

Peningkatan Keterampilan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Berbasis Susur Sungai di Wisata Kampung Hijau Banjarmasin

Yuanita Setyastuti*, Achmad Bayu Chandrabuwono, Lalita Hanief, dan Noviana Sari
Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat
Banjarmasin, Indonesia

*yuanita_setyastuti@ulm.ac.id

Abstrak: Kampung Hijau berada di Kelurahan Sungai Bilu Kecamatan Banjarmasin Timur. Kampung Hijau meliputi 5 RT dengan jumlah sekitar 149 Kepala Keluarga yang menetap di wilayah ini. Awalnya kawasan ini merupakan pemukiman yang padat dan kurang tertata apik, namun berkat gagasan Pemerintah Kota Banjarmasin dan keterlibatan warga, kini Kampung Hijau menjadi salah satu destinasi wisata di Banjarmasin yang menarik untuk dikunjungi. Permasalahan yang dihadapi Kampung Hijau yakni kelotok wisata yang tidak mampir ke dermaga, sehingga wisatawan hanya menikmati wisata Kampung Hijau hanya dari sungai. Selain itu, pokdarwis Kampung Hijau juga mengalami kendala dalam promosi wisata melalui media sosial Instagram. Tujuan pelatihan ini untuk meningkatkan kognitif anggota pokdarwis Kampung Hijau mengenai Komunikasi pemasaran pariwisata berbasis susur sungai. Metode kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan komunikasi lisan untuk menyampaikan materi seputar komponen komunikasi pariwisata, komunikasi pemasaran pariwisata yang meliputi konsep 4P (*Product, Place, Promotion* dan *Price*). Media promosi pariwisata melalui word of mouth marketing dan media sosial dengan strategi storytelling dan positioning. Selain itu juga disampaikan materi Integrated Marketing Communication yang terdiri dari *Public Relations, Periklanan, Personal Selling, Sales Promotion, Direct Marketing* dan *Internet Marketing*. Kampung Hijau mempunyai potensi wisata yang dapat dioptimalkan dengan strategi *word of mouth marketing* dan melalui media sosial. Pokdarwis dan masyarakat dapat bersinergi dengan pemerintah untuk membuat konsep storytelling wisata Kampung Hijau.

Kata Kunci: Kampung Hijau; Komunikasi Pemasaran; *Storytelling*

Abstract: *Kampung Hijau is in Sungai Bilu Village, East Banjarmasin District. Kampung Hijau includes 5 RTs with around 149 heads of families living in this area. Initially, this area was a dense and poorly organized settlement. However, with the ideas of the Banjarmasin City Government and the involvement of the residents, Kampung Hijau is now an interesting tourist destination in Banjarmasin to visit. The problem faced by Kampung Hijau is that "kelotok" that brought tourism down the river, don't stop by the pier, so tourists only enjoy Kampung Hijau tourism from the river. In addition, Pokdarwis at Kampung Hijau also experienced problems in promoting tourism through Instagram social media. This training aims to improve the cognitive abilities of Kampung Hijau's Pokdarwis members regarding river-based tourism marketing communications. This Community Service activity method uses oral communication to convey material about the components of tourism marketing communication, including the 4P concept (Product, Place, Promotion, and Price). Tourism promotion media through word-of-mouth marketing and social media with storytelling and positioning strategies. In addition, Integrated Marketing Communication material was also presented, which consisted of Public Relations, Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Direct Marketing, and Internet Marketing. Kampung Hijau has tourism potential,*

which can be optimized with word-of-mouth marketing strategies and through social media. Pokdarwis and the community can work with the government to create a storytelling concept for Kampung Hijau tourism.

Keywords: *Kampung Hijau; Marketing Communicatio; Storytelling*

© 2023 Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Received: 29 Agustus 2023 **Accepted:** 1 November 2023 **Published:** 1 Desember 2023

DOI : <https://doi.org/10.20527/btjpm.v5i4.10044>

How to cite: Setyastuti, Y., Chandrabuwono, A. B., Hanief, L., & Sari, N. (2023). Peningkatan keterampilan komunikasi pemasaran pariwisata berbasis susur sungai di wisata kampung hijau banjarmasin. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4), 1600-1606.

