



PKM PENGUATAN DIGITAL MARKETING DAN KONTEN KREATIF DI DESA WISATA MALAKA, LOMBOK UTARA

Oleh

Muhammad Rizqiyans Ansoni¹, Ajuar Abdullah^{2*}, Iryawati³, Nurul Hikmah⁴, Febi Putri Kuncoro⁵, Ricel Mutia Aspri⁶, Nyoman Aswamedhika Pramana⁷, Andika Saputra⁸, Yurian Aditya⁹, Nuratikah¹⁰, Khairul Wathoni¹¹, Awan Setiawan¹²

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email: ^{2*}ajuarabdullah@gmail.com

Article History:

Received: 03-02-2024

Revised: 13-03-2024

Accepted: 22-03-2024

Keywords:

Digitalisasi, Konten Kreatif,
Malaka

Abstract: Desa wisata Malaka memiliki kekayaan potensi alam dan budaya Bahari yang telah dikembangkan oleh pengelola wisata, seperti konservasi penyu, terumbu karang, rumput laut, pasir, snorkeling, diving, sunset, kuliner pesisir, ritual dan tradisi masyarakat pesisir, dan atraksi wisata lainnya. Namun atraksi ini tidak didukung dengan promosi yang terencana dan sistematis, sehingga berdampak pada rendahnya angka kunjungan wisatawan di desa Malaka. Kurangnya promosi ini menjadi program utama KKNT STP Mataram 2023 dan mendapat dukungan penuh dari semua stakeholders desa Malaka. Program kerja dilaksanakan menggunakan metode pelatihan dan pendampingan yang dirumuskan dalam 3 tahap, yaitu; perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil pelaksanaan program KKNT adalah desa wisata Malaka memiliki SDM yang dapat mengolah sosial media dan membuat konten kreatif untuk promosi desa wisata Malaka. Dengan demikian melalui sosial media diharapkan mendorong angka peningkatan kunjungan wisatawan ke Desa Malaka. Kesimpulan pelaksanaan KKNT STP Mataram 2023 di Desa Malaka adalah promosi pemasaran dapat berjalan dengan baik ketika direncanakan, disiapkan SDM, peralatan promosi, dan keaktifan sosial media seperti TikTok, Instagram dan sosial media lainnya dapat memberikan dampak positif pada pengembangan pariwisata di Desa Malaka.

PENDAHULUAN

Desa Malaka adalah salah satu desa yang ada di wilayah Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara. Desa Malaka terletak di ujung barat Kabupaten Lombok Utara, berbatasan antara Kabupaten Lombok Utara dan Kabupaten Lombok Barat. Desa ini memiliki potensi wisata bahari dengan tofografi desa didominasi oleh perbukitan dan daerah pesisir yang memiliki 11 dusun terdiri dari dusun Badung, dusun Teluk Borok, dusun Teluk Kodek, dusun Teluk Nara, dusun Kecinan, dusun Klui, dusun Mentigi, dusun Pandanan, dusun



Setangi, dusun Nipah, dan dusun Malimbu.

Penduduk desa bermukim di sepanjang dataran pantai dan mayoritas bermata pencarian sebagai nelayan. Hasil tangkapan para nelayan sebagian dijual dan sebagian lagi diolah untuk lauk pauk makanan keluarga. Sebagai desa pesisir, tentu Malaka memiliki kekayaan potensi laut yang dapat dikembangkan sebagai atraksi wisata. Keragaman potensi seperti pasir hitam kecoklatan yang luas, terumbu karang, keragaman jenis ikan, rumput laut, budidaya mutiara, dan ekosistem penyu menghiasa desa Malaka. Seperti halnya pokdarwis dan masyarakat Malaka melestarikan penyu di Pantai Nipah sebagai kawasan konservasi dibawa binaan Dinas Perikanan Lombok Utara. Konservasi Penyu di desa Malaka terus mengalami perkembangan dan menjadi salah satu media belajar bagi para pelajar dan mahasiswa serta berbagai lembaga pencinta alam yang ada di berbagai daerah di Indonesia.

