

PENGEMBANGAN WEBSITE KAMPUNG WISATA EDUKASI (STUDI KASUS KAMPUNG ONDOMOHEN SURABAYA)

Rizky Fenaldo Maulana¹⁾, Kharisma Monika Dian Pertiwi²⁾, Riza Akhsani Setyo Prayoga³⁾*

¹⁻³ Fakultas Teknologi Informasi dan Bisnis, Institut Teknologi Telkom Surabaya

email: aldo@ittelkom-sby.ac.id, kharismamonika@cde.ac.id, rizayoga30@ittelkom-sby.ac.id*

Abstract

In the modern era information is fast in its distribution. Information spreads through various media and in various forms. In general, the spread can be images, text, sounds or videos. In addition to information can also be conveyed through a portal commonly called a website. In the current era, the website is very much used, one of which is as a medium for promotion of a village or village. This can be maximized to introduce the village to the general public. So that it can attract many tourists or visitors to come to the village. One of them is Odomohen Village Surabaya has advantages in the field of food security and educational rides where they can produce vegetables and livestock independently so that it can be an income for the surrounding residents. Therefore, by utilizing the website, it is expected to be able to introduce the village of Odomohen to the general public so that it can bring many visitors and can accommodate their products such as vegetables and their livestock to be sold through the website. Digital marketing efforts through the website are expected to increase profits and expand marketing reach. One of the things that affects marketing is the design of a product. Products that have a good design will certainly attract buyers. So that this community service activity is expected to contribute in terms of marketing strategies to hammer website media and overcome the problems in Odomohen village.

Keywords: Odomohen village, Community Services, Surabaya, Website

Abstrak

Pada era modern informasi cepat dalam penyebarannya. Informasi menyebar melalui berbagai media dan dalam berbagai bentuk. Secara umum penyebaran bisa berupa gambar, teks, suara maupun video. Selain informasi juga dapat disampaikan melalui portal yang biasa disebut website. Pada era sekarang website sangat banyak kegunaanya salah satunya sebagai media promosi suatu kampung atau desa. Hal ini bisa dimaksimalkan untuk memperkenalkan kampung tersebut ke khalayak umum. Sehingga bisa menarik banyak wisatawan atau pengunjung untuk datang ke kampung tersebut. Salah satunya Kampung Odomohen Surabaya memiliki keunggulan dalam bidang ketahanan pangan serta wahana edukatif dimana mereka bisa memproduksi sayuran serta ternak secara mandiri sehingga bisa menjadi pemasukan bagi warga sekitar. Maka dari itu dengan memanfaatkan website diharapkan mampu mengenalkan kampung Odomohen ke khalayak umum sehingga bisa mendatangkan banyak pengunjung dan bisa mawadahi produk mereka seperti sayuran maupun ternak mereka untuk dijual melalui website tersebut. Upaya pemasaran secara digital melalui website tersebut diharapkan mampu meningkatkan keuntungan dan memperluas jangkauan pemasaran. Salah satu yang mempengaruhi pemasaran adalah desain dari suatu produk. Produk yang memiliki desain yang bagus tentunya akan menarik pembeli. Sehingga kegiatan PKM ini diharapkan memberikan sumbangsih dalam hal strategi pemasaran melalui media website serta mengatasi permasalahan yang ada di Kampung Odomohen.

Kata kunci : Kampung Odomohen, Pengabdian Masyarakat, Surabaya, Website

1. PENDAHULUAN

Website merupakan sarana yang baru bagi mitra, sehingga perlu suatu pelatihan dan sosialisasi dalam penggunaan suatu *Website* [1]. Kurangnya pengetahuan serta pemanfaatan *Website* membuat warga Kampung Odomohen cukup kesusahan dalam pengelolaan *website* seperti kesusahan dalam pengolahan konten *website*, mereka juga tidak bisa memaksimalkan promosi produk *Home Industry* melalui *Website* [2]. Hal inilah yang menjadi permasalahan pada mitra kami.

Tujuan dari kegiatan ini adalah pengabdian masyarakat dosen Institut Teknologi Telkom Surabaya kepada masyarakat khususnya warga Kampung Odomohen. Hasil pelatihan ini nantinya memberikan pengetahuan kepada masyarakat Kampung Odomohen dalam pengelolaan serta memaksimalkan media *Website* untuk *rebranding* dari kampung mereka dan produk *Home Industry* mereka [3].

Secara umum *website* tersebut menampilkan konten – konten yang membuat Kampung Odomohen ini semakin terkenal baik dari sisi *Urban Farming*, Wisata Edukasi maupun promosi tentang Produk *Home Industry*. Dengan begitu peran dari *Website* ini bisa dijadikan *rebranding* [4]. untuk pengenalan Kampung Odomohen serta sarana media komunikasi dan informasi untuk jangkauan pengguna lebih luas [5].

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Kurangnya pengetahuan warga Kampung Odomohen Surabaya tentang penggunaan dan pemanfaatan *Website*. Serta kurangnya pengetahuan dalam pengisian konten sebagai sarana *rebranding* bagi Kampung Odomohen Surabaya. Hal ini menjadi permasalahan dalam mitra kami.

Sehingga perlu adanya pelatihan serta pengembangan dari *Website* untuk pengisian konten baik itu berisi pengenalan Kampung Odomohen, *Urban Farming* pada Kampung Odomohen (Penanaman Bayam Brazil, serta budidaya

Ikan Nila dan Ikan Lele), serta produk *Home Industry* dari Kampung Odomohen tersebut seperti Dasi, Dompot, Souvenir, Minuman dingin dari tanaman herbal, Rujak Serut dll.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengembangan *website* ini diawali dengan persiapan pencarian konten untuk ditampilkan di *Website*, selain itu melakukan *rebranding* dari sebagian produk *Home Industry* dari warga Kampung Odomohen. Infrastruktur yang dibutuhkan seperti *Laptop*, Kamera, *Software* Desain, *Internet*, dan akses pada *Website* dari Kampung Odomohen Surabaya.

Selain itu untuk pengumpulan data kami melakukan survey kepada warga Kampung Odomohen Surabaya untuk mendapatkan apa saja kendala dan juga apa saja informasi yang bisa dibantu agar Kampung Odomohen Surabaya ini bisa dikenal di khalayak umum dan bisa membantu dalam mempromosikan produk *Home Industry* mereka. Berikut Metode pelaksanaan kegiatan disajikan pada gambar 1.



Gambar 1 Metode Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap pertama tim melakukan survey kepada masyarakat Kampung Odomohen Surabaya untuk mendapatkan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat tersebut. Kemudian melaksanakan persiapan kebutuhan untuk pengumpulan konten yang nantinya dimasukkan dalam *Website* Kampung Odomohen Surabaya.

Tahap kedua yaitu melakukan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat Kampung Ondomohen Surabaya supaya mereka bisa memanfaatkan *Website* sebagai sarana informasi dan komunikasi selain itu sebagai sarana dalam media promosi agar khalayak umum bisa tertarik singgah ke Kampung Ondomohen Surabaya untuk menikmati wisata edukasi seperti *Urban Farming* dan menikmati produk *Home Industry*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap pertama tim melakukan survey, persiapan kebutuhan dan pengumpulan konten pada *Website*. Tim terjun ke Kampung Ondomohen Surabaya untuk bertemu langsung dengan Ketua Kampung Ondomohen Surabaya dan juga para pelaku usaha *Home Industry* di lingkungan warga tersebut. Tujuan tahap pertama ini ingin mengetahui apa saja permasalahan yang ada pada Kampung Ondomohen Surabaya serta solusi apa yang bisa ditawarkan kepada Kampung Ondomohen Surabaya tersebut agar bisa menyebarkan informasi secara luas tentang Kampung Ondomohen Surabaya. Berikut dokumentasi terkait kegiatan tahap pertama.



Gambar 2 Kegiatan Survey di Kampung Ondomohen



Gambar 3 Kegiatan Persiapan Kebutuhan dan pengumpulan konten

Pada bagian tahap kedua yaitu Implementasi dan pendampingan dimana Tim Pengabdian Masyarakat sudah mengolah dan menyusun terkait *Rebranding* serta pengisian konten yang ada di *Website* Kampung Ondomohen. Selain menyelesaikan konten di *website* maupun melakukan rebranding produk, tim pengabdian masyarakat melakukan pendampingan kepada komunitas Kampung Ondomohen. Harapannya komunitas tersebut bisa melaksanakan *rebranding* kembali yang tentunya lebih kreatif dan mengisi konten *Website* yang tentunya lebih menarik agar Kampung Ondomohen bisa terus ramai dikunjungi banyak tamu dan tentunya para tamu bisa memperoleh informasi yang lebih banyak seperti *Urban Farming* dll serta menikmati hasil olahan dari *Home Industry* Kampung Ondomohen. Berikut dokumentasi kegiatan tahap 2.



Gambar 4 Sosialisasi dan Pendampingan



Gambar 5 Rebranding dari Tempat Alat Makan



Gambar 6 Rebranding dari Dompot Koin



Gambar 7 Rebranding dari Produk Wedang Jahe



Gambar 8 Rebranding dari Produk Rujak Serut

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang bisa diperoleh dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan dampak dari dua aspek yang dimana dua aspek ini diperlukan bagi Komunitas Kampung Ondomohen. Dua aspek ini adalah Aspek Sosial dan Aspek Ekonomi, Aspek Ekonomi berisi tentang kendala dari Komunitas dari Kampung Ondomohen dalam melakukan pemasaran produk *Home Industry* mereka serta bagaimana bisa membuat konsumen tertarik dengan produk yang mereka hasilkan tentunya dengan bantuan media teknologi dan informasi seperti *Website*. Kemudian dari aspek sosial Komunitas Kampung Ondomohen ini berisi tentang sosialisasi dan pendampingan kepada Komunitas Kampung Ondomohen dalam melanjutkan pengelolaan serta melakukan rebranding secara mandiri untuk kedepannya sehingga mereka bisa lebih kreatif lagi dalam mengupayakan kegiatan pemasaran *digital* yang lebih kreatif dan tentunya bisa lebih inovatif.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak LPPM Institut Teknologi Telkom Surabaya karena telah memberi dukungan finansial sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bisa terlaksana serta mengucapkan terima kasih kepada mitra yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

7. REFERENSI

- [1] Novryaldy, A dan Setiadi, A, "PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PROFIL MASJID BERBASIS WEBSITE," Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan, Vol IV, no 3, 2018.
- [2] Faisal, M dan Ida, "SOSIALISASI PENGGUNAAN APLIKASI PERPUSTAKAAN DIGITAL PADA SMP IT YAABUNAYYA FATHUL KHAER MAKASSAR," Jurnal APTEKMAS vol. 4, no. 4, 2021, doi: 10.36257/apts.vxix.

- [3] Kumala, N. A dan Wardani, D. P, “OPTIMALISASI PRODUK CAMILAN DENGAN MANAJEMEN PRODUK DAN PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL,” Jurnal APTEKMAS vol. 5, no. 1, 2022, doi: 10.36257/apts.vxix.
- [4] Pauzy, D. M, “Pelatihan Keterampilan Mendesain Kemasan dan Branding dalam Penjualan Produk (Beras Setra Ramos) di Wilayah Ciawi Kabupaten Tasikmalaya” Jurnal APTEKMAS vol. 4, no. 4, 2021, doi : doi.org/10.36257/apts.v4i4.3587.
- [5] Fitri, W dan Hamid, F. Z, “Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Danone terhadap Ekuitas Merek Aqua,” Industrial Research Workshop and National Seminar, 2020