

Peningkatan Pengetahuan Media Promosi Wisata Edukasi pada Pokdarwis Senanjung Sungai Biuku

Atika*, Achmad Bayu Chandrabuwono, dan Muhammad Febri Rahmat Akbari

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

*atika_rusli@ulm.ac.id

Abstrak: Pokdarwis Senanjung memiliki anggota sebanyak 30 orang dari kalangan muda warga Sungai Biuku Banjarmasin. Mereka memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan wisata edukasi. Kegiatan penyuluhan merupakan solusi dari permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh mitra, khususnya kurangnya pengetahuan mitra tentang pemanfaatan media untuk mempromosikan wisata edukasi. Penyuluhan dilaksanakan pada tanggal 8 Juni 2022, dengan menggunakan metode ceramah dan demonstrasi penggunaan aplikasi desain media promosi melalui media Canva. Kegiatan diikuti oleh 50% anggota Pokdarwis Senanjung Sungai Biuku (15 orang). Hasil dari kegiatan penyuluhan yaitu terjadinya peningkatan pengetahuan pada anggota pokdarwis tentang komunikasi pemasaran dan media promosi wisata edukasi. Komunikasi pemasaran yang awalnya hanya dipahami oleh 29,4% peserta sebelum penyampaian materi menjadi meningkat sampai 100% setelah penyampaian materi. Begitupun dengan media promosi, yang awalnya peserta hanya mampu menyebutkan satu atau dua media promosi menjadi mengetahui sejumlah media promosi.

Kata Kunci: Media Promosi; Pokdarwis; Wisata Edukasi

***Abstract:** Pokdarwis Senanjung has 30 members of young people from Biuku River. They have great potential to develop educational tourism. Counselling activities are a solution to marketing problems faced by the partner, especially the partner's lack of knowledge about the use of media to promote educational tourism. Counselling was held on June 8, 2022, using the lecture method and demonstration of promotion media design applications. The activity was attended by 50% of Pokdarwis Senanjung Biuku River (15 people). The results of the counselling activities were an increase in the knowledge of Pokdarwis members regarding marketing communications and educational tourism promotion media. Initially, marketing communications were only understood by 29.4% of the participants before the presentation of the material. Then, the understanding increased to 100% after the presentation of the material. Likewise, with promotion media, initially, the participants could only name one or two promotion media to become aware of several promotion media.*

***Keywords:** Educational Tours; Promotion Media; Pokdarwis*

© 2022 Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Received: 28 September 2022 **Accepted:** 20 Desember 2022 **Published:** 25 Desember 2022

DOI : <https://doi.org/10.20527/btjpm.v4i4.6497>

How to cite: 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.

PENDAHULUAN

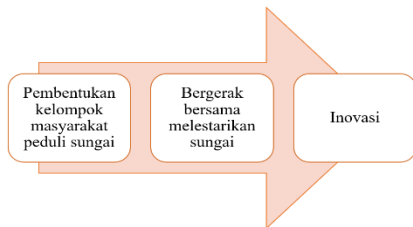
Pemerintah Kota Banjarmasin sedang menggalakkan program untuk meningkatkan partisipasi masyarakat

agar menjaga kebersihan dan kelestarian sungai, khususnya pada masyarakat yang tempat tinggalnya berada pada bantaran sungai. Salah satu kegiatan yang telah

This is open access article under the CC-BY-SA license



dilaksanakan adalah *Maharagu Sungai*. *Maharagu Sungai* merupakan Bahasa daerah (Suku Banjar) yang berarti memelihara sungai. *Maharagu Sungai* mulai dijalankan sejak tahun 2017 melalui Dinas Lingkungan Hidup Kota Banjarmasin (Maulina & Rusli, 2021). Terdapat tiga tahapan aksi dalam kegiatan tersebut, sebagaimana digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1 Tahapan Aksi Kegiatan *Maharagu Sungai*
Sumber: Model diadaptasi dari hasil penelitian (Maulina & Rusli, 2021)

Gambar 1 menunjukkan bahwa pada tahap pertama, pemangku sungai (berasal dan dipilih oleh masyarakat setempat) membentuk kelompok masyarakat yang peduli dengan sungai. Kemudian pada tahap kedua, kelompok yang telah terbentuk berusaha menggerakkan masyarakat untuk bersama-sama membersihkan sungai. Selanjutnya pada tahap ketiga yaitu inovasi, dipersilahkan untuk mengembangkan sungai menjadi tempat wisata atau yang lainnya.

