

## PENGUATAN CITRA DESTINASI DESA BUDAYA PAMPANG MELALUI STRATEGI EVENT MANAGEMENT DAN DIGITAL MARKETING UNTUK PARIWISATA BERKELANJUTAN

Rina Masithoh Haryadi<sup>1</sup>, Astrid Napita Sitorus<sup>2</sup>, Taghfirul Azima Yoga<sup>3</sup>, Zilfana<sup>4</sup>, Andhika Lie<sup>5</sup>

*Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda*<sup>1,2,4</sup>

*Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur*<sup>3</sup>

[masithoh.haryadi@gmail.com](mailto:masithoh.haryadi@gmail.com)

### ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini bertujuan memperkuat citra Desa Budaya Pampang sebagai destinasi wisata budaya berkelanjutan melalui penerapan strategi manajemen event dan pemasaran digital. Desa Budaya Pampang, yang kaya akan tradisi dan budaya Dayak, menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya tarik wisata secara berkelanjutan tanpa mengorbankan nilai budaya lokal. Beberapa masalah utama termasuk minimnya informasi untuk pengunjung, kurangnya variasi atraksi budaya, dan ketidakadaan portal pemasaran digital. Pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat lokal melalui Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) digunakan untuk merancang solusi, seperti pelatihan pelayanan prima bagi penari, pengadaan papan informasi, dan pembuatan portal digital. Dengan strategi branding destinasi yang berkelanjutan, Desa Budaya Pampang berupaya meningkatkan daya tarik wisata secara autentik dan profesional, serta mendukung interaksi digital antara wisatawan dan pengelola untuk pengalaman yang berkesan"

**Kata kunci :** budaya pampang, manajemen event, digital marketing, citra destinasi, pariwisata berkelanjutan

### ABSTRACT

*This community service aims to strengthen the image of Pampang Cultural Village as a sustainable cultural tourism destination through the implementation of event management and digital marketing strategies. Rich in Dayak traditions and culture, Pampang Cultural Village faces challenges in maintaining sustainable tourism appeal without compromising local cultural values. Key issues include limited information for visitors, a lack of variety in cultural attractions, and the absence of a digital marketing portal. A participatory approach involving the local community through the Tourism Awareness Group (Pokdarwis) was employed to design solutions such as service excellence training for dancers, the provision of information boards, and the creation of a digital portal. With a sustainable destination branding strategy, Pampang Cultural Village aims to enhance its tourism appeal authentically and professionally, while supporting digital interaction between tourists and management for a memorable experience.*

**Keywords :** budaya pampang, event management, digital marketing, destination branding, sustainable tourism .

## PENDAHULUAN

Desa Budaya Pampang merupakan desa adat dengan luas 1500 hektar, terletak di kecamatan Samarinda Utara, tepatnya 23kilometer dari pusat kota Samarinda, berjarak 18 menit menuju bandara APT Pranoto Samarinda. Sebagian besar penduduk Desa Budaya Pampang berasal dari suku Dayak Kenyah dan Dayak Apo Kayan. Penduduk Desa Budaya Pampang merupakan migrasi penduduk desa dari Long Ikis Apo Kayan Kabupaten Bulungan di tahun 1973. Sebelum abad 20 mayoritas suku Dayak hidup secara nomaden dan berpindah pindah dengan jalan kaki, untuk menyambung hidup dengan mereka singgah ditempat yang dilalui dengan bercocok tanam serta berburu. Mereka hidup nomaden sampai akhirnya menetap di desa Budaya Pampang.[1]

Setiap tahun masyarakat Desa Pampang menggelar upacara adat Pelas Tahun sampai kurang lebih 30 tahun. Pelas Tahun adalah acara rutin yang diselenggarakan pada bulan Juni sebagai ungkapan rasa syukur atas panen sawah ladang yang diberikan oleh Tuhan Yang Maha Esa dengan jumlah pengunjung antara 5.000- 8.000 orang. Pemerintah melihat hal tersebut merupakan suatu kegiatan positif yang bisa dikembangkan menjadi ocal wisata unggulan sehingga pada bulan Juni 1991 gubernur Kalimantan Timur HM Ardans, mencetuskan desa Pampang menjadi Desa Budaya Pampang [2] Potensi tradisi kesenian dan budaya dipertunjukan secara rutin di Lamin Pamung Tawai setiap hari Minggu jam 14.00 wita sd 15.00 wita. Lamin Pamung Tawai adalah rumah tradisional suku Dayak Kenyah yang digunakan sebagai tempat ocal h. Seiring berjalanya waktu Lamin Pamung Tawai berubah fungsi menjadi tempat berkumpul dan untuk menggelar acara rutin dan acara ritual.

Meskipun Desa Budaya Pampang memiliki daya tarik budaya yang kuat, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menciptakan dan mempertahankan brand destinasi yang mampu menarik minat wisatawan dalam jangka panjang tanpa mengorbankan nilai-nilai budaya lokal. Kurangnya strategi manajemen acara yang terpadu dan pemanfaatan media digital yang masih terbatas menjadi kendala dalam upaya pengembangan destinasi ini sebagai tujuan wisata yang berkelanjutan. Selain itu, terdapat kebutuhan untuk merancang acara budaya yang dapat menarik minat pengunjung sekaligus memperkenalkan dan melestarikan budaya Dayak secara otentik.

Beberapa masalah yang teridentifikasi adalah pertama, kurang informasi yang jelas bagi pengunjung tentang tiket berfoto dengan penari dan informasi destinasi wisata yang ditawarkan. Kedua kurangnya variasi atraksi budaya terutama dalam tarian. Ketiga wisata desa budaya pampang tidak mempunyai portal resmi pemasaran digital.

Desa Budaya Pampang merupakan salah satu destinasi wisata budaya di Indonesia yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai tujuan pariwisata yang berkelanjutan. Dalam upaya meningkatkan daya tariknya,

pendekatan yang menggabungkan destination branding dengan event management dan digital marketing dianggap strategis. Destination branding tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal dan mendorong pelestarian lingkungan serta budaya setempat.[3]

Optimalisasi event management melalui penyelenggaraan acara-acara budaya yang terencana dengan baik dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat lokal dan menciptakan pengalaman unik bagi wisatawan, yang pada akhirnya memperkuat citra destinasi. Digital marketing memainkan peran penting dalam promosi destinasi pariwisata modern, di mana media sosial dan teknologi digital lainnya menjadi platform utama dalam menjangkau wisatawan potensial secara global dan memfasilitasi interaksi yang berkelanjutan antara wisatawan dan destinasi.[4]

Dalam beberapa dekade terakhir, pendekatan branding yang berkelanjutan semakin mendapat perhatian, terutama dalam konteks pariwisata budaya. Menurut Adamus-Matuszyńska et al. (2021), elemen visual dan identitas merek destinasi yang dipromosikan melalui media digital berperan penting dalam menarik wisatawan yang tertarik pada konsep pariwisata berkelanjutan. Branding destinasi yang memasukkan aspek keberlanjutan menunjukkan potensi besar untuk mengembangkan citra destinasi yang mendukung pelestarian lingkungan dan budaya.[5]

Tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pemahaman kepada masyarakat Desa Budaya Pamoang tentang pentingnya destination branding dalam mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan, Mengimplementasikan strategi digital marketing yang efektif untuk memperluas jangkauan promosi destinasi dan meningkatkan keterlibatan wisatawan, Membina masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan acara budaya secara mandiri dan berkelanjutan, sehingga tercipta kesadaran dan keterlibatan komunitas dalam upaya pengembangan pariwisata dan memberikan pemahaman kepada masyarakat Desa Budaya Pampang tentang pentingnya destination branding dalam mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan.

## METODE

Metode partisipatif dalam pengabdian masyarakat ini melibatkan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), Lembaga Adat, dan pengelola Desa Budaya Pampang untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah dalam rangka pengembangan destinasi pariwisata. Lima tahap pelaksanaan pengabdian ini meliputi:

- a. Identifikasi Masalah dan Analisis Kebutuhan: Melalui observasi dan wawancara dengan tokoh masyarakat setempat, ditemukan bahwa kurangnya papan informasi, manajemen acara yang belum optimal, dan ketiadaan portal resmi menjadi kendala utama.

- b. Perencanaan Solusi: Rencana ini mencakup pemasangan papan informasi, peningkatan manajemen acara dengan perancangan ulang tiket dan pelatihan pelayanan prima (service excellence), serta pembuatan portal digital resmi.
- c. Pelaksanaan Solusi di Lapangan: Papan informasi dipasang pada lokasi strategis, tiket diformulasikan ulang untuk kemudahan transaksi, dan portal digital dibuat untuk menyediakan informasi bagi wisatawan.
- d. Evaluasi dan Pengujian Solusi: Evaluasi dilakukan untuk memastikan solusi efektif dalam memberikan informasi yang jelas, mengurangi kebingungan, dan mencegah akun palsu. Umpan balik dari pengunjung dan pengelola digunakan untuk penyesuaian lebih lanjut.
- e. Tindak Lanjut dan Pengembangan Berkelanjutan: Tahapan ini mencakup pelatihan berkelanjutan, pemeliharaan papan informasi, dan perbaruan portal digital untuk memastikan solusi berfungsi dalam jangka panjang dan informasi tetap akurat. Metode meliputi uraian rinci tentang cara, instrumen, dan teknik analisis penelitian yang digunakan dalam memecahkan permasalahan. Apabila merupakan **hasil kajian** pustaka, maka urutan setelah pendahuluan adalah **analisis pemecahan masalah**. Analisis Pemecahan Masalah meliputi uraian obyektif tentang

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan permasalahan yang teridentifikasi dalam pendahuluan dan metode yang telah dipaparkan diatas maka hasil dari pengabdian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Pelatihan *Service Excellent*

Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 4 September 2024. Materi pelatihan meliputi dasar tari pedalaman, Perkembangan Tari Pedalaman, Gerak Pola Lantai Kreasi Pedalaman, dan Gerak Dasar Tari Pedalaman. Ada 47 peserta anggota Pokdarwis Desa Wisata Budaya Pampang mengikuti pelatihan ini.



Gambar 1. Pelatihan Service Excellent

Tujuan dari pelatihan *service excellent* bagi penari di Desa Budaya Pampang adalah untuk meningkatkan kualitas layanan dan interaksi penari dengan wisatawan[3]. Pelatihan ini memungkinkan penari tidak hanya memahami tarian tradisional secara mendalam, tetapi juga menyampaikan keramahan, profesionalisme, dan pengalaman yang berkesan kepada pengunjung. Pelatihan ini berkontribusi dalam memperkuat identitas budaya dan daya tarik Desa Budaya Pampang sebagai destinasi wisata yang menawarkan pengalaman autentik dan profesional.

2. Pengadaan Papan Informasi Pembelian Tiket Foto dengan Penari dan papan informasi destinasi wisata.

Pertunjukan tari di Desa Budaya Pampang tidak ada papan informasi yang menjelaskan bahwa penonton pertunjukan bisa melakukan sesi foto dengan penari. Hanya MC acara yang memberikan informasi setelah pertunjukan tari selesai kepada penonton. Dengan adanya papan informasi ini diharapkan informasi kepada konsumen lebih tersampaikan sehingga akan meningkatkan minat pengunjung untuk melakukan sesi foto dengan penari.



Gambar 2. Papan Informasi Destinasi Wisata

*Tourist Information Center* merupakan papan informasi yang berisi wisata yang ditawarkan di Desa Budaya Pampang. Selain mencantunkan bentuk wisata yang ditawarkan juga memberikan informasi harga dan ketentuan yang berlaku.

Harapan dari pengadaan papan informasi untuk pembelian tiket foto bersama penari dan papan informasi destinasi wisata budaya Pampang adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan Informasi yang Jelas dan Transparan kepada Wisatawan: Papan informasi ini membantu pengunjung memahami secara jelas mengenai jenis tiket, harga, dan aturan yang berlaku, sehingga mengurangi kebingungan dan meningkatkan kemudahan akses informasi.[3]
- b. Meningkatkan Kenyamanan dan Efisiensi Layanan: Dengan informasi yang lengkap dan mudah diakses, wisatawan dapat lebih mudah melakukan pembelian tiket foto dan mengetahui lebih banyak tentang atraksi yang tersedia, menghemat waktu dan memudahkan alur pelayanan.
- c. Mendorong Profesionalisme dalam Pengelolaan Destinasi: Papan informasi yang dirancang dengan baik mencerminkan manajemen destinasi yang profesional dan terorganisir, yang penting dalam menciptakan kesan positif bagi pengunjung.
- d. Mengurangi Potensi Kesalahpahaman dan Ketidaknyamanan: Informasi yang akurat mengurangi risiko kesalahpahaman terkait harga dan layanan yang

ditawarkan, membantu menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan dan meminimalkan potensi keluhan.

- e. Mendukung Promosi dan Branding Destinasi: Papan informasi destinasi wisata budaya Pampang berperan sebagai alat promosi yang memperkenalkan keunikan budaya dan atraksi lokal, sekaligus memperkuat citra Pampang sebagai destinasi budaya yang menarik dan informatif.

### 3. Re desain tiket foto dengan penari dan Re desain brosur

Desain ulang tiket dan brosur memungkinkan penyajian informasi yang lebih jelas mengenai harga, aturan, jadwal acara, dan atraksi yang tersedia. Ini membantu wisatawan dalam memahami layanan dan pengalaman yang ditawarkan tanpa kebingungan, sehingga memudahkan perencanaan kunjungan mereka. [3]

Desain yang lebih modern dan menarik secara visual pada tiket dan brosur mencerminkan destinasi yang profesional dan terorganisir. Ini juga mendukung citra Desa Budaya Pampang sebagai destinasi budaya berkualitas. Tiket yang Terstruktur: Desain tiket yang baru dapat mencakup fitur seperti tanggal berlaku, bagian yang dapat disobek untuk kontrol pendapatan, dan informasi lainnya yang membantu meningkatkan pengawasan operasional. Hal ini juga memberikan kejelasan lebih kepada pengunjung mengenai ketentuan layanan yang berlaku, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih tertib dan transparan. [4]

### 4. Pembuatan Portal Resmi Digital Desa Budaya Pampang.

Portal resmi wisata Desa Budaya Pampang dapat diakses melalui link berikut <http://desabudayapampang.web.id/>



Gambar 3. Produk teknologi Portal Resmi Pemasaran Digital

Penyediaan portal digital bagi wisatawan di Desa Budaya Pampang bertujuan untuk mempermudah akses informasi, meningkatkan profesionalisme, dan memperkuat kredibilitas destinasi. Portal ini memungkinkan wisatawan memperoleh informasi lengkap, seperti jadwal acara, harga tiket, dan atraksi wisata, sehingga membantu mereka merencanakan kunjungan dengan baik. Selain itu, portal digital resmi mengurangi risiko informasi palsu, mempromosikan keunikan budaya Pampang secara luas, dan menarik

wisatawan domestik maupun internasional. Dengan fitur interaktif, portal ini juga memungkinkan keterlibatan langsung antara pengelola dan wisatawan, yang mendukung pengalaman wisata yang berkualitas dan berkesan serta meningkatkan daya saing destinasi dalam era pariwisata digital.

Dengan adanya portal digital resmi, Desa Budaya Pampang dapat menampilkan citra profesional dan terpercaya. Portal ini juga membantu mengurangi risiko akun palsu yang dapat menyebabkan penyebaran informasi yang salah atau menipu wisatawan. Portal digital resmi memastikan bahwa informasi yang diterima wisatawan adalah akurat dan berasal dari sumber yang dapat dipercaya. [6]

Portal digital memungkinkan interaksi langsung antara pengelola destinasi dan wisatawan melalui fitur ulasan, FAQ, atau kontak langsung. Fitur ini memungkinkan pengunjung untuk bertanya dan memberikan umpan balik, sehingga meningkatkan keterlibatan wisatawan dan memberikan kesempatan bagi pengelola untuk memahami kebutuhan dan harapan wisatawan dengan lebih baik.[7]

## KESIMPULAN

Penguatan citra Desa Budaya Pampang sebagai destinasi wisata budaya berkelanjutan dicapai melalui kombinasi antara manajemen acara, pelatihan bagi masyarakat lokal, dan strategi pemasaran digital. Hasilnya, solusi seperti pelatihan service excellence, pengadaan papan informasi, dan pembuatan portal digital resmi membantu meningkatkan kualitas pelayanan dan keterlibatan wisatawan. Inisiatif ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan dan efisiensi layanan, tetapi juga memperkuat citra profesional Desa Budaya Pampang dalam mempromosikan pariwisata berbasis budaya. Portal digital memungkinkan penyebaran informasi yang akurat dan mengurangi potensi penipuan informasi, serta memperkuat interaksi antara pengelola destinasi dan wisatawan. Dengan strategi yang berorientasi pada keberlanjutan, Desa Budaya Pampang mampu memposisikan diri sebagai destinasi budaya yang otentik, informatif, dan menarik dalam ranah pariwisata modern.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Hibah Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi TA 2024 No Kontrak 066/E.5./PG.02.00/PL.BATCH/2024 Tanggal 1 Agustus 2024

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. P. Chahyani, “STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA BUDAYA PAMPANG DI SAMARINDA KALIMANTAN TIMUR.”
- [2] I. Samsoedin *et al.*, “KONSEP TATA RUANG DAN PENGELOLAAN LAHAN PADA MASYARAKAT DAYAK KENYAH DI KALIMANTAN TIMUR (Landscape Concepts and Land Management of Dayak Kenyah Tribe in East Kalimantan).”
- [3] L. Jago, L. Chalip, G. Brown, T. Mules, and S. Ali, “BUILDING EVENTS INTO DESTINATION BRANDING: INSIGHTS FROM EXPERTS,” 2003. [Online]. Available: [www.cognizantcommunication.com](http://www.cognizantcommunication.com)
- [4] T. Beridze and S. Rustaveli, “THE ROLE OF STRATEGIC EVENT MANAGEMENT IN DESTINATION MARKETING.” [Online]. Available: <https://orcid.org/0000-0001-5706-5380>  
<https://orcid.org/0000-0002-8290-0998>  
<https://orcid.org/0000-0001-6907-7637>
- [5] A. Adamus-matuszyńska, P. Dzik, J. Michnik, and G. Polok, “Visual component of destination brands as a tool for communicating sustainable tourism

offers," *Sustainability (Switzerland)*, vol. 13, no. 2, pp. 1–18, Jan. 2021, doi: 10.3390/su13020731.

[6] K. Ulfa, M. Zaenuri, D. E. Rahmawati, S. Rassanjani, M. Mukhrijal, and A. Imanullah, "Branding Strategy ‘The Light Of Aceh’ Through E-Tourism On Sustainable Tourism Development in Aceh Province," *Journal of Governance and Public Policy*, vol. 8, no. 3, p. PROGRESS, Sep. 2021, doi: 10.18196/jgpp.v8i3.11034.

[7] Y. Y. Liu and A. Mačerinskienė, "Managing the digital campaign process for sustainable tourism destinations," in *Sustainable Tourism VII*, WIT Press, May 2016, pp. 139–153. doi: 10.2495/st160121.