

Pelatihan Pembuatan Media Komunikasi Visual sebagai Media Promosi di Tempat Wisata Sumberingin Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang

Joni Dwi Pribadi¹, Fullchis Nurtjahjani², Heru Utomo³, Mahmudatul Himma⁴, Ane Fany Novitasari^{*5}, Abd Muqit⁶

^{1,2,3,4,5,6}Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

Jl. Soekarno Hatta 9 Malang 65141; telp/fax: 0341-404424/0341-404420

e-mail: ¹joni.dwi@polinema.ac.id, ²fullchis@polinema.ac.id, ³utomoheru@gmail.com, ⁴himma.mlg@gmail.com, ^{*5}anefany@polinema.ac.id, ⁶abd.muqit@polinema.ac.id

Abstrak

Tempat Wisata Alam Pemandian Sumberingin Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang terletak 2 km dari jalan utama menuju tempat wisata. Pada saat wisatawan berkunjung ke tempat wisata mengalami kesulitan sampai ke tempat tujuan dan waktu yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk berkunjung ke Tempat Wisata Alam Pemandian Sumberingin tidak efektif dan tidak efisien. Untuk mengatasi permasalahan, yaitu 1.) Membuat media komunikasi visual berupa papan nama dan penunjuk arah menuju Tempat Wisata Alam Pemandian Sumberingin, 2.) Memilih lokasi yang tepat untuk pemasangan papan nama dan penunjuk arah menuju Tempat Wisata Alam Pemandian Sumberingin. Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat meliputi pemilihan tempat untuk pemasangan papan nama dan penunjuk arah serta mendesain modelnya yang menarik dan mudah dipahami oleh wisatawan. Desain papan nama dan penunjuk arah dibuat dengan persetujuan bersama dengan pihak mitra. Kemudian, dilakukan pemasangan papan nama dan penunjuk arah ditempat yang telah dipilih oleh mitra. Dengan memberikan pelatihan pembuatan media komunikasi visual berupa papan nama dan petunjuk arah diharapkan dapat memperjelas Wisatawan berkunjung ke tempat wisata dengan cepat dan tepat sampai ke Tempat Wisata Alam Pemandian Sumberingin. Selanjutnya pembuatan papan nama dan penunjuk arah yang baik dan jelas merupakan salah satu media promosi penjualan

Kata kunci: Media Komunikasi Visual, Promosi, Wisata Alam

1. PENDAHULUAN

Desa Wringinsongo memiliki lahan yang subur dan tanah subur yang cocok difungsikan sebagai lahan pertanian dan perkebunan. Oleh sebab itu, sebagian besar mata pencaharian masyarakat desa adalah sebagai petani dan peternak (sebagian besar sapi perah). Mata pencaharian masyarakat di desa tersebut menjadi beragam dengan adanya potensi alam desa yang beranekaragam.

Potensi Desa Wringinsongo dijadikan tempat sebagai desa wisata sangat cocok sebab desa tersebut memiliki potensi alam yang sangat bagus. Beberapa tempat wisata yang ada di desa tersebut belum dapat diberdayakan secara baik. Hal itu dibuktikan dengan belum adanya media untuk mawadahi promosi desa wisata yang ada di Desa Wringinsongo, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang. Hal itu menyebabkan hanya warga lokal Kabupaten Malang yang mengunjungi tempat wisata tersebut. Dengan demikian, pengunjung yang datang tidak mampu mengeksplorasi potensi obyek wisata yang ada di sekitar Desa Wringinsongo.

Dari hasil observasi, 70% wisatawan yang tidak tahu arah untuk menuju ke lokasi tempat wisata tersebut sehingga pengabdian ini akan memberikan pelatihan media komunikasi visual berupa papan nama dan penunjuk arah yang akan memudahkan wisatawan menuju Wisata Alam Pemandian Sumberingin. Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat meliputi pemilihan tempat untuk pemasangan papan nama dan penunjuk arah serta mendesain modelnya yang menarik dan mudah dipahami oleh wisatawan [1]. Desain papan nama dan penunjuk arah dibuat dengan persetujuan bersama dengan pihak mitra. Kemudian, dilakukan pemasangan papan nama dan penunjuk arah ditempat yang telah dipilih oleh mitra.

