

**LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
MONO DISIPLIN**



**PENINGKATAN DIGITAL MARKETING DESA WISATA “BUKIT
ROSO WULAN” DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

Pelaksana :

ESA RENGGANIS, S.T., M.T

0510017702

Pengabdian Kepada Masyarakat Internal ITDA

Tahun Anggaran 2020/2021

Semester Ganjil

INSTITUT TEKNOLOGI DIRGANTARA ADISUTJIPTO

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1. Judul PKM | : Peningkatan Digital Marketing Desa wisata “Bukit Roso Wulan” Dengan Menggunakan Media Sosial Instagram |
| 2. Nama Mitra Program | : Kelompok Tani Hutan “Wana Lestari II Bukit Roso” |
| 3. Pengusul | |
| a. Nama | : Esa Rengganis, S.T., M.T. |
| b. NIDN | : 0510017702 |
| c. Jabatan/Golongan | : Asisten Ahli / III B |
| d. Program Studi | : Teknik Industri |
| e. Perguruan Tinggi | : Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto |
| f. Bidang Keahlian | : |
| g. Alamat Kantor/Telp/Faks/Surel | : Blok R Lanud Adisutjipto/0274451262/
0274451265 |
| h. Jumlah Mahasiswa yang terlibat | : 1 (satu) mahasiswa |
| i. Nama | : Resni Nur O |
| j. NIM | : 18020038 |
| 4. Lokasi Kegiatan/Mitra | |
| a. Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) | : Dusun Turunan, Desa Girisuko |
| b. Kabupaten/Kota | : Gunungkidul |
| c. Propinsi | : D.I. Yogyakarta |
| d. Jarak PT ke lokasi mitra 1 (Km) | : 30 km |
| 5. Tahun Pelaksanaan | : Tahun 1 dari rencana 1 tahun |
| 6. Biaya Tahun Berjalan | : Rp. 1.500.000 |
| 7. Biaya Keseluruhan | : Rp. 1.500.000 |
| 8. Dibiayai oleh | : Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto |
| 9. Luaran yang dihasilkan | : Konten Video Pemasaran untuk Instagram |

Yogyakarta, 29 Maret 2021

Mengetahui
Pjs. Warek I


Dedet Hermawan, S., S.T., M.T.
NIDN. 0521047001

Pelaksana


Esa Rengganis, S.T., M.T.
NIDN. 0510017702

Mengetahui
Pjs/ Kepala LPPM


Dr. Okto Dimaryanto, S.T., M.M., M.Eng
NIDN. 0504107202



SURAT KETERANGAN PERPUSTAKAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hero Wintolo, S.T. M. Kom

NIP : 010303032

Jabatan : Pjs Ka UPT Perpustakaan

Unit Kerja : Perpustakaan ITDA

Menerangkan telah menerima laporan pengabdian masyarakat dari :

Nama : Esa Rengganis, S.T., M.T.

NIP : 011103085

Unit Kerja : Dept. Teknik Industri

Yang berjudul Peningkatan Digital Marketing Desa Wisata “Bukit Roso Wulan” dengan Menggunakan Media Sosial Instagram sebagai buku pustaka dan bahan bacaan di perpustakaan Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto Yogyakarta.

Yogyakarta, 6 April 2021

Pjs Ka UPT Perpustakaan ITDA

Hero Wintolo, S.T., M.Kom
010303032

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT KETERANGAN PERPUSTAKAAN.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
RINGKASAN.....	v
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Kondisi Mitra.....	3
1.2. Manajemen Mitra.....	4
BAB II. TARGET DAN LUARAN.....	5
2.1 Permasalahan Yang Dihadapi.....	5
2.2 Prioritas Permasalahan Yang Akan Diselesaikan.....	5
BAB III. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN.....	7
3.1 Pemetaan Model Bisnis Desa Wisata.....	7
3.2 Peningkatan promosi melalui Media Sosial Instagram.....	11
BAB IV. PELAKSANAAN KEGIATAN.....	13
4.1 Peserta Kegiatan.....	13
4.2 Waktu dan Tempat Kegiatan.....	13
4.3. Hasil Kegiatan.....	13
BAB V. Kesimpulan dan Saran.....	15
5.1. Kesimpulan.....	15
5.2. Saran.....	15
DAFTAR PUSTAKA.....	16
Lampiran 1. Biodata Pelaksana	17
Lampiran 2. Peta Lokasi Kegiatan.....	20
Lampiran 3. Surat Kesiapan Mitra Pengabdian.....	21
Lampiran 4. Presensi Kegiatan.....	22
Lampiran 5. Foto Spot Bukit Roso Wulan.....	23

RINGKASAN

Kabupaten Gunungkidul sebagai salah satu Kabupaten yang ada di wilayah D.I. Yogyakarta juga memiliki potensi ragam rekreasi dan hiburan yang lengkap seperti, pantai, goa, kerajinan, desa wisata, air terjun, kuliner, dan lain sebagainya. Pengelolaan sektor wisata di Gunungkidul menjadi perhatian yang sangat besar. Hal ini ditunjukkan dengan visi Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Gunungkidul Tahun 2016-2021 yaitu “Mewujudkan Gunungkidul sebagai daerah tujuan wisata yang terkemuka dan berbudaya menuju masyarakat yang berdaya saing, maju, mandiri, dan sejahtera tahun 2021”.

Desa Turunan, Girisuko, Panggang, Gunungkidul dikepalai oleh Dukuh Bapak Sugiyanto yang memiliki 7 RT dan 169 KK, secara swadaya membentuk Kelompok Tani Hutan Wana Lestari 2. KTH tersebut mengawali ide membangun dan mengembangkan desa wisata Bukit Roso Wulan bekerja sama dengan Dinas Kehutanan Gunungkidul. Kerjasama pengelolaan dan pengembangan lahan seluas ± 24 ha, membutuhkan pemikiran dan ide-ide dari berbagai pihak. Desa wisata saat ini dalam tahap penyelesaian pembangunan sarana dan prasarana, menjelang dibuka secara resmi operasionalnya yaitu pada tanggal 9 Desember 2020.