Selain ekosistem laut, Malaka juga memiliki keragaman potensi budaya seperti makanan khas masyarakat pesisir, keragaman adat istiadat dan ritual khas masyarakat pesisir, industry kreatif seperti pembuatan cobek dari batu hingga minyak *Virgin Coconut Oil* (CVO). Kekayaan potensi ini mendorong desa Malaka ditetapkan sebagai desa wisata pada tahun 2019. Pasca penetapan sebagai desa wisata, masyarakat bersama dengan pokdarwis terus melakukan pembenahan dan pengembangan potensi tersebut hingga menjadi salah satu objek wisata tujuan wisatawan.

Namun dalam proses pengembangan desa wisata, aspek bisnis dalam pariwisata cenderung terabaikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan pengembangan produk wisata, Pembangunan tempat yang nyaman, harga paket wisata yang murah, tidak didukung dengan kekuatan promosi yang terencana dengan baik. Sehingga berdampak pada kualitas desa Malaka sebagai desa wisata. Dalam konteks promosi, desa wisata Malaka masih diperhadapkan dengan problem kurangnya pemanfaatan digitalisasi seperti Instagram, youtube, facebook, hingga tiktok. Hal ini disebabkan rendahnya pemahaman terkait dengan pembuatan konten kreatif, hingga tidak adanya tim promosi pemasaran. Dampak dari kurangnya promosi pemasaran pariwisata di desa wisata Malaka adalah rendahnya angka kunjungan wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal.

Pelaksanaan KKNT STP Mataram di desa Malaka tahun 2023 adalah upaya untuk bersama masyarakat serta pengelola wisata untuk mengembangkan desa wisata Malaka dengan penguatan digital marketing dan konten kreatif terintegrasi antar berbagai daya tarik di Desa Wisata. Dengan demikian, harapannya dengan pemanfaatan digital marketing dapat berdampak positif pada peningkatan angka kunjungan wisatawan dan desa wisata Malaka semakin dikenal di dunia internasional.

METODE

Program KKNT STP Mataram yang akan dilaksanakan di desa wisata Malaka menggunakan metode pelatihan dan pendampingan dengan program utama digital marketing dengan kelompok sasaran adalah masyarakat di 11 Dusun, Pokdarwis, Pemerintah Desa Malaka dan UMKM di Desa Malaka. Untuk mensukseskan program KKNT, dibutuhkan perencanaan yang sistematis dengan baik. Pada tahap perencanaan, KKNT menyiapkan proposal guna mendukung kesuksesan program kerja dengan judul "*Penguatan Digital Marketing Dan Konten Kreatif Di Desa Wisata Malaka*".

Pada kegiatan pelaksanaan KKN Tematik di Desa Malaka ada beberapa program kerja yang akan dilakukan, diantaranya: pertama Program Pokok yaitu daya tarik wisata dan



digital konten kreatif; kedua, Program Penunjang; dan ketiga, Program Pendukung. Adapun metode pelaksanaan program kerja seperti dalam tabel dibawa ini:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Program Kerja

No	Nama Bidang	Program	Metode Pelaksanaan
1	Daya Tarik Wisata	Pembuatan Profil Desa Wisata Malaka	Survei, Observasi dan Diskusi
		Clean Up Objek Wisata di Desa Wisata Malaka	Pembersihan
2	Digital dan Konten Kreatif	Pelatihan manajemen akun sosial media dan manajemen konten kreatif	Presentasi dan Diskusi
		Pembuatan konten video TikTok dan akun media sosial guna mempromosikan daya tarik wisata di desa Malaka.	Membuat konsep video & Take video
3	Pengembangan SDM Pariwisata	Mengajar Bahasa Inggris dan Bahasa Arab	Materi, Diskusi, dan Latihan Speaking

Waktu Pelaksanaan

Pelaksanaan KKNT STP Mataram Tahun 2023 di desa wisata Malaka akan dilaksanakan pada tanggal 23 Oktober 2023 – 08 Desember 2023.

HASIL

Profil Masyarakat Sasaran

Desa Malaka adalah desa yang masyarakatnya membangun pemukiman di sepanjang pesisir Pantai. Hal ini berbeda dengan desa pesisir lainnya di Pulau Lombok yang pemukiman penduduk lebih banyak mendiami kawasan pesisir dan mengarah ke lereng perbukitan. Sehingga terdapat dua kategori yaitu masyarakat pesisir dan masyarakat pedalaman. Sedangkan masyarakat Malaka hanya masuk satu kategori yaitu masyarakat pesisir.

Keadaan topografis dan kondisi alam membentuk budaya masyarakat Malaka sebagai budaya Bahari yang unik dan kaya akan nilai-nilai kearifan lokal. Budaya Bahari menjadi grand budaya yang membentuk budaya turunan lainnya seperti ritual nyelamat laut yang sering dilaksanakan di waktu-waktu tertentu dan ragam tradisi budaya masyarakat pesisir Malaka lainnya. Selain itu, budaya bahari menjadi referensi bagi para pelaku UMKM dalam mengemas produk dengan kekhasan kebaharian, seperti makanan lokal pisang molen yang mirip dengan ekosistem pesisir seperti kerang, serta makanan berbasis ikan. Adapun pengembangan industry kreatif seperti kerajinan tradisional cobek dari batu yang telah ada sejak jaman dulu hingga saat ini, Virgin Coconut Oil (VCO), dan produk UMKM lainnya.

Selain kekayaan budaya, Desa Wisata Malaka memiliki kekayaan ragam atraksi pesisir seperti keindahan pantai dengan pasir kecoklatan yang memanjang sepanjang pesisir Pantai. Hal ini menjadi daya tarik bagi wisatawan yang ingin melakukan aktivitas bermain pasir dan bermain air laut. Begitu juga dengan matahari terbit dan terbenam yang memberikan



keindahan menakjubkan bagi wisatawan. Kekayaan ekosistem laut menambah kebanggaan bagi wisatawan; rumput laut yang luas, padang lamun, keragaman ikan, konservasi penyu, pelestarian kerang mutiara, hingga terumbu karang yang beragam jenis sebagai tempat berkembang biak beragam ekosistem laut.

Namun, kekayaan potensi tersebut diatas belum memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Hal ini dikarenakan, dalam proses pengembangan desa wisata, salah satu aspek yang belum dimanfaatkan dengan baik adalah aspek promosi desa wisata Malaka. Pengelola desa wisata Malaka sampai saat ini belum memaksimalkan pemanfaatan sosial media sebagai instrument promosi. Hal ini dapat dilihat dari berbagai akun sosial media yang telah dibuat tidak dirawat dan tidak ada update informasi setiap hari. Hal ini menunjukkan bahwa pihak pengelola abai terhadap digitalisasi. Belum dimaksimalkannya pemanfaatan digitalisasi disebabkan banyak faktor; kurangnya pengetahuan terkait dengan penggunaan teknologi digital, konten kreatif, dan strategi mempromosikan konten kreatif tersebut. Ketidaktahuan ini menjadi problem yang menarik bagi mahasiswa KKNT STP Mataram 2023 untuk ditetapkan sebagai program utama pengembangan desa Malaka. Kehadiran mahasiwa KKNT tentu mendapat respon positif dari semua stakeholders desa karena sangat membantu pengelola desa dalam pengembangan pariwisata di desa Malaka.

PEMBAHASAN

Pada pelaksanaan KKNT di desa wisata Malaka melewati tiga tahap yaitu; persiapan, pelaksanaan, dan rekomendasi.

Tahap Pertama; Persiapan. Pada tahap ini, mahasiswa peserta KKNT STP Mataram melakukan observasi dan wawancara dengan pemerintah desa, pokdarwis, BUMDES, Karang Taruna, kepala dusun se desa Malaka, dan Ibu-Ibu PKK Desa Malaka. Pada tahap ini tujuan yang ingin didapatkan adalah data terkait dengan problem pengembangan desa wisata Malaka dari aspek digital dan konten kreatif. Tahap pertama ini dilanjutkan dengan observasi dan wawancara kepada masyarakat desa dengan cara melakukan silaturahmi dari rumah ke rumah yang dipilih secara acak.

Setelah semua data observasi dan wawancara telah dikumpulkan, selanjutnya adalah perumusan program kerja dalam bentuk proposal perencanaan program kerja konten kreatif desa wisata. Program ini kemudian di seminarkan di depan semua stakeholders internal dan eksternal desa wisata, sekaligus penyerahan proposal perencanaan program kerja KKNT STP Mataram tahun 2023.

Tahap Kedua, Pelaksanaan. Pada tahap ini, Tim KKNT STP Mataram bersama dengan pemerintah desa, pokdarwis, masyarakat desa dan stakeholders pendukung lainnya melaksanakan program kerja pokok, program kerja penunjang dan program kerja pendukung yang telah dirumuskan sebelumnya, melalui metode pelatihan dan pendampingan. Tahap ini diawali dengan identifikasi potensi alam, budaya, dan buatan yang ada di desa Malaka. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa desa Malaka bukan hanya memiliki pantai yang indah, tetapi juga kaya budaya dan industry kreatif.



Gambar 1. Keindahan Pantai di Desa Malaka
(Dok. KKNT STP Mataram, 2023)

Industry kreatif yang digerakkan oleh UMKM seperti Industri pembuatan cobek dari batu, dan *Minyak Virgin Coconut Oil (CVO)* yang ada di desa wisata Malaka dan telah mengalami perkembangan pesat. Usaha UMKM ini dikelola secara individu namun tetap melakukan komunikasi dengan pengelola desa wisata dan pemerintah desa Malaka. Hal ini dilakukan sebagai upaya mendukung desa wisata dan masuk sebagai atraksi wisata desa Malaka.



Gambar 2. Cobek Produk UMKM Desa Malaka
(Dok. KKNT STP Mataram, 2023)



Gambar 3. Konservasi Penyu
(Dok. KKNT STP Mataram, 2023)

Selain itu, di desa Malaka juga terdapat ekosistem purba yang dilestarikan seperti penyus di kawasan konservasi penyus. Pengelola penyus adalah sekelompok anak muda yang juga adalah pokdarwis desa Malaka. Hasil identifikasi kekayaan potensi wisata di desa Malaka, selanjutnya tim KKNT STP Mataram melaksanakan program pokok, penunjang dan pendukung dalam pengembangan digital marketing dan konten kreatif. Ragam program tersebut terdiri dari:

Digital dan Konten Kreatif.

Pengetahuan terkait dengan penggunaan alat digital seperti camera digital, drone, sangat penting dimiliki oleh pengelola desa wisata Malaka. Begitu juga pengetahuan terkait dengan editan dan pembuatan konten kreatif serta penggunaan media sosial jauh lebih penting lagi. Kedua pengetahuan ini jika dimiliki oleh pengelola desa wisata dan dilakukan secara terencana, maka desa wisata dapat dikenal oleh masyarakat luas dan sangat berdampak pada angka kunjungan wisatawan. Hal ini mendorong KKNT STP Mataram untuk melakukan program ini dengan berfokus pada penyediaan SDM pariwisata digital desa Malaka dan pembuatan akun media sosial khususnya tik tok resmi untuk digunakan sebagai instrument promosi desa wisata Malaka.

Profile Desa Wisata Malaka

Sebagai desa wisata, desa Malaka belum memiliki profil desa yang lengkap dan sistematis. Padahal komponen ini penting untuk dimiliki setiap desa wisata. Profil desa ini menjelaskan secara menyeluruh tentang historisitas desa wisata, potensi dan daya tarik desa wisata, aksesnya, amenitas, serta kelembagaan pengelola desa wisata. Pembuatan profil desa ini diawali dari survey lokasi objek wisata untuk mendapatkan data terkait dengan daya tarik, akses, dan ketersediaan akomodasi di objek wisata tersebut. Selanjutnya adalah wawancara dengan informan terkait untuk mendapatkan data tentang historisitas desa wisata, dan kelembagaan. Akhir dari proses ini adalah penyusunan profil desa yang lengkap.

Pembuatan Akun TikTok Desa Wisata Malaka

KKNT STP Mataram membuat akun TikTok sebagai media promosi desa wisata Malaka. Akun ini akan diserahkan kepada pengelola desa wisata Malaka saat penarikan KKNT STP Mataram 2023.



Gambar 4. Tangkapan Layar Akun TikTok Desa Wisata Malaka
(Dok. KKNT STP Mataram, 2023)

Pelatihan Konten Kreatif.

Program ini dilakukan untuk menyediakan SDM Pariwisata digital desa wisata Malaka yang akan mengelolah akun media sosial sebagai instrument promosi desa wisata. Pelatihan ini dilakukan di aula kantor desa, dengan sasaran kegiatan adalah UMKM, pokdarwis, BUMDES, pengelola konservasi penyu, dan pemerintah desa. Pelatihan ini menghadirkan narasumber yang kompeten yaitu dari Eksplor Lombok yang memberikan pengetahuan terkait dengan penggunaan teknologi digital dan pembuatan konten kreatif.

Pelatihan ini mendapatkan respon positif dari masyarakat dikarenakan dengan pelatihan ini pengelola desa wisata Malaka dapat mengetahui cara penggunaan teknologi digital dan strategi pembuatan konten kreatif. Akhir dari pelatihan ini adalah pembentukan kelompok digital marketing desa wisata. Harapannya dengan adanya kelompok ini maka program promosi desa wisata berbasis digital dapat dilaksanakan secara trencana dan sistematis.



Gambar 5. Pelatihan Digital dan Konten Kreatif
(Dok. KKNT STP Mataram, 2023)

Clean Up

Promosi adalah tahap akhir dari strategi marketing (4p) sehingga kesiapan objek sangat penting untuk dilakukan, salah satunya adalah *clean up* objek wisata. Selain itu, aspek kebersihan menjadi komponen yang penting bagi wisatawan. *Clean up* ini dilaksanakan 1 kali dalam seminggu, dan bertempat di berbagai objek wisata di desa Malaka yang dipilih sesuai dengan volume sampah, baik objek wisata pantai maupun wisata alam lainnya. Pelaksanaan program pembersihan objek wisata ini diikuti oleh kelompok sadar wisata desa, UMKM di kawasan pesisir Pantai, pemerintah desa, dan masyarakat desa Malaka.



Gambar 6. Clean Up di salah satu objek wisata Pantai Desa Malaka
(Dok. KKNT STP Mataram, 2023)

Mengajar Bahasa Inggris dan Bahasa Arab.



Keberadaan wisatawan mancanegara di desa wisata Malaka mendorong para pelajar SD dan SMP untuk bisa berkomunikasi dengan menggunakan Bahasa Inggris atau Bahasa Arab. Kaingin ini direspon oleh KKNT STP Mataram dengan melaksanakan kursus Bahasa Inggris dan Bahasa Arab. Kursus ini berjalan dengan efektif hingga penarikan peserta KKNT STP Mataram. Respon Masyarakat dan peserta kursus sangat baik, karena dengan pengetahuan dasar Bahasa Inggris dan Bahasa Arab ini dapat membangun rasa percaya diri dan semangat dalam berkomunikasi dengan wisman dan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.



Gambar 7. Kursus Bahasa Arab dan Bahasa Inggris
(Dok. KKNT STP Mataram, 2023)

Tahap ketiga, Evaluasi. Pada tahap ini Tim KKNT STP Mataram melakukan evaluasi yakni aspek keberhasilan dan rekomendasi untuk langkah pengembangan di masa depan.