Dengan memberikan pelatihan pembuatan media komunikasi visual berupa papan nama dan penunjuk arah diharapkan dapat memperjelas Wisatawan berkunjung ke tempat wisata dengan cepat dan tepat sampai ke Tempat Wisata Alam Pemandian Sumberingin [2]-[5]. Selanjutnya pembuatan papan nama dan penunjuk arah yang baik dan jelas merupakan salah satu media promosi penjualan.

2. METODE

Data yang digunakan dalam pembuatan papan nama dan penunjuk arah yang diperoleh melalui wawancara dan observasi dengan perwakilan pengelola destinasi Wisata Alam Pemandian Sumberingin Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang.

Rancangan Pelatihan akan dikerjakan oleh tim pengabdian dari pelaksana dengan membawa beberapa rencana pembuatan papan nama dan penunjuk arah yang sudah disiapkan. Pelatihan tersebut akan memerlukan beberapa variasi didalam penataan yang nantinya akan mencoba beberapa model. Selanjutnya akan menelaah model display produk mana yang sesuai dengan hasil produk sehingga dapat menarik konsumen. Didalam pelatihan display produk ini nanti yang dilakukan pertama adalah:

1. Melakukan survey tempat dahulu seperti apa tempatnya;
2. Mendesain papan nama dan penunjuk arah bersama dengan Mitra;
3. Menyediakan bahan sesuai dengan desain yang disetujui oleh Mitra;
4. Setelah menyediakan bahan lalu dilakukan pengecatan dan finishing akhir;

Terakhir adalah pemasangan papan nama dan penunjuk arah sesuai dengan tempat yang telah disepakati oleh Mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Desa Wringinsongo yang diikuti oleh pengelola wisata Desa Wringinsongo. Bentuk awal pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, tim pengabdian melakukan survey untuk mengetahui hal apa yang menjadi problematika yang bisa tim bantu sesuai dengan bidang keilmuan yang dimiliki. Pada tahapan selanjutnya tim pengabdian dan mitra menentukan jadwal kegiatan, kebutuhan sarana dan prasarana, lokasi hingga materi yang akan disampaikan pada kegiatan pengabdian masyarakat.

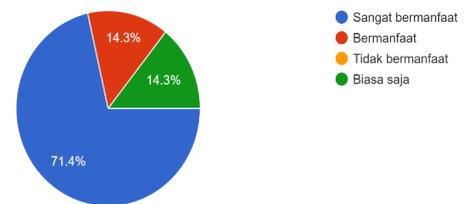
Tahapan pelaksanaan berikutnya, tim pengabdian menyampaikan materi dasar berupa teori komunikasi visual. Secara keseluruhan, materi yang disampaikan lebih berfokus kepada bagaimana bidang keilmuan desain komunikasi visual hadir dan diperlukan pada setiap detail media promosi baik itu media promosi konvensional hingga media promosi digital. Desain Komunikasi Visual merupakan suatu acuan dasar yang bisa menjadikan suatu media promosi itu menjadi baik tidak hanya dalam bentuk grafis, namun

dalam bentuk penyampaian informasi. Materi ini mengajarkan peserta bahwa pengemasan media informasi haruslah kreatif dan inovatif, berkembang dan mampu mengikuti kebutuhan target sasaran. Setelah pemberian materi, tim pengabdian memberikan *problem solving* atas permasalahan yang dialami. Solusi yang diberikan yaitu membuat media komunikasi visual berupa papan nama dan penunjuk arah menuju Tempat Wisata Alam Pemandian Sumberingin

Langkah selanjutnya tim pelaksana mengajak pengelola wisata Desa Wringinsongo untuk melakukan *brainstorming* dan melakukan survey dimana tempat yang sesuai untuk menjadi lokasi peletakan papan nama dan penunjuk arah. Setelah itu, tim mendesain papan nama dan penunjuk arah bersama dengan mitra. Mitra dapat memilih desain yang telah didesain oleh Tim atau dapat membuat desain sendiri. Setelah desain disepakati, tim menyediakan bahan sesuai dengan desain yang disetujui oleh Mitra. Tim pelaksana mendampingi pembuatan papan nama dan penunjuk arah sampai dengan tahap pengecatan dan finishing akhir. Pemasangan papan nama dan penunjuk arah diletakkan sesuai dengan tempat yang telah disepakati oleh Mitra. Tim Pelaksana melakukan kegiatan pengabdian bersama sama dengan Mitra sampai dengan tahap pemasangan.

