

Pendampingan Digital Marketing (*Local Guide* dan *Instagram*) bagi Pokdarwis Kampung Tematik Jamrut Kota Semarang

Digital Marketing Assistance (Local Guide and Instagram) for Pokdarwis Jamrut Thematic Village, Semarang City

¹Tusyanah Tusyanah, ²Sri Utami, ¹Edy Suryanto, ¹Rizka Andriyati,
¹Moch Faizal Rachmadi

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang
²Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang

Korespondensi: T. Tusyanah, tusyanah@mail.unnes.ac.id

Naskah Diterima: 17 Nopember 2021. Disetujui: 21 Juli 2022. Disetujui Publikasi: 1 Nopember 2022

Abstract. There were many thematic villages in Semarang; one of them is the thematic village "Jambu Jeruk/Jamrut" located in Dukuh Mendak, Ngijo Village, Gunungpati District, Semarang (Pemkot Semarang, 2017). Tourism Awareness Group (Pokdarwis) Jamrut has been trying to develop the potential of local tourism by making the environment more beautiful and clean such as; painting, making icons, and utilizing used bottles and cans. Therefore, the community service team considers that digital promotion is needed to attract the number of visitors who come and purchase, ultimately improving citizens' well-being. The workshop's objectives are 1) to improve knowledge and skills in photography and social media account management, and 2) to practice the skills of uploading content on social media. The methods of this workshop are 1) a lecture on photography and account management of *Local guide* and Instagram and 2) practice of photography and account management of *Local guide* and Instagram. Twenty members of Pokdarwis Jamrut joined this workshop. The workshop program begins with delivering photography materials and posting the content to Instagram and the *Local guide*. The workshop results showed that 1) the Pokdarwis members' knowledge and photography skills improved, and 2) the management of Pokdarwis Jamrut can upload the posts on Instagram accounts (<https://www.instagram.com/kampoeng.jamrut/>) and *Local guide* account on <https://goo.gl/maps/oSgU6EVSP1FZR1xi9>. Therefore, to optimize digital promotion is expected Pokdarwis Jamrut created other digital promotional media such as; Web blog, Twitter and YouTube.

Keywords: *Thematic villages, pokdarwis, digital promotion.*

Abstrak. Wilayah kota Semarang memiliki banyak kampung tematik. Salah satunya adalah kampung tematik "Jambu Jeruk/ Jamrut" yang terletak di Dukuh Mendak, Desa Ngijo, Kecamatan Gunungpati, Semarang (Pemkot Semarang, 2017). Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Jamrut telah berupaya mengembangkan potensi wisata lokal dengan membuat lingkungan menjadi lebih asri dan bersih seperti; melukis, membuat ikon, dan memanfaatkan botol dan kaleng bekas. Oleh karena itu, tim pengabdian masyarakat memandang bahwa promosi digital diperlukan untuk menarik jumlah pengunjung yang datang dan membeli, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan warga. Tujuan dari pengabdian ini adalah 1) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan fotografi dan pengelolaan akun media sosial; dan 2) melatih keterampilan mengupload konten di media sosial. Metode dari pengabdian ini

meliputi 1) ceramah tentang fotografi dan pengelolaan akun *Local guide* dan Instagram dan 2) praktek fotografi dan pengelolaan akun *Local guide* dan Instagram. Workshop ini diikuti oleh 20 orang anggota pokdarwis Kampung Jamrut. Program workshop dimulai dengan pelatihan desain grafis, materi fotografi, dan memposting konten ke Instagram dan *Local guide*. Hasil workshop menunjukkan bahwa 1) pengetahuan dan keterampilan fotografi anggota pokdarwis semakin baik, dan 2) manajemen Pokdarwis Jamrut dapat mengunggah postingan di akun Instagram (<https://www.instagram.com/kampoeng.jamrut/>) dan akun *Local guide* di <https://goo.gl/maps/oSgU6EVSP1FZR1xi9>. Oleh karena itu, untuk memaksimalkan promosi digital, diharapkan Pokdarwis Jamrut untuk membuat media promosi digital lainnya seperti; *Webblog, Twitter, dan YouTube*.