Sebagai desa yang memiliki kekayaan ragam potensi alam dan budaya tentu dalam pengembangannya membutuhkan perencanaan yang sistematis dan terintegrasi sehingga kekayaan potensi tersebut dapat dikembangkan dengan baik. Pengembangan pariwisata melalui manajemen yang terencana dengan 4 tahapan, yaitu; pengemasan produk, penyediaan tempat, penetapan harga yang terjangkau, dan program promosi wisata. Sebagai desa wisata pesisir, desa Malaka telah memenuhi ketiga syarat sebelumnya yaitu pengemasan produk, penyediaan tempat dan penetapan harga. Sekalipun produk wisata yang ada di desa wisata Malaka belum tertata dengan baik, dan belum dikelola dengan manajemen maksimal, namun secara umum produk wisata tersebut telah berkembang dengan baik. Sedangkan pada aspek promosi pariwisata, pengelola desa wisata Malaka masih abai dengan program promosi tersebut. Padahal pariwisata adalah industry bisnis, sebagai industry bisnis, pariwisata dalam pengembangannya membutuhkan strategi pemasaran bisnis seperti yang dirumuskan oleh Kotler dengan 4p; *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat/saluran distribusi) dan *Promotion* (promosi). Promosi menjadi penentu dalam pengembangan kawasan pariwisata, karena tanpa promosi, wisatawan tidak akan mengetahui objek tersebut dan memutuskan untuk melakukan perjalanan wisata ke objek



tersebut. Keputusan wisatawan tentu mempertimbangkan semua aspek, baik sosiologis, ekonomi, budaya, sosial, hingga aspek sapa pesona. Program promosi yang baik dapat menciptakan *image* yang baik untuk mendorong atau memotivasi wisatawan dalam memutuskan perjalanan wisata.

Dalam promosi pariwisata, dapat dilakukan dengan dua strategi yakni, promosi konvensional dan promosi digital. Strategi konvensional seperti lewat surat kabar, iklan tv, atau brosur wisata. Adapun strategi digital adalah melalui konten kreatif di berbagai media sosial Instagram, facebook, youtube, hingga tik tok. Berbagai platform digital ini dapat menjangkau jutaan pengguna sosial media di Indonesia bahkan di dunia jika dikelola berbasis pengetahuan. Pengelolaan berbasis pengetahuan ini masih minim dimiliki oleh pengelola desa wisata Malaka. Hal ini menyebabkan pengelola desa wisata Malaka belum memaksimalkan program promosi desa wisata melalui digitalisasi. Problem inilah yang mendorong tim KKNT STP Mataram untuk menyusun profil desa wisata Malaka. Penyusunan profil wisata ini bertujuan untuk mendata beragam potensi alam, budaya, dan buatan yang memiliki daya atraksi wisata untuk dikemas sebagai produk wisata desa Malaka. Dari profil tersebut, tim KKNT STP Mataram melakukan pelatihan manajemen akun sosial media dan manajemen konten kreatif dengan tujuan untuk menyiapkan sumber daya manusia di bidang digital untuk mengolah berbagai akun media sosial yang dibuat oleh KKNT STP Mataram. Dari pelatihan ini, terbentuklah kelompok digital marketing desa wisata Malaka dan pembuatan akun tik tok resmi sebagai media utama promosi desa wisata Malaka.

Promosi pariwisata adalah promosi kebenaran objek wisata. Apa yang dipromosikan harus sesuai dengan realitas objek wisata tersebut. Untuk mencapai target tersebut, maka KKNT STP Mataram bersama pengelola desa wisata Malaka, pemerintah desa, dan Masyarakat melakukan *Clean Up* berbagai objek wisata di Desa wisata Malaka. Selain itu, untuk dapat memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan, maka dilaksanakan kursus Bahasa Inggris dan Bahasa Arab kepada generasi muda dan anak-anak di desa Malaka. Kursus ini dilakukan guna masyarakat berperan bukan sebagai penonton tetapi dapat berperan aktif (pelaku) dalam melakukan pelayanan dan pengembangan pariwisata di Malaka.