Mempertimbangkan hal tersebut dan berdasarkan model bisnis yang telah dibuat, maka kegiatan pengabdian ini akan berfokus pada peningkatan promosi dan publikasi desa wisata (bagian *channel* dalam model bisnis kanvas) dalam bentuk pembuatan konten pemasaran yang akan disebarluaskan melalui media sosial *Instagram*.

Kata Kunci : desa wisata, promosi, konten pemasaran, instagram.

BAB I

PENDAHULUAN

Ekonomi masyarakat banyak berkembang di wilayah pedesaan. Kekayaan wilayah pedesaan tidak hanya dinilai dari sisi material saja, namun juga dari sisi non material yang berbasis pada kekayaan hayati dan potensi alamnya. Hal tersebut tentu memiliki peluang potensi untuk dikembangkan agar lebih eksis dan berdaya saing sehingga mampu menopang kehidupan masyarakat dan lingkungannya.

Pengembangan kawasan pedesaan menjadi isu penting dalam 5 tahun terakhir. Kemajuan pedesaan sangat mempengaruhi stabilitas nasional dari berbagai sisi. Meninjau dari sisi penting tersebut karenanya pemerintah melalui implementasi PP RI No. 43/2014 tentang peraturan pelaksanaan UU No 6/2014 tentang desa, menggulirkan program hibah pembangunan pedesaan (Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, 2019).

Keberadaan desa wisata saat ini memiliki daya pikat yang baik. Bukan saja karena Indonesia terdiri dari beragam tradisi dan kebudayaan, namun kekayaan alam yang terbentang antara desa satu dengan desa yang lain memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri. Peluang yang dapat dikembangkan desa wisata di Indonesia melalui beberapa kekayaan yang dimiliki. Antara lain berupa wisata petualangan, wisata agro, wisata bahari, wisata kuliner, wisata budaya dan sejarah, dan wisata kreatif. Hal tersebut perlu disertai dengan pembinaan masyarakat yang diharapkan ekonomi desa juga ikut maju. Namun, memutuskan konsep desa wisata dapat dimulai dari tingkat RT hingga kepala desa dengan tetap menerima masukan dan pandangan camat serta walikota/bupati setempat (Syah, 2017).

Kabupaten Gunungkidul sebagai salah satu Kabupaten yang ada di wilayah D.I. Yogyakarta juga memiliki potensi ragam rekreasi dan hiburan yang lengkap seperti, pantai, goa, kerajinan, desa wisata, air terjun, kuliner, dan lain sebagainya. Pengelolaan sektor wisata di Gunungkidul menjadi perhatian yang sangat besar. Hal ini ditunjukkan dengan visi Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Gunungkidul Tahun 2016-2021 yaitu “Mewujudkan Gunungkidul sebagai daerah tujuan wisata yang terkemuka dan berbudaya menuju masyarakat yang berdaya saing, maju, mandiri, dan sejahtera tahun 2021”.

Gunungkidul selalu menampilkan destinasi wisata yang tak kalah menarik dan tak mau kalah dengan destinasi wisata yang sudah populer di Gunungkidul sendiri. Kreatifitas warga sejak pertengahan 2019 di Dusun Turunan, Desa Girisuko, Kec Panggang melalui salah satu kelompok tani Hutan Wana Lestari 2 yang diketuai Sugiyarta mulai merintis sendiri wisata

spot selfi yang tak kalah indahnya dengan obyek wisata lain yang sudah terkenal di Gunungkidul. Mereka memberi nama obyek wisatanya dengan sebutan BUKIT ROSO WULAN, disini tersedia spot yang menarik dan terdapat lokasi *Off road* dan masih melestarikan tradisi budaya Jemparingan dan pemandangan yang memanjakan mata. Kelompok tani di desa tersebut bersama Dinas Lingkungan hidup dan kehutanan serta Suhardiyanto selaku Mantri RPH Mbibal dan para tokoh masyarakat saat ini terus berusaha untuk meningkatkan potensi wisata yang ada saat ini di Dusun Turunan (Neli dan Hari, 2019).



Gambar 1. Bukit Roso Wulan

Teknologi informasi telah mengalami perkembangan yang cukup pesat, dan dalam kurun waktu tersebut telah banyak bermunculan berbagai macam *platform* yang memungkinkan orang diseluruh dunia untuk saling terhubung yang lebih dikenal dengan istilah media sosial. Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah *YouTube*, *Facebook*, *Instagram*, dan lain-lain. Peran berbagai aplikasi sosial media tersebut memang sangat menguntungkan dan memberikan peluang tersendiri apabila digunakan untuk pemasaran. *Social media* marketing telah terbukti cukup efektif dalam membantu strategi pemasaran sebuah bisnis bagi beberapa kalangan terutama yang bergerak dalam bidang wirausaha dalam mendukung promosi usahanya (Augustinah dan Widayati, 2019).

Instagram juga termasuk media sosial dalam hal pengguna, dengan aplikasi terdepan dan merupakan aplikasi *mobile* gratis yang menggunakan koneksi internet pada ponsel untuk bertukar pesan antar sesama pengguna tanpa biaya pesan teks seperti pada SMS. Aplikasi ini juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi file dan gambar, serta mendukung panggilan suara dan video secara gratis.

