

MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI POTENSI DESA

Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom
FISIP Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
e-mail : insanromadhan@gmail.com

Abstract

Publication becomes a very important thing in introducing or promoting the potential of an area of any kind, be it the potential of human resources and the potential of natural resources. In the era of Internet technology that has not progressed as it is today, the first publication into an expensive thing to do, because in publishing an information can only through newspapers and television, but with advances in information technology, especially the internet makes anyone can publish any information very Easy and with very low cost too, especially with the development of social media. Social media is defined as an online medium where its users can easily participate. Participate in the sense that someone will easily share information, create content or content to be conveyed to others, comment on inputs received and so on. All can be done quickly and unlimited (Utari: 2011).

In the development of social media today almost all of the majority already have accounts in social media, but in reality majority social media users are still not aware to utilize social media for positive things. It is certainly less useful in the use of social media. Yet when viewed more deeply about the use of social media, many entrepreneurs who really use social media as a suggestion of their business promotion, whether it is business in the field of culinary, fashion, IT to tourism.

1. PENDAHULUAN

Publikasi menjadi hal yang sangat penting dalam mengenalkan ataupun mempromosikan potensi dari suatu daerah apapun itu, baik itu potensi sumber daya manusia maupun potensi sumber daya alam. Pada zaman teknologi internet yang belum maju seperti sekarang ini, dahulu publikasi menjadi sebuah hal yang mahal untuk dilakukan, karena dalam mempublikasikan suatu informasi hanya bisa melalui surat kabar dan televisi, akan tetapi dengan kemajuan teknologi informasi khususnya internet membuat siapapun bisa mempublikasikan informasi apapun dengan sangat mudah dan dengan biaya yang sangat murah juga, terlebih dengan berkembangnya media sosial. Media sosial yang diartikan sebagai sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seseorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten atau isi yang ingin disampaikan kepada orang lain, memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya. Semua dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas (Utari: 2011). Ada lagi yang menyatakan media sosial adalah perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet yang memudahkan semua orang

untuk berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi, dan membentuk suatu jaringan online, sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri (Zarella: 2010). Media sosial tersebut diantaranya seperti facebook, intagram, youtube, dll. Facebook adalah sebuah situs jejaring sosial yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk menjalin hubungan pertemanan dengan semua orang yang ada dibelahan dunia untuk dapat berkomunikasi satu dengan yang lainnya, facebook merupakan situs pertemanan yang dapat digunakan oleh manusia untuk bertukar informasi, berbagi foto, video dan lainnya (madcoms: 2010). Sedangkan instagram merupakan salah satu fitur yang dimiliki oleh telepon pintar. Instagram ini sendiri merupakan aplikasi handphone yang berbasis Android, selain itu Instagram juga merupakan aplikasi yang digunakan untuk menjepret foto, mengelola foto, mengedit foto, memberi efek filter pada foto dan membagikan foto tersebut kesemua orang. Sekarang Instagram tak hanya dapat membagikan foto saja, aplikasi ini juga dapat digunakan untuk mengunggah video selama 15 detik. Awalnya aplikasi ini lebih dominan digunakan bagi yang mempunyai kesenangan dalam mengambil foto dari telepon pintarnya kemudian membagikan hasil jepretannya ke Instagram. Foto-foto yang diunggah ini bisa saja berupa foto pemandangan, foto keluarga sanak saudara, foto koleksi buku, dan sebagainya. (Agustina: 2016). Yang terakhir youtube, youtube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Pada perkembangan media sosial saat ini hampir mayoritas semua sudah memiliki akun-akun di media sosial tersebut, akan tetapi pada kenyataannya pengguna media sosial mayoritas masih belum sadar untuk memanfaatkan media sosial untuk hal-hal yang positif, masih banyak pengguna media sosial yang hanya menggunakan untuk upload foto dirinya sendiri, video, ajang pameran dan bahkan yang paling ekstrim media sosial digunakan untuk menyebar kebencian. Hal tersebut tentu kurang bermanfaat dalam penggunaan media sosial. Padahal jika dilihat lebih mendalam lagi mengenai penggunaan media sosial, banyak pengusaha-pengusaha yang benar-benar memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi usaha mereka, baik itu usaha dibidang kuliner, fashion, IT sampai dengan pariwisata. Pengusaha-pengusaha yang menggunakan media sosial yang memanfaatkan untuk sarana promosi ini mayoritas banyak dilakukan untuk mensharingkan potensi-potensi usaha mereka, contohnya pada bidang kuliner, biasanya yang disharingkan adalah menu-menu unggulan yang di foto dengan sedemikian rupa sehingga menimbulkan daya tarik kepada calonkonsumen yang melihat, selain itu biasanya juga mensharingkan tatanan tempat yang unik di media sosial tersebut, kemudian pada bidang pariwisata selain spot-spot yang keren dan unik, biasanya juga mensharingkan foto-foto pengunjung yang datang di lokasi pariwisata tersebut serta menampilkan testimoni dari pengunjung. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi ini sering juga mendorong konsumen untuk mengupload foto dan video dengan menambahkan *hashtag*(#) identitas usaha, sehingga dalam waktu cepat usaha yang ada akan tersebar dan dilihat oleh banyak orang dan semua itu tanpa biaya apapun alias gratis. Selain itu kemudahan dan kesimpelan dalam penggunaannya yang ditawarkan oleh media sosial ini sangat membantu semua orang untuk melakukan promosi ataupun publikasi, Sehingga untuk melakukan publikasi menjadi hal sangat mudah untuk dilakukan. Semua manfaat dari penggunaan media sosial tersebut juga bisa digunakan sebagai publikasi untuk mengenalkan dan mempromosikan potensi yang dimiliki pada tiap-tiap daerah, sehingga potensi yang ada dapat dikenal oleh masyarakat luas. Indonesia yang dikenal memiliki potensi-potensi wisata yang khas pada tiap-tiap daerahnya tentu akan sangat terbantu dalam manfaat yang dimiliki dari media sosial, bisa dibayangkan bagaimana jika seluruh potensi wisata di tiap-tiap daerah di indonesia ini bisa dipublikasikan dan dipromosikan melalui media sosial,

maka seluruh masyarakat dunia akan terpana melihat betapa indahnya bumi indonesia ini. Akan tetapi sayangnya kesadaran akan kemajuan teknologi khususnya media sosial yang dipergunakan untuk sarana promosi potensi desa masing sangat kurang, terutama bagi masyarakat yang masih hidup di daerah pelosok ataupun pinggiran, padahal akses internet sudah cukup memadai, selain itu masing kurangnya pengetahuan bahwa media sosial juga bisa digunakan untuk sarana promosi potensi desa menjadi penyebab kurang maksimalnya penggunaan media sosial. Padahal potensi-potensi di tiap daerah sangat banyak. Hal tersebut juga terjadi di Desa Ngepung, Kecamatan Kedamean Gresik. Desa yang terletak kurang lebih 2 km dari ibukota Kecamatan Kedamean dan kurang lebih 30 km dari ibukota provinsi ini memiliki tiga dusun, yaitu dusun Ngepung, dusun Balekambang dan dusun Doro. Desa Ngepung ini juga memiliki sumber daya manusia dengan total penduduk 3180 jiwa dengan rincian pria sebanyak 1609 jiwa dan wanita sebanyak 1571 jiwa. Desa Ngepung ini memiliki banyak potensi diantaranya potensi wisata waduk, kemudian potensi religi pondok pesantren dan potensi pertanian kunir, cabai dan tebu. Berbagai potensi desa yang ada di desa Ngepung tersebut masih kurang maksimal dalam hal promosi, dikarenakan kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya mempublikasikan potensi desanya. Sehingga potensi yang ada di desa Ngepung tersebut kurang dapat dikenal oleh masyarakat luas. Padahal dengan berbagai potensi desa yang ada di desa Ngepung dengan didorong oleh promosi melalui publikasi di media sosial yang maksimal maka memungkinkan akan banyak masyarakat yang tertarik untuk berkunjung ke desa Ngepung, sehingga perekonomian desa juga akan meningkat. Berdasarkan hal tersebut dibuatlah program penyuluhan melek media sosial sebagai sarana promosi potensi desa di Desa Ngepung, Kecamatan Kedamean, Gresik. Tujuan dari program ini adalah untuk dapat menyadarkan masyarakat desa Ngepung bahwa media sosial sangat berguna dalam mempromosikan potensi desa. Bagaimana agar masyarakat desa sadar, yaitu dengan membuat penyuluhan mengenai media sosial sebagai sarana promosi potensi desa khususnya facebook, instagram dan youtube. Mengapa memilih facebook, instagram dan youtube? Hal tersebut dikarenakan ketiga media sosial tersebut dianggap yang paling berkembang dan mewakili konten jaringan, foto dan video serta yang dianggap paling mudah dalam pengoperasiannya. Sehingga hal tersebut mempermudah dalam membina masyarakat desa Ngepung dalam mengoperasikan media sosial.

2. METODE

Pada program kegiatan media sosial sebagai sarana promosi potensi desa di Desa Ngepung, Kecamatan Kedamean, Gresik ini dilakukan dengan cara penyuluhan, yaitu memberikan penjelasan kepada masyarakat mengenai manfaat media sosial khususnya facebook, instagram dan youtube dalam mempromosikan potensi desa. Selain itu ada juga yang menyatakan bahwa penyuluhan dalam arti umum adalah ilmu sosial yang mempelajari sistem dan proses perubahan pada individu serta masyarakat agar dapat terwujud perubahan yang lebih baik sesuai dengan yang diharapkan (Setiana. L: 2005). Sasaran peserta dari penyuluhan ini adalah masyarakat dari desa Ngepung yang memiliki banyak waktu luang atau yang tidak bekerja di Desa Ngepung, mengapa memilih peserta tersebut dikarenakan agar dapat maksimal dalam melakukan publikasi dan promosi potensi desa nantinya, karena berdasarkan observasi yang dilakukan masyarakat yang bekerja hampir semua ke luar desa. Selain itu yang pertama kali diprioritaskan dalam penyuluhan ini adalah remaja di desa Ngepung, hal tersebut dikarenakan dianggap sudah familiar dengan media sosial, sehingga ketika

remaja di desa Ngepung sudah mulai memahami pentingnya media sosial sebagai sarana promosi potensi desa, maka ketika melakukan penyuluhan kepada orang yang bukan remaja akan lebih mudah dikarenakan remajanya dapat membantu meyakinkan dan mendorong masyarakat desa Ngepung untuk ikut bersama dalam berpartisipasi dalam mempromosikan potensi desanya. Cara memilih responden menggunakan purposive sampling, yang dimana pemilihan respondennya dilakukan dengan cara kesengajaan (non-random). Hal tersebut dilakukan karena dalam penyuluhan yang dilakukan sasaran respondennya sudah ditentukan guna untuk memaksimalkan pelaksanaan penyuluhan sehingga tepat sasaran. Pelaksanaan dilakukan pada hari minggu, 7 mei 2017. Pukul 09,00 WIB, Bertempat di balai desa Ngepung, Kecamatan Kedamean, Gresik. Pelaksanaan dibagi menjadi tiga sesi dengan sesi pertama materi mengenai facebook, sesi kedua materi mengenai instagram dan sesi ketiga materi mengenai youtube. Sebelum mulai penyuluhan peserta dibagikan pre-test untuk mengetahui pemahaman peserta sebelum penyuluhan terkait dengan media sosial, setelah penyuluhan selesai peserta diminta untuk mengisi post-test yang bertujuan untuk mengetahui pemahaman peserta setelah penyuluhan dilakukan. Diharapkan mampu untuk memberikan berbagai pandangan kepada masyarakat desa Ngepung dalam penyampaian materi media sosial sebagai sarana promosi potensi desa. Teknik analisis datanya menggunakan rekapitulasi data dari hasil pre-test dan post-test yang dilakukan pada responden peserta penyuluhan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penyuluhan media sosial sebagai sarana promosi potensi desa di Desa Ngepung, Kecamatan Kedamean, Gresik yang sudah dilakukan Berdasarkan hasil pre-test dan post-testnya dari peserta penyuluhan yang berjumlah 25 orang dapat dikatakan cukup berhasil, mayoritas dari yang sebelumnya masih sedikit yang mengetahui bahwa media sosial bisa digunakan sebagai promosi potensi desa menjadi banyak yang sudah memahami, pun demikian dari yang sebelumnya kurang memahami media sosial menjadi banyak yang memahami, berikut hasil dari pre-test dan post-test dari peserta penyuluhan melek media sosial sebagai sarana promosi potensi desa di Desa Ngepung, Kecamatan Kedamean, Gresik.

Tabel 4.1. Pre-Test

NO	PERNYATAAN	PRE TEST				
		sangat mengetahui	mengetahui	cukup mengetahui	kurang mengetahui	tidak mengetahui
1	Apakah anda mengetahui internet	(1)	(9)	(10)	(5)	(0)
2	Apakah anda mengetahui media sosial	(0)	(11)	(10)	(4)	(0)

3	Apakah anda mengetahui gambar ini (logo facebook)	sangat mengetahui (2)	mengetahui (12)	cukup mengetahui (6)	kurang mengetahui (5)	tidak mengetahui (0)
4	Apakah anda mengetahui gambar ini (logo instagram)	sangat mengetahui (3)	mengetahui (2)	cukup mengetahui (2)	kurang mengetahui (9)	tidak mengetahui (9)
5	Apakah anda mengetahui gambar ini (logo youtube)	sangat mengetahui (2)	mengetahui (15)	cukup mengetahui (3)	kurang mengetahui (5)	tidak mengetahui (0)
6	Apakah anda mengetahui media sosial facebook	sangat mengetahui (4)	mengetahui (9)	cukup mengetahui (6)	kurang mengetahui (4)	tidak mengetahui (2)
7	Apakah anda pengguna (memiliki akun) media sosial facebook	Ya (14)		Tidak (11)		
8	Apakah anda sering menggunakan media sosial facebook	sangat sering (1)	sering (5)	cukup sering (5)	kurang sering (8)	tidak pernah (6)
9	Hal apa yang ditonjolkan dalam media sosial facebook	Tulisan (0)	Jaringan (4)	Foto (20)	Video (1)	
10	Apakah anda mengetahui bahwa media sosial facebook bisa digunakan untuk sarana promosi	sangat mengetahui (1)	mengetahui (3)	cukup mengetahui (7)	kurang mengetahui (10)	tidak mengetahui (4)
11	Apakah anda mengetahui media sosial instagram	sangat mengetahui (3)	mengetahui (5)	cukup mengetahui (2)	kurang mengetahui (6)	tidak mengetahui (9)
12	Apakah anda pengguna	Ya (6)		Tidak (19)		

Media sosial sebagai sarana promosi potensi desa

	(memiliki akun) media sosial instagram					
13	Apakah anda sering menggunakan media sosial instagram	sangat sering (2)	sering (2)	cukup sering (1)	kurang sering (3)	tidak pernah (17)
14	Hal apa yang ditonjolkan dalam media sosial instagram	Tulisan (3)	Jaringan (2)	Foto (19)	Video (1)	
15	Apakah anda mengetahui bahwa media sosial instagram bisa digunakan untuk sarana promosi	sangat mengetahui (1)	mengetahui (1)	cukup mengetahui (4)	kurang mengetahui (6)	tidak mengetahui (13)
16	Apakah anda mengetahui media sosial youtube	sangat mengetahui (3)	mengetahui (14)	cukup mengetahui (4)	kurang mengetahui (3)	tidak mengetahui (1)
17	Apakah anda pengguna (memiliki akun) media sosial youtube	Ya (7)		Tidak (18)		
18	Apakah anda sering menggunakan media sosial youtube	sangat sering (2)	sering (11)	cukup sering (6)	kurang sering (4)	tidak pernah (2)
19	Hal apa yang ditonjolkan dalam media sosial youtube	Tulisan (0)	Jaringan (0)	Foto (0)	Video (25)	
20	Apakah anda mengetahui bahwa media sosial	sangat mengetahui (1)	mengetahui (4)	cukup mengetahui (4)	kurang mengetahui (11)	tidak mengetahui (5)

	youtube bisa digunakan untuk sarana promosi					
--	---	--	--	--	--	--

Tabel 4.2. Post-Test

NO	PERNYATAAN	POST-TEST				
1	Apakah anda mengetahui internet	sangat mengetahui (2)	mengetahui (20)	cukup mengetahui (3)	kurang mengetahui (0)	tidak mengetahui (0)
2	Apakah anda mengetahui media sosial	sangat mengetahui (5)	mengetahui (19)	cukup mengetahui (1)	kurang mengetahui (0)	tidak mengetahui (0)
3	Apakah anda mengetahui gambar ini (logo facebook)	sangat mengetahui (8)	mengetahui (16)	cukup mengetahui (1)	kurang mengetahui (0)	tidak mengetahui (0)
4	Apakah anda mengetahui gambar ini (logo instagram)	sangat mengetahui (6)	mengetahui (16)	cukup mengetahui (3)	kurang mengetahui (0)	tidak mengetahui (0)
5	Apakah anda mengetahui gambar ini (logo youtube)	sangat mengetahui (7)	mengetahui (18)	cukup mengetahui (0)	kurang mengetahui (0)	tidak mengetahui (0)
6	Apakah anda mengetahui media sosial facebook	sangat mengetahui (7)	mengetahui (17)	cukup mengetahui (1)	kurang mengetahui (0)	tidak mengetahui (0)
7	Apakah anda pengguna (memiliki akun) media sosial facebook	Ya (11)		Tidak (14)		
8	Apakah anda sering menggunakan media sosial facebook	sangat sering (2)	sering (8)	cukup sering (5)	kurang sering (5)	tidak pernah (5)
9	Hal apa yang ditonjolkan	Tulisan (2)	Jaringan (21)	Foto (2)	Video (0)	

	dalam media sosial facebook					
10	Apakah anda mengetahui bahwa media sosial facebook bisa digunakan untuk sarana promosi	sangat mengetahui (1)	mengetahui (15)	cukup mengetahui (5)	kurang mengetahui (3)	tidak mengetahui (1)
11	Apakah anda mengetahui media sosial instagram	sangat mengetahui (2)	mengetahui (19)	cukup mengetahui (3)	kurang mengetahui (0)	tidak mengetahui (1)
12	Apakah anda pengguna (memiliki akun) media sosial instagram	Ya (6)		Tidak (19)		
13	Apakah anda sering menggunakan media sosial instagram	sangat sering (2)	sering (5)	cukup sering (0)	kurang sering (4)	tidak pernah (14)
14	Hal apa yang ditonjolkan dalam media sosial instagram	Tulisan (0)	Jaringan (1)	Foto (24)	Video (0)	
15	Apakah anda mengetahui bahwa media sosial instagram bisa digunakan untuk sarana promosi	sangat mengetahui (1)	mengetahui (11)	cukup mengetahui (10)	kurang mengetahui (3)	tidak mengetahui (0)
16	Apakah anda mengetahui media sosial youtube	sangat mengetahui (5)	mengetahui (19)	cukup mengetahui (1)	kurang mengetahui (0)	tidak mengetahui (0)
17	Apakah anda pengguna (memiliki akun) media	Ya (6)		Tidak (19)		

	sosial youtube					
18	Apakah anda sering menggunakan media sosial youtube	sangat sering (2)	sering (15)	cukup sering (5)	kurang sering (3)	tidak pernah (0)
19	Hal apa yang ditonjolkan dalam media sosial youtube	Tulisan (0)	Jaringan (1)	Foto (0)	Video (24)	
20	Apakah anda mengetahui bahwa media sosial youtube bisa digunakan untuk sarana promosi	sangat mengetahui (5)	mengetahui (13)	cukup mengetahui (6)	kurang mengetahui (1)	tidak mengetahui (0)

KESIMPULAN

Berdasarkan penyuluhan yang sudah dilakukan masyarakat dapat menerima dengan baik informasi dan materi yang disampaikan dengan catatan cara penyampaian dan metode dalam pelaksanaan penyuluhan dapat dilakukan semenarik mungkin dan sesuai dengan kondisi di tempat tersebut, sehingga materi yang disampaikan dapat diterima secara maksimal oleh masyarakat tersebut. Untuk penyuluhan melek media sosial sebagai sarana promosi potensi desa berdasarkan hasil pre-test dan post-test dapat dikatakan cukup berhasil

REFERENSI

- Agustina. 2016. Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 2016, 4(3): 410-420 ISSN 2502-597X.
- Madcoms. 2010. *Facebook, Twitter dan Plurk dalam Satu Genggaman*. Yogyakarta: ANDI
- Utari, Prahastiwi. 2011. Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi. Yogyakarta: Aspikom
- Zarella, D. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI