



PENDAMPINGAN DAN PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK PENGELOLA *HOMESTAY* DI DESA BONGAN, KABUPATEN TABANAN

Luh Sri Damayanti

Diploma Empat Manajemen Perhotelan, Politeknik Internasional Bali

E-mail: sri.damayanti@pib.ac.id

Received:14/05/2022 Revised:23/05/2022 Accepted:02/06/2022

ABSTRACT

Bongan is one of the tourism villages located in Tabanan Regency. This village possesses various tourism potencies, ranging from the beauty of nature and the richness of traditions and culture. Those are the attractions for tourists to come to Bongan. Unfortunately, the potencies are not yet known by people around as well as by tourists, both domestics and foreigners. That was because the promotion activities were considered low. The management and the community did not do much promotion to promote Bongan. Hence, Politeknik Internasional Bali did supervision the development of marketing aids for the community and the tourism management of Bongan. The supervision was done by doing a training on describing the destinations, products, and services in English and Bahasa Indonesia. It aimed at developing the local people's ability to describe and tell the public through all marketing aids; conventional and digital ones. The training was done in a day involving the management of Bongan, homestay owners, and Bongan community. The results were the community's ability and skills to describe and tell the destinations, products, and services provided at Bongan as well as the signages for homestay owners which are parts of marketing aids.

Keyword : tourism village, Bongan, media, promotion

ABSTRAK

Desa Wisata Bongan merupakan salah satu desa wisata yang ada di Kabupaten Tabanan. Desa wisata ini memiliki potensi wisata yang beragam, mulai dari potensi alam hingga kekayaan adat dan budayanya. Hal tersebut merupakan daya tarik bagi wisatawan untuk datang berkunjung. Namun, potensi-potensi tersebut belum dikenal luas oleh masyarakat sekitar dan juga wisatawan, baik itu wisatawan domestic maupun mancanegara. Hal tersebut merupakan dampak dari kurangnya promosi yang dilakukan oleh pengelola dan juga masyarakat Desa Wisata Bongan. Berdasarkan hal tersebut, Politeknik Internasional Bali memberikan pendampingan pengembangan media promosi bagi masyarakat dan pengelola desa wisata. Pendampingan ini dilakukan berupa pelatihan membuat deskripsi produk sehingga masyarakat mampu menjabarkan produk dan layanan yang dimiliki oleh masyarakat kepada wisatawan melalui media promosi, baik itu konvensional maupun digital. Kegiatan pelatihan dilakukan selama satu hari yang diikuti oleh pengelola desa wisata, pemilik *homestay*, serta masyarakat. Hasil akhir pendampingan berupa pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mendeskripsikan produk dan layanan yang dimiliki serta papan nama bagi pemilik *homestay*.

Kata Kunci : desa wisata, Bongan, media, promosi

PENDAHULUAN

Desa Wisata Bongan merupakan salah satu desa wisata yang baru berkembang di Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Secara hukum, Desa Wisata Bongan secara sah menjadi sebuah desa wisata pada tahun 2018 melalui Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 180/ 457/ 03/ HK & HAM/ 2018. Hingga saat ini, Desa Wisata Bongan memiliki beragam potensi wisata, seperti Air

Terjun Gerembengan, Pura Bedha, Situs Majapahit, penangkaran burung jalak Bali, dan lain sebagainya. Potensi tersebut perlu dikelola dengan baik agar dapat menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung. Pada tahun 2020, Desa Wisata Bongan didampingi oleh Politeknik Internasional Bali telah berhasil masuk ke kancah nasional dengan memenangkan lomba pendampingan yang diadakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Hal tersebut merupakan suatu prestasi yang luar biasa bagi Desa Wisata Bongan.

