

Pengembangan Konten Kreatif Media Sosial dalam Peningkatan Marketing Lembah Gunung Sari (LGS) di Desa Kucur, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang

Hendro Prasetyo¹, Setiyo Yuli Handono^{1*}, Anis Trianawati²

¹Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang

²Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi, Malang

*Korespondensi : handono@ub.ac.id

ABSTRACT

Wisata Lembah Gunung Sari (LGS) Kucur Village, Dau, Malang Regency, has problems in digital tourism promotion. Human resources (HR) to carry out digital marketing or become content creators on social media are still limited, as evidenced by the minimal use of social media in digital marketing. Community service has been carried out with the aim of (1) identifying the potential of human resources or LGS managers in increasing the number of tourists or guests and (2) providing creative content training on social media to improve marketing. Community Service will be conducted at LGS Kucur Village, Malang Regency, using FGD (Focus Group Discussion) and training methods. The output of this community service is (1) LGS managers will further increase the quality and quantity of marketing or the number of tourists to increase income, (2) Dissemination of knowledge and skills through videos on YouTube and national seminars and writing articles in community service journals.

Keywords: Content creator, Lembah Gunung Sari, Marketing

ABSTRAK

Wisata Lembah Gunung Sari (LGS) Desa Kucur, Dau, Kabupaten Malang memiliki masalah dalam promosi wisata secara digital. Sumber daya manusia (SDM) untuk melakukan *digital marketing* atau menjadi *content creator* di media sosial masih terbatas, terbukti minimnya penggunaan media sosial dalam *digital marketing*. Pengabdian masyarakat telah dilakukan dengan tujuan: (1) mengidentifikasi potensi SDM atau pengelola LGS dalam mengembangkan jumlah wisatawan atau tamu, (2) memberikan pelatihan *creative content* di Media sosial dalam Peningkatan *Marketing*. Pengabdian Masyarakat akan dilaksanakan di LGS Desa Kucur Kabupaten Malang, dengan metode pelaksanaan FGD (*Focus Group Discussion*) dan pelatihan. Luaran pengabdian masyarakat ini adalah (1) pengelola LGS akan lebih meningkatkan kualitas dan kuantitas *marketing* atau jumlah wisatawan sehingga mampu meningkatkan pendapatan, (2) Diseminasi ilmu pengetahuan dan ketrampilan melalui video di *YouTube*, dan seminar nasional serta penulisan artikel dalam jurnal pengabdian masyarakat.

Kata Kunci: Content creator, Lembah Gunung Sari, Marketing

PENDAHULUAN

Pengelola Wisata LGS (Lembah Gunung Sari) Desa Kucur, Dau, Malang menghadapi masalah masih minimnya promosi melalui media sosial. Padahal promosi merupakan sebuah hal yang sangat penting dalam proses pengembangan dan kemajuan wisata. Selain itu eksistensi sisi kualitas dan kuantitas layanan wisata juga diperlukan promosi *offline* atau *online* agar jangkauan info wisata LGS lebih dikenal dan diketahui oleh masyarakat luas. Era digitalisasi sudah sangat familier sehingga strategi dalam mempromosikan wisata lebih bervariasi dari pada sebelumnya. Hal ini dikarenakan kemajuan teknologi yang lebih unggul dan ide manusia yang semakin berkembang untuk mempromosikan sebuah layanan wisata. Tidak hanya itu, proses promosi juga dapat dibantu oleh *influencer* melalui media sosial agar proses pengenalan wisata ini juga lebih diketahui oleh banyak orang. Salah satu faktor yang

<https://doi.org/10.34145/jppm.v4i1.3275> | 4(1), 2024, pp. 1-8 | e-ISSN: 2656-5560

mendasari keberhasilan sebuah promosi adalah produk lebih dikenal oleh banyak orang, untuk itu adanya seorang *influencer* sangatlah penting dalam hal ini.