Sungai Biuku merupakan salah satu dari 15 sungai yang menjadi peserta dalam kegiatan *Maharagu Sungai* yang dilaksanakan pada Tahun 2019 oleh Dinas Lingkungan Hidup Kota Banjarmasin. Kelompok masyarakat Sungai Biuku mampu bergerak bersama dan menjadikan sungai mereka kembali bersih dan indah, sehingga mengantarkan Sungai Biuku menjadi peserta terbaik dalam kegiatan tersebut. Sungai Biuku telah memenuhi tiga tahapan aksi yang menjadi poin utama dalam kegiatan *Maharagu Sungai*, dimana pada tahap ketiga yaitu kelompok masyarakat

mengembangkan Sungai Biuku menjadi salah satu destinasi wisata sungai di Kota Banjarmasin. Hasil kerja masyarakat menjadikan Sungai Biuku sebagai destinasi wisata ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2 Gerbang Wisata Sungai Biuku (kiri) dan Ikon Hewan Biuku (kanan)

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022

Sejak menjadi peserta terbaik dalam *Maharagu Sungai* di tahun 2019, Sungai Biuku mulai dikunjungi oleh wisatawan lokal dan wisatawan dari luar Banjarmasin. Para pengunjung ingin menyusuri Sungai Biuku dan merasakan kue khas dari Sungai Biuku yang dibuat oleh masyarakat setempat, yaitu kue Lempeng Balayung. Namun kondisi saat ini terlihat sangat jauh berbeda, hasil studi pendahuluan (observasi) yang dilakukan tim pengusul ke Sungai Biuku menemukan kondisi kawasan wisata Sungai Biuku saat ini terlihat sangat sepi, tidak terdapat pengunjung sebagaimana yang pernah disaksikan tahun sebelumnya. Kondisi tersebut dijelaskan oleh Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Senanjung “Setelah *Maharagu Sungai*, banyak yang berdatangan ke sini (Sungai Biuku), pernah dalam sehari pengunjungnya mencapai 50 orang lebih bahkan pernah sampai 100 pengunjung. Tapi setelah munculnya pandemi Covid-19 dan dikeluarkannya aturan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) maka Wisata Sungai Biuku untuk sementara ditutup” (hasil wawancara tim pengusul, 30 Januari 2022).

Pokdarwis Senanjung yang memegang peranan penting dalam mengembangkan potensi wisata Sungai Biuku juga ikut stagnan selama masa pandemi. Namun memasuki tahun 2022, saat kondisi dianggap akan kembali normal, Pokdarwis Senanjung yang memiliki anggota sebanyak 30 orang tersebut mulai bergerak kembali memperbaiki beberapa fasilitas wisata, diantaranya 1) loket tiket pengunjung; 2) stand-stand wisata edukasi yaitu stand edukasi alat pancing tradisional; 3) area edukasi ekobrik; 4) area edukasi hewan Biuku, dan jukung (perahu) untuk mengangkut pengunjung yang ingin menyusuri sungai Biuku.

Pokdarwis Senanjung telah merancang alur wisata edukasi di Sungai Biuku. Alur wisata edukasi yang telah dirancang tersebut menunjukkan bahwa Pokdarwis Senanjung memiliki kemampuan dalam hal manajemen perencanaan pengelolaan wisata, namun kemampuan tersebut tidak didukung dengan kemampuan pemasaran (promosi). Setelah beberapa fasilitas utama di kawasan wisata Sungai Biuku dirapikan dan dilengkapi kembali, Pokdarwis Senanjung berkeinginan untuk mempromosikan wisata edukasi tersebut sehingga pengunjung berdatangan kembali saat kawasan wisata sudah boleh dibuka dan kondisi sudah kembali normal.

Pemasaran Sungai Biuku sebagai destinasi wisata, Pokdarwis Senanjung sampai saat ini mengandalkan cerita dari mulut ke mulut (*word of mouth*) orang-orang yang sudah pernah berkunjung ke Sungai Biuku, sebagaimana yang diungkapkan Ketua Pokdarwis Senanjung bahwa orang-orang tertarik berkunjung ke Sungai Biuku karena mendengar dan melihat foto dan video dari teman atau keluarganya yang sudah berkunjung sebelumnya. Pokdarwis Senanjung tidak memanfaatkan media komunikasi pemasaran dalam menarik minat pengunjung atau wisatawan.

Chandrabuwono & Atika (2019) mengungkapkan bahwa media komunikasi merupakan salah satu hal pokok yang digunakan dalam menciptakan lingkungan sungai yang bersih, diantaranya media cetak yang berisi pesan-pesan lingkungan. Sehubungan dengan penggunaan media dan pengembangan wisata, Murwonugroho (2020) mengungkapkan bahwa promosi wisata dengan kualitas foto yang memiliki nilai estetis ini diyakini akan lebih meningkatkan angka kunjungan wisata.

Pokdarwis Senanjung termasuk dalam kelompok yang belum produktif secara ekonomi, namun memiliki keinginan dan arah untuk menjadi kelompok yang dapat mengembangkan usaha, khususnya pada bidang pariwisata. Pokdarwis Senanjung memiliki anggota sebanyak 30 orang dari kalangan muda warga Sungai Biuku. Mereka memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan wisata edukasi, terbukti dengan sejumlah ide dan rancangan yang telah disusunnya, yaitu paket wisata edukasi dengan lima produk wisata (edukasi alat pancing tradisional, edukasi ekobrik, edukasi hewan Biuku, susur sungai, dan edukasi jajanan khas Lempeng Balayung).

Dalam mengembangkan wisata edukasi di Sungai Biuku, Pokdarwis Senanjung memiliki permasalahan dari sisi pemasaran (promosi) wisata, yaitu Anggota Pokdarwis Senanjung kurang memiliki pengetahuan tentang pemanfaatan media untuk promosi wisata

Anggota Pokdarwis Senanjung berjumlah 30 orang, dan didominasi oleh kalangan anak muda. Potensi yang dimiliki oleh para anggota dalam mengembangkan wisata edukasi di Sungai Biuku belum didukung dengan pemahaman, khususnya pengetahuan tentang media pemasaran destinasi wisata Sungai Biuku. Pengetahuan tentang media promosi sangat perlu dimiliki oleh kelompok pengelola destinasi wisata

untuk mengenal dan memanfaatkan media promosi wisata sesuai dengan perkembangan dan khalayak sarannya.

Solusi terhadap permasalahan kurangnya pengetahuan mitra tentang pemanfaatan media promosi wisata edukasi, yaitu berupa penyuluhan tentang pemanfaatan media promosi wisata edukasi. Dalam kegiatan ini, anggota Pokdarwis Senanjung diperkenalkan dengan jenis-jenis media promosi wisata dan tahapan dalam proses pembuatan media promosi, yaitu pengumpulan bahan, pemilihan media promosi, serta pemilihan aplikasi desain. Dengan pemahaman tersebut, mitra akan mengetahui dan dapat menentukan media promosi wisata berdasarkan khalayak sasaran yang dituju.

Setelah mengikuti penyuluhan, Anggota Pokdarwis Senanjung dapat memahami pemanfaatan media promosi wisata, mulai dari jenis-jenis media promosi, dan tahapan proses pembuatan media promosi wisata. Ketercapaian dapat diukur secara kuantitatif melalui uji yang dilakukan sebelum dan setelah penyuluhan

METODE

Kegiatan penyuluhan merupakan solusi dari permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh mitra, khususnya kurangnya pengetahuan mitra tentang pemanfaatan media untuk mempromosikan wisata edukasi. Adapun tahapan yang dilakukan untuk kegiatan ini adalah sebagai berikut:

Persiapan

Pada tahap ini tim pelaksana melakukan koordinasi dengan mitra sehubungan dengan waktu, tempat pelaksanaan kegiatan, dan sosialisasi pelaksanaan kegiatan ke peserta pelatihan. Selain itu juga dilakukan persiapan peralatan dan perlengkapan yang digunakan.

Pelaksanaan kegiatan

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 8 Juni 2022, dengan jumlah peserta penyuluhan sebanyak 15 orang (50% dari 30 jumlah anggota Pokdarwis Senanjung). Anggota Pokdarwis Senanjung yang mengikuti penyuluhan adalah yang memiliki fokus tugas pada bagian pemasaran dan media promosi. Materi yang disampaikan yaitu konsep komunikasi pemasaran dan media promosi, jenis-jenis media promosi, pemilihan media promosi berdasarkan khalayak atau target sasaran, pengenalan aplikasi desain media promosi, tahapan proses pembuatan media promosi wisata, dan Penyuluhan dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah dan demonstrasi penggunaan aplikasi desain media promosi.

Evaluasi

Setelah pelaksanaan kegiatan selesai, tim melakukan evaluasi untuk mengukur tingkat ketercapaian pengetahuan peserta tentang pemanfaatan media promosi. Uji dilakukan dengan cara meminta peserta mengisi kuisioner yang berisi sejumlah item pertanyaan tentang pemahaman pemanfaatan media promosi. Data pre-test dan post-test diolah dan dianalisis tentang tingkat pengetahuan pemanfaatan media promosi pada mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyuluhan tentang pemanfaatan media promosi wisata edukasi kepada Pokdarwis Sungai Biuku dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan pengetahuan anggota Pokdarwis tentang pemanfaatan media promosi wisata, mulai dari jenis-jenis media promosi, dan tahapan proses pembuatan media promosi wisata. Tingkat pengetahuan anggota tentang media promosi sebelum mengikuti penyuluhan berada pada tingkatan rendah, yaitu: a) Terdapat 70,6% peserta menyatakan pernah mendengar komunikasi pemasaran, namun tidak memahami maksudnya. b)

Terdapat 5,9% peserta yang dapat menyebutkan beberapa media promosi, selebihnya 94,1 % tidak mengetahui banyak tentang media promosi.

Penyuluhan dilaksanakan sesuai dengan metode yang telah dirancang, yaitu terdiri dari tiga sesi, dimana sesi yang pertama diisi oleh materi tentang Komunikasi Pemasaran dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Penyampaian Materi Satu

Tim menyampaikan materi pertama, yang berisi konsep komunikasi pemasaran dan media promosi, serta jenis-jenis media promosi. Adapun materi kedua berisi tentang pemilihan media promosi berdasarkan khalayak atau target sasaran, pengenalan aplikasi desain media promosi, serta tahapan proses pembuatan media promosi wisata. Sesi kedua berisi materi tentang media promosi dapat dilihat pada Gambar 4.



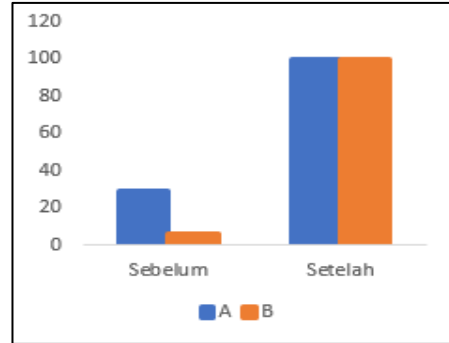
Gambar 4 Penyampaian Materi Dua

Sesi ketiga diisi diskusi dengan peserta dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5 Sesi Diskusi

Tahap akhir dari kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan tersebut adalah melakukan evaluasi untuk mengukur pencapaian dari penyuluhan tentang media promosi wisata edukasi, sebagaimana terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6 Peningkatan Pengetahuan Anggota Pokdarwis Senanjung Sungai Biuku

Gambar 6 menunjukkan terjadinya peningkatan pengetahuan pada anggota pokdarwis setelah mengikuti kegiatan penyuluhan tentang Komunikasi pemasaran (A) dan Media promosi wisata edukasi (B). Komunikasi pemasaran yang awalnya hanya dipahami oleh 29,4% peserta sebelum penyampaian materi menjadi meningkat sampai 100% setelah penyampaian materi. Begitupun dengan media promosi, yang awalnya peserta hanya mampu menyebutkan satu atau dua media promosi menjadi mengetahui sejumlah media promosi.

Hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat yang menunjukkan terjadinya peningkatan pengetahuan setelah dilaksanakannya penyuluhan sudah cukup banyak dirasakan manfaatnya pada sejumlah kelompok masyarakat yang berdomisili di sekitar area destinasi wisata, diantaranya terjadi peningkatan pengetahuan pada masyarakat Desa Lemukutan, Sungai Raya Kepulauan setelah menerima penyuluhan kesehatan tentang pertolongan pertama wisata pulau (Hidayat *et al.*, 2022). Peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang manfaat BHD dan penanganan cedera pada anggota Pokdarwis Desa

Sambangan (Saputra et al, 2021). Penyuluhan telah memberikan perubahan sikap dan pengetahuan pada Pokdarwis Pantai Asmara tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi (Sofia et al., 2020). Peningkatan pengetahuan pada Pokdarwis Gunung Buthak tentang penggunaan aplikasi website sebagai salah satu bentuk pemasaran desa wisata (Primartadi et al., 2021).

SIMPULAN

Peningkatan pengetahuan pada anggota Pokdarwis Senanjung Sungai Biuku tentang Komunikasi pemasaran dan Media promosi wisata edukasi dilakukan melalui kegiatan penyuluhan. Hasil kegiatan menunjukkan terjadinya peningkatan pengetahuan setelah mengikuti kegiatan. Komunikasi pemasaran yang awalnya hanya dipahami oleh 29,4% peserta sebelum penyampaian materi menjadi meningkat sampai 100% setelah penyampaian materi. Begitupun dengan media promosi, yang awalnya peserta hanya mampu menyebutkan satu atau dua media promosi menjadi mengetahui sejumlah media promosi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Lambung Mangkurat atas pendanaan kegiatan dalam Program Dosen Wajib Mengabdikan (PDWA) Tahun 2022.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandrabuwo, A. B., & Atika, A. (2019). Komunikasi lingkungan masyarakat sungai tabuk dalam menjaga kebersihan sungai. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 4(2), 210-220.
- Correll, R. (2020). *Digital SLR photography all-in-one for dummies*. Indianapolis: Wiley Publishing
- Darsono, D. (2020). *Terampil fotografi dengan teknik peer tutoring*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Hidayat, U. R., Nurpratiwi, N., Hatmalyakin, D., Alfikrie, F., Akbar, A., Amaludin, M., & Tumundo, V. K. (2022). Program desa wisata aman dan sehat: edukasi penolong pertama wisata pulau. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm)*, 1(1), 261-266.
- Maulina, N., & Rusli, A. (2021). Komunikasi lingkungan melalui maharagu sungai dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada program revitalisasi sungai kota banjarmasin. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 6(1), 67-75.
- Murwonugroho, W. (2020). Pelatihan fotografi dasar sebagai media visual promosi wisata indonesia timur. *Jurnal AKAL: Abdimas Dan Kearifan Lokal*, 1(1), 18-28.
- Primartadi, A., Jatmoko, D., & Susanto, A. (2021). Pengembangan dan Pelatihan Website untuk Pemasaran Desa Wisata Gunung Buthak. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(3), 590-599.
- Sofia, L. A., Hidayat, A. S., & Zain, M. A. (2020). Optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi wisata pantai asmara. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas*, 5(2), 133-143.
- Suputra, P. A., Lestari, N. M. S. D., Dinata, I. G. S., & Agustini, N. N. M. (2021). Pelatihan dan pendampingan bantuan hidup dasar dan pertolongan pertama pada anggota pokdarwis di desa sambangan tahun 2020. *JURNAL WIDYA LAKSANA*, 10(1), 73-76.
- Thionardy L, Ardana, Handoko CR. (2013). Perancangan komunikasi visual promosi kawasan wisata

loksado di kalimantan selatan
dengan pendekatan teknik fotografi.
Jurnal DKV Adiwarna, 1(2), 1-9.