniwati, Ely Trianasari)..... 115

Pembelajaran Berbasis Kurtilas Revisi 2017 Berdimensi Kognitif Dan Pengetahuan: Pkm Guru Mts

(Hermayawati Hermayawati)..... 125

Pelatihan Pengajaran Matematika Sederhana Menggunakan Media Permainan Sehari-Hari Di Tk Aisyiyah Bustanul Athfal Krajan

(Melania Eva Wulanningtyas)..... 143

Pelatihan Pengemudi Becak Berbahasa Inggris Di Kampong Wisata Batik Laweyan, Surakarta

(Arief Nuryana, Prahastiwi Utari, Sudarmo)..... 151

HARGA DIRI ANAK DENGAN ORANG TUA BER CERAI

(Rahma Widyana & Kamsih Astuti)..... 161

RELASI SOSIAL SUAMI DENGAN ISTRI YANG MENGALAMI KONFLIK PEKERJAAN-KELUARGA: PENDEKATAN INDIGENOUS

(Triana Noor Edwina Dewayani Soeharto, Muhammad Wahyu Kuncoro, Sowanya Ardi Prahara)..... 179

**PELATIHAN LITERASI DIGITAL UNTUK REMAJA MASJID
BA'ABUSSALAM, TAMAN CIBADUYUT INDAH KABUPATEN
BANDUNG**

(Catur Nugroho, Kharisma Nasionalita, Ruth Mei Ulina Malau)..... 189

**SEDEKAH SAMPAH SEBAGAI SOLUSI PERMASALAHAN
LINGKUNGAN**

(Tutik Wahyuningsih, Edy Prayitno)..... 199

**PENINGKATAN KEMAMPUAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI
INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) SEBAGAI SOLUSI
PERMASALAHAN ADMINISTRASI DASAWISMA**

(Dini Fakta Sari, Deborah Kurniawati)..... 207

**PELATIHAN KONSELING TRAUMATIK PADA GURU
BIMBINGAN DAN KONSELING SMK SE-PROVINSI JAWA
TENGAH**

(Abdul Hadi, Palasara Brahmani Laras)..... 217

**PELATIHAN MANAJEMEN STRES SEBAGAI LANGKAH
AWAL MENGURANGI STRES KERJA KARYAWAN**

(Domnina Rani P Rengganis)..... 227

**e-SEKOLAH PASAR UNTUK MENINGKATKAN KAPASITAS
PEDAGANG PASAR SAMBILEGI, KABUPATEN SLEMAN**

(Awan Santosa, Shadrina Hazmi)..... 237

**PERENCANAAN STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING
PADA PKM UMKM BAKPIA IVAN DI DESA JANTEN,
KECAMATAN NGESTIHARJO, KABUPATEN BANTUL,
PROVINSI DIY**

(Astri Wulandari, Rosalia Prismatini Nurdiarti, Mutaqin Akbar)..... 253

**PEMASARAN TERPADU POTENSI WISATA ALAM BUKIT
MOJO BERBASIS WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL**

(Rani Dwi Lestari, Kristina Andryani, Putri Taqwa Prasetyaningrum)..... 267

COPING STRESS PADA WANITA HAMIL BEKERJA YANG MENGALAMI MORNING SICKNESS

(Tantri Jayamita, Triana Noor Edwina Dewayani Soeharto, Martaria Rizky Rinaldi)..... 279

PELATIHAN PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS DATA UNTUK CALON GURU DI BANYUWANGI

(Ely Trianasari, Ika Yuniwati, Adetya Prananda, Mustofa Hilmi)..... 293

ASOSIASI PEMAHAMAN INTERNET, LAMA PENGGUNAAN INTERNET, DAN PERILAKU ETIS TERHADAP CYBERCRIME AWARENESS PELAKU UKM DI BANTUL DIY

(Tri Siwi Nugrahani, Faizal Ardiyanto, dan M. Sulkhanul Umam)..... 301

ANALISIS PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN, KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJATENAGA KEPENDIDIKAN

(Diah Aryanti Spto Warsi, Lilik Siswanta, Endang Tri Wahyuni, dan Sukhemi)..... 315

Index 331

PEMASARAN TERPADU POTENSI WISATA ALAM BUKIT MOJO BERBASIS *WEBSITE* DAN MEDIA SOSIAL

Rani Dwi Lestari¹, Kristina Andryani², Putri Taqwa Prasetyaningrum³

^{1, 2, 3.} Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Jl. Ringroad Utara Condong

Catur Depok, Sleman Yogyakarta, 55281

Email: aieramaharani@gmail.com¹, kandryani@mercubuana-yogya.ac.id²,
putri@mercubuana-yogya.ac.id³