Saat ini terdapat sekitar 1,2 milyar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia, sementara di Indonesia sendiri telah mencapai sekitar 35,8 juta pengguna. Penetrasi pasar semacam itu

Top 10 Apps from Mobile Devices in Indonesia January 2017 Total Indonesia – Age 18+, Mobile App only Source: comScore Mobile Metrix			
Rank	App	Total Mobile	
		Total Unique Visitors (000)	% Reach
	Total Internet: Total Audience (Mobile App only)	46,130	100.0
1	Google Play	44,292	96.0
2	WhatsApp Messenger	35,799	77.6
3	YouTube	35,627	77.2
4	BBM	34,748	75.3
5	Google Search	30,442	66.0
6	Gmail	28,584	62.0
7	Line	27,613	59.9
8	Instagram	23,876	51.8
9	Facebook	22,268	48.3
10	Google Maps	20,865	45.2

Sumber : <https://elitemarketer.id/social-media/strategi-inovatif-menggunakan-whatsapp-untuk-bisnis-anda/>

Gambar 2. Sebaran pengguna media sosial

tidak bisa diabaikan dan saat ini aplikasi tersebut banyak digunakan dalam kegiatan pemasaran produk dan jasa. Namun aplikasi tersebut tidak menjual ruang iklan secara khusus, sehingga diperlukan inovasi bagi pengguna dalam melakukan kegiatan pemasarannya dan perlu mengembangkan strategi khusus untuk *Instagram marketing*.

1.1 Kondisi Mitra

Kesadaran masyarakat akan potensi daerah dan sosialisasi visi dan misi pemerintah daerah Gunungkidul, saat ini tumbuh sektor wisata yang memanfaatkan integrasi potensi daerah. Pengembangan dan pengelolaan desa wisata berkembang di Gunungkidul. Semakin banyaknya desa wisata yang muncul di beberapa daerah di Gunungkidul menginspirasi desa – desa lain juga untuk membentuk kawasannya menjadi desa wisata. Harapannya dengan mengembangkan potensi wisata yang mereka miliki, dapat berpengaruh terhadap peningkatan ekonomi masyarakat.

Desa Turunan, Girisuko, Panggang, Gunungkidul dikepalai oleh Dukuh Bapak Sugiyanto yang memiliki 7 RT dan 169 KK, secara swadaya membentuk Kelompok Tani Hutan Wana Lestari 2. KTH tersebut mengawali ide membangun dan mengembangkan desa wisata Bukit Roso Wulan bekerja sama dengan Dinas Kehutanan Gunungkidul. Kerjasama pengelolaan dan pengembangan lahan seluas ± 24 ha, membutuhkan pemikiran dan ide-ide dari berbagai pihak. Desa wisata saat ini dalam tahap penyelesaian pembangunan sarana dan prasarana, menjelang dibuka secara resmi operasionalnya yaitu pada tanggal 9 Desember 2020.

1.2 Manajemen Mitra

Bukit Roso Wulan dikelola oleh Kelompok Tani Hutan Wana Lestari 2 dibawah koperasi Wana Arta Barokah. Pengelolaannya telah memiliki pengurus tetap sehingga secara manajemen mudah untuk dikembangkan. Susunan pengurus adalah sebagai berikut :

1. Ketua I : Sugiyarto
2. Ketua II : Mariyadi
3. Sekretaris I : Sagi S.
4. Sekretaris II : Basuki
5. Bendahara I : Ruswantoro
6. Bendahara II : Purnomo
7. Anggota : 70 orang

BAB II TARGET DAN LUARAN

2.1. Permasalahan Yang Dihadapi

Tabel 1. Identifikasi masalah mitra

PROMOSI	MANAJEMEN & KEUANGAN	PRODUKSI HASIL BUMI
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> DIGITAL MARKETING YAITU WA, FB, IG DAN PEMBUATAN DAN PENGELOLAAN WEB	<input type="checkbox"/> PELATIHAN EXCEL	<input type="checkbox"/> SINGKONG, PISANG, DLL
<input type="checkbox"/> CONTENT PROMOSI	<input type="checkbox"/> PELATIHAN WORD	<input type="checkbox"/> BAHAN JAMU
<input type="checkbox"/> FOTOGRAFI, FILM DAN EDITING	<input type="checkbox"/> PELATIHAN ACCES	<input type="checkbox"/> PACKING DAN PEMASARAN
		<input type="checkbox"/> PERALATAN

1. Mengenalkan Bukti Roso Wulan kepada seluruh masyarakat Indonesia membutuhkan promosi. Saat ini promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut. Perlu adanya promosi melalui media *online* yang saat ini menjadi alat promosi yang efektif.
2. Sumber daya masyarakat yang mengelola promosi perlu ditingkatkan kemampuan dan keahliannya.
3. Perjanjian Kerjasama dengan Dinas Kehutanan Gunungkidul menyepakati pembagian keuntungan pengelolaan. Perlu adanya pencatatan dan pengelolaan keuangan lebih baik.
4. Bukit Roso Wulan merupakan salah satu tempat rekreasi yang ditawarkan Desa Wisata Turunan. Selain menyediakan tempat pemandangan dari bukit, aneka makanan khas daerah akan disediakan sebagai oleh-oleh. Pengelolaan hasil bumi perlu dikelola dengan baik. Perlu adanya pelatihan pembuatan makanan khas daerah secara lebih higienis, pengemasan yang tahan lama dan peningkatan kemampuan produksi

2.2. Prioritas Permasalahan Yang Akan Diselesaikan

Desa wisata saat ini dalam tahap penyelesaian pembangunan sarana dan prasarana, menjelang dibuka secara resmi operasionalnya yaitu pada tanggal 9 Desember 2020. Mempertimbangkan hal tersebut dan berdasarkan model bisnis yang telah dibuat, maka

kegiatan pengabdian ini akan berfokus pada peningkatan promosi dan publikasi desa wisata (bagian *channel* dalam model bisnis kanvas) dalam bentuk pembuatan konten pemasaran yang akan disebarakan melalui media sosial *Instagram*.

BAB III

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Pemetaan Model Bisnis Desa Wisata

Pendekatan yang digunakan sebagai landasan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui model bisnis yang dikembangkan oleh *ostewalder*. Tujuannya adalah memberikan deskripsi atau gambaran secara sistematis, akurat, dan faktual yang menjelaskan model bisnis sebagai sebuah peta strategi pengelolaan potensi wisata Bukit Roso Wulan. Sumber data diperoleh melalui data sekunder yang meliputi beberapa referensi pendukung dan data primer yang berupa hasil observasi, survei lapangan, dan wawancara dengan pengelola dan tokoh masyarakat sekitar.