Terlepas dari prestasi yang diperoleh pada tahun 2020, sebagai desa wisata yang baru berkembang, Desa Wisata Bongan masih memiliki beragam hal yang perlu dikembangkan dan diperbaiki. Salah satu fasilitas yang perlu dikembangkan di Desa Wisata Bongan adalah keberadaan *homestay*. Saat ini, di Desa Wisata Bongan belum ada *homestay* yang dapat menjadi penginapan bagi wisatawan yang ingin bermalam di Desa Wisata Bongan. Akan tetapi, banyak diantara masyarakat yang memiliki rumah kosong yang dapat dimanfaatkan sebagai *homestay*. Pengembangan *homestay* di Desa Wisata Bongan didampingi oleh Program Studi Diploma Empat Manajemen Perhotelan, Politeknik Internasional Bali. Satu rumah masyarakat telah berhasil dikembangkan menjadi *homestay*.

Namun, berdasarkan hasil observasi, *homestay* yang dikembangkan belum dipromosikan dengan baik. Yang lebih mendasar, *homestay* di Desa Wisata Bongan belum memiliki media promosi seperti papan nama *homestay* dan brosur untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat luas maupun wisatawan. Untuk memaksimalkan promosi *homestay*, media promosi sangat penting untuk dikembangkan sehingga pemasaran atau promosi dapat dilakukan dengan optimal. Setyowardani & Susanti (2019) dalam penelitiannya menemukan bahwa social media merupakan salah satu media promosi yang efektif untuk menarik wisatawan datang ke Desa Wisata Lebakmuncang. Nurjanah (2018) juga mengatakan hal serupa bahwa media social memiliki banyak manfaat bagi masyarakat dalam mempromosikan wisata baru.

Dalam melakukan promosi, masyarakat perlu memperhatikan isi pesan yang disampaikan agar persuasif dan efektif sehingga dapat menarik perhatian wisatawan (Puspitarini & Nurhaeni, 2019). Hal ini menjadi kendala tersendiri bagi pengelola Desa Wisata Bongan. Pengelola *homestay* juga belum memahami cara untuk mendeskripsikan produk di media sosial maupun media lainnya. Pendampingan terhadap pengelola *homestay* di Desa Wisata Bongan sangat perlu dilakukan agar memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam mempromosikan *homestay* yang dimiliki.

Pendampingan pengembangan media promosi untuk *homestay* di Desa Wisata Bongan dapat dilakukan oleh perguruan tinggi, baik itu perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta. Politeknik Internasional Bali sebagai salah satu perguruan tinggi pariwisata di Bali merasa memiliki tanggung jawab untuk mendampingi dan memberikan arahan kepada pengelola *homestay* di Desa Wisata Bongan dalam mengembangkan media promosi untuk memaksimalkan pemasaran *homestay* di Desa Wisata Bongan. Program pendampingan pengelola *homestay* di Desa Wisata Bongan dalam mengembangkan media promosi merupakan salah satu implementasi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM). Pengabdian kepada masyarakat (PkM) merupakan salah satu dari tiga kewajiban yang harus dilakukan oleh dosen dan perguruan tinggi. Tiga kewajiban tersebut dikenal dengan nama Tri Dharma Perguruan Tinggi. Tanggung jawab ini sesuai dengan UU RI No. 20 Tahun 2003 pasal 20 ayat 2 yang menyatakan bahwa setiap perguruan tinggi wajib melakukan Tri Dharma perguruan tinggi yang terdiri dari pembelajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan guna memberikan dampak positif bagi masyarakat dan dilaksanakan oleh dosen yang bernaung di bawah perguruan tinggi tersebut. Perguruan tinggi memiliki kewenangan tersendiri dalam mengatur dan melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Ini sesuai dengan UU RI No. 20 Tahun 2003 pasal 24 ayat 2. Selain itu, proses pendampingan ini juga merupakan sebuah upaya untuk membantu pemerintah dalam membangun dan memperkuat perekonomian nasional dari desa. Di tengah pandemic Covid-19 ini, kegiatan pendampingan ini juga merupakan suatu cara dan upaya untuk membantu membangkitkan pariwisata di Bali, khususnya desa wisata.

IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan di Desa Wisata Bongan maupun media promosi yang dimiliki, maka permasalahan yang dihadapi adalah kurang mampunya pengelola dan masyarakat untuk menceritakan, mendeskripsikan, dan menjelaskan destinasi wisata, produk, dan layanan yang tersedia di Desa Wisata Bongan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka pengabdian masyarakat akan difokuskan dalam bentuk training untuk meningkatkan

pengetahuan dan keterampilan pengelola dan masyarakat dalam menceritakan, mendeskripsikan, dan menjelaskan destinasi wisata, produk, dan layanan yang tersedia di Desa Wisata Bongan

TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN

Tujuan dilaksanakan pendampingan pengembangan media promosi untuk *homestay* di Desa Wisata Bongan adalah sebagai berikut.

1. Meningkatkan pemahaman pengelola *homestay* mengenai deksripsi produk.
2. Mengembangkan media promosi berupa papan nama dan brosur untuk mengoptimalkan promosi *homestay*.

Kegiatan ini diharapkan dapat memberi dampak dan manfaat yang positif bagi seluruh elemen yang terlibat di dalamnya. Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi pengelola *homestay*, pendampingan diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam bidang promosi produk serta diharapkan mampu mengembangkan media promosi.
2. Bagi dosen D4 Manajemen Perhotelan, kegiatan ini diharapkan menjadi kesempatan dan ruang bagi dosen untuk mengimplementasikan ilmu yang dimilikinya serta memberikan dampak bagi masyarakat sekitar.
3. Bagi mahasiswa Politeknik Internasional Bali kegiatan ini diharapkan dapat membantu mengembangkan karakter peduli dalam diri mereka.

KETERKAITAN

Kegiatan pendampingan Desa Wisata Bongan ini berkaitan erat dengan program yang dimiliki oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk mengembangkan potensi-potensi yang ada di desa wisata di Indonesia agar dapat berkembang dan menjadi destinasi wisata yang dikenal sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat. Selain itu, program, ini juga mendukung misi Politeknik Internasional Bali, yaitu melaksanakan Tri Dharma perguruan tinggi dengan berlandaskan kearifan local namun tetap berwawasan global. Program ini juga selaras dengan *core values* Politeknik Internasional Bali, yaitu *impactful* bertujuan untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat dan juga negara.

METODE DAN MATERI KEGIATAN

Kegiatan dilaksanan dalam bentuk pendampingan yang dilakukan dalam satu pertemuan. Pendampingan dilakukan dengan penyajian materi mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan oleh pengelola *homestay* dalam mendeksripsikan produk yang ingin ditampilkan di media sosial atau media promosi lainnya. Yang menjadi sasaran dalam kegiatan ini adalah masyarakat Desa Wisata Bongan, khususnya pengelola di lima *homestay* yang telah dipilih oleh pihak Program Studi Diploma Empat Manajemen Perhotelan. Para pengelola *homestay* akan diajak berlatih untuk mendeskripsikan produk dalam Bahasa Indonesia yang baik maupun dalam Bahasa Inggris. Materi yang dibawakan adalah sebagai berikut.

Mendeskripsikan suatu objek merupakan hal yang sudah sering dilakukukan oleh semua orang dalam kehidupan sehari-hari. Objek yang dideskripsikan dapat berupa benda, tempat, manusia, ataupun suatu kejadian. Namun deksripsi objek yang kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari belumlah terstruktur. Deskripsi produk atau objek yang terstruktur sangat diperlukan dalam melakukan promosi produk. Deskripsi produk membantu kita untuk memberikan informasi tentang produk atau jasa yang kita tawarkan ke masyarakat luas.

Teks deskripsi merupakan ragam wacana yang memberikan gambaran detail mengenai suatu objek berdasarkan hasil pengamatan, pengalaman, maupun perasaan yang dirasakan oleh penulisnya. Tujuan dari penulisan teks deskripsi adalah untuk memberikan informasi yang mendetail sehingga pembaca seakan-akan mengalami dan merasakan langsung. Selain itu, tujuan dari penulisan teks deskripsi adalah memberikan kesan kepada pembaca.

Teks deskripsi memiliki beberapa ciri atau karakteristik. Karakteristik dari teks deskriptif antara lain :

1. Teks deskripsi menggambarkan atau memaparkan suatu objek.
2. Objek dalam teks deskripsi digambarkan dengan sangat jelas dan detail serta melibatkan indera.
3. Pembaca dapat merasakan berada atau melihat objek secara langsung ketika membaca teks deskripsi.
4. Teks deskriptif menjelaskan ciri-ciri bentuk fisik, seperti bentuk, warna, ukuran, bau, dan lain sebagainya.

5. Teks deskriptif menyajikan fakta karena memerlukan data.

Selain memiliki karakteristik tertentu, teks deskriptif juga memiliki struktur dalam penulisannya.

1. Judul
2. Identifikasi
3. Klasifikasi
4. Deskripsi
5. Kesimpulan / *Call to Action*

PELAKSANAAN KEGIATAN

Program pendampingan Desa Wisata Bongan untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan pengelola dan masyarakat dalam mendeskripsikan produk guna menunjang kegiatan promosi dilakukan dalam beberapa tahapan. Seluruh tahapan tersebut meliputi proses persiapan, pelatihan, hingga pada evaluasi kegiatan. Berikut ini adalah proses pelaksanaan kegiatan program pendampingan.

1. Observasi awal

Desa Wisata Bongan merupakan desa binaan Politeknik Internasional Bali sehingga kegiatan pengabdian dosen difokuskan pada pengembangan Desa Wisata Bongan agar menjadi desa wisata yang mandiri dan berkembang. Observasi awal sangat diperlukan untuk mengetahui pengelolaan desa wisata, keunikan dan kekuatan desa, kelemahan dan ancaman yang dihadapi, kebutuhan pengelola dan masyarakat. Observasi awal dilakukan dengan mendatangi langsung Desa Wisata Bongan, mewawancarai pengelola desa wisata, pemilik *homestay*, dan juga masyarakat, serta melakukan studi kepustakaan. Penulis melakukan kunjungan lapangan ke Desa Wisata Bongan untuk mengetahui kondisi dan situasi di desa wisata. Untuk memperdalam dan memperkaya informasi yang ada, penulis melakukan wawancara dengan perangkat desa, pengelola desa wisata, pemilik *homestay*, dan juga masyarakat. Selain itu, untuk mengetahui kondisi dan situasi Desa Wisata Bongan penulis melakukan studi kepustakaan dengan mengamati social media yang dimiliki.

2. Identifikasi masalah

Hasil observasi awal merupakan sumber untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pemerintah Desa Bongan, pengelola desa wisata, dan juga masyarakat dalam mengembangkan pariwisata di Bongan. Berdasarkan hasil observasi awal, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah kurangnya kemampuan masyarakat dalam memasarkan destinasi, produk, dan jasa yang ditawarkan di Desa Wisata Bongan. Secara khusus, masyarakat dan pengelola belum mampu mendeskripsikan, menjelaskan, dan menceritakan keunikan destinasi wisata, produk, dan jasa yang dimiliki.

3. Menyusun program dan proposal

Tahap ketiga adalah penyusunan program dan proposal. Program disusun berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi pada tahap kedua. Melihat permasalahan yang ada, yaitu ketidakmampuan masyarakat dan pengelola desa wisata untuk mendeskripsikan destinasi, produk, dan jasa yang dimiliki, maka program yang disusun adalah pendampingan dan pelatihan media promosi untuk pengelola dan masyarakat Desa Wisata Bongan. Dengan diadakannya pendampingan dan pelatihan media promosi ini maka diharapkan pengelola desa dan masyarakat Desa Wisata Bongan memiliki keterampilan dalam mendeskripsikan dan menjelaskan destinasi, produk, dan jasa yang dimiliki kepada wisatawan dan calon wisatawan. Tahap ketiga dilanjutkan dengan penyusunan proposal kegiatan untuk diajukan ke LPPM Politeknik Internasional Bali. Proposal tersebut bertujuan untuk memperoleh dana hibah pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dari internal perguruan tinggi. Adanya dana hibah ini membantu penulis dalam melaksanakan program.

4. Menyusun materi pelatihan

Setelah program disusun dan proposal disetujui oleh Ketua LPPM Politeknik Internasional Bali, maka penulis menyusun materi pelatihan. Materi disusun dengan menggunakan referensi dari berbagai sumber sehingga menghasilkan materi pelatihan yang lengkap dan holistic.

5. Melaksanakan program

Tahap kelima merupakan tahapan utama, yaitu pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat. Program pendampingan dan pelatihan pengembangan media promosi ini diawali dengan pelatihan selama satu hari yang melibatkan pengelola dan masyarakat Desa Wisata Bongan. Program pelatihan satu hari ini dilakukan di Kantor Kepala Desa Bongan. Berikut adalah jadwal pelatihan.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

Waktu	Kegiatan
10.00 – 10.05	Pembukaan Kegiatan
10.05 – 10.30	Pemaparan materi
10.30 – 11.30	Diskusi dan Latihan
11.30 – 11.35	Penutupan

Berakhirnya program pelatihan selama satu hari tersebut bukan berarti program pengabdian kepada masyarakat Desa Wisata Bongan berakhir. Program pengabdian kepada masyarakat masih tetap berlanjut dalam bentuk pendampingan. Masyarakat didampingi dalam melakukan Latihan-latihan untuk membuat deskripsi destinasi wisata, produk wisata, dan juga jasa yang dimiliki.

6. Melakukan evaluasi kegiatan
Program pengabdian kepada masyarakat diakhiri dengan proses evaluasi kegiatan. Evaluasi dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepuasan kepada peserta pendampingan. Peserta pendampingan merasa puas dan mengapresiasi program pendampingan ini. Para peserta kegiatan juga menginginkan program sejenis diadakan di masa depan karena program memberikan manfaat positif bagi masyarakat dalam mengembangkan pariwisata di Bongan.

HASIL KEGIATAN

Program pendampingan dan pelatihan pengembangan media promosi untuk pengelola *homestay* dan masyarakat di Desa Wisata Bongan memperoleh hasil dalam dua bentuk, yaitu keterampilan dan produk. Hasil yang dicapai dalam kegiatan pendampingan pengembangan media promosi di Desa Wisata Bongan, berupa :

1. Keterampilan dan pengetahuan pengelola desa wisata, pengelola *homestay*, dan masyarakat tentang membuat deskripsi produk dan layanan wisata sebagai bagian dari upaya promosi. Setelah mengikuti pelatihan untuk mendeskripsikan destinasi wisata, produk, dan jasa pengelola *homestay* dan masyarakat memiliki kemampuan sederhana dan dasar untuk mendeskripsikan dan menjelaskan produk yang dimiliki secara tertulis melalui media social dan juga secara lisan kepada wisatawan domestic.
2. Lima buah papan nama *homestay* untuk menunjang promosi *homestay* yang ada di Desa Wisata Bongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Nurjanah, N. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Masyarakat Sadar Wisata Dalam Mempromosikan Potensi Wisata Baru. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 6(2), 39-50.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Setyowardhani, H., & Susanti, H. (2019). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Alat Promosi Untuk Desa Wisata Lebakmuncang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3.
- Wijaya, B.K., Mariani, W. E. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Pada Sektor Perhotelan Di Bali Bagus. *Warmadewa Management and Business Journal*, 3(Februari 2021), 49-59. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj>
- Zaenuri, M. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisataaan Daerah: Konsep dan Aplikasi*. E-Gov Publishing.