Kata Kunci: *Kampung tematik, pokdarwis, promosi digital.*

Pendahuluan

Pada tahun 2016 Pemerintah Kota Semarang melakukan sebuah inovasi untuk mengatasi permasalahan kebutuhan dasar serta peningkatan kualitas rumah tinggal warga dengan membangun sebuah trademark melalui program pembangunan kampung tematik. Terdapat 177 Kelurahan Kota Semarang dicanangkan sebagai kampung tematik (Pemkot Semarang, 2017). Salah satunya adalah Kampung Tematik Jamrut atau Kampung Jamrut yang terletak di Dukuh Mendak, Kelurahan Ngijo, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang dengan luas wilayah 153.425 Ha. Istilah “Jamrut” diambil karena masyarakat Kelurahan Ngijo terkhusus masyarakat Dukuh Mendak (Kelurahan Ngijo, 2021). Masyarakat Dukuh Mendak bertani bermacam-macam buah, sayur, tanaman makanan pokok seperti jambu, jeruk, mangga, durian, rambutan, klengkeng, sudah ada di sini. Berbagai sayur dan palawija seperti kacang-kacangan, jagung, kentang, dan lain-lain. Dari sektor peternakan juga banyak terutama peternakan kambing dan ayam. Adapun yang paling menonjol dari hasil pertanian itu yakni jambu dan jeruk. Hasilnya pun cukup melimpah dan dipasarkan di beberapa daerah di Semarang (Andika, 2020)

Upaya promosi Kampung Tematik menjadi hal yang sangat penting untuk mendapatkan ciri khas dari sebuah kelurahan. Banyaknya ciri khas yang ada, secara tidak langsung akan berdampak pada pendapatan di daerah tersebut. Seperti dirasakan bersama bahwa era digital saat ini telah memunculkan beragam media promosi yang lebih efektif dan efisien. Salah satunya adalah pemanfaatan media sosial atau social media seperti Facebook, Instagram, ataupun Twitter. Hal ini sesuai hasil penelitian Warmayana (2018) mengungkapkan bahwa digital marketing di masa revolusi industri 4.0 akan mampu meningkatkan promosi sector pariwisata generasi Y dan Z. Dengan kata lain saat ini *digital marketing* merupakan suatu keharusan karena penggunaan teknologi sudah mendominasi dalam kehidupan sehari-hari baik disadari ataupun tidak. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Rohimah & Hakim (2021) yang menyatakan bahwa social media bisa dijadikan sebagai salah satu alternatif promosi digital. Strategi pemasaran media sosial menjadi salah satu strategi pemasaran paling populer dan ramah dikalangan pelaku industri pariwisata Indonesia. Dewi & Mahyuni (2022) juga menyatakan bahwa optimalisasi internet marketing untuk peningkatan daya saing perlu dilakukan untuk menyesuaikan perkembangan Informasi Teknologi (IT).

Pelabelan Kampung Tematik Jamrut ditujukan untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. Peningkatan kesehatan dilakukan dengan meningkatkan kesadaran akan kebersihan rumah dan lingkungan, sedangkan peningkatan kesejahteraan dilakukan dengan cara meningkatkan pengunjung yang datang untuk berwisata, belajar dan berbelanja produk yang dihasilkan warga. Akan tetapi, fakta yang ada banyak masyarakat Kelurahan Ngijo khususnya Dukuh Mendak belum mengetahui bahwa kampung mereka telah dicanangkan sebagai Kampung Tematik yang potensial. Akbar (2018) menyatakan

bahwa pembangunan kampung tematik dapat menjadi solusi agar meningkatkan partisipasi dan insiatif bagi masyarakat dalam pembangunan. Pembangunan kampung tematik pada umumnya akan menghadirkan corak dan nilai estetika yang berbeda dengan mengusung kelestarian lingkungan sekaligus pengembangan ekonomi kreatif pada kampung tersebut.

Beragam produk ekonomi alami bisa dipromosikan oleh warga Kampung Jamrut ke masyarakat umum yaitu Jambu Air, Rambutan Rafia, Rambutan, Kelengkeng, Durian, Jeruk, dan berbagai tanaman herbal dan tanaman hias. Pengunjung yang datang juga bisa membeli olahan ubi dan singkong yang dibuat keripik beragam rasa dan makanan tradisional lainnya. Selain itu terdapat beberapa spot foto yang menambah daya tarik Kampung Jamrut yaitu Ikon Rusa, Galeri Kreasi dan beragam hiasan jalan.