Langkah awal yang dilakukan sebagai bagian dari kegiatan pengabdian ini adalah melakukan studi banding untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan di desa wisata tersebut, hasilnya tampak pada Gambar 3. Adapun tahapan yang dilakukan dalam studi banding tersebut meliputi:

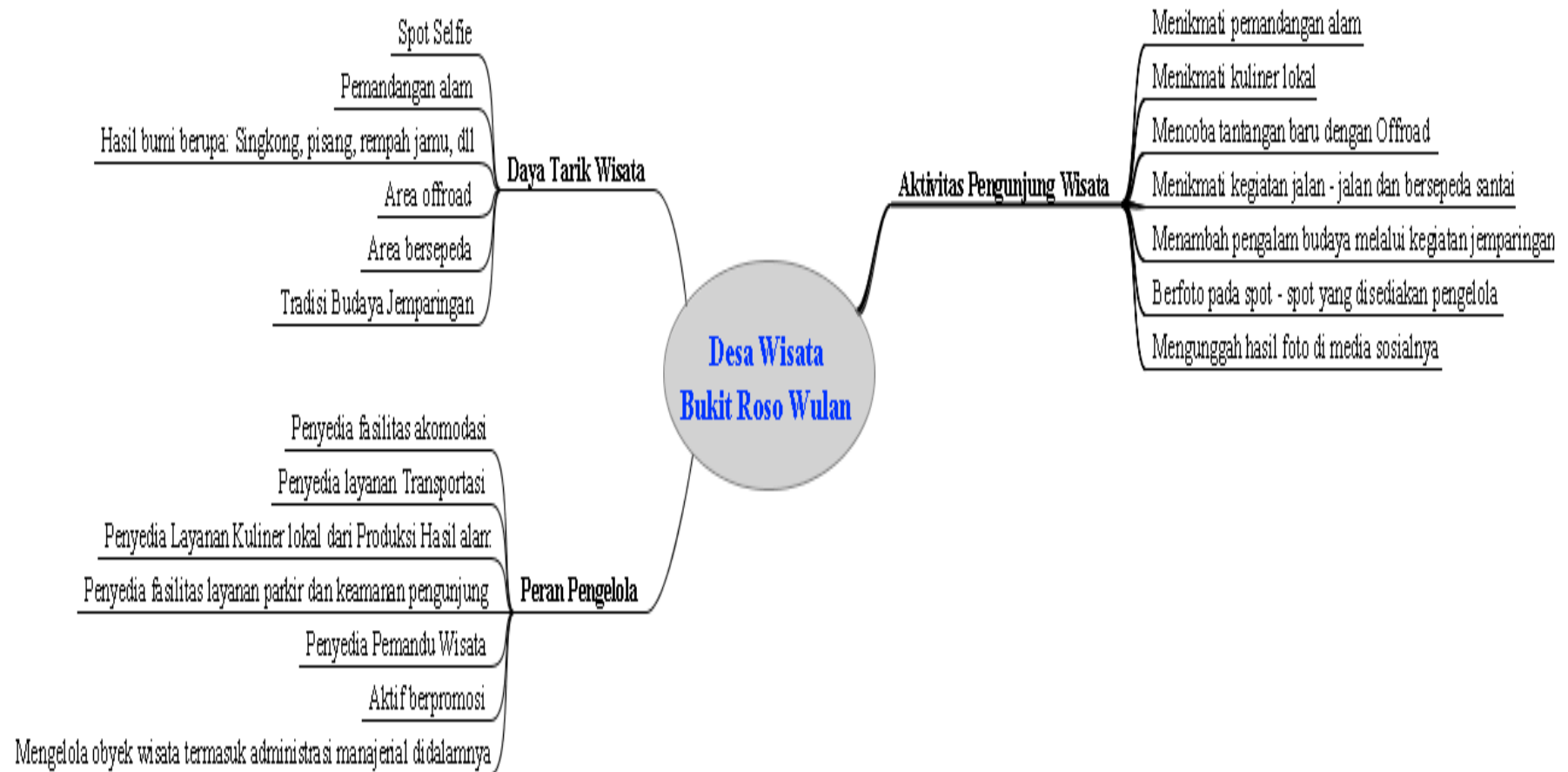
- a. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil mengenai obyek yang akan menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu potensi wisata Bukit Roso Wulan yang dikelola oleh Kelompok Tani Hutan Wana Lestari 2 yang berlokasi di Dusun Turunan, Desa Girisuko, Kec Panggang, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi DI. Yogyakarta , Indonesia. Kegiatan observasi tersebut selain mengamati potensi obyek wisata juga menggali bagaimana kegiatan masyarakat dalam mendukung pengelolaan potensi wisata tersebut.
- b. Wawancara, yaitu melakukan proses penggalan informasi melalui tanya jawab secara langsung dengan pihak masyarakat, pengelola terkait, dan stakeholder yang terlibat dalam pengelolaan potensi wisata tersebut.
- c. Studi Pustaka dilakukan dengan mengkaji beberapa literatur maupun referensi yang berkaitan dengan tema pengabdian agar mendapatkan konsep dan pengetahuan yang bersifat teoritis.

Osterwalder (2004) menyatakan bahwa pengertian model bisnis dapat dipahami melalui kata “model” dan “bisnis”, dimana model merupakan representasi sederhana dari sesuatu yang sesungguhnya dan bisnis merupakan aktivitas jual beli barang maupun jasa oleh perusahaan untuk memperoleh pendapatan. Pemahaman umum yang dapat diambil melalui gabungan dua

kata tersebut bahwa model bisnis merupakan representasi yang lebih sederhana dari aktivitas jual beli barang maupun jasa oleh perusahaan/kegiatan usaha untuk memperoleh pendapatan.