Pengaruh *content creator* dalam sebuah *marketing* atau pemasaran adalah sesuatu hal yang berbeda dalam mempromosikan sebuah layanan wisata (LGS) dan tentunya sangat membantu pengelola dalam mempromosikan lokasi wisata yang harapannya banyak wisatawan atau pengunjung yang datang ke lokasi tersebut. Berikut beberapa alasan mengapa menggunakan *content creator* untuk meningkatkan *marketing* atau jumlah wisatawan: (1) Memudahkan proses promosi dengan sebuah konten yang unik dan berkualitas tinggi, (2) Seorang *content creator* mampu mengangkat nama *brand* (lokasi wisata) dengan gaya dan ciri khasnya dalam bentuk strategi yang kreatif melalui karya yang dibuatnya, (3) Seorang *content creator* sangat membantu dalam menciptakan sebuah karya sesuai yang diinginkan oleh pemilik *brand* sehingga tersampaikan ke pelanggan dengan mudah dan dipercaya oleh pelanggan, (4) Adanya seorang *content creator* juga memudahkan pengelola agar target *marketing* atau jumlah wisatawan tercapai secara maksimal, dan (5) Tidak hanya produknya, tetapi perusahaan juga akan lebih dikenal oleh banyak orang karena konten yang dibuat oleh sang *content creator* ini.

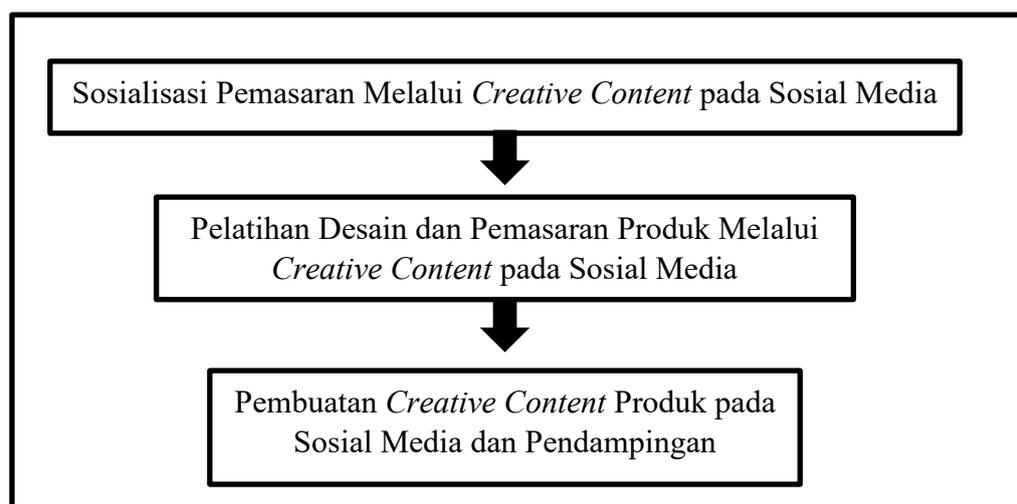
Tentunya banyak sekali cara dan strategi dalam melakukan promosi *marketing* salah satunya yaitu *endorsementment* atau *review/* ulasan dari seorang *content creator*. *Endorsement* yakni berasal dari kata *endorsementment* yang artinya adalah sebuah tindakan mendukung (support) atau setuju terhadap sesuatu. *Endorsementment* yang dilakukan oleh seorang *content creator* dapat menarik minat pengikut mereka agar membeli suatu produk yang di promosikan oleh *content creator* yang berasal dari *online* atau *offline*.

Ini salah satu bentuk promosi yang dilakukan *online* maupun *offline* untuk menarik jumlah pengunjung. Tujuan dari pengabdian masyarakat, antara lain: (1) Mengidentifikasi potensi SDM atau pengelola wisata Lembah Gunung Sari (LGS) Desa Kucur, Dau, Malang. (2) Memberikan pelatihan *creative content* media sosial.

METODE

Lokasi pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Kucur, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang dengan cara memberikan sosialisasi dan pelatihan tentang pemasaran melalui *creative content* media sosial. Sosialisasi dan pelatihan ini dihadiri oleh beberapa perwakilan Ibu-ibu pelaku UMKM setempat dan juga pengelola wisata Lembah Gunung Sari (LGS). Desa Kucur memiliki potensi wisata alam yang sangat bagus dan lokasinya sangat strategis dengan Kota Malang dan Kota Batu. Pengabdian masyarakat ini akan dilakukan selama 6 (enam) bulan yaitu pada bulan Juni sampai dengan bulan November 2023.

Metode pelaksanaan pengabdian melalui beberapa langkah, diantaranya (1) Perencanaan yang terdiri dari observasi lokasi, koordinasi kegiatan dengan kepala desa, penyusunan materi sosialisasi dan pelatihan, dan menyiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan, meliputi alat dan bahan (2) Pelaksanaan yang meliputi kegiatan sosialisasi materi *creative content* di media sosial, (3) Evaluasi terhadap partisipasi warga setempat dengan indikator keberhasilan sebagai berikut: minimal 80% peserta hadir dalam sosialisasi dan pelatihan, 70% peserta mampu menerapkan pemahaman mengenai *creative content* di media sosial, serta 70% peserta dapat membuat *creative content* di media sosial. Adapun alur proses pelaksanaan kegiatan ditunjukkan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Alur Proses Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini memiliki 3 buah materi yaitu:

1. Sosialisasi *creative content* melalui media sosial pada peserta pelatihan diharapkan mampu mengenal platform media sosial, ibu-ibu pelaku UMKM dan pengelola wisata dapat memilih dan mengoptimalka media sosial yang dimiliki. Hal ini akan mendukung kelancaran menggunakan fitur *creative content* melalui media sosial. Dengan pengenalan ini akan menambah wawasan para pelaku usaha guna melakukan promosi melalui media sosial.
2. Pelatihan desain dan *creative content*, pelatihan seperti ini diharapkan masyarakat mampu membuat promosi melalui *creative content* pada media sosial yang dapat menarik minat konsumen sehingga produk mereka akan terjual. Aplikasi yang digunakan untuk mendesain adalah Canva. Aplikasi ini sangat cocok karena mudah dioperasikan juga gratis dapat di download di gawai masing masing.
3. Pembuatan *creative content* melalui media sosial dan pendampingan setelah pelatihan desain melalui aplikasi Canva maka perlu adanya pembuatan akun media sosial yang digunakan adalah Instagram. Aplikasi ini umum digunakan oleh masyarakat. Selain itu pengoprasian media sosial ini juga sangat mudah. Setelah itu perlu adanya pendampingan secara berkala agar para pelaku usaha dan pengelola wisata LGS dapat mengoptimalkan media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Lokasi Penelitian

Desa Kucur adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Desa ini terletak pada posisi 7°57'.44.59" Lintang Selatan dan 112°33'.06.77" Bujur Timur. Jarak tempuh dari Desa Kucur ke pusat Kecamatan Dau sekitar 10 km dengan waktu tempuh sekitar 30 menit dan dari Desa Kucur ke pusat Kabupaten Malang sekitar 30 km dengan waktu tempuh sekitar 90 menit. Desa Kucur memiliki topografi berupa dataran tinggi dengan tinggi sekitar 2494 mdpl dengan luas wilayah sekitar 717 Ha. Berikut ini merupakan batas wilayah Desa Kucur.

Tabel 1. Batas-batas Wilayah Desa Kucur, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang Tahun 2024

No.	Batas	Batas Desa	Batas Kecamatan
1	Utara	Desa Petungsewu dan Karang Widoro	Dau
2	Selatan	Desa Dalisodo	Wagir
3	Timur	Desa Kalisongo	Dau
4	Barat	Hutan	

Sumber: Profil Desa Kucur 2019

Wilayah Desa Kucur berbatasan dengan Desa Petungsewu dan Karang Widoro di sebelah utara, di bagian selatan berbatasan dengan Desa Dalisodo, di bagian timur berbatasan dengan Desa Kalisongo, dan di sebelah barat berbatasan dengan hutan. Terdapat 7 dusun di desa ini antara lain Dusun Klampok, Dusun Turi, Dusun Krajan, Dusun Sumberbendo, Dusun Klaseman, Dusun Godehan, dan Dusun Ketohan.

