



Pelatihan Digital Marketing Dengan Menggunakan Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Pemasaran Way Tebing Ceba

Digital Marketing Training Using the Tiktok Application to Improve Marketing at Way Tebing Ceba

Tito Budi Raharto

Fakultas Bisnis, Universitas Mitra Indonesia, Indonesia

Korespondensi penulis: titobudiraharto@umitra.aa.id

Article History:

Received:

Juni 15, 2023

Accepted:

Juli 19, 2023

Published:

Juli 30, 2023

Keywords: Internet,
Responsible, Marketing.

Abstract. *Internet media with its offers, choice of various sites and freedom of access is like a double-edged sword, on the one hand it can have a positive impact and on the other hand it can have a negative impact. To avoid crime in cyberspace, we always emphasize the basic principles that must be known when using the internet. Basic principles in the real world also apply in the virtual world. Healthy and safe use of the internet needs to be instilled from an early age through learning healthy internet ethics. This needs to be conveyed to avoid bad habits in the real world being carried over into the virtual world and causing negative effects in the real world. This service activity carried out by lecturers from Indonesian partner universities carries the theme "Healthy and Responsible Use of the Internet in Marketing Way Tebing Ceba Tourism (WTC) Kalianda, South Lampung Regency" where the aim of this activity is to provide knowledge to Way Tebing Ceba tourism managers in using the internet both in promotions and otherwise in order to avoid unhealthy and irresponsible internet use.*

Abstrak : Media internet dengan tawaran, pilihan beragam situs dan keleluasaan akses seperti pedang bermata dua, di satu sisi bisa membawa dampak positif dan disisi lain bisa berdampak negatif. Untuk menghindari kejahatan di dunia maya, selalu ditekankan prinsip dasar yang harus diketahui dalam menggunakan internet. Prinsip dasar di dunia nyata berlaku pula di dunia maya. Penggunaan internet secara sehat dan aman perlu ditanamkan semenjak dini melalui pembelajaran etika berinternet secara sehat. Hal ini perlu disampaikan untuk menghindari kebiasaan jelek di dunia nyata akan terbawa di dunia maya dan menimbulkan kembali efek negatif di dunia nyata. Kegiatan pengabdian kepada yang dilaksanakan oleh dosen dari universitas mitra indonesia ini mengusung tema "Pemanfaatan Internet Sehat Dan Bertanggung Jawab Dalam Pemasaran Wisata Way Tebing Ceba (WTC) Kalianda Kabupaten Lampung Selatan" dimana tujuan dari kegiatan ini untuk memberikan pengetahuan kepada pengelola wisata Way Tebing Ceba dalam menggunakan internet baik dalam promosi maupun yang lainnya agar terhindar dari penggunaan internet yang tidak sehat serta tidak bertanggung jawab.

Kata kunci: Internet, Bertanggung Jawab, Pemasaran.

1. PENDAHULUAN

Kawasan wisata Way Tebing Ceba (WTC) yang terletak di desa taman baru merupakan tempat atau destinasi wisata yang terbilang baru dimana way tebing Ceba menawarkan tempat unik dan berbeda dengan kebanyakan desti wisata yang lain, dimana way tebing cepa ini menawarkan pemandangan yang bersumber langsung dari air gunung Rajabasa, aktivitas yang ditawarkan di desa wisata ini adalah melakukan berenang dikolam alami, *explore* hutan, dan berkemah.dan lain-lain. Akan tetapi belum banyak para wisatawan yang mengetahui destinasi wisata ini, dimana dapat dilihat jumlah pengunjung tidak stabil.

dan kebanyakan pengunjung masih berasal dari daerah sekitar belum banyak dari luar wilayah/ luar propinsi.

Aspek pemasaran dan promosi merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang keberhasilan dalam menjual produk pariwisata yang dimiliki, sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan yaitu dengan maksimalkan penggunaan internet dan media sosial untuk melakukan promosi way tebing cepa.

Salah satu media sosial yang sedang tren dan diunggah oleh orang banyak adalah TikTok. Aplikasi TikTok kini banyak digandrungi masyarakat. Tiktok menjadi salah satu media digital marketing yang digunakan oleh para pengguna pelaku bisnis. Tak hanya kaum muda, aplikasi ini juga banyak digunakan generasi lebih tua . Aplikasi Tiktok pada saat ini memang sering digunakan sebagai pemasaran digital. Misalnya, promosi sebuah produk terbaru, produk make up, promosi tempat nongkrong atau cafe dan yang lainnya. Tiktok merupakan salah satu media sosial yang memberikan tempat kepada para penggunanya untuk bias berekspresi serta berkreatifitas melalui konten video. Para pengguna Tiktok ini kebanyakan berasal dari kalangan remaja serta dewasa muda (sekitar 16-24 tahun). Dimana mereka inilah salah satu audien yang bagus untuk pemasaran di Tiktok yang mana pemasaran yang sangat potensial bagi sebuah produk.

Pemanfaatan platform media Tiktok ini dapat digunakan untuk sebuah digital marketing. Mengingat terdapat fitur-fitur pendukung yang ada di aplikasi Tiktok yang dapat membuat suatu konten bisa lebih menarik. Tiktok juga merupakan aplikasi paling pesat berkembang dan menjadi pesaing kuat platform digital media social yang sudah menguasai pasar anak muda.

Kegiatan pengabdian kepada yang dilaksanakan oleh dosen dari universitas mitra indonesia ini mengusung tema “Pelatihan Digital Marketing Dengan Menggunakan Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Pemasaran Way Tebing Cepa” dimana tujuan dari kegiatan ini untuk memberikan pengetahuan kepada pengelola dan memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut dilakukan Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing dengan aplikasi yang saat ini sedang viral yaitu TikTok sebagai strategi digital marketing untuk optimalisasi Wisata Way tebing cepa menuju digitalisasi. Melalui kegiatan ini diharapkan nantinya Wisata Way tebing cepa dapat terkenal sampai luar daerah

Berdasarkan hasil survey dan wawancara kepada masyarakat serta pengelola tempat wisata Way Tebing Cepa bahwa maka permasalahan mitra: masih minimnya edukasi tentang

internet, dimana mereka hanya menggunakan internet hanya sebatas untuk komunikasi walaupun ada yang menggunakan internet untuk promosi tetapi masih sebatas promosi di *instagram* dan di *whatsapp*

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah bentuk kegiatan yang diadakan oleh dosen Fakultas Bisnis Universitas Mitra Indonesia. Sasaran dari kegiatan Pengabdian kepada masyarakat yaitu masyarakat dan pengelola wisata way tebing cepa.



Observasi

Kegiatan observasi dilakukan dengan cara terjun langsung ke pengelola wisata way tebing cepa serta melakukan survey kondisi pengelola wisata way tebing cepa tersebut. Hasil observasi ini menghasilkan proses identifikasi masalah yang dihadapi oleh pengelola wisata way tebing cepa bahwa pemasaran belum optimal, sehingga pemasaran yang dilakukan belum sampai ke luar daerah, oleh karena itu perlu adanya pembaharuan sistem pemasaran yang telah dilakukan dengan cara pelatihan dan sosialisasi TikTok guna memasarkan produk/wisata way tebing cepa yang dihasilkan keluar daerah

Persiapan

Tim Pengabdian Masyarakat melakukan diskusi terkait permasalahan yang ada di desa wisata way tebing cepa. Hasil dari diskusi tersebut dirasa perlu melakukan sosialisasi dan pelatihan Digital Marketing dan Praktik pembuatan akun TikTok. Persiapan yang dilakukan adalah mulai dari mempersiapkan materi Digital Marketing, menyiapkan tempat untuk diadakannya acara Sosialisasi dan Pelatihan, dan juga membuat susunan acara yang akan dilaksanakan pada saat kegiatan. Setelah persiapan matang dilakukan, kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan TikTok sebagai strategi digital marketing untuk optimalisasi way tebing cepa menuju digitalisasi siap dilaksanakan.

Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan pada hari Rabu, di Balai Desa taman baru, dengan Tema dan peserta yang mengikuti “Pelatihan Digital Marketing Dengan Menggunakan Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Pemasaran Way Tebing Cepa” acara tersebut adalah pengelola wisata way tebing cepa sebanyak 15 (lima belas) orang. Metode yang dilakukan pada saat

pelaksanaan adalah Sosialisasi dan Pelatihan. Pelatihan berlangsung selama dua jam. Tiga puluh menit pertama materi disampaikan oleh dua pemateri, setelah itu tiga puluh menit selanjutnya dilakukan sesi tanya jawab. Setelah sesi tanya jawab selesai kemudian dilakukan praktek pembuatan akun TikTok Shop serta cara penggunaannya yang didampingi oleh para Dosen dan Mahasiswa. Setelah akun TikTok dibuat, selanjutnya dilaksanakan pelatihan penggunaan akun TikTok untuk memasarkan desa wisata way tebing cepa dari pelaku. Pengelola wisata way tebing cepa yang mengikuti pelatihan dan sosialisasi ini sangat antusias melakukan praktik pembuatan akun TikTok. Setelah akun TikTok selesai dibuat, pengelola mulai mencoba memasarkan produk-produk/ meng upload yang ke platform TikTok.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Aplikasi TikTok adalah salah satu media promosi yang baik untuk memperkenalkan wisata tersebut. Seperti video singkat, *a day in my life*, siaran langsung dan sebagainya. Tentu ada simbiosis mutualisme, bagi konten kreator dan pemirsa TikTok. Tidak hanya saling bertukar informasi, namun adanya keuntungan lebih seperti mendapatkan uang untuk creator tersebut. Tidak semua masyarakat mampu melihat peluang promosi melalui TikTok. Pada kali ini,

pengenalan aplikasi TikTok, termasuk manfaat dan juga cara TikTok bekerja untuk mempromosikan sekaligus memberikan keuntungan dari berbagai pihak, perlu dikenalkan kepada perangkat desa dan juga masyarakat dan pengelola desa way tebing cepa. Fokus utama dalam pemanfaatan TikTok adalah memberikan berita, mengedukasi hal yang belum diketahui khalayak umum. Terlebih, TikTok banyak diminati dan digunakan oleh pemuda-pemudi pada zaman ini.



Gambar 3.1 Peserta Kegiatan PKM



Gambar 3.2 Sesi Tanya Jawab

Edukasi dan pengenalan aplikasi TikTok tentunya akan berhenti, jika warga setempat tidak langsung mempraktikannya. Terlebih tidak semua orang paham cara mengedit, memposting, dan mengambil spot yang bagus yang nantinya akan disebarluaskan ke khalayak umum. Cara memperkenalkan lokasi wisata yang baik agar terlihat lebih menarik di dunia maya dan juga memudahkan orang lain menangkap informasi, tentunya harus sering dilakukan. Edukasi dan sosialisasi ini berawal ditujukan dan disampaikan pada masyarakat, perangkat desa, dan pengelola way tebing cepa. Program ini masih diteruskan untuk mengajari, dan mempraktikan langsung cara pengoperasian TikTok sebagai media promosi. Mulai dari skrip awal, pengambilan video atau gambar, narasi, cara mengedit, hingga mengunggahnya ke sosial media. Tidak sekedar hanya memposting biasa, namun hingga muncul fyp (*for your page*) di TikTok

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian masyarakat tentang pemanfaatan internet sehat dan bertanggung jawab dalam pemasaran wisata way tebing cepa telah berjalan dengan baik ini diharapkan peserta dapat memahami tentang bagaimana menggunakan internet yang sehat dan bertanggung jawab dalam memasarkan produk khususnya Way Tebing Cepa.

Pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan baik dimana tujuan yang hendak dicapai tentang penggunaan aplikasi TikTok sebagai media branding dan promosi pada wisata way tebing cepa telah tercapai tim pengabdian berkolaborasi dengan mahasiswa juga telah menghasilkan konten-konten video yang didesain secara menarik. Para pengelola wisata way tebing cepa juga memiliki semangat dan antusiasme untuk memanfaatkan aplikasi TikTok, yang tujuannya memaksimalkan potensi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Mitra yang telah memberi dukungan terhadap pengabdian ini. Selain itu penulis juga mengucapkan kepada kepala Desa Taman Baru dan seluruh jajarannya yang telah bersedia membantu kami dalam kegiatan pengabdian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - J. Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Fadhli, Muhibuddin, & M. Fadlilah. (2017). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dan Blog sebagai Sarana Publikasi Bustanul Athfal Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat ADIMAS*, 18–24.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A.-, Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan.
- Wisnawa, I. M. B., Prayogi, P. A., & Sutapa, I. K. (2021). *Manajemen Pemasaran Pariwisata: Pengembangan Potensi Produk Wisata Perdesaan*. Deepublish.