

PELATIHAN PENULISAN KONTEN DIGITAL MARKETING UNTUK PROMOSI DESTINASI WISATA: PERSEPSI DARI PESERTA PELATIHAN

Ni Putu Era Marsakawati¹, Rima Andriani Sari², Putu Ayu Prabawati Sudana³, Kadek Eva
Krishna Adnyani⁴

^{1,2,3}Jurusan Bahasa Asing FBS Undiksha
Email:era.marsakawati@undiksha.ac.id

ABSTRACT

This article aims to describe the perception of tourism practitioners on digital marketing content writing training to promote tourist destinations in Sambangan Village. Along with the re-opening of tourism in Bali, this training is important to do in order to attract tourists to visit destinations in this village. This training targeted 16 members of the Tunjung Mekar Pokdarwis. The training was carried out in several stages, namely material presentation, discussion, practice, and evaluation. Data were obtained through observation and interviews. The results of data analysis showed that the trainees had a positive perception of the training activities. They felt that the training materials were interesting and useful for them, the techniques used by the instructors were able to help them understand the material well, the training process was conducted in a pleasant atmosphere, and their ability in recognizing and using special language features to write digital marketing content had improved.

Keywords: training, digital marketing, promotional text

ABSTRAK

Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mendeskripsikan persepsi praktisi pariwisata terhadap pelatihan penulisan konten digital marketing untuk mempromosikan destinasi wisata di Desa Sambangan. Seiring dengan telah dibukanya kembali pariwisata di Bali, pelatihan ini penting untuk dilakukan guna menarik kembali minat wisatawan berkunjung ke destinasi yang ada di desa ini. Pelatihan ini menyasar 16 orang anggota Pokdarwis Tunjung Mekar. Pelatihan dilakukan dengan beberapa tahapan, yakni pemaparan materi, diskusi, praktik, dan evaluasi. Data diperoleh melalui observasi dan wawancara. Hasil analisis data menunjukkan bahwa peserta pelatihan memiliki persepsi yang positif terhadap kegiatan pelatihan yang diikutinya. Mereka merasakan bahwa materi pelatihan menarik dan bermanfaat bagi mereka, teknik yang digunakan oleh narasumber mampu membantu mereka memahami materi yang dilatihkan dengan baik, proses pelatihan dikemas dengan suasana yang menyenangkan, dan kemampuan mereka dalam mengenali dan menggunakan fitur-fitur bahasa khusus untuk menulis konten digital marketing telah meningkat.

Kata kunci: pelatihan, digital marketing, teks promosi

PENDAHULUAN

Kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Tunjung Mekar merupakan sebuah organisasi yang berbasis masyarakat Desa Sambangan. Pokdarwis ini bersinergi dengan pemerintah Desa Sambangan dalam menciptakan iklim yang kondusif untuk menumbuhkan dan mengembangkan pariwisata di Desa Sambangan. Untuk mewujudkan ini, setiap anggota Pokdarwis berperan aktif sebagai

penggerak, motivator, dan komunikator. Salah satu peran yang dilakukan oleh anggota Pokdarwis adalah mempromosikan pariwisata yang ada di desanya sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerahnya. Dengan banyaknya wisatawan yang datang, perekonomian desa pun menjadi lebih baik. Sayangnya, kegiatan promosi yang dilakukan selama ini belum berjalan dengan optimal. Melalui wawancara yang kami lakukan dengan Ketua Pokdarwis Tunjung Mekar, anggota

Pokdarwis Tunjung Mekar telah melakukan upaya-upaya promosi dan pemasaran untuk menarik minat calon wisatawan berkunjung ke desa wisata mereka. Upaya promosi yang dilakukan biasanya melalui jalinan kemitraan dengan forum dan komunitas dan dari mulut ke mulut. Selain itu, mereka juga telah berupaya untuk melakukan promosi melalui media sosial seperti facebook dan instagram. Akan tetapi, ketika tim kami mengeksplor lebih jauh, kegiatan promosi yang dilakukan belum dilakukan secara efektif.

Belum optimalnya upaya digital marketing yang dilakukan oleh Pokdarwis ini disebabkan oleh masih belum terlatihnya sumber daya manusia untuk melakukan promosi online melalui penggunaan bahasa persuasif. Ketika tim kami menelusuri media sosial, masih sedikit anggota pokdarwis yang memanfaatkan media sosial untuk promosi. Salah satu penyebabnya adalah mereka belum memiliki pengetahuan untuk menuliskan teks promosi yang baik melalui media sosial. Hal ini sangat disayangkan mengingat Desa Sambangan memiliki banyak potensi alam, seperti air Terjun Aling Aling, Air Terjun Tembok Barak, Air Terjun Pucuk, Air Terjun Dedari, Air Terjun Canging, Air Terjun Cemara, Air Terjun Kembar, dan Air Terjun Kroya. Selain wisata alam, keindahan alam dan kondisi geografis Desa Sambangan juga berpotensi untuk mengembangkan wisata adventure dan wisata spiritual.

Berdasarkan wawancara dengan ketua Pokdarwis Tunjung Mekar, anggota Pokdarwis belum pernah mengikuti kegiatan pelatihan penulisan teks promosi untuk konten digital marketing. Padahal digital marketing ini penting untuk dikuasai dimana melalui digital marketing mereka bisa mempromosikan produk dan jasanya dengan lebih luas dan cepat, dengan biaya yang terjangkau (Kotler & Keller, 2008; Wardhana 2015). Mengingat pentingnya digital marketing bagi anggota Pokdarwis Tunjung Mekar, kami mengadakan pelatihan penulisan konten digital marketing yang bertujuan untuk membekali mereka dengan

pengetahuan dan keterampilan terkait struktur teks promosi dan fitur-fitur kebahasaan yang khusus untuk digunakan pada teks promosi. Untuk mengetahui kebermanfaatan dari pelatihan ini, kami menganalisis persepsi peserta pelatihan. Pemerolehan informasi tentang persepsi ini penting untuk dilakukan sebagai salah satu bentuk refleksi untuk perbaikan kegiatan sejenis di masa yang akan datang

METODE

Untuk mencapai tujuan pelatihan, kegiatan pelatihan menasar 16 anggota pokdarwis Tunjung Mekar. Peserta pelatihan belum pernah mengikuti pelatihan terkait kegiatan menulis konten promosi. Kegiatan dilakukan dilaksanakan selama dua hari melalui tiga tahapan, yaitu tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan dan tahapan evaluasi. Masing-masing tahapan akan dipaparkan sebagai berikut.

Tahapan persiapan

Pada tahap persiapan, kami melakukan: a) survey dan analisis kebutuhan peserta pelatihan. Hal ini kami lakukan dengan mewawancarai Ketua Pokdarwis dan Kepala Desa Sambangan terkait kebutuhan pelatihan; b) pendataan peserta. Pemilihan peserta pelatihan dilakukan dengan melakukan kordinasi dengan Ketua Pokdarwis untuk mendapatkan peserta yang benar-benar membutuhkan pelatihan ini; c) Penyiapan materi. Materi yang diberikan adalah struktur teks promosi dan unsur-unsur kebahasaan pada teks promosi; d) penyiapan instruktur dan pendamping. Instruktur merupakan Dosen vokasi Bahasa Inggris dan pendamping adalah mahasiswa program studi D3 Bahasa Inggris; e) penyiapan tempat kegiatan. Setelah melakukan koordinasi dengan kepala Desa Sambangan dan Ketua Pokdarwis, diperoleh kesepakatan bahwa kegiatan pelatihan dilakukan di aula kantor kepala desa sambangan; dan e) penjadwalan kegiatan.

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, dan praktik. Masing-masing kegiatan dipaparkan sebagai berikut.

a) Pemaparan materi. Pada tahap ini, instruktur memberikan sosialisasi tentang pentingnya promosi yang dilakukan dengan menggunakan media sosial dan melakukan brainstorming kepada peserta pelatihan tentang penulisan konten digital marketing untuk promosi wisata. Instruktur mengajukan beberapa pertanyaan kepada peserta pelatihan untuk mengarahkan peserta pelatihan kepada tujuan pelatihan. Setelah melakukan brainstorming, instruktur memaparkan materi secara klasikal melalui media power point. Materi yang dipaparkan terdiri dari struktur teks promosi dan unsur-unsur kebahasaan dari suatu teks promosi.

b) Diskusi. Pada tahap ini, instruktur memberi kesempatan kepada semua peserta pelatihan untuk bertanya terkait materi yang telah dipaparkan. Setelah melakukan diskusi secara klasikal,

c) Praktek. Pada tahap ini instruktur meminta peserta pelatihan untuk melakukan praktik secara berkelompok. Peserta dibagi menjadi empat kelompok, masing-masing kelompok terdiri dari empat orang dan satu mahasiswa pendamping. Praktik diawali dengan mengidentifikasi dan menganalisis struktur kalimat dan fitur-fitur bahasa yang digunakan pada suatu teks promosi. Lalu dilanjutkan dengan membuat draft teks promosi untuk destinasi wisata yang ada di Desa Sambangan. Teks ini kemudian direview oleh narasumber.

Tahap Evaluasi

Kegiatan evaluasi dilakukan pada dua aspek: evaluasi proses kegiatan dan evaluasi produk. Evaluasi proses bertujuan untuk melihat partisipasi dan sikap peserta pelatihan. Hal ini dilakukan dengan metode pengamatan. Aspek-aspek yang diamati ada tiga, yakni kehadiran, keseriusan, dan keaktifan. Proses pelatihan

dikategorikan berjalan dengan baik apabila a) sebesar maksimal 85 % peserta pelatihan hadir tepat waktu dan mengikuti pelatihan full sesuai jadwal; b) peserta menyimak penjelasan dari instruktur dengan baik dan sungguh-sungguh; dan c) peserta melakukan diskusi secara aktif baik secara klasikal maupun kelompok. Evaluasi produk dilakukan untuk menilai apakah teks promosi yang ditulis oleh peserta pelatihan dengan indikator-indikator sebagai berikut. a) Teks promosi ditulis sesuai dengan struktur teks promosi; b) Teks promosi mengandung fitur bahasa yang bervariasi (*adjective, euphoria*); dan c) Teks promosi menggunakan grammar (*comparison, declarative, dan imperative*) yang tepat. Peserta pelatihan disebut berhasil dalam menulis teks promosi jika ketiga aspek tersebut terkategori baik. Pada tahapan ini, kami juga melakukan kegiatan wawancara dengan peserta pelatihan untuk menggali persepsi mereka terhadap kegiatan pelatihan yang telah diikuti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengamatan selama kegiatan pelatihan berlangsung dan wawancara yang dilakukan kepada peserta pelatihan dapat dinyatakan bahwa peserta pelatihan memiliki persepsi yang positif terhadap kegiatan pelatihan. Peserta mengapresiasi kegiatan dari tiga aspek: materi, teknik, dan kemampuan menulis mereka. Masing-masing aspek ini akan dipaparkan sebagai berikut.

1. Materi

Berdasarkan hasil wawancara dengan peserta pelatihan diperoleh informasi bahwa materi yang digunakan selama pelatihan menarik, sesuai dengan kebutuhan, dan bermanfaat bagi peserta pelatihan. Mereka merasa bahwa materi yang dilatihkan tidak hanya membantu meningkatkan keterampilan berbahasa Inggris mereka tetapi juga mereka bisa menggunakan pengetahuan dan keterampilan menulis yang dilatihkan untuk memperkenalkan dan mempromosikan destinasi wisata baru yang ada

di Desa Sambangan. Hal ini bisa dilihat pada kutipan wawancara berikut.

“bu, materinya sangat bermanfaat sekali. Saya tahu kata-kata apa yang harus saya gunakan untuk mempromosikan tempat wisata dimana saya bekerja” (wawancara, peserta 13)

“ya, materinya berguna untuk promosi wisata baru. Waktu ini ada peneliti yang meneliti kandungan batu di air terjun tembok barak, dan hasilnya belum dipromosikan. Itu akan coba saya tulis untuk menambah nilai jual air terjun tembok barak sehingga lebih banyak pengunjung yang tertarik untuk datang ke tembok barak” (wawancara, peserta 5)

“wah, di daerah atas sedang di buka destinasi baru, semacam area camping. Dengan materi yang dilatihkan ini saya dan tim akan mencoba mempromosikan tempat ini sehingga wisatawan memiliki pilihan lain tempat camping selain Bedugul” (wawancara, peserta 9)

Dari petikan-petikan wawancara di atas dapat dilihat bahwa peserta pelatihan merasakan bahwa materi pelatihan bermanfaat untuk kelangsungan kegiatan promosi wisata mereka, terutama untuk mempromosikan destinasi-destinasi baru. Hal ini membuat peserta pelatihan antusias dan termotivasi untuk mengikuti pelatihan. Seperti yang diungkapkan oleh Joraboyev, (2021) dan Namaziandost et al., (2022), penggunaan materi yang otentik dan kontekstual bisa meningkatkan motivasi, semangat, dan antusiasme siswa (dalam hal ini peserta pelatihan) dalam mempelajari materi yang diajarkan. Dengan mengetahui kebermanfaatannya dari materi yang dipelajari, peserta pelatihan bersungguh-sungguh dalam mengikuti pelatihan. Keseriusan peserta pelatihan dalam mengikuti pelatihan bisa dilihat dari Gambar 1 berikut, dimana peserta pelatihan menyimak penjelasan dari instruktur dengan serius.



Gambar 1. Peserta pelatihan menyimak penjelasan instruktur

2. Teknik

Selain materi yang bermanfaat, peserta pelatihan juga mempersepsikan bahwa teknik yang digunakan oleh instruktur membantu mereka dalam memahami materi yang dilatihkan. Hal ini bisa dilihat dari kutipan wawancara berikut.

“dengan ceramah saya bisa mendengarkan dan menyimak materi yang diajarkan dengan baik” (wawancara, peserta 3)

“saya senang ketika diskusi dengan instruktur terkait materi, kebingungan saya tercerahkan” (wawancara, peserta 6)

“saya merasa terbantu oleh adanya mahasiswa, saya bisa bertanya dan diskusi tentang contoh-contoh kalimat yang digunakan pada teks” (wawancara, peserta 8)

“dengan praktik menulis, saya jadi bisa melatih materi yang saya pelajari” (wawancara, peserta 13)

Pada pelatihan ini, kami menggunakan beberapa teknik yakni 1) ceramah yang bertujuan untuk memberikan scaffolding terkait materi yang dilatihkan; 2) diskusi yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengkonfirmasi pengetahuan yang dipelajari dan berinteraksi

dengan instruktur maupun teman kelompoknya; dan 3) praktik yang bertujuan untuk mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah dipelajari. Ketiga tahapan ini sejatinya hampir sejalan dengan tahapan pembelajaran berbasis teks dengan tahapan *Building Knowledge of the Text*, *Modelling of the text*, *Joint construction of the text*, dan *Independent construction of the text*. Teknik pembelajaran ini telah secara empiris diyakini mampu membantu pebelajar Bahasa Inggris untuk meningkatkan kemampuan Bahasa Inggris, terutama dalam menghasilkan teks (Mickan, 2017; Mumba & Mkandawire, 2019; Nagao, 2019). Bagian yang paling menarik dan juga penting pada saat implementasi teknik ini adalah adanya interaksi dengan pendamping, dimana mengacu pada teori sosio kultural bahwa belajar terjadi pada saat pebelajar berinteraksi dengan teman, tutor, maupun instruktur (Lantolf et al., 2021; Nicholas et al., 2021); Silalahi, 2019) Kegiatan diskusi bisa dilihat pada Gambar 2 berikut.



3. Kemampuan menulis

Setelah mengikuti pelatihan, peserta pelatihan menyatakan bahwa mereka mendapat pengetahuan dan keterampilan tentang bagaimana menulis teks promosi dengan menggunakan struktur dan fitur-fitur bahasa yang tepat. Hal ini bisa dilihat dari refleksi yang mereka lakukan terkait pengetahuan mereka sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan, sebagai berikut.

“Awalnya, saya kira bahasa promosi cukup dengan menyampaikan faktanya saja, tetapi setelah mengikuti pelatihan ini saya tahu penambahan kata sifat penting untuk lebih menarik wisatawan”(wawancara, peserta 6)

“saya sebelumnya tidak pernah memikirkan grammar, tapi dengan pelatihan ini, saya makin aware dengan penggunaan grammar, apalagi dalam menulis” (wawancara, peserta 10)

Persepsi mereka akan kemampuan menulis mereka yang baik juga dibuktikan dengan hasil unjuk kerja mereka, yang dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Unjuk Kerja Peserta Pelatihan

No	Peserta	Nilai
1	Peserta 1	80
2	Peserta 2	80
3	Peserta 3	82
4	Peserta 4	86
5	Peserta 5	85
6	Peserta 6	80
7	Peserta 7	75
8	Peserta 8	85
9	Peserta 9	87
10	Peserta 10	88
11	Peserta 11	86
12	Peserta 12	87
13	Peserta 13	65
14	Peserta 14	65
15	Peserta 15	73
16	Peserta 16	87

Keterangan:

- a) 86-100 : Sangat Baik
- b) 71-85 : Baik
- c) 56-70 : Cukup

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa sebagian besar peserta pelatihan telah mampu menulis teks promosi dengan baik. Setelah melalui proses review dan pendampingan, salah satu tulisan yang ditulis oleh peserta pelatihan bisa

dilihat pada
https://bit.ly/Produk_KroyaWaterfall.

SIMPULAN

Dari temuan dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa peserta pelatihan memiliki persepsi yang positif terhadap kegiatan pelatihan yang telah mereka ikuti. Mereka merasa bahwa pelatihan ini bermanfaat bagi mereka karena bisa meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam hal menulis teks promosi dan juga secara tidak langsung berimbas pada praktik-praktik promosi yang akan mereka lakukan untuk semakin menarik kunjungan wisata, khususnya destinasi-destinasi baru yang ada di Desa Sambangan. Selanjutnya, diharapkan makin banyak kegiatan sejenis dengan memfokuskan pada aspek-aspek lain terus dilakukan untuk makin *mengupgrade skill* yang dimiliki oleh anggota Pokdarwis Tunjung Mekar.

DAFTAR RUJUKAN

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga
- Joraboyev, B. B. O. (2021). Using authentic materials on english lessons. *Academic Research in Educational Sciences*, 2(2), 1018–1025.
- Lantolf, J. P., Xi, J., & Minakova, V. (2021). Sociocultural theory and concept-based language instruction. *Language Teaching*, 54(3), 327–342.
- Mickan, P. (2017). Text-based research and teaching from a social semiotic perspective: Transformative research and pedagogy. In *Text-based research and teaching* (pp. 15–35). Springer.
- Mumba, C., & Mkandawire, S. B. (2019). The Text-based Integrated Approach to Language Teaching: Its Meaning and Classroom Application. *Multidisciplinary Journal of Language and Social Sciences Education*, 2(1), 123–142.
- Nagao, A. (2019). The SFL genre-based approach to writing in EFL contexts. *Asian-Pacific Journal of Second and Foreign Language Education*, 4(1). <https://doi.org/10.1186/s40862-019-0069-3>
- Namaziandost, E., Razmi, M. H., Ahmad Tilwani, S., & Pourhosein Gilakjani, A. (2022). The impact of authentic materials on reading comprehension, motivation, and anxiety among Iranian male EFL learners. *Reading & Writing Quarterly*, 38(1), 1–18.
- Nicholas, M., Veresov, N., & Clark, J. C. (2021). Guided reading–Working within a child’s zone of proximal development. *Learning, Culture and Social Interaction*, 30, 100530.
- Silalahi, R. M. (2019). Understanding Vygotsky’s zone of proximal development for learning. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 15(2), 169–186.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMKdi Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV* (pp. 327–337). Universitas Pendidikan Indonesia.