Kampung Tematik Jamrut sebenarnya telah dikelola oleh Pokdarwis Kampung Jamrut. Namun, minimnya pengetahuan dan keterampilan dari anggota Pokdarwis untuk melakukan promosi mengakibatkan kurang dikenalnya objek wisata tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan kegiatan pendampingan kepada para anggota Pokdarwis berkaitan dengan pemanfaatan sosial media (Facebook, Twitter, Instagram) dan *Local guide* sebagai sarana promosi digital atau digital marketing. Seiring dengan semakin terampilnya keterampilan teknis dalam mengakses internet dengan tetap menyaring bermacam informasi dan hiburan yang tersedia melalui fasilitas internet (Wicaksono, Rakhmawati, & Suryandari, 2021). Penggunaan sosial media sebagai sarana promosi diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung di Kampung Tematik Jamrut. Sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat di Dukuh Mendak.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan diketahui bahwa permasalahan utama dari mitra adalah rendahnya pengetahuan dan keterampilan promosi dari Pokdarwis dalam memanfaatkan social media sebagai media promosi digiyal. Padahal di era digital seperti saat ini, teknologi memegang peranan penting dalam promosi produk ataupun jasa sekaligus menjadi sarana komunikasi dan menjalin hubungan dengan konsumen. Kurangnya pemanfaatan sosial media sebagai sarana promosi mengakibatkan kurang dikenalnya Kampung Jamrut dikalangan masyarakat sehingga pendapatan yang diperoleh tidak maksimal.

Berdasarkan kesepakatan dengan mitra, maka fokus dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pendampingan promosi digital atau digital marketing (*Local guide* dan Social Media) bagi Pokdarwis Kampung Tematik Jamrut. *Local guide* dipilih karena menurut Tusyanah dkk. (2019) *Local guide* adalah media bagi banyak orang untuk melihat ulasan sebuah tempat sebelum mengunjunginya. *Local guide* yang menjadi fitur *Google Maps* mampu memberikan manfaat bagi pemilik usaha untuk dilihat lebih banyak orang.

Dari analisis situasi tersebut, maka permasalahan yang akan dipecahkan dalam pengabdian ini adalah: (1) Bagaimana cara meningkatkan keterampilan fotografi dan pembuatan konten video bagi POKDARWIS Kampung Tematik Jamrut Kota Semarang?; (2) Bagaimana cara mengelola akun sosial media sebagai media promosi digital di Kampung Tematik Jamrut Kota Semarang?.

Adapun solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu mengadakan ceramah fotografi dan pendampingan pengelolaan media sosial kepada Pokdarwis Kampung Jamrut. Sebagaimana yang diungkapkan Dewanti & Gustaman (2021) bahwa kepedulian masyarakat dalam membangun desa dan motivasi ekonomi masyarakat merupakan faktor pendorong dari partisipasi masyarakat dalam mengembangkan sector pariwisata di desanya. Tujuan pengabdian ini adalah untuk: 1) meningkatkan pengetahuan terkait fotografi dan dan pengelolaan akun sosial media (*Local Guide* dan Instagram), dan 2) meningkatkan ketrampilan fotografi dan pengelolaan sosial media (*Local Guide* dan Instagram).

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tanggal 30 Agustus 2021 bertempat di Galeri Pokdarwis Kampung Tematik Jamrut Kota Semarang. Ada dua tahapan pelatihan yang dilaksanakan oleh tim pengabdian kepada masyarakat yaitu ceramah fotografi dan pelatihan pengelolaan sosial media. Adapun sosial media yang difokuskan dalam pelatihan ini yaitu *Local guide* dan Instagram yang telah tersedia namun belum optimal pengelolaannya.

Khalayak Sasaran. Sasaran dari pengabdian ini adalah para anggota POKDARWIS yang berjumlah 20 orang. Materi yang disampaikan terkait pengenalan beberapa sosial media yang akan digunakan sebagai sarana promosi wisata, teknik fotografi, serta penulisan *caption* sebelum pemosting di sosial media.

Metode Pengabdian. Dua (2) metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah 1) kegiatan pemberian pengetahuan terkait fotografi dan pengelolaan akun sosial media dengan metode *ceramah* dan 2) kegiatan peningkatan ketrampilan fotografi dan pengelolaan sosial media dengan metode *praktik langsung*.

Indikator Keberhasilan. Indikator keberhasilan pelatihan ini karena 75% anggota Pokdarwis mampu mengambil foto dengan baik dan mempunyai nilai estetis. Selanjutnya, 75% mampu mengunggah foto dan memberikan *caption* atau deskripsi yang menarik terkait Kampung Tematik Jamrut di akun Instagram. Kemudian 75% peserta pelatihan mampu menambahkan *review* atau ulasan pada *Local guide* di *Google Maps*. Kemudian, Setelah itu, keberhasilan seluruh kegiatan diindikasikan dengan tingkat kepuasan peserta pelatihan minimal 75%, yang dinilai dari *pre-test* dan *post test*.

Metode Evaluasi. Kegiatan pelatihan dievaluasi dengan *pre-test* dan *post test* yang disebarkan sebelum dan setelah kegiatan selesai (Kudsiyah dkk., 2018; Rifa'i dkk., 2018, 2020, 2021). Indikator untuk pembuatan *pre-test* dan *post-test* meliputi pernyataan terkait pengetahuan dan ketrampilan peserta pelatihan terhadap fotografi dan pengelolaan akun Instagram dan *Local guide*.

Hasil dan Pembahasan

A. Kegiatan Ceramah Fotografi dan Pengelolaan Sosial Media

Untuk dapat mengelola sosial media maka anggota Pokdarwis diharapkan bisa mengumpulkan gambar/ foto dan tulisan/ *caption*/ deskripsi yang menarik. Materi yang disampaikan terkait pengenalan teknik fotografi serta penulisan *caption* sebelum pemosting di sosial media agar mampu mempersiapkan hasil potret atau gambar yang akan di unggah di social media. Pelaksanaan pemberian materi berupa ceramah bisa dilihat di Gambar 1.

Tanjung (2016) telah mengungkapkan bahwa saat ini aktivitas dari fotografi melalui dokumentasi foto tidak harus menggunakan kamera khusus, serta lebih layak menggunakan kamera smartphone yang dinilai lebih mudah dan fleksibel untuk di gunakan dalam kehidupan sehari – hari. Setiap orang dapat menjadi fotografer dengan menghasilkan foto dengan kualitas yang bagus. Selanjutnya, Yudha (2021) menyebutkan bahwa fotografi seperti kebudayaan dapat membangkitkan minat seseorang untuk melakukan kunjungan kesuatu daerah agad dapat melihat secara langsung kebudayaan tersebut, dengan kata lain kunjungan tersebut akan mampu menumbuhkan sector pariwisata yang akan berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat di suatu daerah.

Pemilihan fotografi dalam kegiatan pengabdian ini didasari karena fotografi dan pariwisata merupakan dua hal yang tidak terpisahkan. Hasil foto yang indah mampu menarik perhatian wisatawan untuk mengunjungi objek pariwisata. Fotografi mampu menyajikan imajinasi visual yang sebelumnya tidak pernah



Gambar 1. Ceramah fotografi dan pengelolaan sosial media

terbayangkan oleh manusia menjadi lebih mudah didokumentasikan untuk beragam kepentingan. Kamera menjadi peralatan wajib dalam fotografi. Foto yang indah tidak hanya dihasilkan dari kamera digital yang memiliki resolusi tinggi seperti SLR, DSLR atau mirrorless namun juga bisa dari penggunaan kamera *smartphone*.

Agar menghasilkan foto yang indah dan menarik ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu sebagai berikut: (1) komposisi, secara sederhana komposisi diartikan sebagai cara menata elemen-elemen dalam gambar, yang mencakup garis, warna, terang dan gelap. Pengaturan komposisi gambar akan lebih mudah dengan mengaktifkan fitur grid. Komposisi gambar yang menarik dapat menambah keunikan foto. Selanjutnya yaitu proses pengambilan gambar. Dalam proses pengambilan gambar diperlukan teknik-teknik tertentu agar foto yang dihasilkan terlihat bagus. Salah satunya yaitu pemilihan *angle* yang tepat. Ada beberapa jenis *angle* dalam teknik fotografi yaitu *frog eye*, *front eye*, dan *bird eye*. (2) Unsur penting dalam fotografi yaitu pencahayaan. Kampung Tematik Jamrut termasuk pariwisata outdoor sehingga pencahayaan yang tepat adalah menggunakan cahaya alami (sinar matahari). Adapun waktu pemotretan yang tepat adalah pagi hari pukul 08.00 – 10.00 WIB atau sore hari pukul 15.00 – 17.00 WIB. Hal ini didasari bahwa pada waktu tersebut sinar matahari masih cerah dan kuat sinarnya. (3) Hindari menggunakan digital zoom. Penggunaan digital zoom saat proses pengambilan foto dapat menyebabkan foto yang dihasilkan tampak buram dan pecah. Sebaiknya menggunakan optical zoom yaitu memperbesar objek dengan mekanisme optic yang ada dilensa. (4) Memahami Pahami penggunaan HDR, pengetahuan terkait dengan fungsi HDR berpengaruh terhadap perbedaan tingkat kecerahan yang jauh antara bagian yang terang dan bagian yang gelap. Oleh karena itu, foto akan lebih indah jika mode HDR diaktifkan karena hasilnya lebih detail atau full object. (5) Teknik memegang *smartphone* dengan benar. Hindari memegang *smartphone* terlalu jauh dari posisi tubuh. Jika diperlukan gunakanlah tripod. Tripod berfungsi untuk menyangga *smartphone* serta menghindari goyangan apabila *smartphone* dipegang menggunakan tangan (handled) dalam waktu yang lama. (6) Pahami penggunaan *flash*. Penggunaan *Flash* yang tidak tepat terkadang dapat merusak hasil foto karena terbentuk bayangan atau kecerahan foto yang tidak merata. (7) Memahami *shutter lag* yaitu waktu jeda antara tombol *shutter* mulai ditekan sehingga kamera mulai mengambil dan memproses foto. Waktu jeda ini disebabkan karena kemampuan processor *smartphone* yang dirancang bukan

