

PELATIHAN MEMPROMOSIKAN OBJEK WISATA LOKAL DI KECAMATAN MAUK

Sanusi ¹⁾, Agnesia Mete ²⁾, Jumiati Ina Kii ³⁾

Abstrak

PENGABDIAN Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema *Pelatihan Mempromosikan Objek Wisata Lokal di Kecamatan Mauk* bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mempromosikan potensi wisata lokal melalui pendekatan berbasis digital dan kreatif. Kecamatan Mauk memiliki beragam daya tarik wisata, seperti pantai, situs budaya, dan kuliner khas, yang belum banyak diketahui secara luas akibat kurangnya promosi yang efektif. Kegiatan pelatihan ini dirancang untuk memberikan edukasi tentang strategi promosi wisata, pemanfaatan media sosial, dan pembuatan konten digital yang menarik. Metode pelaksanaan meliputi penyampaian materi melalui seminar, lokakarya, dan praktik langsung. Sasaran kegiatan adalah kelompok pemuda, pelaku usaha lokal, serta masyarakat umum di Kecamatan Mauk. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya promosi wisata dan kemampuan teknis dalam membuat konten promosi. Peserta juga mampu memanfaatkan media sosial secara lebih efektif untuk memperkenalkan objek wisata lokal kepada khalayak yang lebih luas. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam pengembangan sektor pariwisata berbasis masyarakat, yang dapat mendukung peningkatan ekonomi lokal dan pelestarian budaya.

Kata Kunci: PKM, pelatihan, promosi wisata, objek wisata lokal, Kecamatan Mauk, media sosial.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis yang memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya di tingkat lokal. Kecamatan Mauk, yang terletak di Kabupaten Tangerang, menyimpan beragam objek wisata lokal yang menarik, seperti Pantai Tanjung Kait, situs bersejarah, serta kekayaan tradisi budaya dan kuliner khas daerah. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal, salah satunya akibat kurangnya promosi yang efektif dan keterbatasan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi untuk memperkenalkan daya tarik wisata.

Di era digital, media sosial dan platform online menjadi alat promosi yang sangat efektif untuk menjangkau wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Namun, banyak masyarakat di Kecamatan Mauk yang belum memiliki keterampilan untuk membuat dan memanfaatkan konten digital sebagai media promosi. Oleh karena itu, diperlukan sebuah pelatihan yang mampu memberdayakan masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan objek wisata lokal secara kreatif dan strategis.

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Kecamatan Mauk dalam mempromosikan potensi wisata lokal, sekaligus memperkenalkan strategi

pemasaran berbasis teknologi informasi. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan pariwisata di Kecamatan Mauk dapat berkembang lebih pesat dan memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat.

LANDASAN TEORI

Pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi, hiburan, atau keperluan lain di luar lingkungan sehari-hari. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata mencakup berbagai kegiatan yang berkaitan dengan penyelenggaraan wisata, termasuk pengelolaan destinasi, promosi, dan pengembangan ekonomi lokal.

Potensi wisata lokal adalah sumber daya yang dimiliki suatu wilayah yang dapat dijadikan daya tarik wisata, seperti keindahan alam, kekayaan budaya, sejarah, maupun kuliner khas. Kecamatan Mauk memiliki beragam potensi wisata lokal, seperti Pantai Tanjung Kait, Kampung Nelayan, dan tradisi budaya masyarakat pesisir, yang berpeluang dikembangkan menjadi destinasi wisata unggulan jika dikelola dan dipromosikan secara baik.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pelatihan ini menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis teknologi informasi. Pendekatan ini bertujuan untuk melibatkan masyarakat dalam setiap tahap pelatihan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, serta untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mempromosikan objek wisata lokal secara kreatif dan efektif. Selain itu, pendekatan ini juga mempertimbangkan potensi dan kebutuhan masyarakat setempat dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan wisata. Pelatihan ini ditujukan untuk masyarakat Kecamatan Mauk, dengan fokus utama pada **Pemuda dan Remaja**, Sebagai generasi yang lebih mudah beradaptasi dengan teknologi dan media sosial. **Kelompok Pelaku Usaha Lokal**, Masyarakat yang terlibat dalam usaha pariwisata, seperti pengelola homestay, warung makan, dan pengrajin. **Perwakilan Tokoh Masyarakat dan Kelompok Organisasi Lokal**, Sebagai agen perubahan yang dapat menyebarkan pengetahuan yang diperoleh kepada masyarakat luas.

Tahap Pelaksanaan

Tahapan persiapan meliputi beberapa kegiatan berikut:

1. **Koordinasi dengan Pihak Terkait:**
 - Membangun komunikasi dengan perangkat desa, tokoh masyarakat, dan pelaku usaha lokal.
2. **Sosialisasi Kegiatan:**
 - Menyebarkan informasi mengenai pelatihan melalui media sosial, pamflet, dan pengumuman di tempat umum seperti pasar dan balai desa.

Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan pada akhir pelatihan untuk menilai pencapaian tujuan dan keterampilan peserta. Beberapa indikator yang akan digunakan antara lain:

1. **Tingkat Pemahaman Peserta:** Penguasaan materi promosi wisata dan penggunaan media sosial.
2. **Kualitas Konten yang Dihasilkan:** Kreativitas dan efektivitas konten foto/video yang dibuat oleh peserta.
3. **Partisipasi Peserta:** Keterlibatan aktif peserta dalam diskusi dan praktik.
4. **Penerapan Ilmu:** Memonitor penggunaan media sosial oleh peserta setelah pelatihan untuk melihat sejauh mana mereka mempromosikan objek wisata lokal.

Dengan demikian, melalui metode pelaksanaan ini, diharapkan pelatihan dapat memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan keterampilan masyarakat Kecamatan Mauk dalam mempromosikan objek wisata lokal dan memperkenalkan potensi wisata daerah mereka ke khalayak yang lebih luas.

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan mempromosikan objek wisata lokal di Kecamatan Mauk telah berhasil memberikan pemahaman dan keterampilan baru kepada masyarakat setempat mengenai pentingnya promosi wisata dan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran. Selama pelatihan, peserta diperkenalkan dengan berbagai teknik dan strategi dalam membuat konten digital yang menarik, serta cara mengoptimalkan platform media sosial untuk menjangkau lebih banyak audiens.

Melalui pelatihan ini, masyarakat Kecamatan Mauk kini lebih sadar akan potensi wisata lokal yang mereka miliki dan bagaimana cara mempromosikan objek wisata tersebut secara efektif. Peserta juga telah dilatih untuk menggunakan teknologi digital dalam memasarkan destinasi wisata, yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memberi dampak positif bagi perekonomian lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Sutoro Eko, H. (2002). *Pemberdayaan Masyarakat: Konsep dan Aplikasi*. Pustaka Pelajar.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Statista. (2023). *Tourism statistics: The impact of social media on tourism*. Statista Research Department.
- Shimp, T. A. (2010). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (9th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Pertiwi, R., & Widodo, A. (2018). "Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Pariwisata di Daerah Wisata Lokal". *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 12(2), 45-58.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). *Pedoman Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- BPS Kabupaten Tangerang. (2021). *Potensi dan Statistik Pariwisata di Kabupaten Tangerang*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang.