

Peningkatan Literasi Digital Kelompok Sadar Wisata untuk Pengembangan Desa Wisata secara Berkelanjutan

Increasing the Digital Literacy among Tourism Awareness Groups for Sustainable Tourism Village Development

Nurhayati Darubekti¹, Sri Handayani Hanum¹, Patricia Ekowati
Suryaningsih², Deli Waryenti²

¹Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik, ²Fakultas Hukum
Universitas Bengkulu

Jl. W.R Supratman, Kandang Limun, Bengkulu 38371, Sumatera, Indonesia

ndarubekti@unib.ac.id; shhanum@unib.ac.id;

suryaningsih@unib.ac.id; dwaryenti@unib.ac.id

correspondence: ndarubekti@unib.ac.id

Received: 22/07/2021

Revised: 20/09/2022

Accepted: 18/10/2022

<https://doi.org/10.25170/mitra.v6i2.3552>

Citation: Darubekti, N., Hanum, S. H., Suryaningsih, P. E., & Waryenti, D. (2022). Peningkatan Literasi Digital Kelompok Sadar Wisata untuk Pengembangan Desa Wisata secara Berkelanjutan. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 158-168. <https://doi.org/10.25170/mitra.v6i2.3552>

ABSTRACT

Given the effects of digital transformation on the tourism industry, the trends and paradigms in tourism have changed considerably, necessitating some creativity in the management of tourist villages as tourist destinations. The knowledge about the digitalization of tourism can in fact, help promote popular travelling sites, with both patrons and business owners benefitting from better systems of communication, reservation, and guest service. However, the institutional operations and management of the tourism awareness group (*pokdarwis*) in the community have yet to be optimally effective due to some institutional and managerial issues. Some 21st-century digital skills are identified to be helpful for this *pokdarwis* in its management of tourist villages, namely technical knowledge, information, communication, collaboration, creativity, and implementation of the Electronic Information and Transaction (ITE) Law. To support this effort, this community service activity (PKM) was carried out for 27 participants, who were all *pokdarwis* administrators, from May to October 2022, using a CBT approach. The results of the PKM activity indicate an increasing understanding that the ITE Law can provide a broad legal framework for online activities. There is also increasing awareness of social media as a communication medium that can facilitate online communication, exchange, and information access for the public, regardless of time or location. Of many social media platforms, YouTube and Instagram have become the options for publishing tourism information in Surau Village. It is nonetheless agreed that social media should be used with caution to avoid accusations of spreading false information and to ensure an effective implementation of the promotion activities. Considering this, mentoring in the use of social media in the marketing efforts will still be provided in the form of consultation, learning, and counseling.

Keywords: sustainable; tourism village; tourism awareness group; digital literacy

ABSTRAK

Industri pariwisata terkena dampak transformasi digital yang tidak hanya menjadi perhatian administrasi pelayanan publik. Saat ini tren dan paradigma pariwisata sudah berubah, maka dibutuhkan kreativitas untuk mengelola desa wisata menjadi destinasi. Mempromosikan lokasi

wisata populer akan semakin mudah dengan peningkatan pengetahuan para pengguna digital. Baik pelanggan maupun pebisnis dapat memperoleh manfaat dari komunikasi yang lebih baik, reservasi, dan sistem layanan tamu. Namun, operasional kelembagaan dan pengelolaan kelompok sadar wisata (pokdarwis) di masyarakat belum maksimal karena adanya masalah kelembagaan dan fungsi manajemen. Keterampilan digital abad ke-21 yang diidentifikasi dibutuhkan pokdarwis dalam pengembangan desa wisata adalah masalah teknis, informasi, komunikasi, kolaborasi, kreativitas, dan implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilakukan. Kegiatan yang diadakan pada Mei-Oktober 2022 diikuti oleh 27 pengurus pokdarwis. Kegiatan ini menggunakan pendekatan CBT. Hasil PKM menunjukkan adanya peningkatan pemahaman bahwa UU ITE memberikan kerangka hukum yang luas untuk aktivitas daring, peningkatan pengetahuan bahwa media sosial merupakan media komunikasi yang dapat memfasilitasi komunikasi, pertukaran, dan pengumpulan informasi secara daring bagi masyarakat tanpa dibatasi oleh waktu atau geografi. Disepakati bahwa media sosial akan digunakan dengan hati-hati untuk menghindari tuduhan menyebarkan informasi palsu dan terlaksananya praktik promosi objek wisata. YouTube dan Instagram menjadi pilihan dalam menyebarkan informasi pariwisata di Desa Surau. Pendampingan penggunaan media sosial dalam melakukan promosi masih akan dilanjutkan dalam bentuk konsultasi, pembelajaran, dan konseling.

Kata kunci: berkelanjutan; desa wisata; kelompok sadar wisata; literasi digital

PENDAHULUAN

Terdapat 74.093 desa di Indonesia, 1.073 di antaranya berpotensi menjadi destinasi wisata (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2015). Pembentukan desa wisata akan mendorong pembangunan ekonomi (Budiyah, 2020), meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Nurhajati, 2018), melestarikan tradisi di desa (Prasta & Pradipta, 2021), dan dalam jangka panjang memastikan bahwa pariwisata akan terus menjadi pendorong penting pertumbuhan ekonomi lokal dan regional bagi masyarakat saat ini dan mendatang. Sektor pariwisata juga dapat mendorong pembangunan perdesaan dengan mengubah desa tertinggal menjadi desa berkembang yang akhirnya menjadi masyarakat mandiri.

Salah satu komponen masyarakat yang memiliki dampak signifikan terhadap pengembangan pariwisata di daerah adalah kelompok sadar wisata (pokdarwis) (KKN-PPM UGM BUAYAN MENAWAN, 2021). Untuk meningkatkan efektivitas penggalangan dukungan masyarakat demi terciptanya lingkungan dan suasana yang kondusif bagi menjamurnya kegiatan pariwisata di dalam dan di sekitar kawasan wisata, keberlanjutan keberadaan pokdarwis harus digalakkan dan didukung. Pokdarwis, yang juga disebut kelompok penggerak pariwisata, merupakan salah satu elemen masyarakat pemangku kepentingan yang relevan (Kristiana & Nathalia, 2019) dan berdampak signifikan terhadap tumbuh dan terwujudnya kesadaran pariwisata dan Sapta Pesona di daerah tersebut. Format kelembagaan tidak resmi ini dikembangkan oleh masyarakat setempat (terutama yang memiliki kepedulian untuk mengembangkan pariwisata di daerahnya) (Putrawan & Ardana, 2019).

Prinsip-prinsip kunci Sapta Pesona dapat dipahami dan diterapkan oleh mereka yang akrab dengan sektor pariwisata. Pariwisata digital merupakan strategi sukses untuk memperluas potensi pariwisata di media digital. Pariwisata digital dan literasi berjalan beriringan (Pratama *et al.*, 2021). Untuk menetapkan landasan penggunaan teknologi informasi, menghentikan berbagai perilaku kriminal dan pelanggaran kejahatan teknologi informasi, perlu juga membicarakan UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) (Rohmy *et al.*, 2021). Transformasi digital pada desa atau kelurahan dapat membantu mewujudkan pemerintahan desa dengan pelayanan terbaik dan terpadu terhadap

masyarakat, dan juga tata kelola pemerintah yang lebih informatif dan transparan. Desa wisata yang sudah berhasil menerapkan literasi digital adalah Dukuh Pandansari, Desa Kaliwlingi, Kabupaten Brebes, yang merupakan kawasan yang mulai melek digital. Kerja sama pokdarwis Hutan Mangrove dengan Taruna Pandansari menghasilkan Rumah Budidaya Bioflok Nila Pandansari yang semakin mengembangkan ekonomi masyarakat Pandansari (Akbar *et al.*, 2021).

Pokdarwis di Desa Surau, Kecamatan Taba Penanjung, Kabupaten Bengkulu Tengah, Provinsi Bengkulu, berdiri pada tahun 2021 dan diberi nama Pokdarwis Wisata Desa Surau (Widesu). Pokdarwis Widesu didirikan untuk menciptakan organisasi masyarakat yang berfungsi sebagai motivator, penggerak, dan komunikator kegiatan pariwisata dalam rangka memajukan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi lingkungan. Pada tahun 2021, pemetaan lokasi yang berpotensi menjadi objek kunjungan telah dilakukan. Namun, operasional kelembagaan dan pengelolaan pokdarwis ini di masyarakat belum maksimal karena adanya masalah kelembagaan dan fungsi manajemen, di antaranya kurang memahami Undang-Undang ITE beserta implementasinya, penggunaan dan penatausahaan media sosial, cara membuat dan mengedit video untuk mempromosikan lokasi wisata. Pokdarwis sebagai ujung tombak dalam pengembangan desa wisata membutuhkan pendampingan penggunaan media sosial untuk pengembangan desa wisata yang berkelanjutan (Nugroho SBM, 2020). Menganalisis potensi dan isu merupakan langkah awal dalam menciptakan kesadaran literasi dalam konteks pengembangan desa wisata. Oleh karena itu, diperlukan kreativitas, penemuan, dan literasi dalam cara berpikir.

Otoritas negara atas individu, benda, dan entitas lain semula secara eksklusif terbatas pada darat, laut, dan udara, tetapi di dalam perkembangannya, otoritas negara tersebut berubah, diperluas, dan sekarang mencakup otoritas pemerintah pada internet. Hal ini terjadi akibat perkembangan teknologi informasi, dan penetrasi ruang dan waktu melalui internet, mampu mengubah pola perilaku positif warga menjadi negatif. Oleh karena itu, negara harus melindungi warganya. Penerbitan pembatasan dan kewenangan internet berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE menunjukkan partisipasi negara. Indonesia secara *de facto* dan *de jure* menguasai internet sebagai akibat dari pencantuman UU ITE dalam Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843. Hal ini juga menyiratkan bahwa internet tidak dapat lagi dianggap sebagai perbatasan yang belum dipetakan atau daerah yang bebas dari aturan hukum. Untuk itu, sebagai kewajiban kepada negara, setiap warga negara Indonesia wajib menaati UU ITE.

Tujuan PKM ini adalah mendukung program Desa Cerdas (Santoso *et al.*, 2020) melalui pemanfaatan teknologi untuk mengatasi berbagai masalah yang ada di desa dan membangun partisipasi. Inisiatif PKM digunakan untuk mengatasi masalah kelembagaan dan fungsi manajemen Pokdarwis Widesu, Desa Surau, Kecamatan Taba Penanjung, Kabupaten Bengkulu Tengah, Provinsi Bengkulu. Pertama, Promosi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan implementasinya. Kedua, Instruksi penggunaan dan penatausahaan media sosial, serta saran tentang cara membuat dan mengedit video, serta saran untuk mempromosikan lokasi wisata menggunakan konten video. Ketiga, mempraktikkan informasi dengan menggunakan kamera *handphone* untuk mengabadikan objek wisata di salah satu kawasan desa wisata. Peserta, di bawah arahan instruktur, menggunakan foto dan video yang mereka tangkap sebagai alat pemasaran. Keempat, pendampingan penggunaan media sosial untuk melakukan pemesanan dengan memaksimalkan saluran digital untuk menghasilkan cerita promosi tentang tujuan wisata.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PKM ini menggunakan pendekatan *community-based tourism* (CBT). CBT adalah pendekatan pembangunan yang memberikan kesempatan paling besar bagi masyarakat perdesaan untuk berpartisipasi dalam pertumbuhan pariwisata (Suparwoko, 2011). CBT adalah program yang dikendalikan secara lokal untuk mempromosikan pariwisata. Karena semua perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan dilakukan secara kolaboratif, masyarakat mungkin sudah merasakan manfaatnya. Partisipasi masyarakat lokal sebagai pemangku kepentingan sangat penting untuk terciptanya desa wisata dalam CBT (Diana & Setiawan, 2021). Alat untuk mencapai pertumbuhan pariwisata berkelanjutan adalah CBT (Wijaya & Sudarmawan, 2019).

Peserta adalah ketua, wakil ketua, sekretaris, bendahara, dan bidang atau seksi keamanan, seksi kebersihan dan keindahan, seksi daya tarik dan kenangan, seksi hubungan kemasyarakatan, dan seksi kerohanian dan spiritual. Total peserta 27 orang. Waktu/periode PKM pada Mei hingga Oktober 2022 di Balai Desa, sedangkan praktik di lokasi wisata Desa Surau, yaitu Jembatan Silver, dan Lubuk V.

PKM ini menggunakan pendekatan CBT, yang pelaksanaannya melalui metode pemberdayaan masyarakat (Permatasari, 2022). CBT memberdayakan dan melibatkan masyarakat dalam setiap aktivitas pariwisata (Nagy & Segui, 2020). Prinsip dasar CBT selalu menjadikan masyarakat sebagai aktor utama dengan memberdayakan masyarakat dalam berbagai kegiatan terkait pariwisata, memastikan bahwa masyarakat mendapat manfaat dari pariwisata semaksimal mungkin. Pemberdayaan masyarakat adalah menciptakan/meningkatkan kapasitas masyarakat baik secara individu maupun berkelompok dalam memecahkan berbagai persoalan terkait upaya peningkatan kualitas hidup, kemandirian, dan kesejahteraannya (Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, 2011). Tahapannya meliputi penyadaran, penguatan kapasitas, dan pemberian daya (Windarsari *et al.*, 2021). Bentuk kegiatannya adalah sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Pokdarwis sebagai “pemerintah pariwisata lokal” mengajak dan membina masyarakat lokal agar dapat mengembangkan destinasi wisatanya secara mandiri dan kreatif sehingga dapat memunculkan rasa memiliki.

Didampingi tim, pemerintah desa kemudian berupaya bekerja sama dengan seluruh entitas lintas sektor yang ada saat ini untuk melakukan berbagai kegiatan pembangunan dan pengembangan kawasan wisata alam. Pembangunan berbasis pemberdayaan masyarakat diharapkan dapat mengarah pada swadaya masyarakat yang meluas berdasarkan kemampuan ekonomi rata-rata masyarakat sekitar. Alokasi tanah di bawah kendali penduduk adalah modal utama kemerdekaan komunal. Upaya gabungan dari anggota Pokdarwis Widesu yang juga anggota organisasi masyarakat lingkungan dan yang secara konsisten bekerja berdampingan, bersama, dan kolaboratif untuk melakukan inisiatif pengembangan desa wisata.

Desain *pre-test* dan *post-test* dilakukan pada individu sebelum dan sesudah peserta terlibat dalam sosialisasi UU ITE dan pelatihan pemanfaatan dan pengelolaan media sosial. Peningkatan pengetahuan diukur dari selisih antara skor *posttest* dan *pretest*.

Pemberdayaan masyarakat dimaksudkan untuk membantu orang lain memperoleh kekuatan untuk membuat keputusan dan menentukan tindakan yang akan mereka ambil terkait dengan diri mereka sendiri, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial. Tindakan pemberdayaan masyarakat merupakan upaya memberikan daya atau kekuatan bagi masyarakat untuk keluar dari permasalahan yang dihadapinya. Tindakan pemberdayaan masyarakat juga dimaksudkan agar masyarakat menjadi mandiri sehingga dapat menghadapi berbagai tantangan dalam hidupnya (Hayati, 2020). Kegiatan pemberdayaan ini sebagai upaya memberikan kesempatan dan kemampuan kepada

kelompok masyarakat, mampu dan berani angkat bicara dalam menyampaikan ide dan pendapatnya, serta memiliki keberanian untuk memilih baik metode, produk, tindakan, maupun konsep yang dianggap terbaik tidak hanya bagi keluarga dan pribadi, tetapi juga bagi masyarakat. Ada beberapa jenis kekuatan yang dimiliki masyarakat dan dapat digunakan untuk memberdayakan mereka. Dalam PKM ini pemberdayaan masyarakat yang dilakukan adalah dengan mengembangkan kapasitas mereka untuk kebebasan berekspresi dalam bentuk budaya publik.

HASIL DAN DISKUSI

Sosialisasi Undang-Undang ITE

Masih banyak keributan di dunia maya. Situasi ini belum diperbaiki oleh UU ITE (Rohmy *et al.*, 2021). Edukasi ruang publik harus terus ditawarkan kepada masyarakat umum agar tercipta lingkungan virtual yang sehat. Pengaturan informasi dan transaksi elektronik serta pengaturan tentang perbuatan terlarang merupakan dua bagian utama dari substansi UU ITE (Punusingon *et al.*, 2017).

Materi yang disampaikan dalam sosialisasi ini terutama adalah perilaku ilegal (*cybercrimes*) yang diatur dalam UU ITE, yang meliputi konten ilegal, seperti bahasa yang menyinggung, perjudian, pencemaran nama baik, perilaku mengancam, dan pemerasan. (Pasal 27, Pasal 28, dan Pasal 29 UU ITE); akses ilegal atau membobol sistem komputer (Pasal 30); penyadapan ilegal (Pasal 31); merusak, menghapus, atau mengubah data komputer (*data interference*, Pasal 32 UU ITE); mengganggu atau merintangi secara serius tanpa hak terhadap berfungsinya sistem komputer (*system interference*, Pasal 33 UU ITE); menyalahgunakan alat dan perangkat (*misuse of device*, Pasal 34 UU ITE), berita bohong atau berita tidak bersumber, atau hoaks dan ciri cirinya, serta bijak bermedia sosial.



Gambar 1. Sosialisasi UU ITE

Pelaksanaan sosialisasi UU ITE diikuti oleh 27 peserta, pada tanggal 14 Agustus 2022, bertempat di Balai Desa Surau (Gambar 1). Sebelum peserta mengikuti kegiatan sosialisasi dilakukan *pre-test*, dan setelah mengikuti kegiatan sosialisasi dilakukan *post-test*. Diperoleh data bahwa untuk nilai rata-rata (*mean*) *pre-test* sebesar 34,8 dan nilai rata-rata (*mean*) *post-test* adalah 37,4. Hal ini menunjukkan terdapat peningkatan pengetahuan peserta setelah mengikuti sosialisasi. Nilai *t* adalah 3,2. Nilai signifikansinya adalah $p < .05$. Artinya, terdapat perbedaan antara skor *pre-test* (*mean* 34,8) dan *post-test* (*mean* 37,4) yang tidak terjadi karena kebetulan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa instruksi yang diberikan efektif dan peserta mengetahui lebih banyak sesudah sosialisasi.

Hasil evaluasi sesudah sosialisasi adalah peningkatan pemahaman bahwa UU ITE memberikan kerangka hukum yang luas untuk aktivitas daring (Prastiwi *et al.*, 2021). Segala sesuatu yang dilarang di dunia nyata juga dilarang di dunia maya. Mengenai bagaimana memanfaatkan berbagai situs media sosial untuk berinternet secara positif, undang-undangnya dirasa cukup jelas. Muncul pemahaman juga bahwa di dunia maya yang tak terbatas saat ini, setiap tindakan memiliki konteks etika dan hukum yang harus menjadi standar perilaku di depan umum. Hal ini sesuai dengan hasil PPM Moh. Yusuf DM dan Roki Hardianto (2022) bahwa pendampingan dan sosialisasi kepada masyarakat diperlukan untuk mencegah penyalahgunaan dan penerapan UU ITE. Semua peserta merasa bahwa kegiatan ini penting dan bermanfaat, serta meningkatkan pemahaman mereka tentang UU ITE.

Pasal 1, 27, 28, dan 29 UU ITE menjadi salah satu topik yang dibahas dalam PKM ini. Dibahas pula bagaimana UU ITE diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, kesulitan-kesulitan yang menghadang untuk mengamalkan UU ITE dalam kehidupan sehari-hari, dan bagaimana membangun sikap terhadap kesulitan-kesulitan tersebut. Peserta mengaku dapat memahami dan akan mengimplementasikan UU ITE dalam kehidupan sehari-hari berdasarkan uraian materi.

Materi yang paling sering ditanyakan berhubungan dengan berita bohong (hoaks). Penggunaan internet khususnya media daring semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi karena mempermudah masyarakat dalam mencari berita dan informasi. Peserta semakin sadar akan fakta bahwa tidak semua berita atau informasi yang ditemukan di sumber internet akurat atau dapat dipercaya dan bahwa beberapa berita bohong disebarkan di sana dapat mengganggu ketenangan di lingkungan sekitar.

Pelatihan Pemanfaatan dan Pengelolaan Media Sosial serta Cara Membuat dan Mengedit Video

Topik yang dibahas meliputi pemahaman tentang media sosial (karakteristik media sosial, jenis media sosial, dan manfaat umum media sosial), membuat konten (keterbatasan konten setiap saluran media sosial, konten unggulan setiap saluran media sosial, konten gambar, konten video), langkah-langkah membuat konten video (iklan dan film pendek), dan mendistribusikan konten (membuat akun Facebook, Instagram, dan YouTube, mengoptimalkan kata kunci, *hash tag*, dan keterangan, serta evaluasi aktivasi media sosial).

Hasil diskusi menunjukkan adanya tambahan pengetahuan bahwa media sosial merupakan media komunikasi yang dapat memfasilitasi komunikasi, pertukaran, dan pengumpulan informasi secara daring bagi masyarakat tanpa dibatasi oleh waktu ataupun geografi. Disepakati bahwa media sosial akan digunakan dengan hati-hati untuk menghindari tuduhan menyebarkan informasi palsu. Dalam rangka mempertahankan operasional bisnis, meskipun sektor pariwisata mengalami penurunan akibat pandemi, sejumlah inisiatif disepakati untuk menggunakan media sosial sebagai *platform* iklan perjalanan wisata, membuat materi tujuan wisata secara teratur, berkomunikasi secara teratur dengan pengikut-pengikut di Facebook dan Instagram, dan meminta kritik dan saran.

Menurut para peserta, Facebook adalah *platform* jejaring sosial yang sangat disukai. Banyak orang menggunakan Facebook karena fungsinya sebagai situs jejaring sosial atau media sosial, termasuk *marketplace*, lowongan pekerjaan, grup/komunitas, halaman, dan bermain *game*. Selain sebagai jejaring sosial, Facebook juga menyediakan bisnis dengan hiburan. Sebelum kegiatan PKM, peserta dapat membuat profil dengan foto. Dalam kegiatan PKM ini, mereka mendapatkan pelatihan tentang cara menambah kontak dan informasi,

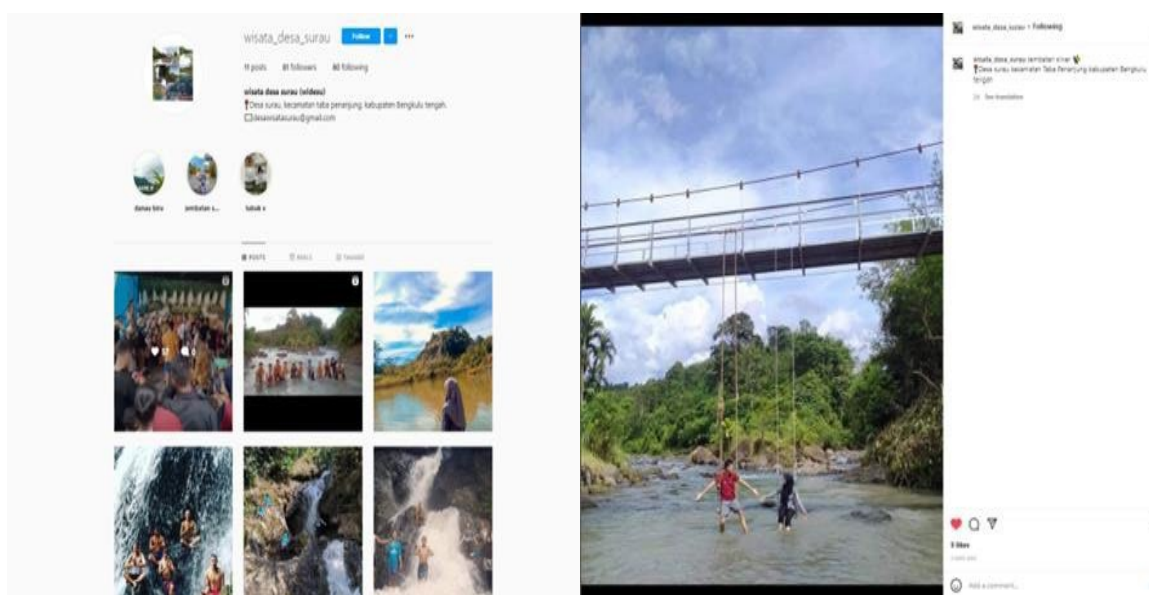
bergabung dengan komunitas untuk menjalin koneksi, melakukan promosi, menjual produk dengan tepat, dan mengintegrasikan Facebook dengan WhatsApp dan Instagram.

Tim PKM selain menjelaskan kelebihan, juga menjelaskan kekurangan Facebook, terutama karena sering digunakan untuk menyebarkan informasi palsu dan hoaks. Oleh karena itu, disarankan agar pengguna menyaring informasi untuk menghindari menerima informasi palsu yang membuat kegaduhan, perpecahan, dan konflik sosial. Selain itu, dijelaskan bahwa Facebook menggunakan semua data pengguna yang dikumpulkannya untuk tujuan bisnis dan keamanan, salah satunya untuk meningkatkan penargetan iklan Facebook dengan mengetahui apa yang diminati pengguna. Informasi yang dikumpulkan dapat berupa gambar dan video yang dibagikan, lokasi, pesan pengguna, bahkan berapa lama orang menonton konten. Pengguna dapat melihat semua informasi di halaman privasi Facebook.

PKM ini juga menunjukkan peningkatan manajemen tim yang menggunakan teknologi digital, komunikasi daring yang efisien, manajemen ide daring, dan kemajuan teknologi yang berkelanjutan melalui aplikasi WhatsApp yang menyediakan layanan bertukar pesan dan panggilan yang sederhana, aman, dan reliabel serta tersedia pada berbagai perangkat.

Praktik Promosi Objek Wisata

Instagram dan YouTube merupakan *platform* media sosial yang digunakan Pokdarwis Widesu saat ini untuk promosi internet. Beberapa anggota telah membuat akun YouTube dan Instagram serta menyosialisasikan perangkat desa, lurah, dan otoritas desa untuk menghasilkan profil desa. Iklan daring ini merupakan jenis pemasaran interaktif yang menggunakan media digital untuk menyebarkan pesan informasi (Prastiani & Pratiwi, 2020). Terkait wisata baru yang belum dikenal luas, Instagram dan YouTube merupakan media promosi dengan ikut memberi testimoni (Hakim & Putro, 2022). Penggunaan media sosial Instagram dapat dilihat melalui akun https://www.instagram.com/wisata_desa_surau/ dengan nama wisata Desa Surau (widesu). Penggunaan media sosial ini sebatas membagikan foto mengenai tiga destinasi wisata di Desa Surau, yaitu Danau Biru, Jembatan Silver, dan Lubuk V (Gambar 2).

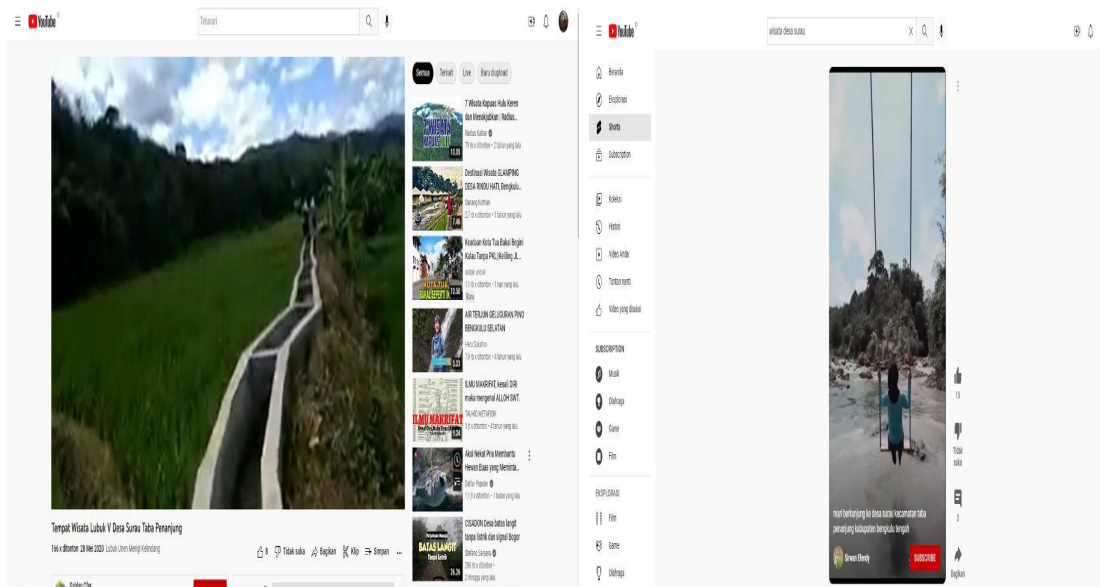


Gambar 2. Hasil karya foto dan video di Instagram

Penggunaan media sosial ini menurut pengelolanya dapat mengenalkan destinasi wisata di Desa Surau, tetapi belum meningkatkan jumlah pengunjung. Pemilik akun “wisata_desa_surau” telah mengunggah 12 *post* dengan berbagai konten. Meskipun hanya memiliki 102 pengikut secara keseluruhan, upaya menyebarkan informasi terkait pariwisata dapat dilihat secara bebas karena fungsinya diatur ke mode publik, membuat akses tersedia untuk semua orang. Penggunaan *hashtag* dan detail informasi di kolom *caption* dalam penawaran produk paket wisata masih kurang sehingga paket wisata yang ditawarkan sulit dicari melalui fitur *search* di Instagram. Tim PKM membantu memilihkan *hashtag* yang relevan dan paling banyak digunakan oleh pengguna Instagram.

YouTube juga menjadi pilihan dalam menyebarkan informasi pariwisata di Desa Surau, berisi berbagai konten yang dapat menjadi pilihan calon wisatawan. Melalui *channel* YouTube “Desa Surau” dapat disaksikan beberapa lokasi wisata di Desa Surau. Beberapa video telah dirilis pada April 2022, tetapi masih sedikit jumlah *viewer*-nya. Dengan pendampingan tim PKM langkah-langkah inovatif mulai dilakukan sehingga ada inovasi melalui media YouTube. Dengan dibantu oleh tim PKM, peserta memanfaatkan kamera *handphone* sebagai modal untuk mengabadikan gambar dan film yang kemudian dijadikan materi promosi. Sejumlah hasil karya foto dan video telah dibagikan di media sosial, seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan YouTube Shorts (Gambar 3). Video ini baru dirilis bulan September 2022 dan belum meningkatkan jumlah pengunjung.

Pemerintah Desa Surau melalui BUMDes dan pokdarwis telah menyadari bahwa digitalisasi teknologi berpengaruh pada pengelolaan objek wisata Desa Surau. Sebagai objek wisata baru, pengelola Desa Surau harus memasarkan objeknya sebagai lokasi wisata yang berbeda dengan pesaingnya di Kabupaten Bengkulu Tengah. Oleh karena itu, strategi komunikasi pemasaran harus dikembangkan secara lebih optimal lagi agar selanjutnya Desa Surau dapat menjadi objek wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi wisatawan.



Gambar 3. Hasil karya video di YouTube dan YouTube Shorts

Pendampingan Penggunaan Media Sosial dalam Melakukan Promosi

Program pendampingan dibuat oleh tim, tetapi untuk diterimanya oleh masyarakat dilakukan melalui proses pemahaman dengan prinsip “Keputusan Ada di Tangan Masyarakat”. Metode pendampingan yang diterapkan meliputi konsultasi, yaitu upaya

pembantuan yang diberikan tim terhadap masyarakat dengan cara memberikan jawaban dan pemecahan masalah yang dibutuhkan oleh masyarakat; pembelajaran, yaitu alih pengetahuan dan sistem nilai yang dimiliki oleh tim kepada masyarakat dalam proses yang disengaja; konseling, yakni membantu menggali masalah dan potensi yang dimiliki, membuka alternatif-alternatif solusi dan mendorong masyarakat mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan yang bertanggung jawab bagi kehidupannya.

Antusiasme peserta sangat tinggi. Para peserta PKM merasa lebih memahami cara memanfaatkan situs, seperti Facebook, Instagram, dan Youtube dalam mempromosikan destinasi wisata di desa kepada masyarakat umum. Dengan demikian, diharapkan meningkatkan sumber daya manusia dalam mengelola dan membantu pengembangan daya tarik wisata di desa melalui pemanfaatan berbagai media sosial.

Facebook Wisata Desa Surau telah dibuat oleh salah seorang perangkat desa, tetapi belum dimaksimalkan untuk promosi destinasi wisata dan produk lokalnya. Untuk menggunakan media sosial dengan benar, diperlukan pendampingan. Apalagi pada masa pandemi seperti saat ini, yang merusak perekonomian dalam banyak hal, termasuk pariwisata. Untuk memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai *platform* promosi pariwisata, sejumlah strategi disarankan dan dipraktikkan. Ini termasuk secara konsisten memproduksi konten, sering berkomunikasi dengan pengikut, dan mengumpulkan testimoni pengunjung.

Konten terkait destinasi pariwisata rutin dibahas satu per satu, menyoroti keindahan pemandangan daerah tersebut, dan memberikan beberapa informasi berharga bagi calon wisatawan. Hal ini ternyata membantu membangun kepercayaan pengunjung di lokasi wisata ini.

Berbagai cara akan dicoba dan didampingi untuk melibatkan pengikut di media sosial, termasuk memproduksi konten yang mencakup kegiatan, seperti kuis atau pertanyaan yang merangsang rasa ingin tahu. Koneksi ini dimaksudkan untuk menumbuhkan rasa keakraban antara pelaku usaha dan pelanggannya.

Cerita mengenai kunjungan wisata oleh pengunjung dikumpulkan, kemudian diunggah ulang dengan menambahkan beberapa kata agar konten lebih menarik perhatian. Testimoni pelanggan ini ternyata dapat menumbuhkan rasa percaya calon pengunjung lainnya sehingga tertarik dan penasaran ingin segera mengunjungi destinasi wisata di Desa Surau. Selain itu, testimoni yang diunggah kembali di sosial media juga dapat dijadikan bentuk apresiasi kepada pengunjung yang telah berkunjung berwisata di Desa Surau.

SIMPULAN DAN SARAN

Menjadikan desa wisata merupakan salah satu strategi untuk mempercepat pertumbuhan desa dan mendorong perubahan sosial, budaya, dan ekonomi di lingkungannya. Setiap daerah dan masyarakat harus memberikan perhatian khusus terhadap potensinya untuk diangkat dan dikembangkan guna memberikan keunggulan nilai tambah dan menghasilkan produktivitas yang tinggi untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk setempat. Tanpa dukungan pemerintah daerah, ekspansi sektor pariwisata tidak akan mungkin terjadi. Pembentukan lembaga tingkat desa atau pokdarwis merupakan langkah awal yang membantu dalam mempromosikan pembangunan daerah melalui pariwisata dan menggunakannya untuk keuntungan masyarakat setempat. Kemampuan untuk menemukan, menilai, membuat, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan teknologi informasi dan teknologi digital atau literasi digital menciptakan tatanan masyarakat dengan pola pikir dan pandangan yang kritis-kreatif, dan tidak akan mudah menjadi korban informasi hoaks.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini dilaksanakan atas bantuan dana Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Bengkulu, Tahun Anggaran 2022.

DAFTAR REFERENSI

- Budiyah, F. (2020). Implikasi pengembangan desa wisata terhadap peningkatan ekonomi masyarakat lokal studi kasus di Desa Ketenger. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 22(2), 182–190. <https://doi.org/10.32424/jeba.v22i2.1594>
- Diana, & Setiawan, A. B. (2021). Evaluasi penerapan community based tourism (CBT). *EFFICIENT: Indonesian Journal of Development Economics*, 4(1), 1044–1065. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/efficient.v4i1.42541>
- DM, M. Y., & Hardianto, R. (2022). Socialization of the ITE law, amid the widespread use of social media. *Journal of Community Engagement Research for Sustainability*, 2(1), 12–19. <https://doi.org/10.31258/cers.2.1.12-19>
- Hakim, L., & Putro, W. E. (2022). New media dalam membantu kinerja humas pokdarwis mempromosikan wisata alam dan budaya di Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 6(1), 69–85. <https://doi.org/10.38043/jids.v6i1.3382>
- Hayati, N. (2020). Optimization of community empowerment through improving the potential of the community in the new normal era proceeding of the non-formal education International Conference 2020 Optimization of Community Empowe. *Digital Press Social Sciences Humanities Proceeding*, 6(9), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.29037/digitalpress.46375>
- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. (2011). Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor: KM.18/HM.001/MKP/2011 tentang Pedoman Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. (2015). *Buku panduan pengembangan desa wisata hijau*. Asisten Deputi Urusan Ketenagalistrikan dan Aneka Usaha Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- KKN-PPM UGM BUAYAN MENAWAN. (2021). *Buku pedoman kelompok sadar wisata (POKDARWIS)*. PPM UGM.
- Kristiana, Y., & Nathalia, T. C. (2019). Peran pemangku kepentingan sebagai upaya pengembangan pariwisata di Kabupaten Biak Numfor. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 4(1), 60–66. <https://doi.org/10.26905/jpp.v4i1.2716>
- Nagy, K. X. H., & Segui, A. E. (2020). Experiences of community-based tourism in Romania: Chances and challenges. *Journal of Tourism Analysis*, 27(2), 143–163. <https://doi.org/10.1108/JTA-08-2019-0033>
- Nugroho SBM. (2020). Beberapa masalah dalam pengembangan sektor pariwisata di Indonesia. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 124–131. <https://doi.org/10.31294/par.v7i2.8810>
- Nurhajati, N. (2018). Dampak Pengembangan desa wisata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Studi di Desa Mulyosari Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Publiciana*, 11(1), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.36563/publiciana.v11i1.136>
- Permatasari, I. (2022). Peran model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) di Bali. *Kertha Wicaksana: Sarana Komunikasi Dosen dan Mahasiswa*, 16(2), 164–171. <https://doi.org/https://doi.org/10.22225/kw.16.2.2022.164-171>
- Prasta, M., & Pradipta, Y. (2021). Pariwisata berbasis masyarakat sebagai pelestari tradisi

- di Desa Samiran. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 5(1), 99–109. <https://doi.org/10.34013/jk.v5i1.379>
- Prastiani, N., & Pratiwi, R. Z. B. (2020). Promosi dan Pemasaran pariwisata objek wisata tirta sinongko dalam upaya menarik wisatawan. *Profesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(1), 38–57. <https://doi.org/10.24198/prh.v5i1.21311>
- Prastiwi, D. E., Tohadi, Munir, B., & Ekawati, D. (2021). Sosialisasi Undang-Undang ITE dan dampak hukumnya bagi masyarakat. *Abdi Laksana : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 416–424. <https://doi.org/10.32493/al-jpkm.v3i2.20294>
- Punusingon, R. R., Lumenta, A. S. M., & Rindengan, Y. D. Y. (2017). Animasi sosialisasi undang-undang informasi dan transaksi elektronik. *E-Jurnal Teknik Informatika*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.35793/jti.12.1.2017.17796>
- Putrawan, P. E., & Ardana, D. M. J. (2019). Peran kelompok sadar wisata (pokdarwis) dalam pengembangan pariwisata di Desa Munduk Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng. *Locus Majalah Ilmiah FISIP*, 11(2), 40–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.37637/locus.v11i2.279>
- Rohmy, A. M., Suratman, T., & Nihayaty, A. I. (2021). UU ITE dalam Perspektif Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. *DAKWATUNA Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 7(2), 309–339. <https://doi.org/https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v7i2.1202>
- Santoso, A. D., Sriwijaya, U., Ayu, D., Angendari, D., & Mada, U. G. (2020). *Desa cerdas: Transformasi kebijakan dan pembangunan desa merespon era revolusi industri 4.0* (E. A. Purwanto & D. Permadi (eds.); Issue May). Center for Digital Society Bekerjasama dengan Institute of Governance and Public Affairs (IGPA) UGM.
- Suparwoko. (2011). *Community-based approach to tourism in Indonesia*. Deepublish.
- Wijaya, N. S., & Sudarmawan, I. W. E. (2019). Community Based tourism (CBT) sebagai strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan di DTW Ceking Desa Pekraman Tegallalang. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 10(1), 77–98. <https://doi.org/https://doi.org/10.22334/jihm.v10i1> P-ISSN
- Windarsari, W. R., Rohmat, Winarno, A., & Hermawan, A. (2021). Penerapan konsep community based tourism (CBT) dan pemberdayaan potensi pariwisata lokal untuk peluncuran Desa Wisata Kampung Kopi Sumberdem. *Jurnal Graha Pengabdian*, 3(3), 220–231. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jgp/article/view/26594/9171>