PENDAHULUAN

Kota Banjarmasin dikenal sebagai kota seribu sungai. Banjarmasin menawarkan beragam destinasi wisata seperti wisata berbasis susur sungai, wisata religi, wisata kuliner, dan wisata budaya. Beberapa destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi yaitu Siring 0 Kilometer, Kampung Sasirangan, Kampung Ketupat, Kampung Hijau, Sungai Biuku, Kampung Arab, Kubah Basirih, Museum Wasaka, Kampung Banjar Sungai Jingga, Kampung Kuin dan kawasan Wisata Kuliner di Banua Anyar.

Pada tahun 2019 pemerintah kota Banjarmasin giat mengembangkan program guna meningkatkan partisipasi masyarakat untuk menjaga kebersihan dan kelestarian dan kebersihan sungai di Banjarmasin. Program bertajuk “Maharagu Sungai” menjadi salah satu program pemkot Banjarmasin tersebut. Berkat keterlibatan masyarakat dalam menjaga kebersihan sungai, desa Sungai Biuku terpilih menjadi peserta terbaik dari 15 kandidat. (Atika et al., 2022)

Salah satu kawasan padat penduduk yang diubah wajahnya yaitu Kampung Hijau berada di Kelurahan Sungai Bilu Kecamatan Banjarmasin Timur. Wisata Kampung Hijau dulunya merupakan pemukiman padat pendudukan yang

kurang tertata apik. Hingga pada akhirnya, pemerintah Kota Banjarmasin mengubah wajah pemukiman ini menjadi lebih indah dengan nuansa warna hijau pada cat rumah, tanaman hias di pemukiman dan sekitar dermaga serta dijadikan destinasi wisata.

Perubahan kondisi lingkungan Kampung Hijau Sungai Bilu juga ditunjukkan dengan hasil penelitian (Syahrin et al., 2020) bahwa kepedulian masyarakat terhadap kebersihan lingkungan Kampung Hijau Sungai Bilu ada lima yakni masyarakat sudah tidak membuang sampah ke sungai, masyarakat gemar menanam dan merawat tanaman di sekitar rumahnya, menghemat penggunaan air, melakukan gotong royong untuk membersihkan pemukiman dan berbagi bibit-bibit tanaman untuk masyarakat sekitar.

Dikutip dari portal berita celebes.co, ada sekitar 127 rumah warga dan 149 kepala keluarga yang menetap di Kampung Hijau Sungai Bilu. Masyarakat Kampung Hijau bermukim di sepanjang bantaran sungai Martapura. Wisatawan dapat berkunjung ke destinasi wisata Kampung Hijau melalui berbagai rute yakni darat dan sungai. Wisatawan dapat melihat keindahan Kampung Hijau dengan menaiki kelotok (perahu

bermesin) dari titik siring dekat Patung Bekantan. Cukup membayar 10 ribu untuk biaya naik kelotok menikmati susur sungai hingga kawasan Kampung Hijau. Selain jalur sungai, Kampung Hijau juga dapat dicapai melalui jalur darat dengan waktu tempuh 11 menit dari pusat kota Banjarmasin.

Sebelum ditata oleh Pemerintah Kota Banjarmasin, Kampung Hijau merupakan kawasan yang kurang baik karena pencemaran udara dan masalah lainnya. Kawasan Kampung Hijau kecamatan Sungai Bilu, Banjarmasin Timur ini mencakup 5 RT. Pemerintah kota Banjarmasin melalui Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Banjarmasin bersama warga setempat berupaya menata ulang dan membersihkan kampung agar diminati wisatawan. Kampung Hijau resmi dibuka pada tahun 2018 silam.

Kampung Hijau memiliki sebuah dermaga yang digunakan untuk kelotok berlabuh. Dermaga Kampung Hijau merupakan hasil kegiatan CSR dari Perusahaan Listrik Negara (PLN). Dermaga ini dihiasi dengan beragam tanaman hias guna menambah suasana asri seperti pada Gambar 1.



Gambar 1 Dermaga Kampung Hijau

Awalnya wisatawan ramai berkunjung ke Kampung Hijau dengan menikmati wisata susur sungai dan kuliner yang dijual oleh warga setempat. Saat pandemi Covid-19 di akhir tahun 2020, pariwisata ditutup. Zulkifli selaku Ketua

Pokdarwis Kampung Hijau mengatakan bahwa saat ini wisata Kampung Hijau belum ramai dikunjungi wisatawan lagi sebab kelotok yang berangkat dari Siring Menara Pandang tidak mampir ke dermaga Kampung Hijau. Hal tersebut berkaitan dengan kebijakan pemkot setempat. Sehingga Kampung Hijau agak ramai pengunjung di akhir pekan saja, salah satunya adanya kunjungan dari rombongan pesepeda.

Penelitian (Bungin, 2017) menjelaskan komponen komunikasi pariwisata berupa wisatawan, aksesibilitas, SDM dan kelembagaan, pemilik modal, destinasi dan pemasaran. Komunikasi membantu pemasaran pariwisata di berbagai elemen pemasaran. Komunikasi berperan dari segi media dan kontennya.

Adapun solusi yang ditawarkan tim PKM adalah memberikan pelatihan dengan materi bauran pemasaran 4P berupa *product, price, place and promotion* (Kotler & Armstrong, 2016). Media promosi untuk meningkatkan kemampuan merumuskan strategi komunikasi pemasaran pariwisata, memberikan materi *integrated marketing communication* yang dapat menunjang kemampuan anggota pokdarwis Kampung Hijau dalam menghadapi para wisatawan, memberikan pemahaman *storytelling* yang menunjang promosi wisata melalui Instagram.

METODE

Pelaksanaan PkM digelar pada tanggal 18 Juli 2023 di dermaga Kampung Hijau, Sungai Bilu Banjarmasin. Peserta yang mengikuti pelatihan sebanyak 30 orang adalah anggota Pokdarwis Kampung Hijau Sungai Bilu dan warga setempat. Tahapan dalam kegiatan PKM ini yaitu Pra kegiatan dengan mengobservasi masalah-masalah yang dihadapi

Pokdarwis Kampung Hijau dalam pengelolaan wisata. Kegiatan PKM yakni pelaksanaan dengan metode komunikasi lisan dengan menyampaikan materi mengenai bauran komunikasi pemasaran 4P, teknik komunikasi pemasaran berupa storytelling dan media yang digunakan dalam komunikasi pemasaran. Setelah penyampaian materi, peserta pelatihan melakukan tanya jawab dengan tim pengabdian masyarakat. Pasca kegiatan yaitu peserta juga mengisi kuesioner post test setelah mendapatkan materi pelatihan untuk mengukur perubahan kognitifnya.

Hasil pengukuran *pretest* dan *posttest* berkaitan dengan keterampilan komunikasi pemasaran masyarakat dilakukan analisis guna melihat perbedaan keterampilan komunikasi pemasaran pariwisata berbasis susur sungai di wisata Kampung Hijau Banjarmasin antara sebelum dengan sesudah pelaksanaan PKM. Teknik analisa data menggunakan uji *paired sample t-test* menggunakan aplikasi SPSS 22.00.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PkM yang berjudul Pelatihan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Berbasis Susur Sungai digelar pada tanggal 18 Juli 2023 di Dermaga Kampung Hijau. Pelatihan dibuka oleh ketua Tim Dosen Mengabdi, Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si dan juga dihadiri oleh Zulkifli selaku Ketua Pokdarwis Kampung Hijau, Bambang Samiaji selaku perwakilan kelurahan Sungai Bilu serta anggota Pokdarwis.

Sebelum mendapatkan materi, peserta mengisi kuesioner sebagai bentuk *pretest*. Tim dosen Wajib Mengabdi memaparkan materi komunikasi pemasaran pariwisata berupa bentuk promosi, media promosi, strategi komunikasi pemasaran, konsep storytelling dan positioning. Masyarakat Kampung Hijau memiliki potensi

ekonomi yang bagus berupa produksi kerupuk udang skala industri kecil, meronce bunga dan juga membuat kerajinan anyaman. Pokdarwis Kampung Hijau sebagai pengelola wisata Kampung Hijau mengungkapkan beberapa hambatan yang dialami dalam mengembangkan wisata susur sungai ini. Hambatan tersebut berupa kelotok wisata siring yang tidak mampir ke Kampung Hijau, sehingga wisatawan hanya bisa melihat Kampung Hijau dari atas kelotok saja. Masyarakat juga belum banyak tau atas keberadaan Kampung Hijau yang karena kurang optimalnya promosi wisata seperti Gambar 2.



Gambar 2 Peserta Pelatihan Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Kampung Hijau

Masyarakat Kampung Hijau setiap hari minggu berjualan kuliner khas Banjar. Menurut salah seorang anggota Pokdarwis, wisatawan yang kerap berkunjung ke Kampung Hijau adalah para pesepeda. Mereka suka menyusuri jalur yang ada di Kampung Hijau sembari menikmati pemandangan rumah-rumah di pinggir sungai.

Setelah mendapatkan materi dari tim PKM, peserta pelatihan mengisi angket *post test*. Hasilnya terlihat ada peningkatan kognitif dari *pre test* dan *post test* peserta sebesar 23,05 %. Hasil Paired sample test dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Paired Samples Test

	Paired Samples Test						t	df	Sig.(2-tailed)
	Paired Differences								
	Mean	Std. Dev	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference					
				Lower	Upper				
Sebelum - Sesudah	-0.23	0.53	-0.11	0.459	0.002	2.09	22	0.048	

Sumber: Olah data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa nilai sig.(2-tailed) adalah sebesar $0.048 < 0.050$. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara keterampilan komunikasi pemasaran pariwisata berbasis susur sungai di wisata Kampung Hijau Banjarmasin antara sebelum dengan sesudah pelaksanaan PKM.. Nilai Mean sebesar 0,23 menunjukkan perbedaan rerata nilai keterampilan komunikasi pemasaran masyarakat dimana terdapat peningkatan. Nilai $t_{hitung} (2,09) > t_{tabel} (2, 074)$. Dimana nilai (-) pada t hitung menunjukkan

Adapun luaran yang telah dicapai berupa video dokumentasi yang menjadi media promosi wisata Kampung Hijau Sungai Bilu. Video ini dipublikasi melalui kanal YouTube resmi prodi Ilmu Komunikasi dan melalui media sosial Instagram. Luaran kedua berupa publikasi berita melalui portal media online. Luaran ketiga brosur wisata Kampung Hijau yang menjadi media promosi wisata berbasis susur sungai. Selain itu juga tim akan mengikuti kegiatan seminar nasional lahan basah 2023 di ULM.

Nugraha menjelaskan bahwa nuansa pembaharuan kegiatan wisata yang berorientasi pada hal-hal “modern” dapat diperoleh melalui komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal. Upaya untuk menawarkan alternatif destinasi wisata yang menarik untuk wisatawan berkunjung yakni dengan komunikasi pemasaran berbasis kearifan lokal (Setyaningrum *et al.*, 2022).

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat (Hanief *et al.*, 2022) yang dilaksanakan di wisata Selanjung Sungai Biuku Banjarmasin, diketahui bahwa hambatan yang dialami Pokdarwis Senanjung yakni kesiapan anggota pokdarwis dalam menyambut wisatawan yang berkunjung. Selain itu juga keterbatasan keterampilan dan Sumber Daya Manusia yang mengelola media sosial Instagram untuk kepentingan promosi wisata Sungai Biuku.

Serupa dengan pengabdian kepada masyarakat (Fahrianoor & Hidayat, 2022) yang dilaksanakan di desa Paau Kecamatan Aranio bahwa masalah utama yang dihadapi Pokdarwis Penyaluhan Indah dalam mempromosikan ekowisata Desa Paau yaitu literasi digital yang tergolong rendah. Hal ini memengaruhi kurangnya kemampuan pokdarwis dalam penguasaan teknologi berbasis online yang guna mempromosikan dan pemasaran ekowisata. Tim memberikan solusi berupa a. memaparkan materi-materi yang mudah dipahami serta pemahaman mengenai pentingnya penguasaan literasi digital bagi Pokdarwis di desa Paau. Ini berguna untuk mendukung program ekowisata dengan meningkatkan pemahaman literasi digital. b. Melatih Pokdarwis untuk membuat konten digital berupa konten audio, visual serta audio-visual berbasis teknologi informasi. c. Mendukung upaya promosi ekowisata dengan melatih pokdarwis materi *networking dan collaborating*

secara digital. d. meningkatkan kemampuan pengelolaan platform digital guna menjaga konsistensi akun media sosial sebagai media promosi ekowisata. Hal tersebut menunjukkan bahwa pentingnya peran literasi media digital dalam mempromosikan wisata di daerahnya.

Penelitian (Yuliarti et al., 2021) mengaji *storytelling* dalam pemasaran pariwisata Indonesia melalui platform media sosial. Adapun unit-unit analisis merujuk dari konsep *storytelling* dan pariwisata. Aspek pariwisata sebagai unit analisis merujuk pada UU No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata (Pemerintah Indonesia, 2009), yakni terdiri dari (1) Atraksi berupa daya tarik alam, budaya, objek wisata buatan, event dan tata ruang; (2) Amenitas yaitu fasilitas dasar yang memberikan keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan dan (3) Aksesibilitas yaitu ketersediaan sarana untuk memberikan kemudahan dalam menjangkau destinasi wisata.

Sementara itu, aspek *storytelling* merujuk pada konsep (Fog et al., 2010), yakni (1) Setting berupa gambaran tempat dan waktu dari pengambilan cerita; (2) Karakter yaitu deskripsi orang atau tokoh yang tampil beserta perannya di dalam cerita tersebut; (3) Konflik, yang menggambarkan kondisi di lokasi yang terkadang tidak sesuai dengan harapan serta bagaimana cara karakter tersebut mengatasi keadaan tersebut; (4) Plot adalah alur penyajian kisah; dan (5) Pesan berupa pernyataan moral atau premis (kesimpulan) yang dapat ditarik dari sebuah kisah.

Sejalan dengan hasil pengabdian kepada masyarakat (Rohayati et al., 2022) yang menyatakan bahwa media WhatsApp Group dapat menjadi solusi dan media yang mempermudah *stakeholder* dalam kemampuan teknik

storytelling destinasi wisata budaya Ciung Wanara di Ciamis Jawa Barat. Aspek pemahaman materi mencapai keberhasilan 64% dari para peserta. *Stakeholder* di kawasan wisata ini mendapatkan pemahaman materi *storytelling* termasuk juga definisi bertutur (*storytelling*), unsur-unsur bertutur dan menyajikan *storytelling* mencapai persentase 55% dan tingkat pemahaman materi keunggulan *storytelling* pada angka 46%.

SIMPULAN

Kampung Hijau Sungai Bilu memiliki potensi wisata yang menarik untuk dikunjungi. Pokdarwis Kampung Hijau mengalami hambatan dalam mempromosikan wisata Kampung Hijau berupa belum optimalnya pemanfaatan media sosial Instagram dan Facebook untuk media promosi. *Storytelling* dan *Word of Mouth Marketing* dapat menjadi strategi sekaligus media mempromosikan wisata berbasis susur sungai ini. Keberhasilan pariwisata di Banjarmasin memerlukan sinergi dari Pemerintah, Pokdarwis dan masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Atika, A., Chandrabuwono, A. B., & Akbari, M. F. R. (2022). Peningkatan pengetahuan media promosi wisata edukasi pada pokdarwis senanjung sungai biuku. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 1618-1624.
- Bungin, B. (2017). *Komunikasi pariwisata, pemasaran dan brand destinasi*. Jakarta: Kencana.
- Fahrianoor, & Hidayat, M. N. (2022). Peningkatan kapasitas kelompok sadar wisata melalui pelatihan literasi digital. *Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 4(2), 177-194.

- Fog, K., Budtz, C., Munch, P., & Blanchette, S. (2010). *Storytelling: Branding in practice*. Berlin: Heidelberg: Springer-Verlag.
- Hanief, L., Sari, N., & Hidayat, S. (2022). Optimalisasi bauran pemasaran dan konten kreatif wisata selanjung sungai biuku banjarmasin. *Jurnal Pengabdian ILUNG (Inovasi Lahan Basah Unggul)*, 2(2), 229-234.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principle of marketing* (15 ed.). New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Rohayati, D., Iskhak, I., & Rustandi, A. (2022). Pelatihan bertutur (storytelling) destinasi wisata bagi pemangku kepentingan di kawasan objek wisata budaya ciung wanara karangkamulyan menggunakan asistensi whatsapp group. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat Pendidikan*, 2(2), 86–102.
- Setyaningrum, L. Z., Rahmanto, A. N., & Suparno, B. A. (2022). Komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata di “nepal van java” dusun butuh, kabupaten magelang. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 94–103.
- Syahrin, M. A., Syaharuddin, S., & Rahman, A. M. (2020). Environmental awareness of kampung hijau society, sungai biru banjarmasin. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 1(2), 191-200.
- Yuliarti, M. S., Rahmanto, A. N., Priliantini, A., Naini, A. M. I., Anshori, M., & Hendriyani, C. T. (2021). Storytelling of indonesia tourism marketing in social media: Study of borobudur and danau toba instagram account. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 107-117.