hanya untuk melakukan pengambilan foto secara cepat. (8) Aktifkan *focus peaking*. *focus peaking* adalah fitur kamera yang dapat membantu melihat lebih jelas apakah objek sudah berada dalam titik fokus atau tidak dengan cara memberikan highlight pada bagian fokusnya.

Setelah pengambilan gambar selesai, maka proses selanjutnya yaitu *editing* foto. *Editing* foto menjadi bagian yang juga penting dalam pembuatan media promosi. Ada beberapa software yang dapat digunakan dalam *editing* foto antara lain yaitu *Adobe Photoshop*, *Corel Draw*. Kedua software ini biasa dijalankan di *portable computer* atau *PC*. *Software* ini merupakan program pengolah foto, gambar vector dan pembuatan desain grafis untuk menunjang promosi. Selain itu, dengan kecanggihan teknologi saat ini telah berkembang berbagai jenis aplikasi *editing* foto yang dapat diunduh di *smartphone* diantaranya yaitu *Pixelab*, *Loopse*, *VSCO*, *Adobe Lightroom*, *Faceapp* dan *Google Camera*.

Beberapa hasil foto bisa dilihat di Gambar 2. Peserta sudah mampu melakukan *focus peaking* sehingga *viewer* instagram mampu memahami pesan yang ditekankan oleh pengambil gambar.

Para anggota Pokdarwis sangat antusias dalam mengikuti pelatihan. Hal tersebut dibuktikan dari keseriusan mereka dalam mengikuti materi dari awal sampai dengan akhir. Selain itu, mereka juga aktif bertanya dan mengeksplorasi hasil postingan foto yang mereka promosikan melalui akun sosial media yang telah dibuat. Evaluasi dilakukan setiap akhir tahapan kegiatan pengabdian dengan memberikan penilaian secara langsung (*direct observation*), yaitu diberlakukan pada saat setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan. Indikator keberhasilan diukur apabila lebih dari 75% peserta (Pokdarwis) memiliki pemahaman yang besar terhadap pemasaran produk menggunakan sosial media.



Gambar 2. Hasil foto yang diambil peserta pelatihan

Selanjutnya, pengelolaan sosial media membutuhkan peran penting dari seorang administrator atau pemegang kendali penuh akun sosial media. Sehingga untuk memudahkan pengelolaan maka dibuatlah struktur organisasi khusus menangani sosial media yaitu adanya pembagian jobdesk seperti bagian pengambilan foto dan pemilihan *angle*, bagian *editing* foto, bagian pembuat foto serta yang bertugas mengunggah dan membalas komentar yang masuk di setiap sosial media yang ada.

B. Kegiatan Praktik Langsung Fotografi dan Mengunggah Konten di Sosial Media

Kemudian peserta diajak untuk mempraktikkan langsung materi yang telah dijelaskan yaitu: 1) pengambilan foto di beberapa spot di Kampung Tematik, 2)

pengeditan foto pra posting, 3) pembuatan *caption* serta cara posting yang tepat di sosial media seperti pemberian tagar dan juga tag lokasi. Hal ini bisa dilihat di Gambar 3 ketika peserta ke lapangan mengumpulkan foto. Adapun sosial media yang digunakan yaitu *Local guide* dan Instagram.



Gambar 3. Peserta Praktik Pengambilan Foto

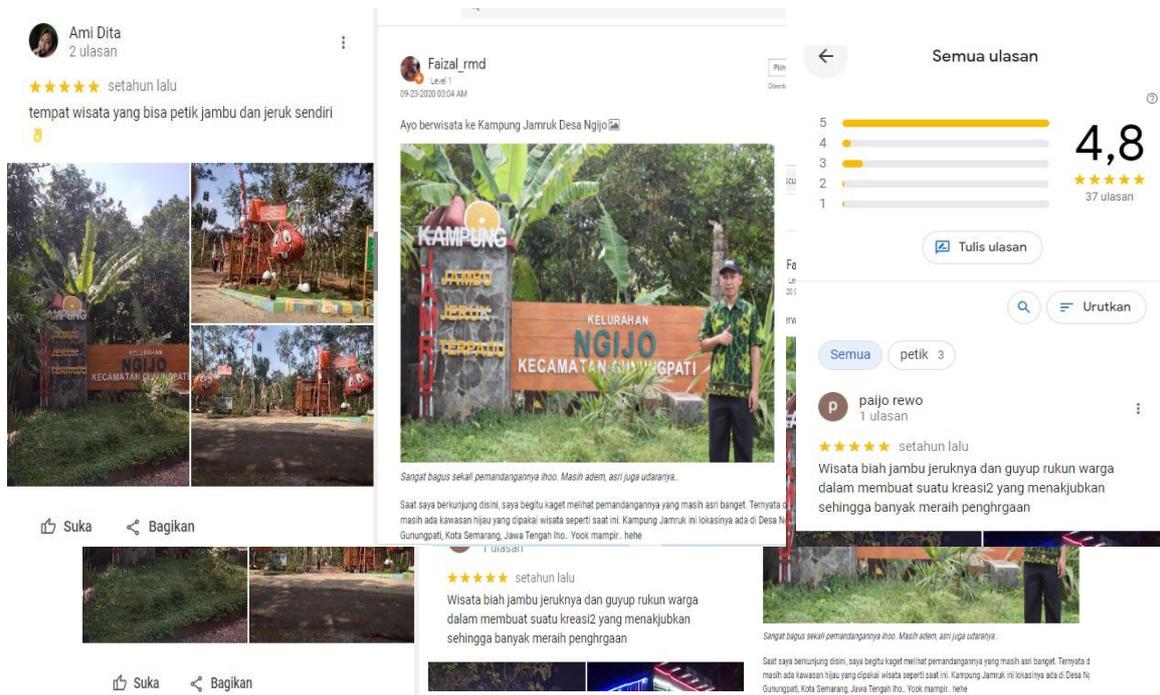
Local guide digunakan untuk memberikan ulasan dan juga rating terhadap tempat-tempat yang telah dikunjungi. Pemberian rating atau nilai dilakukan dengan menjelaskan pengalaman lewat *review*, membagikan foto, dan video, menyampaikan *insight*, memberikan tanggapan dan lain-lain. Keterampilan penulisan *Local guide* dapat menunjang promosi wisata yaitu dalam hal membangun keingintahuan dari para calon wisatawan terhadap objek yang akan dikunjungi. Pelatihan *Local guide* dimaksudkan untuk meningkatkan informasi suatu tempat sehingga saat diperlukan oleh orang lain dapat memberikan kontribusi bagi memeriksa fakta melalui *Google Maps*. Saat ini sebagian besar masyarakat telah mengandalkan kontribusi masyarakat lainnya untuk memberikan ulasan berupa informasi suatu tempat dengan menggambarkan keadaan aslinya disertai dengan gambar. Selain itu memanfaatkan *Google Maps* sehingga ketepatan dalam mengakses lokasi wisata bisa tercapai (Rantelinggi, Irianti & Aryanto, 2020).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan video dengan berbagai ulasan atau *caption*. Melalui instagram dapat berbagi foto menarik sebagai sarana untuk promosi. Pemberian *caption* dapat mempermudah dengan menambahkan hastag agar. Pemberian hastag akan mempermudah pengguna instagram untuk menemukan objek dari instagram.

Sebagian besar peserta telah memiliki *smartphone* dan aplikasi *Google Maps* dan *instagram* sehingga setelah mendapatkan potret atau gambar yang bagus sehingga. Peserta diberikan berbagai contoh bagaimana membuat ulasan yang lebih informatif dan persuasif.

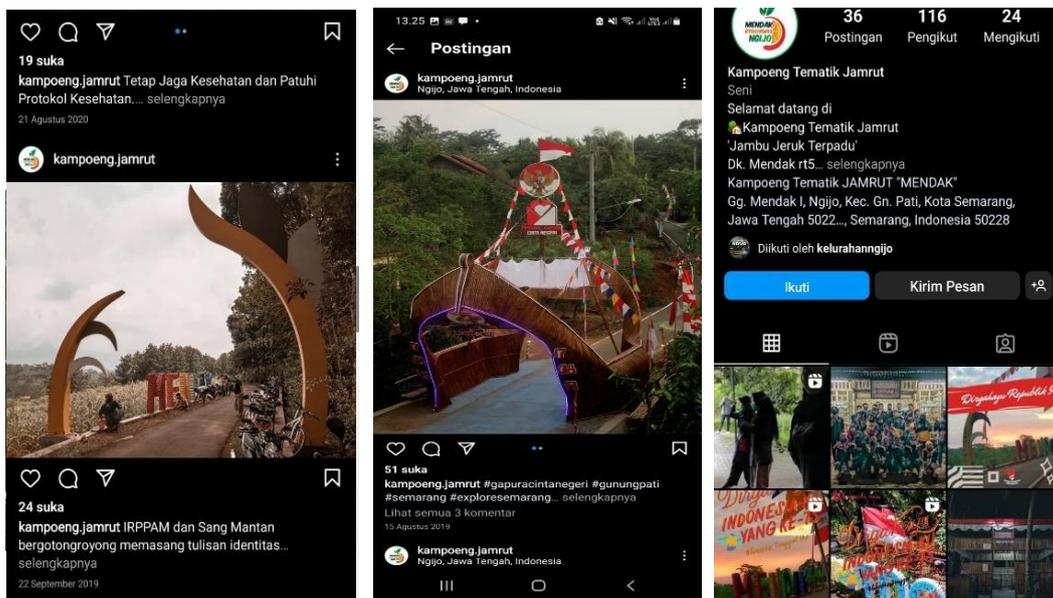
Secara keseluruhan, rangkaian kegiatan pengabdian ini telah dilakukan yaitu 1) pemberian keterampilan desain dan fotografi bagi POKDARWIS Kampung Tematik Jamrut serta memberikan pengetahuan dan 2) pemberian keterampilan cara mengelola akun social media sebagai upaya promosi digital di Kampung Tematik Jamrut. Namun pada kenyataannya dibutuhkan pendampingan berlanjut karena akun social media yang dikelola hanya Instagram. Sehingga harapannya, akan ada pengabdian tindak lanjut untuk menghadapi kendala yang ada tersebut.

Peserta pelatihan mampu melakukan posting di *Local Guide* di Kampung Tematik Jamrut agar menambah ulasan pengunjung. Hal tersebut bisa dilihat di Gambar 4.



Gambar 4. Hasil postingan *local guide* of google maps

Selanjutnya, setelah peserta mengambil gambar, maka peserta pelatihan juga melakukan posting di Instagram resmi @[kampoeng_jamrut](https://www.instagram.com/kampoeng_jamrut). Berikut ini adalah hasil postingan yang bisa dilihat di Gambar 5.



Gambar 5. Hasil postingan instagram

Kegiatan pengabdian ini berhasil karena 75% peserta pelatihan mampu mengambil foto dengan baik dan mempunyai nilai estetis. Selanjutnya, 75% peserta pelatihan mampu mengunggah foto dan memberikan *caption* atau deskripsi yang

menarik terkait Kampung Tematik Jamrut di akun Instagram. Kemudian 75% peserta pelatihan mampu menambahkan *review* atau ulasan pada *Local guide* di *Google Maps*. Kemudian, Setelah itu, keberhasilan seluruh kegiatan diindikasikan dengan tingkat kepuasan peserta pelatihan minimal 90%, yang dinilai dari *pre-test* dan *post test*.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa (1) pengetahuan dan keterampilan fotografi anggota Pokdakwis meningkat setelah diberikan ceramah terkait teknik fotografi, rekomendasi aplikasi *editing* foto; dan cara pengelolaan sosial media (2) Keterampilan pengelolaan akun sosial media meningkat karena mampu mengunggah foto yang menarik dengan *caption* yang baik yang diunggah di Instagram <https://www.instagram.com/kampoeng.jamrut/> dan *Local guide* <https://goo.gl/maps/oSgU6EVSP1FZR1xi9>.

Selanjutnya, POKDARWIS Jamrut diharapkan untuk segera membuat Blog, Facebook official, Twitter, dan YouTube, dan Pemerintah desa agar lebih terlibat aktif dalam melakukan promosi digital, serta Institusi pendidikan tinggi untuk terus memberikan pendampingan promosi digital.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada PPM Fakultas Ekonomi UNNES, Pokdarwis Kampung Jamrut dan Masyarakat Kampung Jamrut.

Referensi

- Akbar, T. (2018). Kampung tematik sebagai bentuk partisipasi masyarakat dalam permasalahan permukiman kumuh di Kota Malang. *Wahana: Tridarma Perguruan Tinggi*, 70(2), 37-48.
- Andika (2020). Jadikan Kawasan Wisata Jambu dan Jeruk <https://www.suaramerdeka.com/bola/pr-04123561/jadikan-kawasan-wisata-jambu-dan-jeruk-pada-25-Maret-2020>
- Dewi, N. P. A. W. P., & Mahyuni, L. P. (2022). Optimalisasi Internet Marketing Untuk Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Handicraft Di Desa Sebatu. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 6(2), 324-334.
- Dewanti, R. A., & Gustaman, F. A. (2021). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pasar Wisata Papringan di Dusun Ngadiprono Desa Ngadimulyo Kecamatan Kedu Kabupaten Temanggung. *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, 10(1), 86-95.
- Kelurahan Ngijo (2021). Kampung Jamrut. Diakses pada [http://ngijo.semarangkota.go.id/kampung-jambu-dan-kampung-jeruk-terpadu tanggal 1 Maret 2021](http://ngijo.semarangkota.go.id/kampung-jambu-dan-kampung-jeruk-terpadu-tanggal-1-Maret-2021).
- Kudsiyah, H., Rahim, S.W., Rifa'i, M.A., & Arwan. (2018). Demplot Pengembangan Budidaya Kepiting Cangkang Lunak di Desa Salemba, Kecamatan Ujung Loi, Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan. *Jurnal Panrita Abdi*, 2(2), 151-164.
- Pemkot Semarang. (2017). Kampung Tematik. Diakses pada <http://gerbanghebat.semarangkota.go.id/home/hal-tematik/1> tanggal 1 Januari 2021
- Rantelinggi, P. H., Irianti, A., & Aryanto, D. (2020). Implementasi Layanan Aplikasi Bergerak Untuk Informasi Wisata Provinsi Papua Barat. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 7(5).
- Rifa'i, M.A., Muzdalifah, & Kudsiyah, H. (2018). Pengembangan Usaha Produk Intelektual Kampus: Anemon Laut Ornamen. *Panrita Abdi Jurnal*, 2(1), 40-47.
- Rifa'i, M.A., Candra, Muzdalifah, & Kudsiyah, H. (2020). Pemberdayaan Istri Kelompok Pembudidaya Ikan Patin dengan Pengembangan Produk Fillet.

- Jurnal Panrita Abdi, 4(3), 369-379.
- Rifa'i, M.A., Candra, Muzdalifah, Agustina, & Kudsiah, H., Mubarak, M.S., & Norliana. (2021). Transfer Teknologi Pembuatan Sosis Berbahan Baku Ikan Patin (*Pangasius sp*) bagi Kelompok Pembudidaya Ikan dan Keluarganya. *Jurnal Panrita Abdi*, 5(4), 589-599.
- Rohimah, A., & Hakim, L. (2021). Ekologi Media: Penguatan Ekuitas Industri Pariwisata Melalui Media Sosial Marketing. *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, 5(1), 99-118.
- Tanjung, M. R. (2016). Fotografi Ponsel (Smartphone) Sebagai Sarana Media Dalam Perkembangan Masyarakat Modern. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia dan Industri Kreatif*, 1(2), 224-234.
- Tusyanah, T., Anissa, R. N., Chayatina, N., Sakitri, W., & Utami, S. (2019). Utilizing *local guide* to improve EFL students' English writing skill: An outdoor learning process strategy. *The Asian EFL Journal*, 23(3.4), 22-51.
- Yudha, I. G. A. N. A. (2021). Fotografi Sebagai Media Komunikasi Visual Dalam Promosi Budaya. *Danapati: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 126-138.
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81-92.
- Wicaksono, D., Rakhmawati, Y., & Suryandari, N. (2021). Pelatihan "Cerdas Ber Internet" Bagi Orang Tua Di Desa Burneh Bangkalan. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 5(2), 137-143.

Penulis:

Tusyanah Tusyanah, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Semarang, E-mail: tusyanah@mail.unnes.ac.id

Sri Utami, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Semarang, Semarang E-mail: sriutami@mail.unnes.ac.id

Edy Suryanto, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Semarang E-mail: edysuryanto@students.unnes.ac.id

Rizka Andriyati, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Semarang E-mail: rizkaandriyati@gmail.com

Moch Faizal Rachmadi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Semarang E-mail: faizal.rachmadi@students.unnes.ac.id

Bagaimana men-sitasi artikel ini:

Tusyanah, T., Utami, S., Suryanto, E., Andriyati, R., & Rachmadi, M.F. (2023). Pendampingan Digital Marketing (*Local Guide* dan Instagram) bagi Pokdarwis Kampung Tematik Jamrut Kota Semarang. *Jurnal Panrita Abdi*, 7(1), 28-37.