Profil Wisata Lembah Gunung Sari (LGS)



Gambar 2. Logo Wisata Lembah Gunung Sari (LGS)

Wisata lembah gunung sari (LGS) didirikan pada tahun 2019 dan dikelola oleh BUMDes Kucur, berdirinya tempat wisata Lembah Gunung Sari (LGS) di Desa Kucur merupakan salah satu inisiatif dari kepala desa Kucur dalam mengembangkan potensi alam di Desa Kucur. Dalam perkembangannya, pemerintah Desa Kucur telah mengucurkan dana untuk menjadikan tempat yang awalnya hanya sumber air tempat memandikan ternak menjadi area wisata kolam renang dan sarana tempat edukasi seperti saat ini.

Hasil Pengabdian Masyarakat

Langkah awal kegiatan pengabdian masyarakat yaitu meminta izin dan survei terlebih dahulu Desa Kucur. Alhasil dari survei pertama menuju ke Ibu lurah Desa Kucur (Ibu Dian) beliau mengizinkan dan menyambut dengan baik rencana kegiatan pengabdian. Selanjutnya kami meminta izin kepada perangkat desa yaitu Kepala Dusun (Bapak Sanoto) beliau menyambut dengan baik dan sangat senang sekali dan mendukung kegiatan pengabdian masyarakat. Terakhir kami berkunjung ke Ketua BUMDes Desa Kucur (Bapak Bambang) beliau sangat menerima atas kunjungan dan mendukung kegiatan pengabdian di Desa Kucur utamanya pada tempat wisata Lembah Gunung Sari (LGS). Rencana peserta pelatihan sebagian besar adalah ibu-ibu PKK Desa Kucur dengan latar belakang hampir semua memiliki usaha rumahan dengan berbagai macam produk olahan mulai dari usaha *catering*, olahan kripik, produksi kopi, olahan makanan ringan, aneka kue basah, kuliner dan seterusnya. Usaha rumahan yang dilakukan ibu-ibu masih terkendala pemasaran produk karena masih minimnya wawasan tentang promosi dengan *creative content* di media sosial. Masyarakat cenderung memasarkan produk usahanya secara mulut ke mulut saja. Berdasarkan wawancara dengan Ibu lurah (Ibu Dian) kendala yang dialami oleh pelaku UMKM di Desa Kucur yaitu pada pemasaran produk. Akses Desa Kucur yang jauh dari pusat kota Malang menjadi salah satu sebab kurangnya tingkat pemasaran produk, pelaku UMKM belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana iklan dan promosi dengan membuat *creative content*.

Langkah kedua adalah menindaklanjuti kapan pelatihan dilaksanakan, hasilnya adalah pelaksanaan pelatihan *Creative Content* Melalui Media Sosial berbasis Aplikasi Canva dengan fasilitator Bapak Faqih Rahman (*Graphic Designer*) Alumni dari Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya pada hari Sabtu, 4 November 2023. Lokasi yang digunakan pada kegiatan ini yaitu di rumah Bapak Kepala Desa Kucur di Krajan Kucur, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

Adapun hasil kegiatan pelatihan pertama pelatihan *creative content* media sosial sebagai berikut:

- a. Hasil pelatihan *creative content* melalui media sosial sebagai sarana promosi produk usaha masyarakat.

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah melakukan focus grup discussion (FGD) bersama peserta pelatihan. Pada kesempatan tersebut yang bertindak sebagai moderator dan membuka acara

adalah Bapak Handono, dari FGD tersebut beliau mensosialisasikan, menjelaskan dan menanyakan mengenai potensi dan permasalahan pemasaran produk UMKM di Desa Kucur. Kemudian pemateri adalah Bapak Faqih Rahman Alumni Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya, Pemateri menyampaikan materi pelatihan tentang *creative content* di media sosial dengan memberikan presentasi melalui (*power point*). Pemberian materi dimulai dari penjelasan mengenai dasar desain, 7 elemen penting desain dan prinsip-prinsip desain. Contoh desain paling mudah adalah saat kita memilih dan menentukan pakaian yang akan dipakai saat kerja, ibadah dan liburan pasti berbeda menyesuaikan dengan tempatnya. Materi selanjutnya adalah pengenalan aplikasi Canva sebagai sarana pembuatan *creative content* yang sederhana dan mudah untuk dibuat. Kegiatan pelatihan berjalan dengan lancar, masyarakat sangat antusias. Mereka pun tidak malu untuk menyampaikan pertanyaan maupun pendapat. Kegiatan pemaparan materi oleh fasilitator sangat berjalan dengan baik meskipun peserta masih banyak yang kurang mengerti tentang penggunaan aplikasi Canva, pelatihan ini dihadiri juga oleh ketua pengelola wisata Lembah Gunung Sari (LGS) dan Ibu Lurah sebagai tuan rumah pada kegiatan ini. Sehingga peserta dengan tertib mendengarkan dan komunikasi dengan baik serta memberikan pertanyaan dan pengalaman mereka.



Gambar 3. Sosialisasi Penggunaan Media Sosial

- b. Selanjutnya adalah pelatihan pembuatan *creative content* melalui media sosial

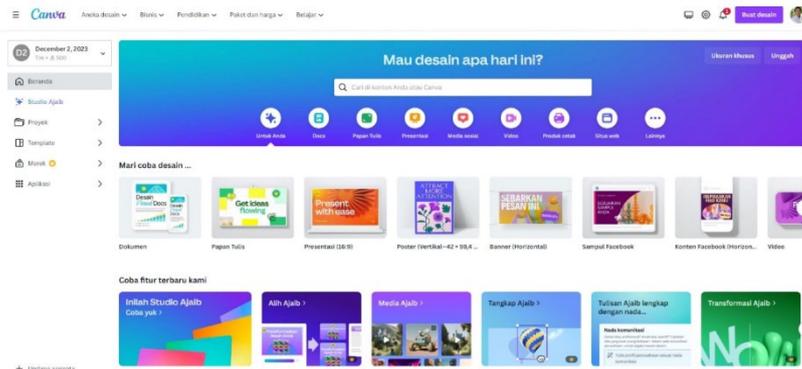
Penelitian dan Pengabdian Masyarakat diselenggarakan untuk melatih masyarakat lebih terampil khususnya dalam membuat *creative content* dalam mempromosikan produk wisata dan usahanya melalui media sosial. Era globalisasi saat ini juga dikenal dengan Era Ekonomi Baru, Era Ekonomi Digital. Penerapan teknologi informasi yang dibutuhkan adalah pemasaran produk melalui media sosial Instagram. Hal ini dirasa lebih praktis dan lebih mudah dibandingkan dengan pemasaran secara manual (Mansir, 2021).



Gambar 3. Peserta Pelatihan Pengabdian Masyarakat

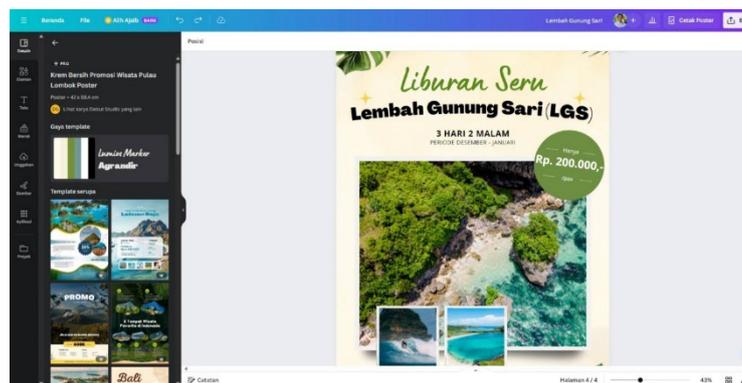
Gambar 4 menunjukkan keseriusan peserta pelatihan dari Ibu-ibu pelaku UMKM dan Pengelola Wisata LGS dalam mengikuti pelatihan desain dan pembuatan *creative content* media sosial melalui aplikasi Canva. Menurut Tanjung dan Faiza (2019) dalam jurnal Garris Pelangi (2020) Canva adalah program desain *online* yang menyediakan bermacam peralatan seperti

presentasi, resume, pamflet, brosur, grafik, info grafis, spanduk, penanda buku, buletin, dan lain sebagainya yang disediakan dalam *website* ataupun aplikasi Canva.



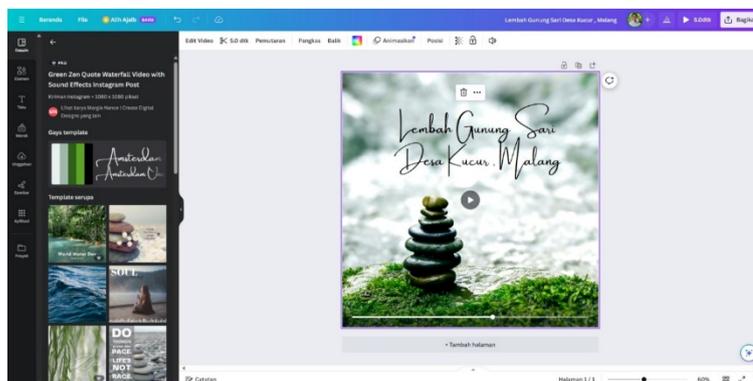
Gambar 4. Persiapan Menggunakan Aplikasi Canva

Gambar 5 menunjukkan persiapan penggunaan aplikasi Canva sebagai media pembuatan *creative content* melalui media sosial, peserta yang memiliki gawai mencoba mengikuti pelatihan dengan mulai *download* aplikasi Canva terlebih dahulu melalui gawai yang dimiliki. Canva adalah platform desain gratis yang dapat dengan mudah membantu penggunanya untuk membuat desain dengan hasil yang profesional untuk mendesain (Rahmasari & Yogananti, 2021). Tujuan pelatihan adalah agar peserta memahami proses dan cara pembuatan *creative content* pada media sosial dengan menggunakan aplikasi Canva secara gratis. Peserta pelatihan mengikuti penjelasan secara sungguh-sungguh sesuai dengan langkah-langkah yang disampaikan oleh fasilitator.



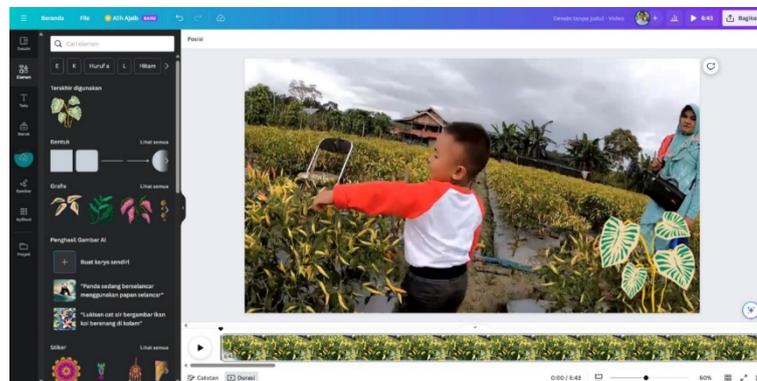
Gambar 5. Pembuatan Template Desain Gambar

Gambar 6 menunjukkan tahap pembuatan desain *creative content* dengan menggunakan desain *template* yang sudah disediakan di aplikasi Canva, peserta pelatihan hanya perlu mengedit isi konten, teks *caption* dan mengganti gambar yang ingin digunakan untuk *creative content*.



Gambar 6. Penambahan Elemen Audio pada Gambar

Gambar 7 menunjukkan tahap menambahkan elemen suara atau audio pada aplikasi Canva dengan desain gambar yang dibuat untuk pembuatan konten video. Penambahan elemen audio akan membuat konten yang dibuat lebih menarik. Instagram menjadi lebih dominan diminati oleh pelaku usaha untuk memasarkan produknya lantaran fitur Instagram yang mendukung responden mengunggah foto dan video produknya dengan menarik (Situmorang et al., 2018).



Gambar 7. Pembuatan Kontent dan Edit Video

Gambar 8 menunjukkan tahap pembuatan dan edit desain konten video pada aplikasi Canva dengan menggunakan desain dan *template* yang sudah disediakan di aplikasi Canva. Selanjutnya peserta dapat mengunduh dan membagikan hasil desain dari aplikasi Canva dengan klik menu bagikan di pojok kanan atas dan pilih menu unduh untuk proses cetak hasil *creative content* berupa gambar dan video yang telah dibuat. Di samping beragam jenis *template* yang dapat digunakan dengan mudah, aplikasi Canva juga memuat fitur-fitur sebagai berikut:

1. Jutaan gambar, baik berupa foto, vektor, ilustrasi, bahkan pengguna dapat mengunggah foto dan video dari perangkat sendiri.
2. *Font*, akses ratusan *font* yang siap digunakan untuk beragam jenis desain.
3. Audio, dapat dicari dan digunakan dengan mudah. Sebagai hasil dari desain, aplikasi Canva memiliki enam bentuk *download* untuk hasil desain yang selesai dirancang, yakni terdiri atas PNG, JPG, PDF standar atau *Print*, Video (MP4), dan *animation* (MP4/GIF) (Siska & Noviyah, 2021). Banyak opsi yang disediakan dalam Canva sehingga memberikan keleluasaan bagi pengguna dalam membuat beragam jenis desain.

Setelah dirasa cukup dan bisa maka dilanjutkan ke tahap terakhir yaitu pembuatan media sosial Instagram. Sebagian besar peserta belum memiliki akun Instagram. Setelah memiliki akun media sosial peserta mengunggah bahan yang sudah di buat melalui aplikasi Canva. Sambil berjalan peserta juga diberikan bagaimana membuat *caption* yang dapat mendatangkan minat pembeli, serta mengenalkan fasilitas dan fitur media sosial Instagram seperti *hashtag*, *follower*, *instagram bussines*. Pendampingan setelah dilakukannya pelatihan *creative content* melalui media sosial ini juga dilaksanakan dengan harapan agar produk usaha Ibu-ibu pelaku UMKM di Desa Kucur dapat dipasarkan secara optimal melalui *creative content* pada media sosial.

Secara umum hasil kegiatan pengabdian masyarakat oleh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya sudah menarik minat peserta untuk melakukan pembuatan *creative content* pada aplikasi Canva, mengingat kegiatan pelatihan telah cukup efektif, yaitu bahwa 90% peserta pelatihan hadir, tertarik dan berniat untuk membuat *creative content* dan mengajak anaknya untuk belajar menggunakan aplikasi Canva secara mandiri dan 75% peserta akan mengaplikasikan hasil karya *creative content* pada produk usahanya dan wisata LGS. Selain itu 90% akan mencoba membuat *creative content* melalui aplikasi Canva.

SIMPULAN

Potensi Sumber Daya Manusia khususnya Ibu-Ibu UMKM sangat berpotensi dalam pengembangan usaha masing-masing melalui produk mereka dan pengembangan wisata LGS, selain itu pelatihan konten kreatif telah berjalan baik dengan fasilitator Bapak Faqih Rahman (*Graphic Designer*). Peserta pelatihan sangat antusias dalam mengikuti materi dan kegiatan pelatihan *creative content* melalui media sosial. Pelatihan ini sangat mendapat respon yang positif dari peserta pelatihan khususnya Ibu-ibu UMKM yang ada di Desa Kucur, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

Kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pengelola tempat wisata LGS dan peserta pelatihan *creative content* untuk membuat *creative content* di media sosial. Kemampuan ini juga sekaligus dapat menumbuhkan kesadaran peserta pelatihan *creative content* untuk mengenalkan potensi wisata alam di desanya dan mampu meningkatkan pemasaran dari hasil produk usaha sehingga peserta pelatihan mampu mempromosikan produk usahanya dan potensi wisata di desa kepada masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Mansir, F. dan H. P. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid -19 di UMKM Panggunharjo Sewon Bantul. *Abdimas Singkeru*, 1(1), 39–50.
- Pelangi, G. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia Jenjang SMA/MA. *Jurnal Sasindo Unpam*, 8(2), 1–18. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/Sasindo/article/view/8354>
- Rahmasari, E. A., & Yogananti, A. F. (2021). Kajian Usability Aplikasi Canva (Studi Kasus Pengguna Mahasiswa Desain). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(01), 165–178. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.4292>
- Siska, E., & Noviyah, N. M. R. (2021). Masa New Normal Dan Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Digital Marketing Di Panti Sosial Asuhan. *Jurnal Abdimas Perbanas (JAP)*, 2(1), 1–16.
- Situmorang, S. H., Mulyono, H., & Berampu, L. T. (2018). Peran dan Manfaat Media sosial Marketing bagi Usaha Kecil textbar *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*. *Asian Journal of ...*, 1(2), 77–84. <http://perwiraindonesia.com/ajefb/index.php/jurnalAJEFB/article/view/31>