Abstrak

Potensi wisata alam merupakan sektor baru industri pariwisata yang memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi wisata unggulan. Namun, kesadaran untuk mengembangkan potensi wisata alam khususnya dari segi pemasaran masih belum menjadi prioritas. Pemasaran potensi wisata belum dilakukan secara terpadu termasuk memaksimalkan teknologi informasi digital seperti media sosial dan website. Pengabdian di Desa Wisata Bukit Mojo, Gumelem, Mangunan Yogyakarta dilandasi oleh permasalahan yang dihadapi yakni pertama, kurangnya pengetahuan mengenai *Integrated Marketing Communication* atau komunikasi pemasaran terpadu dalam promosi wisata. Kedua, kesenjangan teknologi informasi dalam pemasaran potensi wisata berbasis *media online* yakni *website* dan media sosial. Ketiga, kurangnya pengelolaan potensi desa wisata baik dari segi promosi maupun pemberdayaan masyarakat. Tujuan yang ingin dicapai dari pengabdian ini adalah pengembangan strategi pemasaran terpadu, terwujudnya manajemen pemasaran melalui strategi pemasaran yang tepat dengan memanfaatkan *website* dan media sosial *instagram*, *facebook* dan *youtube* serta pembentukan kader pengembang desa wisata. Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dalam dua cara yakni transfer pengetahuan dan pelatihan pengelolaan konten promosi wisata berbasis website dan media sosial. Hasil dari pengabdian berupa sistem pemasaran terpadu promosi wisata melalui *website* dan media sosial *instagram*, *facebook* dan *youtube* yang mampu mengatasi kesenjangan promosi antara pengelola wisata dan wisatawan. Melalui pengabdian ini juga telah terbentuk regenerasi pengelolaan wisata melalui kader wisata.

Kata Kunci: *Pemasaran Terpadu, Pariwisata, Media Sosial, Website*

Pendahuluan

Industri pariwisata berkembang pesat seiring dengan pergeseran pola pikir masyarakat yang menjadikan berwisata bukan hanya sebagai kebutuhan namun juga gaya hidup. Pengelolaan wisata kini juga bergeser tidak hanya bergantung pada pemerintah namun juga potensi wisata wilayah yang dikelola oleh masyarakat. Pendit

(2003:32) menyatakan bahwa pariwisata merupakan salah satu jenis industri yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya.

Pemasaran produk dan potensi wisata menjadi salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan industri. Sebuah pemasaran produk yang baik harus dapat dilakukan dengan konsep yang tepat. Namun, pemasaran potensi wisata belum dilakukan dengan maksimal mengikuti perkembangan teknologi informasi digital. Konsep pemasaran pariwisata yang berbasis pemasaran terpadu tidak bisa berjalan maksimal tanpa penguasaan teknologi bagi kader wisata atau pengelola wisata. Diantaranya, pengelolaan konten media sosial dan website untuk promosi wisata. Padahal, media sosial kini dianggap menjadi sarana yang cukup efektif untuk pemasaran wisata mengingat trend masyarakat yang menjadikan media sosial sebagai sumber informasi. Seperti yang diungkapkan Fananti (2015), promosi objek wisata yang dilakukan melalui media sosial merupakan cara yang bersifat baru dan dapat mendorong perkembangan wisatawan. Selain itu media sosial juga mampu memberikan dampak positif dalam media pemasaran objek wisata suatu daerah dilihat dari segi biaya, efektivitas serta kemudahan dalam menjalankan promosi (Gohil, 2015).

Pemasaran produk dan potensi wisata menjadi salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan industri. Sebuah pemasaran produk yang baik harus dapat dilakukan dengan konsep yang tepat. Salah satunya adalah melalui kegiatan komunikasi pemasaran terpadu atau *Integrated Marketing Communication* (IMC). Komunikasi pemasaran terpadu adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 1997). Komunikasi pemasaran juga merupakan fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai bagi pelanggan, serta mengelola relasi pelanggan sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat bagi para organisasi dan para *stakeholder*-nya (Estaswara, 2001).

Dalam kaitannya dengan kegiatan industri khususnya pada level UKM, kegiatan komunikasi pemasaran terpadu seringkali belum diterapkan atau bahkan diabaikan oleh para pengusaha. Padahal, potensi produk yang dihasilkan oleh UKM jika dikelola dengan baik dari segi pemasaran, tidak kalah bersaing dengan produk massal di perusahaan yang lebih besar. Kondisi tersebut juga dialami oleh salah satu Desa wisata di wilayah Bantul Yogyakarta yang memiliki produk wisata potensial untuk dikembangkan. Bukit Mojo Gumelem terletak di Desa Mangunan, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kawasan ini merupakan spot wisata alam baru di DIY yang belum terlalu banyak diketahui wisatawan khususnya dari luar daerah DIY maupun wisatawan mancanegara. Bukit Mojo ini memiliki potensi *spot* foto *selfie* dengan pemandangan alam yang mengagumkan dan tergolong unik dengan menggugulkan spot matahari terbenam atau *sunset*.

Sebagai sebuah desa wisata, Bukit Mojo memiliki potensi yang menarik untuk terus dikembangkan. Apalagi fenomena desa wisata terus digalakkan oleh pemerintah guna memberdayakan potensi lokal dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Mengacu pada kriteria desa wisata (Muliawan, 2008) dimana sebuah desa dapat menjadi desa wisata apabila memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas (sebagai atraksi wisata), baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan, memiliki dukungan dan kesiapan fasilitas pendukung kepariwisataan terkait dengan kegiatan wisata pedesaan, memiliki interaksi dengan pasar (pengunjung atau wisatawan) yang tercermin dari kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut serta adanya dukungan, inisiatif dan partisipasi masyarakat setempat terhadap pengembangan desa tersebut terkait dengan kegiatan kepariwisataan (sebagai desa wisata).

Dalam upaya pengembangan kawasan wisata, masyarakat bukit Mojo mengalami beberapa hambatan khususnya pada pemasaran produk secara global dan persaingan dengan industri sejenis yang menggempur pasar. Pelaku UKM yang merupakan penduduk setempat sulit bersaing dengan kemajuan teknologi yang memungkinkan pelaku usaha memasarkan produknya melalui media daring atau online. Kesenjangan teknologi informasi dan manajemen

komunikasi pemasaran terpadu yang belum diterapkan dengan baik menjadikan UKM di wilayah tersebut tidak terkelola secara maksimal.

Bukit Mojo juga mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan. Menurut pengakuan pengelola, seringkali wisatawan hilir mudik datang ke Mojo namun hanya melihat di gerbang dan memutar balik atau batal berkunjung. Di sisi lain, wisatawan yang akhirnya datang ke Mojo seringkali hanya melakukan foto *selfie* kemudian pergi tanpa menengok dagangan warga setempat. Akibatnya, usaha masyarakat yang sebelumnya dikelola tersebut akhirnya mati. Kini bukit Mojo hanya mengandalkan spot foto sebagai unggulan wisata dan perkembangannya melambat karena belum adanya konsep pemasaran wisata yang terkoneksi dengan teknologi.

Selain menerapkan sistem pemasaran wisata terpadu, perlu didukung dengan aktivitas pengisian konten promosi wisata yang memiliki konsep matang terutama diintegrasikan dengan pengelolaan konten di media sosial yakni *instagram*, *facebook* dan *youtube*. Pengelolaan konten penting dilakukan untuk memastikan keberlanjutan promosi yang konsisten dilakukan oleh kader wisata. Berangkat dari permasalahan tersebut menjadikan pengabdian kepada masyarakat ini penting dilakukan untuk dapat mengembangkan konsep promosi pariwisata dan pengelolaan konten media sosial maupun *website* sebagai upaya meningkatkan daya saing wisata di wilayah Bukit Mojo.

Metode Pelaksanaan

Berbagai permasalahan yang dimiliki oleh kelompok Desa wisata bukit Mojo dapat ditanggulangi dengan melihat potensi baik sumberdaya manusia dan produk yang ditawarkan serta keberadaannya sebagai desa wisata. Ditinjau dari kesiapan sumberdaya manusia, seluruh warga masyarakat dusun, kelompok pemuda dan kelompok PKK dusun telah siap untuk mengembangkan usaha desa wisata menjadi unggulan desa. Aksi nyata juga telah dilakukan dalam pengabdian sebelumnya untuk mengembangkan desa wisata ini dengan segera membuat website tentang sistem informasi pemasaran untuk mempromosikan desa wisata (www.wisatabukitmojo.com).

