



DIGITALISASI PARIWISATA PETUNGKRIYONO BAGI KARANG TARUNA KECAMATAN PETUNGKRIYONO

Ari Putra Wibowo^{*[1]}, Arief Soma Darmawan^[2], Hermanus Wim Hapsoro³, Riski Sulistiyaningsih⁴

^[1]Program Studi Teknik Informatika dst

^[1]Fakultas Teknologi Informasi, Institut Widya Pratama

[¹ariputra.stmikwp@gmail.com](mailto:ariputra.stmikwp@gmail.com), [²ariefsoma24@gmail.com](mailto:ariefsoma24@gmail.com), [³wimhapsoro06@gmail.com](mailto:wimhapsoro06@gmail.com),
[⁴riskisul19@gmail.com](mailto:riskisul19@gmail.com)

Informasi Artikel:

Submitted : dd/mmmm/yyyy

Revised : dd/mmmm/yyyy

Accepted : dd/mmmm/yyyy

Published : dd/mmmm/yyyy

Abstract

Petungkriyono boasts highly attractive natural tourism potential, offering beautiful scenery. To promote tourism in Petungkriyono District, tourism managers currently use print media, placing banners and billboards along Petungkriyono roads. Additionally, they participate in expo events to introduce the district's tourism destinations. However, using print media and attending expos incurs significant costs and has a limited reach for disseminating information about Petungkriyono's tourism. Furthermore, there's very little accessible information available to tourists regarding Petungkriyono's tourist destinations. Considering these challenges, the primary solution is to intensify tourism marketing, especially digital marketing. This is because marketing is a crucial factor in developing and revitalizing a tourist village. Digital marketing strategies are expected to restore tourist visits to Petungkriyono. Therefore, a training program on digitalization using Canva for social media content creation was held for the Karang Taruna youth of Petungkriyono. Through this community service activity, the Karang Taruna youth are now able to create social media content using Canva. As a result, 89% of Karang Taruna youth are aware of digitalization, and 94% can use Canva, understand its features, and know tips for creating infographics.

Abstrak

Petungkriyono memiliki potensi wisata alam yang sangat menarik yang menyuguhkan pemandangan yang indah. Dalam upaya mengenalkan pariwisata yang ada di Kecamatan Petungkriyono pengelola Pariwisata menggunakan media cetak dengan memasang spanduk ataupun baliho di sepanjang jalan Petungkriyono. Selain itu pengelola pariwisata juga mengikuti kegiatan ekspo dalam mengenalkan destinasi pariwisata Kecamatan Petungkriyono. Penggunaan media cetak dan mengikuti kegiatan ekspo memerlukan biaya yang cukup besar dan juga kurang luas dalam penyebaran informasi berkaitan dengan pariwisata yang ada di Kecamatan Petungkriyono. Selain itu kurangnya informasi terkait destinasi wisata yang ada di Petungkriyono masih sangat sedikit yang bisa diakses oleh wisatawan. Berdasarkan kendala tersebut solusi utama untuk mengatasinya adalah dengan menggencarkan pemasaran pariwisata khususnya untuk pemasaran digital. Hal ini dikarenakan pemasaran menjadi faktor penting dalam mengembangkan dan menghidupkan kembali desa wisata, strategi pemasaran digital diharapkan dapat memulihkan kunjungan wisata di Petungkriyono. Untuk itu maka diadakan kegiatan pelatihan tentang digitalisasi menggunakan canva untuk pembuatan konten sosial media sosial untuk pemuda Karang Taruna Petungkriyono. Dari kegiatan pengabdian ini pemuda-pemudi Karang Taruna dapat membuat konten sosial yang nantinya bisa diupload di media sosial

menggunakan canva. Dengan presentase 89% pemuda Karang Taruna mengetahui digitalisasi dan 94% Pemuda Karang Taruna dapat menggunakan canva serta mengetahui fitur-fitur canva dan dapat mengetahui tips-tips membuat infografis

Kata Kunci: *Digitalisasi, Sosial Media, Pariwisata*

1. PENDAHULUAN

Petungkriyono merupakan salah satu kecamatan yang berada di wilayah Kabupaten Pekalongan. Petungkriyono terletak di selatan Kecamatan Doro, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah, yang berbatasan langsung dengan daerah Pegunungan Dieng (Paris 2017). Petungkriyono memiliki potensi wisata alam yang sangat menarik. Destinasi andalan untuk disuguhkan kepada wisatawan didominasi oleh wisata air. Banyaknya curug yang mengalir dari tebing-tebing menuju pada satu aliran air sungai. Curug atau yang biasa kita kenal dengan air terjun terbilang cukup banyak ditemukan di daerah Hutan Lindung Petungkriyono. Beberapa curug yang terkenal sebagai tempat wisata antara lain Curug Bajing, Curug Lawe, Curug Muncar, Curug Sibedug, dan Curug Pandang (UGM 2017).

Dalam upaya mengenalkan pariwisata yang ada di Kecamatan Petungkriyono pengelola Pariwisata menggunakan media cetak dengan memasang spanduk ataupun baliho di sepanjang jalan Petungkriyono. Selain itu pengelola pariwisata juga mengikuti kegiatan ekspo dalam mengenalkan destinasi pariwisata Kecamatan Petungkriyono. Penggunaan media cetak dan mengikuti kegiatan ekspo memerlukan biaya yang cukup besar dan juga kurang luas dalam penyebaran informasi berkaitan dengan pariwisata yang ada di Kecamatan Petungkriyono. Di era digital seperti saat ini, potensi pengembangan pariwisata dipengaruhi oleh *forward linkage* (daya sebar tinggi) dalam memenuhi permintaan wisatawan dan dipengaruhi oleh *backward linkage* (sumber daya) dalam memberikan masukan informasi kepada sektor input pariwisata secara dinamis (Aji, Pramono and Rahmi 2018). Saat ini, calon wisatawan cenderung akan mengakses sosial media atau melalui mesin pencarian di internet sebelum mendatangi objek wisata, kemudahan akan akses informasi sebuah objek wisata sangat diharapkan oleh tiap wisatawan (Retnasary, et al. 2019).

Berdasarkan kendala tersebut solusi utama untuk mengatasinya adalah dengan menggencarkan pemasaran pariwisata khususnya untuk pemasaran digital. Hal ini dikarenakan pemasaran menjadi faktor penting dalam mengembangkan dan menghidupkan kembali desa wisata, strategi pemasaran digital diharapkan dapat memulihkan kunjungan wisata di Petungkriyono. *Platform* media sosial memiliki peranan yang cukup kuat untuk mempromosikan destinasi wisata Indonesia. Oleh karena itu, membuat spot-spot wisata *Instagramable* menjadi salah satu strategi mempromosikan tempat wisata secara gratis agar dapat meningkatkan wisatawan, tentu harus dibarengi dengan kemudahan akses wisatawan untuk menuju lokasi wisata (Arif 2022).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dirasa perlu untuk membangun upaya-upaya dalam rangka menghidupkan kembali sektor pariwisata pada Petungkriyono dengan memanfaatkan digitalisasi sebagai salah satu upaya utama yang akan dilakukan pada kegiatan ini adalah dengan melakukan pelatihan menggunakan aplikasi canva untuk digitalisasi pariwisata di Kecamatan Petungkriyono untuk konten media sosial Instagram. Adapun peserta dalam kegiatan pengabdian ini adalah pemuda pemudi Karang Taruna Kecamatan Petungkriyono.

2. METODE

Berikut metode digunakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan kepada pemuda Karang Taruna Petungkriyono



Gambar 1. Langkah langkah metode pelaksanaan

Berdasarkan metode seperti yang ditampilkan pada gambar 1. terdapat 5 tahap kegiatan yang akan dilakukan yaitu :

1. Perencanaan

Pada tahap ini dilakukan komunikasi antara tim pengabdian masyarakat untuk membuat perencanaan kegiatan yang berkaitan dengan digitalisasi pariwisata Petungkriyono.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap ini Tim Pengabdi melaksanakan kegiatan pengabdian dimulai dengan melakukan analisis situasi dan mengidentifikasi permasalahan yang ada pada mitra. Tahap ini tim pengabdi melakukan komunikasi kepada mitra untuk menggali permasalahan yang ada. Berdasarkan analisis situasi, tim pengabdi memperoleh informasi bahwa Petungkriyono memiliki objek wisata yang menarik dan memiliki potensi untuk di pasarkan secara luas. Namun pengelola pariwisata belum memaksimalkan sosial media khususnya instagram sebagai media promosi, saat ini upaya yang dilakukan adalah dengan memasang media cetak berupa spanduk dan mengikuti kegiatan ekspo untuk mengenalkan wisata yang ada di Kecamatan Petungkriyono.

3. Pelatihan

Pada tahapan ini tim pengabdi akan melakukan pelatihan kepada mitra yaitu pelatihan digitalisasi pariwisata yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemuda-pemudi Karang Taruna dan juga warga kelompok pengelola wisata dalam mempromosikan objek wisata. Sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung untuk berwisata ke Petungkriyono.

4. Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian, adapun hal-hal yang masih kurang perlu diperbaiki dan ditingkatkan untuk kegiatan berikutnya.

5. Publikasi

Pada tahapan tim pengabdi membuat laporan dari hasil pengabdian yang telah dilaksanakan. Selanjutnya tim pengabdi juga membuat publikasi artikel sebagai luaran dari pengabdian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pelatihan digitalisasi pariwisata di Kecamatan Petungkriyono. Sebelumnya melakukan kegiatan pelatihan, pemateri melakukan pengenalan diri terlebih dahulu kemudian mencoba memaparkan materi tentang digitalisasi pariwisata menggunakan canva. Sebelum melakukan menyampaikan materi digitalisasi pariwisata menggunakan canva, ada kuisoner yang harus diisi oleh 18 pemuda-pemudi Karang Taruna. Untuk mengetahui tentang pemahaman materi yang akan disampaikan. Untuk rekap kuisoner sebagai berikut:

Tabel 1 Kuisioner Pre Test

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah anda mengetahui digitalisasi	28 %	72 %
2	Apakah anda pernah menggunakan canva	44 %	56 %
3	Apakah anda mengetahui fitur-fitur dari canva	22 %	78 %
4	Apakah anda mengetahui tips-tips membuat infografi	22 %	78 %

Dari hasil pre test diatas dapat disimpulkan bahwa 72% pemuda Karang Taruna tidak mengetahui digitalisasi, 56% pemuda Karang Taruna tidak menggunakan canva, 78% pemuda Karang Taruna tidak mengetahui fitur-fitur dan tips-tips membuat infografi dari canva

Setelah selesai dilakukan pelatihan cara membuat digitalisasi pariwisata Petungkriyono menggunakan canva, dilakukan post test dengan soal yang sama, adapun hasil dari post test adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Post Test

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah anda mengetahui digitalisasi	89 %	11 %
2	Apakah anda pernah menggunakan canva	94 %	6 %
3	Apakah anda mengetahui fitur-fitur dari canva	94 %	6 %
4	Apakah anda mengetahui tips-tips membuat infografi	94 %	6 %

Dari hasil post test diatas dapat disimpulkan bahwa 89% pemuda Karang Taruna mengetahui digitalisasi, 94% pemuda Karang Taruna dapat menggunakan canva, 94% pemuda Karang Taruna tidak mengetahui fitur-fitur dan tips-tips membuat infografi dari canva

Peserta yang hadir ada 18 orang, dari pemuda – pemudi Karang Taruna di Kecamatan Petungkriyono



Gambar 2. Pembukaan Acara Pelatihan

Gambar 2 diatas adalah pembukaan acara pelatihan yang dihadiri oleh Bapak Camat Kecamatan Petungkriyono



Gambar 3. Peserta Karang Taruna

Dalam hal ini nara sumber memberikan penjelasan tentang digitalisasi pariwisata Petungkriyono menggunakan canva dan pemuda-pemudi Karang Taruna memperhatikan narasumber saat memaparkan materi.

4. KESIMPULAN

Bahwa pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar dengan adanya sarana dan prasarana yang memadai, baik itu dari tempat yang digunakan untuk acara pengabdian masyarakat dalam hal ini ada di Aula Kecamatan Petungkriyono. Koordinasi yang baik juga dengan Ketua Karang Taruna sehingga lebih mudah untuk menentukan waktu diadakan nya kegiatan pengabdian ini. dari hasil pengabdian masyarakat ini, maka dapat disimpulkan bahwa pemuda Karang Taruna sudah bisa membuat Digitalisasi Pariwisata Petungkriyono menggunakan canva

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Riswandha Risang, Retno Widodo Dwi Pramono, and Dwita Hadi Rahmi. 2018. "Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Ekonomi Wilayah Di Provinsi Jawa Timur." *Jurnal Planoeearth* 57-62.
- Aji, Rustam. 2016. "Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital)." *Jurnal UIN Walisongo* 43-54.
- Arif, Alfis. 2022. "Workshop Digitalisasi Pariwisata Desa Bantuan Kabupaten Lahat." *Jurnal Fordicate* 115-123.
- Kurniawan, Ampuh. 2017. *Ragam Destinasi Wisata Petungkriyono, "Negeri Atas Awan" yang Pesonanya Tiada Dua*. Maret 12. Accessed Maret 19, 2024. <https://web.archive.org/web/20170312074231/https://ampuhkurniawan.wordpress.com/2015/11/24/ragam-destinasi-wisata-petungkriyono-negeri-atas-awan-yang-pesonanya-tiada-dua/>.
- Paris, Anggun. 2017. *Petung, Keindahan yang Terselubung*. Agustus 15. Accessed Maret 16, 2024. <https://www.perhutani.co.id/petung-keindahan-yang-terselubung/>.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. 2017. "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi." *Jurnal Tirtayasa* 215.
- Retnasary, M., S. D. Setiawati, D. Fitriawati, and R. Anggara. 2019. "Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata." *Jurnal Kajian Pariwisata* 76–83.
- UGM, Forestation FKT. 2017. *Petungkriyono, Zamrud Jawa Tengah*. January 22. Accessed Maret 18, 2024. <https://forestation.fkt.ugm.ac.id/2017/01/22/petungkriyono-zamrud-jawa-tengah/>.