Berbagai program konten kreatif khususnya Tik Tok yang telah dibuat oleh KKNT STP Mataram dalam setiap tayang berhasil mendapatkan penonton 43,5 ribu orang. Jangkauan yang begitu luas tentu sangat berdampak pada branding desa wisata Malaka sebagai desa wisata Bahari dan mendorong angka kunjungan ke desa Malaka. Kelompok digital marketing yang telah dibentuk bersama agar terus aktif untuk mengolah berbagai konten menarik sehingga dapat menaikkan nama besar desa Malaka di tingkat internasional. Keberhasilan pengembangan desa Malaka sebagai desa wisata tentu membutuhkan kerjasama semua pihak; pemerintah desa, pokdarwis, BUMDES, pelaku UMKM, dan berbagai stakeholders untuk saling membangun sinergitas sehingga semua tahapan pengembangan pariwisata dapat dilaksanakan dengan baik dan sukses.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) STP Mataram yang dilaksanakan di Desa Malaka, Kecamatan Pemenang, Kabupaten Lombok Utara selama 45 hari (6 minggu) dimulai pada 23 Oktober dan berakhir pada 08 Desember 2023. Program kerja yang dilaksanakan sesuai dengan proposal perencanaan KKNT STP Mataram, dan dapat



disimpulkan bahwa

1. Pada umumnya semua program kerja KKNT STP Mataram dapat terlaksana dengan baik, antusias pemerintah desa, pokdarwis, BUMDES, komunitas serta warga desa dalam mengikuti kegiatan - kegiatan yang dilakukan juga sangat baik, sehingga program yang dilaksanakan dapat terlaksana dengan lancar sesuai dengan yang direncanakan.
2. Desa Malaka adalah salah satu desa yang memiliki kekayaan potensi wisata alam Bahari dan wisata budaya masyarakat pesisir yang unik dan menarik, seperti keunikan Pantai dengan segala daya tariknya, keunikan budaya pesisir dengan segala kearifannya dapat menjadi modal ekonomi dalam pengembangan pariwisata di Malaka. Namun, potensi ini belum dipromosikan dengan memanfaatkan media sosial sehingga berdampak pada rendahnya angka kunjungan wisatawan ke desa Malaka.
3. Kehadiran mahasiswa KKNT STP Mataram 2023 dapat membantu pengelola desa wisata Malaka dalam menyiapkan SDM pariwisata digital, akun media sosial, dan menyiapkan objek wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan. Kehadiran mahasiswa KKNT ini mendapat respon positif dari pemerintah desa, pokdarwis, dan masyarakat Desa Malaka

SARAN

Adapun saran dari Mahasiswa KKNT STP Mataram 2023 adalah:

1. Mahasiswa yang ditempatkan di lokasi KKNT harus memiliki kompetensi sesuai dengan program yang direncanakan oleh pihak kampus. Mahasiswa harus dibagi sesuai dengan ruang lingkup program kerja KKNT dan memiliki kompetensi dibidang yang mereka pilih. Sehingga dalam pelaksanaan program kerja, mahasiswa memahami dan mengetahui cara menyelesaikan program tersebut dengan baik.
2. Kesuksesan pembangunan pariwisata ditentukan dengan kerjasama antar seluruh stakeholders desa; pokdarwis, pemerintah desa, BUMDES, dan komponen yang lain harus bergerak bersama sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Sehingga program pengembangan desa wisata dapat dilaksanakan dengan baik.
3. Kelompok Digital Marketing yang telah dibentuk dan dibekali dengan pengetahuan digital dan konten kreatif harus bekerja dan melanjutkan mempromosikan desa wisata melalui akun sosial media yang telah dibuat.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- [2] Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi 5 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- [3] Pedoman KKNT STP Mataram tahun 2023



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN