

## PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PROMOSI DAN PUBLIKASI KAMPUNG ADAT RIMBO TAROK

### *DIGITAL MARKETING TRAINING AS A PROMOTION STRATEGY AND PUBLICATION OF KAMPUNG ADAT RIMBO TAROK*

Stefvany<sup>1</sup>, Vernanda Em Afdhal<sup>2\*</sup>, Tedy Wiraseptya<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>( *Desain Komunikasi Visual, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia*)

<sup>1</sup>[stefvany@upiypk.ac.id](mailto:stefvany@upiypk.ac.id); <sup>2\*</sup>[ernandaemafdhhal@gmail.com](mailto:ernandaemafdhhal@gmail.com); <sup>3</sup>[tedyibob@yahoo.co.id](mailto:tedyibob@yahoo.co.id)

**Abstrak.** Indonesia memiliki keragaman budaya serta tradisi yang melekat pada setiap daerah. Hal inilah yang menjadi potensi lahirnya wisata budaya yang ada di Indonesia mulai dari sabang sampai marauke. Namun semenjak wabah Covid-19 hadir di Indonesia pada tahun 2020 lalu, wisata lokal menjadi imbas yang membuat kunjungan wisata merosot turun. Dampak tersebut serupa yang di alami di kampung adat Rimbo Tarok yang terletak di Kelurahan Gunung Sariak. Berangkat dari persoalan tersebut kampung adat Rimbo Tarok harus mulai berpromosi secara digital atau menggunakan media digital dengan pelatihan digital marketing sebagai strategi promosi dan publikasi kampung adat Rimbo Tarok. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pelatihan digital marketing, menciptakan media promosi dan publikasi, memberikan keilmuaan digital marketing, menciptakan media promosi dan publikasi untuk pengembangan kampung adat Rimbo Tarok Gunung Sariak dan menciptakan ruang kreatif bagi yang terlibat dengan kampung adat tersebut. Metode pelatihan digital ini menggunakan pendekatan persuasif edukatif yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan rumah adat Rimbo Tarok. Hasil dari pelatihan ini meningkatkan kemampuan, kreatifitas dan pengetahuan pihak kampung adat dalam mempromosikan dan pengembangan kampung adat melalui digital marketing, mempunyai akun instgram sebagai sarana promosi, kemudian luaran yang akan dicapai berupa jurnal pengabdian kepada masyarakat, buku serta modul tentang digital marketing.

**Kata Kunci :** Digital Marketing, Kampung Adat, Promosi, Rimbo Tarok

**Abstract.** Indonesia has a diversity of cultures and traditions attached to each region. This is the potential for the birth of cultural tourism in Indonesia, from Sabang to Merauke. However, since the Covid-19 outbreak arrived in Indonesia in 2020, local tourism has been the impact that has caused tourist visits to decline. This impact is similar to what was experienced in the Rimbo Tarok traditional village, which is located in the Gunung Sariak Village. Departing from this problem, the Rimbo Tarok traditional village must start promoting digitally or using digital media with digital marketing training as a promotion and publication strategy for the Rimbo Tarok traditional village. The purpose of this activity is to provide digital marketing training, create promotional media and publications, provide digital marketing knowledge, create promotional media and publications for the development of the Rimbo Tarok Gunung Sariak Traditional Village and create creative space for those involved with the traditional village. This digital training method uses an educative persuasive approach that is adapted to the environmental conditions of the Rimbo Tarok traditional house. The results of this training increase the ability, creativity and knowledge of traditional villages in promoting and developing traditional villages through digital marketing, having an Instagram account as a means of promotion, then the output to be achieved is in the form of community service journals, books and modules on digital marketing.

**Keywords;** Digital Marketing, Kampung Adat, Promotion, Rimbo Tarok

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki keragaman budaya serta tradisi yang melekat pada setiap daerah. Hal inilah yang menjadi potensi lahirnya wisata budaya yang ada di Indonesia mulai dari sabang sampai marauke. Namun semenjak wabah Covid-19 hadir di Indonesia pada tahun 2020 lalu, wisata lokal menjadi imbas, sehingga membuat kunjungan wisata merosot turun secara drastis. Hal ini terjadi

dikarenakan ada batasan larangan untuk berkumpul dalam kondisi jumlah yang banyak dan kemudian keharusan dalam menerapkan protocol Covid-19, Herdiana (2021).

Tahun 2022 keadaan wabah Covid-19 mulai melandai, setiap pemerintahan daerah telah melakukan AKB atau adaptasi kebiasaan baru terhadap lingkungan. Namun hal ini belum bisa dipastikan bagaimana perkembangan wisata kedepannya. Dampak tersebut serupa yang dialami di Kampung Adat Rimbo Tarok yang terletak di Kelurahan Gunung Sariak. Penikmat budaya yang biasanya aktif untuk mengunjungi dan menyaksikan kegiatan adat tradisi di Rumah Kajang Padati Rimbo Tarok kini kian sepi. Hal ini juga berdampak pada kegiatan para aktifis seni yang dalam hal ini ialah sanggar yang ada di Rumah Adat Rimbo Tarok tersebut. Sementara itu, kearifan lokal (*local wisdom*) semakin ditinggalkan juga seiring dengan kuatnya arus globalisasi dewasa ini, generasi penerus budaya bangsa lebih cenderung tertarik kepada budaya asing daripada budayanya sendiri. Afdhal, (2019). Jadi selain menurunnya destinasi wisata juga diikuti juga dengan melemahnya kekuatan dari budaya lokal.

Masalah ini sebenarnya sudah ditanggapi oleh pemerintah kota dengan menciptakan Kampung Tematik sebanyak 11 tempat di Kota Padang dengan salah satunya Kampung Adat Rimbo Tarok. Secara umum bahwa potensi pembangunan Kampung Tematik sangat strategis dan mempunyai nilai keuntungan bagi pembangunan daerah, Marsdenia (2019).

Kampung tematik dikembangkan berdasarkan pada asumsi dan nilai serta hal ini dilakukan agar didalam pelaksanaan kampung tematik masyarakat dapat berpartisipasi, memiliki inisiatif serta kemampuan dalam mewujudkan kampung tematik, Kinanti (2019).

Kehadiran kampung tematik Kampung Adat Rimbo Tarok juga sebagai pelestarian Rumah Adat Kajang Padati yang saat ini sudah mulai tidak dikenal di kota Padang. Hal ini jugalah yang sangat penting untuk dikenalkan kepada masyarakat dengan salah satu cara melalui media digital. Pemanfaatan media digital dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas dan tepat, Barokah (2021). Dalam Artikel Afdhal *et al..* (2022) Dikarenakan perkembangan teknologi ilmu pengetahuan mengalami perubahan yang sangat pesat, khususnya pada teknologi *gadget*. Media digital dan promosi telah banyak mengalami transformasi dan menjadi alat dalam mensukseskan proses mengekspos objek atau suatu tempat wisata.

Kebudayaan merupakan sebuah nilai, pada sistem nilai inilah adat istiadat atau kebudayaan menjadi sebuah sistem pengetahuan, yang dapat berubah menjadi sistem *attitude* atau tingkah laku, tindakan dan perbuatan. Wiraseptya *et al..* (2019) Inilah yang dikembangkan kedalam media *digital marketing*.

Perkembangan pemasaran dengan menggunakan media digital sudah sangat dikenal oleh masyarakat, sehingga para pegiat dan penikmat wisata budaya dapat mengetahui Rumah Adat Rimbo Tarok melalui dunia maya tersebut. *Digital marketing* menjadi salah satu media pemasaran yang saat ini diminati untuk mendukung berbagai kegiatan, Susanto *et al.*, (2021). Media yang sering digunakan dalam proses *digital marketing* ialah media sosial, Naimah *et al.*, (2020). Dengan media digital, publikasi dan pengembangan kampung adat berbasis internet atau pertukaran informasi dan distribusi produk seni budaya kampung tematik bisa dikenal target audiens dan *branding* dengan baik, Afdhal (2018).

Pengabdian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman tentang permasalahan media digital yang masih belum efektif dikembangkan pada kampung adat tersebut untuk menjadi sebuah upaya dalam mempromosikan dan mensukseskan agar objek dari pengabdian bisa terekspos dengan baik.

## METODOLOGI

Kegiatan pengabdian ini merupakan kegiatan yang bersinergi dengan pemerintah daerah sebagai sarana mengenalkan dan memotivasi peserta untuk berpromosi kampung adat Rimbo Tarok menggunakan media digital. Alur kegiatan pengabdian kepada masyarakat pelatihan digital marketing di kampung adat Rimbo Tarok, yang dituangkan kedalam bagan atau infografis kerangka pengabdian dapat dilihat pada Tabel 1.

Pelatihan digital ini menggunakan pendekatan persuasif edukatif (Rahmawati, 2017). Kemudian juga dilaksanakan dengan metode yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan rumah adat Rimbo Tarok, yakni sebagai berikut :

1. *Forum Grup Discussion* (FGD) bersama camat Kuranji, RW dan RT di sungai Sariak, pengelola kampung adat Kuranji serta bersama akademisi dalam ruang lingkup kegiatan pelatihan digital.
2. Perencanaan teknis pelatihan digital marketing.
3. Perencanaan fasilitas pelatihan seperti; *microphone*, speaker, modul, spanduk, catatan dan lain-lain.
4. Pelaksanaan kegiatan pelatihan

Pelaksanaan kegiatan ini di arahkan kepada POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata), pemuda sanggar, serta pengelola kampung adat dengan langkah-langkah pendekatan pelatihan sebagai berikut :

1. Ceramah dan diskusi dengan melakukan penjelasan terkait *software* dan teknis promosi digital.

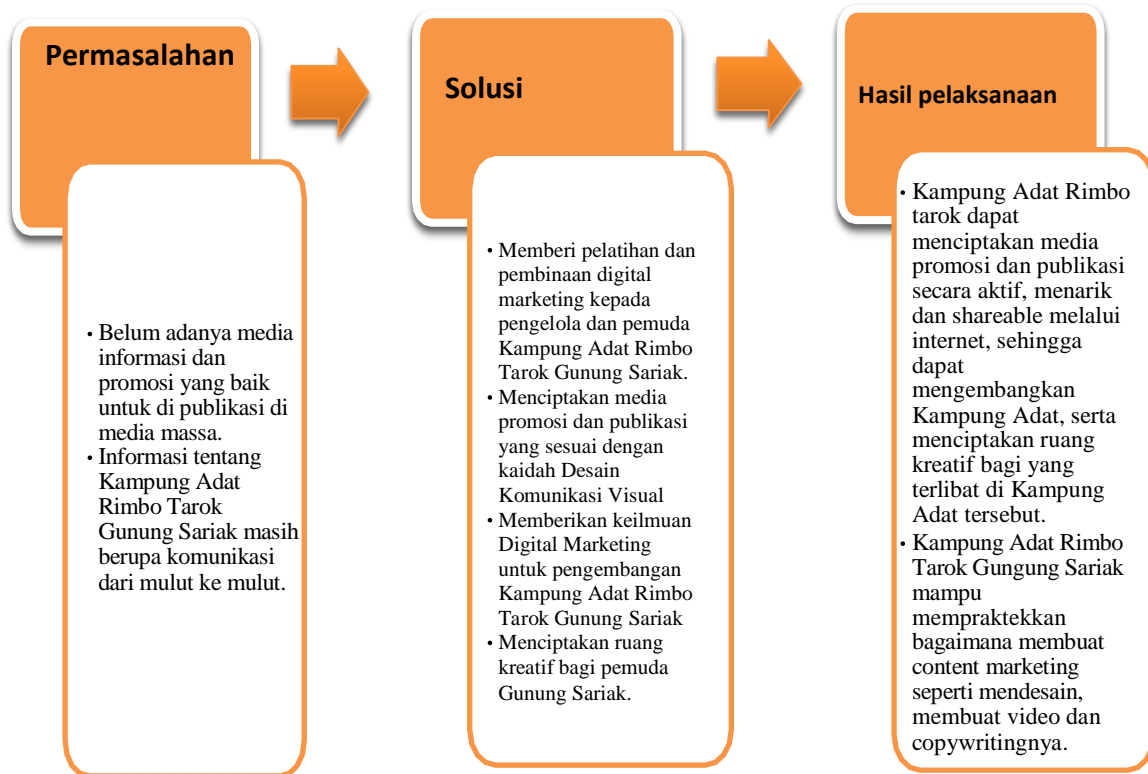
2. Praktek langsung dilapangan, menggunakan kamera *handphone* dan melakukan perekaman video sesuai instruksi teknis yang telah di pelajari sebelumnya.
3. *Editing* hasil yang telah diambil.
4. Unggah ke media sosial dengan melakukan pembuatan akun resmi Kampung Adat Rimbo Tarok dan *upload* hasil *editing* yang telah selesai.

Untuk mengakhiri kegiatan maka akan dilakukan evaluasi kinerja dan proses yang sudah dilakukan. Kemudian akan diberi arahan untuk keberlangsungan promosi digital secara berkala.

*Tabel.1.Tahapan Kegiatan Program PKM*

<b>Tahap Persiapan</b>	
Pra-Survei	Identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra (permasalahan spesifik yang dialami mitra).
Pembentukan Tim PKM	Pembentukan tim disesuaikan dengan jenis kepakaran untuk menyelesaikan permasalahan mitra
Pembuatan Proposal	Pembuatan proposal untuk menawarkan solusi permasalahan dan penyediaandana dalam pelaksanaan solusi bagi mitra.
Koordiasi Tim & Mitra	Perencanaan pelaksanaan program secara konseptual, operasional dan job description dari tim dan mitra
Persiapan Alat & Bahan Pelatihan	Pembelian dan penyewaan alat serta pembuatan materi kegiatan
<b>Tahap Pelaksanaan</b>	
Penyuluhan	Materi penyuluhan dalam kegiatan ini adalah strategi digital marketing, serta bagaimana cara membuat social media marketing, membuat content marketing yang menarik baik desain, video dan copy writingnya. Tujuan penyuluhan ini adalah memberikan wawasan baru kepada pengelola serta pemuda kampung adat Rimbo Tarok Gunung Sariak. Penyuluhan ini disampaikan dalam bentuk ceramah dan tanya jawab kepada pengelola dan pemuda Gunung Sariak.
Pelatihan	Materi pelatihan adalah bagaimana cara mengelola akun instagram. Dalam hal ini kegiatan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan tentang cara mengelola akun Instagram, dan membuat konten seperti desain, video serta copywriting yang menarik perhatian dan shareable. Pelatihan ini disampaikan dalam bentuk penjelasan dan praktek secara terperinci serta adanya tanya jawab.
<b>Evaluasi Program</b>	Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Indikator keberhasilan program dengan adanya perubahan positif dari mitra (perkembangan usaha) setelah pelaksanaan program
<b>Pelaporan`</b>	Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggung jawaban atas pelaksanaan program untuk kemudian dilakukan publikasi

Adapun tahapan dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra dapat dilihat berdasarkan kerangka pemecahan masalah. Terdapat pada Figur 2.



Figur 2. Tahapan Pelaksanaan Solusi Permasalahan Mitra

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program penguabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk penyuluhan kepada Kampung Adat Rimbo Tarok Gunung Sariak. Penyuluhan tersebut berupa pemaparan materi terkait permasalahan yang dihadapi mitra yaitu penyuluhan tentang digital marketing. Serta menyediakan Digital Marketing untuk Kampung Adat Rimbo Tarok Gunung Sariak. Materi yang akan disampaikan diharapkan dapat memberikan peningkatan pengetahuan dan pemahaman untuk selanjutnya dapat diterapkan oleh mitra. Adapun materi yang akan disampaikan pada mitra pada pelatihan ini adalah *Content Marketing* oleh ibu Stefvany, S.Ds., M.Sn, sedangkan materi Strategi *Digital Marketing* disampaikan oleh ibu Vernanda Em Afdhal, S.Ds., M.Sn.

Setelah materi selesai dipaparkan, dilanjutkan dengan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan,. Melalui diskusi, sosialisasi tidak hanya sekedar transfer knowledge saja melainkan dapat sharing pengalaman maupun permasalahan yang sedang dihadapi mitra.





Figur 3. Pelatihan Digital Marketing

Mitra sebagai penyedia tempat dan berperan sebagai peserta penyuluhan dan aktif berperan dalam kegiatan diskusi/tanya jawab. Mitra terlihat secara keseluruhan dalam program PKM meliputi perumusan permasalahan, perencanaan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program hingga tahap evaluasi kegiatan. Evaluasi program dilakukan untuk mengetahui hasil dan progress dari pelaksanaan program yang telah direncanakan. Evaluasi ini dilakukan dengan cara membandingkan kondisi mitra sebelum program dilaksanakan dan kondisi mitra setelah program dilaksanakan, Secara rinci, evaluasi program dapat dilihat berdasarkan Tabel 3.

Tabel.3.Tahapan Kegiatan Program PKM

Program	Indikator	Kriteria	Instrumen
Memberi pelatihan dan pembinaan kepada pengelola kampung adat Rimbo Tarok Gunung Sariak mengenai strategi <i>digital marketing</i> .	Pemahaman penggunaan <i>digital marketing</i> bagi pengelola kampung adat Rimbo Tarok Gunung Sariak.	Peningkatan pemahaman penggunaan <i>digital marketing</i> untuk media promosi	Observasi dan wawancara

Setelah keseluruhan program selesai dilaksanakan, maka penting untuk direncanakan keberlanjutan program. Adapun keberlanjutan program meliputi monitoring penerapan strategi

Digital Marketing dalam pengembangan Kampung Adat Rimbo Tarok Gunung Sariak, dan monitoring penggunaan Instagram sebagai strategi Digital Marketing

## KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan digital marketing sebagai strategi promosi menyimpulkan bahwa para pelaku dan pegiat seni di kampung adat Rimbo Tarok sangat lemah dalam promosi digital. Hal ini yang membuat pengunjung ataupun kegiatan budaya di kampung adat sangat sepi. Padahal potensi yang ada di kampung adat Rimbo Tarok sangat besar. Dengan demikian Promosi Digital ini sangat tepat dan butuh dilakukan secara berkala agar promosi selalu dilakukan secara berlanjut. Sejalan dengan pernyataan tersebut, masyarakat dan pegiat seni di kampung adat Rimbo Tarok juga harus ikut berpartisipasi dalam mengembangkan kampung adat secara digital yang kemudian mampu mengenalkan kampung adat Rimbo Tarok ke dunia maya. Kegiatan pelatihan promosi digital ini berjalan dengan baik dan lancar. Secara umum pengelola, pegiat sanggar di Kampung Adat sebagai peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mempunyai sikap antusias. Peserta memiliki ketertarikan yang dalam terhadap media digital, sehingga peserta berharap agar kegiatan yang sejenis berikutnya masih dapat dilakukan di Kampung Adat Rimbo Tarok.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini adalah hasil dari SIMPLIT PKM UPI 2022 di Universitas Putra Indonesia YPTK Padang. Dalam proses menjalankan pengabdian ini juga turut berperan penting Prodi Desain Komunikasi Visual sebagai departemen yang menyokong pengabdian ini. Terima kasih yang sangat besar kepada kampus Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, LPPM Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Prodi Desain Komunikasi Visual serta para *stakeholder* terkait dalam memberikan pelatihan kepada masyarakat Kampung Adat Rimbo Tarok.

## REFERENSI

- Herdiana, D., Rusmanto, W., & Enang, K. (2021). Program Pengabdian Kepada Masyarakat Secara Daring: Memberdayakan Masyarakat Desa Berbasis Digital. *Proceeding KONIK (Konferensi Nasional Ilmu Komputer)*, 5, 496-500.
- Afdhal, V. E. . (2019). Siamang Putihah: Komik Fantasi Kearifan Lokal Cerita Rakyat Minangkabau. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 1(2), 46–50.  
<https://doi.org/10.35134/judikatif.v1i2.32>

- Marsdenia, M., dan Pranita, D. (2019, November). Desa Tematik Solusi Kemandirian Ekonomi Desa Di Desa Cimareme, Kecamatan Ngamprah Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH), 2(1), 51-56).
- Kinanti, A., & Harsasto, P. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kampung Tematik (Studi Kasus Kampung Tahu Tempe Gumregah di Kelurahan Lamper Tengah, Kota Semarang). *Journal of Politic and Government Studies*, 8(02), 21-30.
- Barokah, S., Wulandari, O. A. D., Sari, M. T., & Yuditama, I. F. (2021). Optimalisasi digital marketing melalui Facebook ads di Kelurahan Purwanegara. *J. Abdimas BSI J. Pengabd. Kpd. Masy*, 4(1), 17-22.
- Afdhal, V. E., Wulandari, W., & Marta, W. (2021). Visual Communication in the Design of the "Fathiyah" Application as a Learning Media for Hijaiyah Letters in the COVID-19 Period. *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, 14(1), 64-72. <https://doi.org/10.24036/jtip.v14i2.538>
- Wiraseptya, T., & Afdhal, V. E. (2019). Kajian Ikonografis Senjata Tradisional Kurambiak Minangkabau Cakar Harimau Sumatera. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 100-108.
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42-47.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Afdhal, V. E. . (2018). Perancangan E-Commerce Berbasis Marketplace Produk Seni Budaya Minangkabau. *Jurnal KomtekInfo*, 5(1). <https://doi.org/10.35134/komtekinfo.v5i1.13>
- Rahmawati, A. (2017). Education Method of Lectures and Discussionstoward Health Cadre Ability in Early. *Jurnal Ilmiah Pemenang*, 51-56
- Afdhal, V. E., Stevany, S., & Wiraseptya, T. (2022). The Branding of Kampung Adat Rimbo Tarok Gunung Sariak Village as a Cultural Tourism Attraction. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 189-198.

Diterima: 22 September 2022 | Disetujui : 21 Desember 2022 | Diterbitkan : 30 Desember 2022

#### How to Cite:

Stefvany, Afdhal, V.E., Wiraseptya, T. (2022). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Strategi Promosi dan Publikasi Kampung Adat Rimbo Tarok, *Minda Baharu*, 6(2), 163-170. Doi. 10.33373/jmb.v6i2.4432