Kelompok pemuda yang juga tergabung dalam kelompok Desa wisata juga telah siap dan memiliki motivasi untuk memajukan desa wisata dengan sarana pendukung dan pelengkap. Dalam pengabdian sebelumnya telah dibentuk kader sadar wisata yang beranggotakan pengelola dan pengurus dari generasi muda. Kader ini akan menjadi garda depan untuk mengembangkan potensi wisata. Generasi muda sendiri dipilih guna mengatasi kesenjangan teknologi karena mereka lebih akrab menggunakan media sosial. Selain itu juga sebagai bentuk regenerasi dalam pengelolaan desa wisata. Karenanya, dalam metode pelaksanaan kegiatan akan diuraikan bagaimana langkah solusi pemecahan permasalahan yang ditawarkan, diantaranya adalah:

Penyelesaian permasalahan pertama

Permasalahan pertama adalah mengatasi kurangnya pengetahuan mengenai *Integrated Marketing Communication* atau komunikasi pemasaran terpadu dalam meningkatkan daya saing pemasaran potensi wisata. Untuk mengatasinya maka diperlukan upaya mempromosikan potensi wisata dan mempromosikan hasil produksi desa wisata secara virtual maupun langsung kepada wisatawan. Langkah yang dilakukan adalah pelatihan teori berupa pengetahuan dan keterampilan mempromosikan dan mengemas hasil produksi agar produk yang dihasilkan banyak diminati oleh pembeli. Pelatihan diberikan selama 4 kali tatap muka, dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan kelompok. Peserta adalah kelompok masyarakat Desa Gumelem sebanyak 20 orang sebagai kader. Pelaksanaan pelatihan dilakukan baik secara teori maupun praktek dengan narasumber ahli, yaitu dari Jurusan ilmu komunikasi Univeritas Mercu Buana Yogyakarta. Materi yang diberikan adalah berupa pelatihan dan praktek tentang bagaimana cara mempromosikan potensi wisata dan hasil produksi secara *virtual* maupun langsung kepada wisatawan, memproduksi dan mengemas produk lokal masyarakat agar lebih menarik. Pelatihan dilaksanakan sebanyak 4 kali tatap muka, yaitu 1 kali tatap muka teori dan 3 kali tatap muka praktek. Metode pelatihan yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab, diskusi dan latihan.

Penyelesaian permasalahan kedua

Permasalahan kedua yang perlu ditata adalah adanya kesenjangan teknologi informasi dalam pemasaran potensi wisata dan produk dengan jaringan pelaku industri maupun konsumen khususnya melalui akses teknologi media sosial. Sistem manajemen promosi wisata yang selama ini dilakukan secara sederhana akan diarahkan menjadi manajemen usaha yang profesional. Permasalahan manajemen dilanjutkan dengan perluasan jangkauan pemasaran atau promosi desa wisata untuk menarik pengunjung atau wisatawan lebih banyak yaitu dengan menggunakan teknologi sistem informasi pemasaran berbasis *website* dan media sosial (*facebook, instagram dan youtube*). Dalam hal ini, yang lebih ditekankan adalah pada pengelolaan konten media sosial dimana kader dan pengelola akan dilatih bagaimana menyajikan konten promosi wisata yang menarik di media sosial.

Materi yang diberikan berupa teori dan praktik membuat konten foto, video dan artikel yang menarik untuk promosi wisata serta manajemen pemasaran (*strategic* pemasaran) berbasis media sosial. Narasumber materi adalah tenaga ahli ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta dengan melibatkan narasumber tamu ahli dari Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

Metode pembelajaran yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan adalah ceramah, tanya jawab, diskusi dan latihan. Untuk mendukung keberhasilan pelatihan akan dibuatkan akun media sosial facebook dan instagram beserta konten awal promosi termasuk pembuatan video profile dan artikel di *website www.wisatabukitmojo.com*. Pelatihan diharapkan dapat meningkatkan pemahaman ketrampilan peserta dalam memasarkan dan mempromosikan desa wisata melalui media sosial.

Penyelesaian permasalahan ketiga

Inti penyelesaian permasalahan ketiga adalah persiapan pengelolaan potensi desa wisata baik dari segi promosi maupun pemberdayaan masyarakat. Tujuan bentuk penyelesaian permasalahan ketiga, yaitu meningkatkan pengetahuan dan

ketrampilan kelompok dalam mengembangkan desa wisata dan meningkatkan pengetahuan serta ketrampilan kelompok dalam pengelolaan potensi desa wisata dengan membentuk kader sadar wisata.

Solusi yang ditawarkan adalah pelatihan kepada kelompok pemuda sebagai kader yang ditetapkan bersama untuk menjadi penggerak usaha desa wisata. Materi pelatihan berupa teori dan praktek meliputi pengetahuan tentang pengemasan produk kerajinan wilayah serta pengetahuan tentang cara mempromosikan produk dengan baik dalam pengolahan hasil produksi kerajinan. Metode yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab, diskusi dan praktik.

Hasil dan Pembahasan

Hasil yang menjadi target luaran dalam program ini adalah (1) Pengembangan strategi pemasaran terpadu, promosi dan marketing produk wisata di pasar domestik maupun mancanegara. (2) Terwujudnya manajemen pemasaran melalui strategi pemasaran yang tepat dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi berbasis website dan media sosial (3) Pengembangan dan pengelolaan potensi desa wisata serta pembentukan kader pengembang desa wisata. Pelaksanaan pengabdian diharapkan memberikan hasil terbaik untuk masyarakat sasaran yang dikenai program. Berdasarkan tiga permasalahan yang akan diselesaikan maka target luaran yang dihasilkan adalah:

Kurangnya pengetahuan mengenai *Integrated Marketing Communication* atau komunikasi pemasaran terpadu dalam meningkatkan daya saing pemasaran potensi wisata. Target Luaran adalah:

- a) Peserta memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam mempromosikan potensi wisata dan mempromosikan hasil produksi masyarakat secara langsung maupun *virtual* kepada wisatawan.
- b) Peserta memiliki pengetahuan dan ketrampilan mengelola potensi wisata dan produk kerajinan daerah agar tidak dibeli oleh pembeli pihak ke dua atau makelar

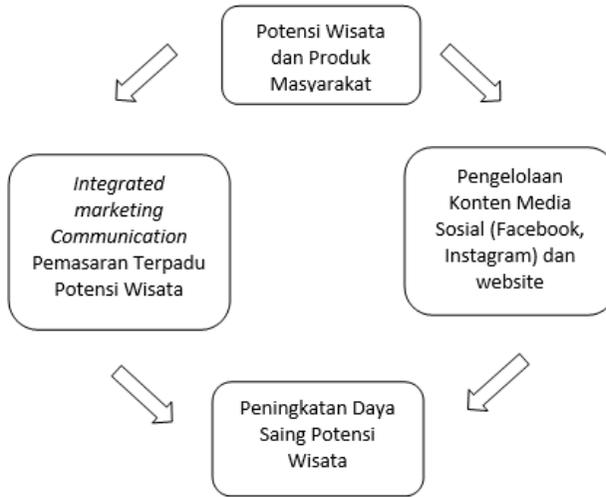
- c) Peserta mampu mengemas promosi wisata yang menarik serta memproduksi dan mengemas kerajinan wilayah agar lebih menarik.

Kesenjangan teknologi informasi dalam pemasaran produk dan jaringan dengan pelaku industri maupun konsumen. Target Luaran adalah:

- a) Menata sistem manajemen dan strategi yaitu Terwujudnya manajemen pemasaran melalui strategi pemasaran yang tepat.
- b) Memberikan pengarahan mengenai pengelolaan potensi desa wisata melalui pemanfaatan teknologi.
- c) Memberikan fasilitas teknologi informasi yang menunjang pemasaran produk yaitu dengan membuat suatu sistem informasi pemasaran produk berbasis *website* secara *online* sebagai sarana pemasaran secara online guna meningkatkan daya saing pemasaran produk desa wisata untuk menarik pengunjung atau wisatawan lebih banyak.

Kurangnya pengelolaan potensi desa wisata baik dari segi promosi maupun pemberdayaan masyarakat. Target luaran adalah peserta mengetahui, mampu mengembangkan potensi desa wisata serta pengelolaan potensi desa wisata tersebut. Selanjutnya diharapkan terbentuk kader-kader masyarakat yang sadar wisata untuk dapat mengembangkan potensi wisata daerahnya dengan memanfaatkan pengetahuan yang ditransfer dalam pengabdian ini.

Gambaran IPTEK yang Ditransfer



Setelah diadakan pengabdian masyarakat melalui pemberian transfer ilmu dan teknologi, diperoleh beberapa capaian dalam pemberdayaan masyarakat dan kemampuan promosi melalui website dan media sosial (*instagram, facebook dan youtube*), diantaranya:

1. Pengetahuan Mengenai *Integrated Marketing Communication* atau strategi komunikasi pemasaran terpadu meningkat (Tidak tahu, menjadi tahu)



Gambar 1. Pemberian Materi Oleh Tim Pengabdian dan Narasumber

2. Kemampuan Teknologi: Meningkat, dapat mengoperasikan website dan media sosial untuk promosi wisata, adanya fasilitas laptop dan website.



Gambar 2. Pelatihan penggunaan dan pengisian konten promosi wisata melalui website www.wisatabukitmojo.com

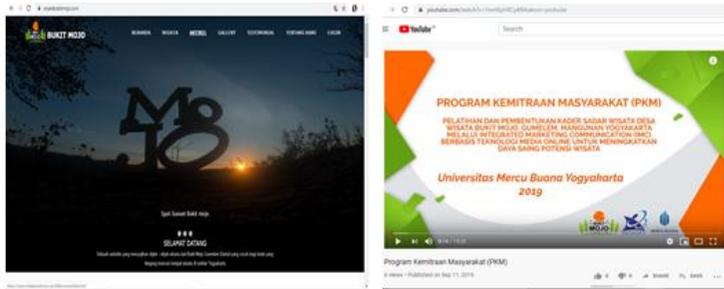


Gambar 3. Penyerahan Fasilitas Laptop dan Modem

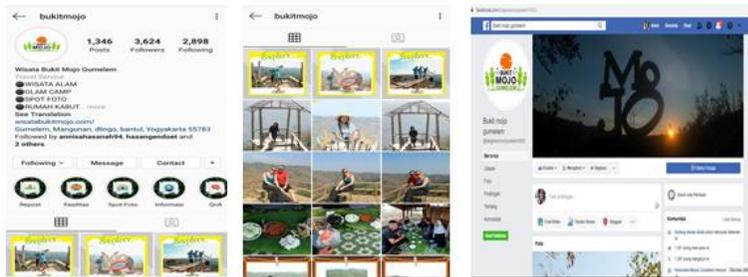
3. Kemampuan Promosi: Meningkat, dengan terbentuknya kader wisata, terlatih melakukan promosi secara rutin melalui media online, ada feedback antara wisatawan dan pengelola wisata



Gambar 4. Pembentukan Kader Sadar Wisata



Gambar 5. Tampilan Website www.wisatabukitmojo.com dan Youtube Channel Bukit Mojo



Gambar 6. Tampilan Instagram @bukitmojo dan Facebook Bukit Mojo

Kesimpulan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di bukit Mojo Gumelem Yogyakarta dalam meningkatkan potensi wisata melalui *Integrated Marketing Communication* berbasis *website* dan media sosial dapat diterapkan dengan cukup baik. Diperoleh *output* promosi wisata melalui *website* dan media sosial yang dioperasikan langsung oleh kader wisata sekaligus sebagai bentuk regenerasi pengelolaan wisata. Pengelolaan promosi wisata melalui media *online* juga mampu mengatasi kesenjangan promosi antara pengelola wisata dan wisatawan sehingga tercipta satu sistem promosi wisata berbasis media sosial melalui *instagram*, *facebook* dan *youtube*. Meski belum diteliti signifikansi antara promosi dan peningkatan jumlah kunjungan wisata, namun dengan adanya system promosi wisata berbasis media online terbukti mampu meningkatkan daya saing potensi wisata wilayah.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami haturkan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset

dan Pengembangan, Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi sesuai dengan perjanjian penugasan pelaksanaan program pengabdian masyarakat Nomor: 109/SP2H/PPM/DRPM/2019 tanggal 18 Maret 2019. Ucapan terima kasih juga kami haturkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Mitra pengabdian pengelola wisata Bukit Mojo, Gumelem, Yogyakarta, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia (FIKOMM) Universitas Mercu Buana Yogyakarta dan seluruh pihak yang telah membantu kelancaran pelaksanaan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Estaswara. 2001. Think IMC: Efektivitas Komunikasi untuk Meningkatkan Loyalitas Merek dan Laba Perusahaan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Fandy Tjiptono. 1997. Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Fatanti, M. N. & Suyadnya. 2015. Beyond User Gaze: How Instagram Creates Tourism Destinations Brand? 2nd Global Conference on Bussines and Social Science 2015. Procedia Social and Behavioral Science, Bali.
- Gohil, D. N. 2015. Role and Impact of Social Media in Tourism, A Case Study on the Initiatives of Madhya Pradesh State Tourism. International Journal of Research in Economics and Social Sciences, 8-15
- Muliawan, H. 2008. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Konsep dan Implementasi. Tanpa kota: tanpa penerbit
- Pendit, Nyoman S. 2003. Ilmu Pariwisata Sebuah Perdana. Pradnya Paramita, Jakarta.

Index

B

bencana, 1, 2, 228, 230
berpartisipasi, 4, 5, 10, 242, 244, 262,
303
bunuh diri, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20

D

darah, 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 23, 47,
69, 71, 138
darurat, 1, 52, 53
desa, 1, 2, 4, 10, 71, 75, 76, 77, 78, 80,
82, 83, 84, 85, 86, 87, 102, 103, 161,
162, 166, 219, 221, 250, 279, 281,
283, 284, 285, 286, 287
Desa, vii, viii, 2, 3, 4, 10, 11, 12, 66, 68,
72, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 82, 83, 84,
85, 86, 87, 99, 102, 103, 106, 119,
120, 123
diastole, 1, 2, 3, 6, 7, 9
donor, 1, 2, 4, 10, 11
Dusun, vii, 1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 10, 11, 12,
66, 68, 71, 72, 123, 214

E

emosi, 14, 16, 18, 19, 52, 57, 58, 59, 60,
61, 62, 88, 91, 93, 94, 95, 96, 97, 98

H

hipertensi, 1, 2, 3, 6, 7, 9, 10, 11, 71, 72

I

infrastruktur, 122, 123

K

kardiovaskular, 3
kawasan, 22, 23, 24, 29, 30, 31, 32, 34,
35, 156, 282
Kawasan, vii, 22, 24, 25, 28, 33, 34, 35,
36

kecemasan, 88, 90, 91, 93, 94, 95, 96, 97,
98

kecerdasan, 88, 91, 93, 94, 95, 96, 97, 98
kegiatan, 3, 4, 5, 8, 10, 11, 22, 29, 30, 31,
32, 44, 45, 46, 48, 49, 50, 66, 67, 68,
69, 70, 71, 72, 77, 78, 82, 85, 102,
119, 121, 123, 124, 125, 127, 128,
129, 132, 135, 136, 142, 147, 148,
150, 151, 152, 153, 155, 156, 157,
158, 159, 161, 164, 165, 174, 189,
197, 200, 201, 202, 204, 205, 206,
208, 211, 214, 217, 218, 219, 220,
221, 222, 242, 244, 253, 268, 280,
281, 283, 295, 296, 297, 299, 300, 301
Keluarga, 76, 99, 139, 169, 186, 187, 188,
195, 217, 222, 224, 293

kesehatan, 2, 10, 14, 18, 22, 23, 30, 31,
37, 38, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 66,
67, 68, 71, 85

Kolesterol, vii, 2, 8, 11, 12

Komunikasi, vii, 22, 28

korban, 2, 52, 54, 55, 59, 62, 65

L

lapangan, v, 52, 55, 75, 125, 126, 177,
234, 253, 255, 280
lingkungan, 24, 28, 29, 31, 45, 53, 96,
102, 103, 120, 122, 127, 139, 155,
169, 171, 172, 182, 183, 184, 199,
208, 210, 211, 212, 214, 227, 229,
238, 252, 281

M

masyarakat, v, vi, 1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 10,
14, 16, 37, 38, 45, 48, 49, 50, 54, 56,
57, 59, 66, 67, 68, 72, 75, 76, 77, 78,
79, 80, 86, 87, 102, 103, 126, 129,
152, 157, 158, 159, 161, 163, 166,
169, 188, 197, 198, 199, 200, 201,
204, 206, 209, 210, 211, 227, 228,
229, 237, 239, 243, 244, 245, 248,
254, 256, 279, 280, 281, 282, 283,
285, 286, 287, 289, 292, 293
Masyarakat, iv, v, 11, 12, 22, 35, 51, 66,
76, 80, 87, 119, 121, 125, 129, 132,

134, 166, 199, 201, 208, 214, 226,
245, 253, 262, 277, 290, 291, 305
media, 44, 45, 69, 75, 77, 78, 83, 84, 150,
151, 152, 153, 154, 156, 165, 197,
198, 199, 200, 201, 202, 204, 205,
206, 213, 249, 250, 253, 257, 258,
261, 262, 265, 266, 267, 268, 269,
270, 273, 274, 275, 276, 279, 280,
282, 283, 284, 285, 287, 288, 289
mitigasi, 1

P

payudara, 37, 38, 39, 46, 47, 48, 49, 50
Pelatihan, viii, 39, 46, 47, 72, 82, 154,
157
pemeriksaan, 4, 9, 37, 46, 47, 48, 49
Pendampingan, vii, 66, 71, 77, 78, 80, 81,
82, 85
Pendidikan, 14, 16, 24, 27, 36, 44, 45, 49,
73, 129, 132, 133, 135, 136, 141, 142,
148, 149, 150, 151, 157
penduduk, 14, 23, 24, 38, 53, 76, 137,
159, 160, 188, 209, 217, 220, 222,
223, 224, 237, 282
pengabdian, v, 3, 4, 8, 10, 20, 37, 39, 44,
46, 48, 49, 50, 66, 119, 124, 129, 152,
153, 156, 157, 158, 162, 163, 164,
165, 166, 197, 200, 201, 204, 205,
206, 237, 239, 243, 244, 245, 253,
254, 262, 279, 282, 283, 285, 287,
289, 290
Pengabdian, 6, 10, 11, 12, 44, 45, 49,
119, 121, 125, 126, 129
Penyuluhan, viii, 121, 128
posyandu, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72
Program, 1, 4, 11, 22, 32, 33, 34, 66, 78,
102, 121, 132, 134, 139, 157, 158,
159, 208, 212, 217, 237, 239, 245,
248, 251, 258, 304

R

remaja, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 24, 30,
37, 38, 39, 44, 46, 47, 49, 53, 59, 65,
88, 95, 96
reproduksi, 30, 37, 38, 46, 47, 48, 49, 89,
90

S

Sehat, vii, 22, 24, 25, 28, 31, 33, 34, 36
senam, 66, 67, 68, 69, 70, 72, 85
sistole, 1, 2, 3, 6, 9
social, v, 17, 83, 84, 265, 266, 268, 269,
273, 274, 275, 276
sosialisasi, 1, 4, 22, 29, 30, 32, 33, 34, 46,
75, 79, 105, 125, 164, 201, 204, 208,
212, 254
spignomanometer, 1
Spiritualitas, vii, 14, 16, 18, 19, 21
stetoskop, 1, 3
Sumber Daya, vii, 22, 31, 33, 34

T

Terapi, vii, 52, 54, 58, 62, 99
transfusi, 1, 2

W

wisata, 75, 76, 77, 78, 80, 81, 82, 83, 84,
85, 86, 158, 159, 161, 162, 163, 164,
279, 280, 281, 282, 283, 284, 285,
286, 287, 288, 289, 290
wisatawan, 75, 77, 85, 159, 160, 162,
163, 266, 279, 280, 281, 282, 283,
284, 286, 289, 290



BERKARYA BAGI NEGERI : IMPLEMENTASI PENGETAHUAN & SINERGISITAS PENGABDIAN MASYARAKAT MENUJU ERA SOCIETY 5.0

Kantor Perdana Menteri Jepang secara resmi meluncurkan “society 5.0” untuk menjawab tantangan perkembangan teknologi dan problem humanistic. Konsep masyarakat yang dibangun berpusat pada manusia (human centered) dan berbasis teknologi. Konsep ini berjalan beriringan antara revolusi industry 4.0 dan society era 5.0 dimana peranan manusia akan lebih besar dengan berupaya mengoptimalkan perkembangan teknologi untuk menciptakan ruang kemanusiaan yang lebih bermakna. Masyarakat Indonesia harus menyambut era ini dengan optimism yang tinggi karena disaat negara lain sedang bermasalah dengan populasi maka negara kita justru sedang mengalami bonus demografi dimana jumlah populasi produktif lebih besar dari total keseluruhan populasi.

Bagaimana akademisi menjawab tantangan tersebut? Implementasi riset dan pengabdian kepada masyarakat dapat menjadi solusi kunci menjawab tantangan tersebut. Temuan riset dan implementasinya dalam pengabdian menjad titik awal perkenalan masyarakat dengan teknologi tanpa kehilangan substansi kemanusiaan. Era dapat berganti, teknologi boleh berkembang lebih modern dan memudahkan tetapi esensi kemanusiaan wajib hadir dalam setiap elemen kehidupan. Semangat mengabdikan kepada negeri tercermin dalam setiap inovasi & pemikiran yang dituangkan, pergulatan teknologi dan kemanusiaan dihimpun secara apik dalam menjawab problematika sosial masyarakat.

Buku ini berupaya menghadirkan sebuah oase kepada khalayak tentang kiprah dan sumbangsih anak bangsa dalam rupa pengabdian kepada masyarakat. Terangkum dalam berbagai tema yang kesemuanya dapat secara mudah diimplementasikan demi menggapai tatanan kehidupan masyarakat yang sejahtera, adil dan harmonis. Dalam buku ini penulis tidak hanya focus pada kemampuan teoritis melainkan berupaya memberikan solusi-solusi praktis problematika di lapangan. Buku ini dapat dijadikan referensi oleh berbagai kalangan, akademisi, mahasiswa dan praktisi untuk mendorong terbentuknya tatanan masyarakat humanis seiring dengan semakin berkembangnya teknologi. Semoga buku ini bermanfaat bagi pembangunan masyarakat Indonesia serta menambah khasanah keilmuan. Akhir kata, Selamat membaca dan bekerja untuk sesama.

semnas.mercubuana-yogya.ac.id/

MBRIDGE
Press

Jl. Ring Road Utara, Condong Catur, Depok,
Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta
Lab. Multipurpose, Lantai 2 Kampus III UMBY
Hp. 081324607360



Appti

Asosiasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia

ISBN 978-623-7587-33-0



9 786237 587330