Secara umum, model bisnis dikembangkan dengan mempertimbangkan 9 blok utama yang harus diperhatikan dalam memetakan model bisnis. Kesembilan blok utama ini, semua terangkum dalam satu kanvas (1 halaman). Inilah yang kemudian disebut sebagai bisnis model kanvas dengan keunggulannya justru karena kesederhanaannya dengan 1 halaman ini, ternyata *powerful* untuk memberikan pemahaman tentang model bisnis secara utuh.

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara pada kegiatan pendahuluan dan mempertimbangkan hasil identifikasi awal tersebut, kemudian dibuatlah sebuah model bisnis sederhana yang akan digunakan sebagai peta/panduan strategi dalam melakukan kegiatan pengabdian ini. Hasil bisnis model tersebut terdapat pada Gambar 4.



Gambar 3. Hasil Identifikasi Awal

The Business Model Canvas

Designed for:

Bukti Roso Wulan

Designed by:

Prasidananto NS (T. Industri STTA Yogya)

Date:

24 November 2020

Version:

1.0

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> 1. Pemkab Gunungkidul (GK) 2. Dinas Lingkungan Hidup GK 3. Dinas Kehutanan GK 4. Kelompok Tani Hutan (KTH) Wana Lestari 2 5. Tokoh Masyarakat 6. Akademisi 7. Praktisi bisnis pariwisata 8. Lembaga Swadaya Masyarakat 9. Media (elektronik maupun cetak) 	<p>Pengelolaan, Pemeliharaan, dan Pengembangan Desa Wisata Bukit Roso Wulan</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Spot Selfie 2. Pemandangan alam 3. Hasil bumi berupa: Singkong, pisang, rempah jamu, dll 4. Area offroad Area bersepeda 5. Tradisi Budaya Jemparingan 	<p>Pelayanan terhadap wisatawan baik domestik maupun mancanegara, secara langsung maupun tidak langsung.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Wisatawan Mancanegara 2. Wisatawan Domestik 3. Penggemar Offroad 4. Goweser (Penggemar Sepeda) 5. Mahasiswa 6. Penggemar Jemparingan 7. Penikmat kuliner
	Key Resources		Channels	
	<ul style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat sekaligus sebagai pengelola desa wisata. 2. Sarana dan prasarana pendukung desa wisata. 3. Obyek Wisata 4. Kuliner dan Wisata budaya yang dapat dikembangkan. 		<p>Sarana dan prasarana promosi secara offline dan online untuk memperkenalkan potensi desa wisata secara global.</p>	
Cost Structure		Revenue Streams		
<ul style="list-style-type: none"> 1. Anggaran promosi dan publikasi 2. Anggaran pengelolaan (sarana dan prasarana) desa wisata 3. Program pengembangan 4. Pajak 5. Retribusi Daerah 		<ul style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan ekonomi masyarakat dari hasil desa wisata dan produk - produk penyertanya. 2. Peningkatan PAD bagi daerah 		

Designed Template by: Business Model Foundry AG (www.businessmodelgeneration.com/canvas)

Sumber : Wawancara dan Studi Pustaka

Gambar 4. Bisnis Model Desa Wisata Bukit Roso Wulan

3.2 Peningkatan Promosi melalui Konten Pemasaran (*content marketing*)

Di tengah riuhnya penggunaan *platform* digital sebagai medium komunikasi, hal yang paling harus diperhatikan dalam *platform* ini adalah formulasi konten atau pesan yang akan dikomunikasikan kepada audiens. Pesan atau konten merupakan unsur komunikasi yang sangat penting termasuk dalam komunikasi pemasaran. Konten ini kemudian lazim disebut *content marketing* (Pandrianto dan Sukendro, 2018).

Content marketing dianggap dapat menciptakan kedekatan dengan audiens sehingga *marketer* lebih mudah mencapai tujuan kegiatan komunikasi pemasaran. Namun, syarat yang harus dipenuhi adalah relevansi konten dengan audiens. *Content marketing* dapat didistribusikan (dipublikasikan) lewat beberapa medium, misalnya saja *website*, media sosial, *blog*, *vlog*, dan aplikasi pada *tablet* maupun *smartphone*. Pemilihan media ini disesuaikan dengan *target market* yang dituju serta karakteristik isi maupun tujuan pesan. *Content marketing* dapat didistribusikan (dipublikasikan) lewat beberapa media, misalnya saja *website*, media sosial, *blog*, *vlog*, dan aplikasi pada *tablet* maupun *smartphone*. Pemilihan media ini disesuaikan dengan *target market* yang dituju serta karakteristik isi maupun tujuan pesan (Pandrianto dan Sukendro, 2018).

Content marketing biasanya disusun sesuai kebutuhan target pasar secara spesifik dan diproduksi dengan teknik *storytelling* sehingga lebih mudah diterima oleh target pasar. Konsekuensinya, pesan harus dirancang sedemikian agar dapat menghasilkan efek yang diharapkan. Apalagi konten media digital semakin *overloaded* sehingga hanya konten yang benar-benar menarik perhatian, dan dikemas dengan baik, yang akan mendapat perhatian audience. Karenanya, *content marketing* yang dibangun pun harus memiliki sejumlah syarat, seperti berguna (*usability*) dan mudah diakses (*accessibility*). *Usability* artinya konten media digital memiliki desain yang sederhana, elegan, serta memiliki fungsi yang jelas. Tujuannya konten dapat mendorong audiens untuk melakukan apa yang diinginkan oleh pemilik konten secara efektif. Sedangkan *accessibility* adalah konten dapat diakses oleh setiap orang secara *equal*, artinya tidak ada batasan atas siapa saja yang dapat dapat mengakses konten, termasuk bagi audiens yang difabel. Itu artinya pengelola harus menyediakan konten dengan format beragam sehingga pesan dapat dikonsumsi secara visual, tekstual secara interaktif (Pandrianto dan Sukendro, 2018).

Desa wisata saat ini dalam tahap penyelesaian pembangunan sarana dan prasarana, menjelang dibuka secara resmi operasionalnya yaitu pada tanggal 9 Desember 2020. Mempertimbangkan hal tersebut dan berdasarkan model bisnis yang telah dibuat, maka kegiatan pengabdian ini akan berfokus pada peningkatan promosi dan publikasi desa wisata

(bagian *channel* dalam model bisnis kanvas) dalam bentuk pembuatan konten pemasaran yang akan disebarakan melalui media sosial *Instagram*.

BAB IV

PELAKSANAAN KEGIATAN

4.1. Peserta Kegiatan

Peserta pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah anggota Kelompok Tani Hutan “ Wana Lestari II Bukit Roso Wulan“.

4.2. Waktu dan Tempat Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan musyawarah bersama anggota Kelompok Tani Hutan “ Wana Lestari II Bukit Roso Wulan “. Tujuan dari musyawarah ini adalah menentukan kapan kegiatan akan dimulai, tempat pelaksanaan dan bagaimana kegiatan pengenalan Bukit Roso Wulan secara online akan dilaksanakan. Hasil dari musyawarah ini disepakati bahwa kegiatan akan dilaksanakan di Pendapa Bukit Roso Wulan. Untuk mempermudah kegiatan pengenalan Bukit Roso Wulan secara online dengan menggunakan media instagram akan ditunjuk satu orang admin yang bertugas untuk mengupload video yang nantinya akan digunakan sebagai media pemasaran untuk dari beberapa sudut.

Pemberian pengarahan dan pelatihan untuk pembuatan video sederhana menggunakan bantuan aplikasi Quik. Software bisa didownload dari Playstore Android. Aplikasi yang digunakan relatif mudah dan sederhana. Video yang dibuat dengan menggunakan aplikasi ini bisa berupa foto maupun berupa rekaman pengambilan gambar dengan durasi yang pendek.

Pengenalan Bukit Roso Wulan dengan menggunakan video pendek yang didapat dari hasil pengambilan gambar berformat JPEG maupun MJPEG dapat diolah dengan menggunakan bantuan aplikasi QUIK dalam waktu yang relatif singkat. Ada beberapa fitur yang bisa digunakan untuk menambah tulisan atau caption dan efek untuk mendramatisir gambar-gambar yang dirangkai ke dalam bentuk video pendek tersebut. Sehingga nantinya video tersebut akan terlihat lebih menarik.

4.3. Hasil Kegiatan

Berdasarkan percobaan pembuatan video pendek akhirnya didapatkan beberapa video pendek yang dianggap memuaskan. Ada beberapa kendala yang dihadapi ketika membuat video pendek untuk konten promosi menggunakan instagram. Kendala-kendala itu diantaranya adalah belum terbiasanya melakukan kegiatan *editing* dengan menggunakan aplikasi yang ada.

Selain itu juga terkendala jaringan telekomunikasi pada saat hendak mengunggah video promosi ke media sosial instagram. Video hasil uji coba dapat dilihat di media sosial IG Bukit Roso Wulan.

Dengan adanya video tersebut diharapkan akan meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi desa wisata Bukit Roso Wulan. Selain sebagai tempat wisata baru Bukit Roso Wulan, diharapkan kawasan desa wisata ini akan menyerap tenaga kerja yang berasal dari desa-desa disekitar Bukit Roso Wulan, mengenalkan produk-produk khas setempat dan meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh Jurusan Teknik Industri sebagai salah satu pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, memberikan tambahan wawasan ilmu tentang pembuatan konten video pemasaran yang digunakan untuk mengenalkan Bukit Roso Wulan melalui media sosial Instagram. Diharapkan dengan adanya video promosi ini masyarakat akan tertarik mengunjungi desa wisata Bukit Roso Wulan.

Dampak positif yang nantinya akan dirasakan oleh masyarakat adalah terbukanya lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar dan peluang untuk mengenalkan produk-produk khas hasil produksi penduduk disekitar Bukit Roso Wulan.

5.2. Saran

Dari hasil kegiatan pengabdian pasyarakat yang dilakukan dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Peserta pelatihan dapat menerapkan dan mengembangkan ilmu yang telah diperoleh dan saling membantu antar peserta pelatihan dalam berbagi ilmu
2. Peserta pelatihan dapat mengikuti pelatihan-pelatihan yang menggunakan aplikasi editing video lainnya untuk membuat video pemasaran lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

1. Augustinah, F dan Widayati, 2019, Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang, *Jurnal Dialektika*, Vol.4 (2).
2. Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, 2019, *Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Edisi XII*, Edisi Revisi, Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, Jakarta.
3. Neli dan Hari, 2019, Bukit Roso Wulan Destinasi Menarik Untuk Wisatawan, <https://www.wartahandayani.com/2019/03/bukit-roso-wulan-destinasi-menarik.html> (diakses pada 22 November 2020).
4. Osterwalder, A, 2004, *The Business Model Ontology A Proposition In A Design Science Approach*. Tesis. Universite De Lausanne.
5. Pandrianto, N., dan Sukendro, G.G., 2018, Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 10 (2).
6. Syah, F., 2017, Strategi Mengembangkan Desa Wisata, *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu (SENDI)*, Unisbank.

Lampiran 1. Biodata Pelaksana

A. Identitas Diri Ketua

1	Nama Lengkap	sa Rengganis, ST., MT
2	abatan Fungsional	sisten Ahli
3	abatan Struktural	
4	IP / NIK	10385
5	IDN	510017702
6	empat dan Tanggal Lahir	emarang, 10 Januari 1977
7	alamat Rumah	. Tamansiswa, Gg Permadi Nyutran MG II / 1576 Yogyakarta
8	omor Telepon / HP	274-371307 / 081228872009
9	alamat Kantor	. Janti Blok R Lanud Adisutjipto YK
10	omor Telpon/Fax	274-451262 / 0274-451265
11	alamat e-mail	arengganisstta@gmail.com
13	ata kuliah yang diampu	1. Sistem Informasi Manajemen
		2. Analisis Estimasi Biaya
		3. Etika Profesi
		4. Metode Penulisan Karya Ilmiah
		5. Pemodelan Sistem
		6. Perancangan Teknik Industri

B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2
ama Perguruan Tinggi	niversitas Islam Indonesia Yogyakarta	stitut Teknologi Sepuluh Nopember
idang Ilmu	eknik Industri	eknik Industri
ahun Masuk - Lulus	94 - 1999	001 – 2005
dul Skripsi/tesis	plikasi Linear Programming Pada Kombinasi Produk tudi Kasus di PT. Adi Surya Abadi)	plikasi Linear Goal Programming pada Optimasi Komposisi Produk untuk Meminimalkan Tingkat Kekosongan Produk tudi Kasus di PT. Enseval Putra Mega Trading)

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir (Bukan Skripsi, Tesis dan Disertasi)

No	Tahun	Judul Penelitian
1.	2013	Aktivitas Pengendalian Kualitas Proses Pembuatan Rokok Dengan Pendekatan Metode Six Sigma (Studi Kasus di PT Djitoe Indonesian Tobacco)
2.	2014	Perbandingan Optimasi Re-Layout Penempatan Fasilitas Produksi dengan menggunakan CRAFT dan Promodel Guna Meminimalkan Biaya Material Handling (Studi Kasus di CV. Jakudo Kamsa).
3.	2014	Analisa Biaya Rework Sebagai Dasar Perbaikan Kualitas Proses Produksi (Studi Kasus Pada CV. G I G).
4.	2015	Studi Kelayakan Pembangunan Instalasi Jaringan Pipa Air dengan Metode Cost & Benefit Analysis dan Simulasi Monte Carlo Guna Meminimalkan Waktu Material Handling (Studi Kasus di CV. Jakudo Kamsa).
5.	2015	Pengukuran Rasio Kualitas Produksi Sebagai Dasar Implementasi Lean Sigma (Studi Kasus pada CV. Garuda Indo Garment)
6.	2016	Studi Kelayakan Pembelian Mesin Produksi dengan Metode Perbandingan Eksponensial dan Comparative Performance Index Guna Mengoptimalkan Investasi Pada Diversifikasi Produk (Studi Kasus di CV. Jakudo Kamsa)
7.	2017	Pengukuran Kualitas Produk Dengan Menggunakan Garvin Method dan FMEA Guna Meminimalkan Biaya Rework
8.	2018	Analisa Cost – Benefit dengan Menggunakan Relative Competitive Performance Analysis dan Financial Accounting Analysis Guna Mengoptimalkan Investasi Pada Perintisan Industri Kripik Sayur (Studi Kasus di Sentra Industri Kecil Kab. Karang Anyar)
9.	2019	Re-layout Penempatan Fasilitas Produksi dengan menggunakan Metode Systematic layout Planning dan 5 S Guna Meminimalkan Biaya Material Handling dan Produk Cacat

D. Pengalaman Pengabdian masyarakat dalam 5 tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Pada Masyarakat
1	2012	Pelatihan manajemen pemasaran bagi UKM di desa Jambidan Banguntapan Bantul
2	2013	Pelatihan Analisis Kelayakan Bisnis Pesawat Model Berbahan Fiber pada SMK Penerbangan Yogyakarta
3	2017	Peningkatan Jumlah Produksi dan Perluasan Jangkauan Pemasaran Kelompok Batik Jumputan “Notoprajan” Yogyakarta
4	2018	Pelatihan Dasar-Dasar Konveksi Sederhana pada Kelompok Batik Jumputan “Notoprajan” Yogyakarta

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume / Nomor / Tahun
1.	Analisa Biaya Rework Sebagai Dasar Perbaikan Kualitas Proses Produksi (Studi Kasus Pada CV. G I G)	Angkasa	VI / 2 / Nov / 2014
2.	Perbandingan Optimasi Re-Layout Penempatan Fasilitas Produksi dengan menggunakan CRAFT dan Promodel Guna Meminimalkan Biaya Material Handling (Studi Kasus di CV. Jakudo Kamsa)	Angkasa	VII / 1 / Mei / 2015

F. Pemakalah Seminar Ilmiah

No	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
-	-	-	-

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
-	-	-	-	-

H. Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir

No	Judul /Tema/HKI	Tahun	Jenis	Nomor P / JD
-	-	-	-	-

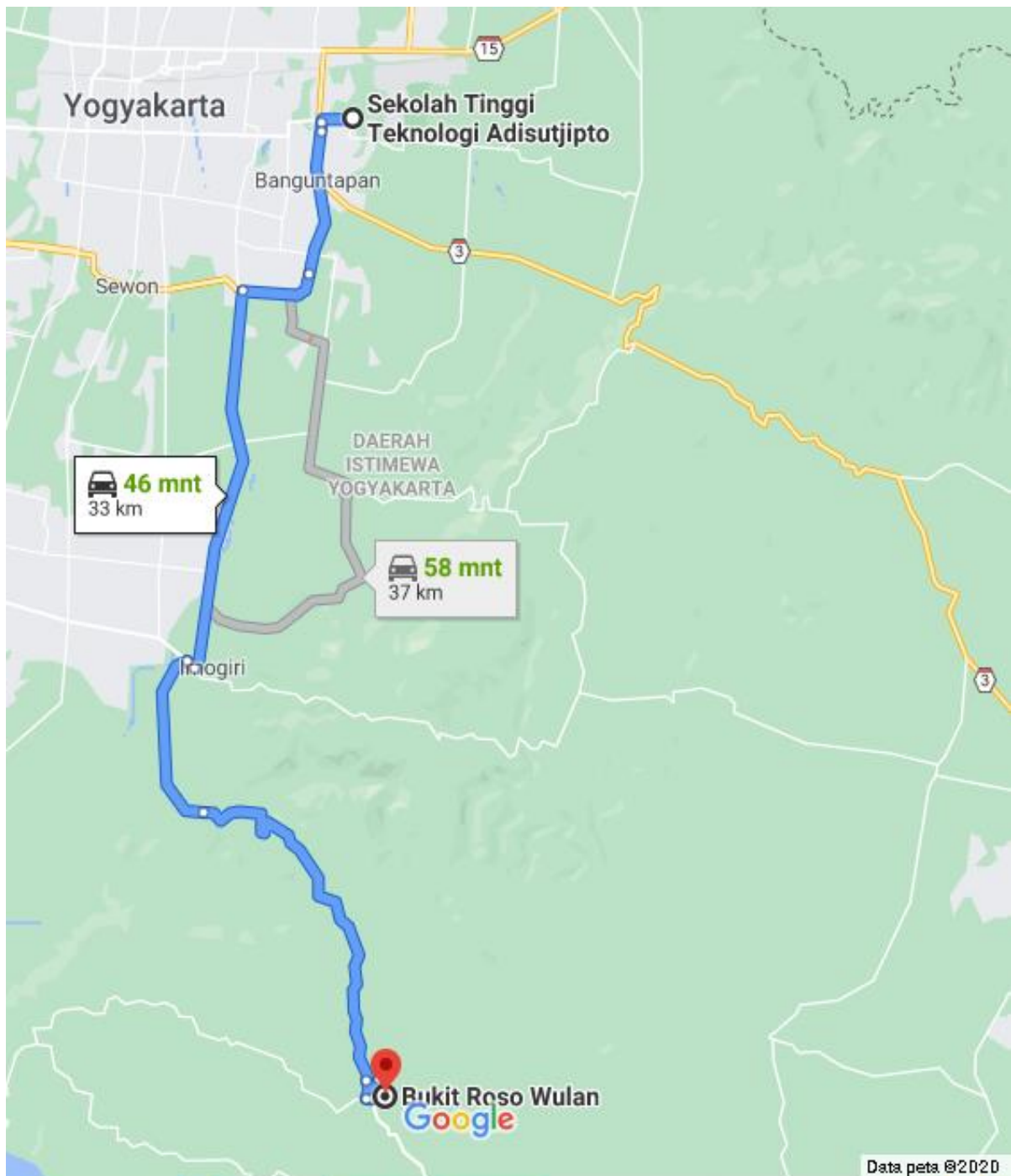
I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
-	-	-	-	-

J. Penghargaan dalam 10 Taun terakhir (Dari Pemerintah, Asosiasi atau Institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Istitusi Pemberi Penghargaan	Tahun
-	-	-	-

Lampiran 2. Peta Lokasi Kegiatan



Lampiran 3. Surat Kesiediaan Mitra Pengabdian

SURAT KESEDIAAN BEKERJASAMA DARI MITRA DALAM PELAKSANAAN PROGRAM PENGABDIAN MASYARAKAT

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Sugiyarto
Alamat : Padukuhan Turunan, Giri Suko, Panggang Gunung Kidul
Jabatan : Ketua Kelompok Tani Hutan Wana Lestari II Bukit Roso Wulan

Dengan ini menyatakan bersedia untuk bekerjasama dengan Pelaksana Kegiatan Program Pengabdian Masyarakat dari Perguruan Tinggi :

SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI ADISUTJIPTO

Guna menyelesaikan permasalahan pengembangan Desa Wisata Bukit Roso Wulan dengan kegiatan pendampingan berbasis teknologi.

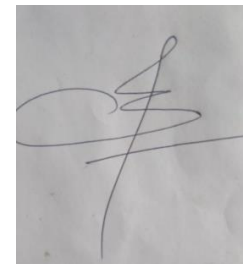
Dengan Ketua Pelaksana Program Pengabdian Masyarakat, yaitu :

Nama : Esa Rengganis, S.T., M.T.
NIP : -
NIDN : 0510017702
Pangkat/Golongan : Asisten Ahli \ III b
Prodi : Teknik Industri

Bersama ini pula kami menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa antara mitra dan pelaksana kegiatan program pengabdian masyarakat tidak terdapat ikatan kekeluargaan dalam bentuk apapun.

Demikian surat ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada unsur paksaan dalam bentuk apapun untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.




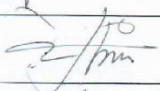


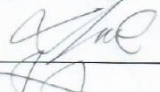
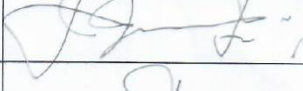




Gunung Kidul, 24 November 2020



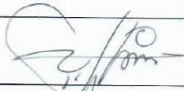




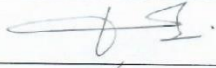
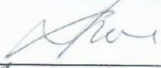
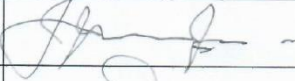
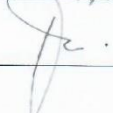
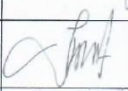

(Sugiyarto)

Lampiran 4. Presensi Kegiatan

DAFTAR HADIR
KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
8 FEBRUARI 2021
DESA WISATA BUKIT ROSO WULAN, TURUNAN, PANGGANG, GUNUNG KIDUL

NO.	NAMA	TANDA TANGAN
1	Sulhadiyanto	
2	Sukapro	
3	LUTFI	
4	Sukisno	
5	DAVI	
6	Kusyanto	
7	Surnanyadi	
8	Suryo	
9	Karwandi	
10	Sutarwanto	
11	Anjar D	
12	Hazan Adhabi	

DAFTAR HADIR
KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
25 FEBRUARI 2021
DESA WISATA BUKIT ROSO WULAN, TURUNAN, PANGGANG, GUNUNG KIDUL

NO.	NAMA	TANDA TANGAN
1	Sukisno	
2	LUTFI	
3	DAVI	
4	Sukapto	
5	Suhardi yudo	
6	Kuswanto	
7	Semanyali	
8	Furqan	
9	Ruswandi	
10		
11	Sutarwanto	
12	Arjar D	
13		
14		
15	S	

Lampiran 5. Foto Spot Bukit Roso Wulan