Sebagai bahan evaluasi, Tim Pelaksana mengarahkan pengelola wisata Desa Wringinsongo untuk mengisi kuisisioner melalui *google form*. Penyebaran kuisisioner dilakukan untuk mengetahui respond dari setiap kegiatan yang telah dijalani seperti kebermanfaatan dan antusiasme. Hasil dari kuisisioner tersebut sebagai berikut:

Apakah kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Wringinsongo memberikan manfaat?
7 responses

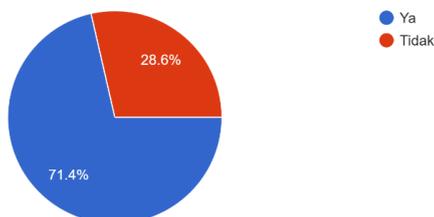


Gambar 1. Diagram Respon Kebermanfaatan Kegiatan PPM

Berdasarkan nilai kebermanfaatan, dapat dilihat pada Gambar 6 bahwa mayoritas peserta merasakan pelatihan ini sangatlah bermanfaat yaitu sebanyak 71,4%. Pada pelatihan ini tidak ditemukan peserta yang berpendapat bahwa kegiatan ini tidak

bermanfaat. Selanjutnya dari tingkat antusiasme dapat dilihat pada gambar berikut:

Apakah anda mengikuti kegiatan pengabdian sampai dengan selesai?
7 responses



Gambar 2. Diagram Respon Antusiasme Kegiatan PPM

Pada hasil tingkat antusiasme dapat disimpulkan sebanyak 71,4% peserta mengikuti tahapan kegiatan sampai dengan selesai.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan rangkaian kegiatan PPM telah selesai dan terselenggara dengan baik sesuai dengan tujuan serta target capaian yang sudah ditentukan. Berdasarkan kusioner yang telah tersebar, mayoritas peserta pelatihan memberikan umpan balik yang positif. Hal ini terlihat dari tingginya persentase antusias peserta yang terlibat dalam pelatihan serta nilai manfaat pelatihan dalam menunjang proses pembuatan konten media sosial yang lebih baik. Kesuksesan kegiatan ini tercipta atas kerjasama seluruh pihak yang terlibat mulai dari peserta pelatihan, mitra pengabdian dan tim pengabdian. Melalui pelatihan ini, pengelola wisata Desa Wringinsongo secara tidak langsung telah merasakan nilai manfaat baik berupa pengetahuan maupun teknis dalam membuat desain komunikasi visual untuk promosi. Program pelatihan selanjutnya direkomendasikan dengan cara memberikan pelatihan perancangan media promosi lain yang lebih interaktif dan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Malang yang telah memberi dukungan moral dan dana melalui program Dana Hibah Pengabdian masyarakat DIPA.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Chandra, Rini. 2015. Peranan Strategi Promosi dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan

pada Perusahaan Jasa Perhotelan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.4, No.2

- [2] Ishaq, M. I. 2013. *Marketing Strategy and business unit performance: Empirical evidence from Pakistani industries*. Saarbrücken, Germany: LAP Lambert Academic Publishing
- [3] Martowinangun, Kasino., Lestari, Devita Juniati., Karyadi. 2019. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co-Management* Vol. I, No. 2
- [4] Mirayani, Luh. 2018. Analisis Penerapan Strategi Direct Selling Dan Dampaknya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Karya Pak Oles Tokcer Di Desa Bengkel Tahun 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Volume 10 No. 1
- [5] Rangkti, F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis*. Kasus. *Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama