

Peran Media Sosial Sebagai Pengembangan Wisata Daerah dan Media Sosial Sebagai Dasar Komunikasi

¹⁾Vitalia Fina Carla Rettobjaan, ²⁾I Kadek Arya Sugianta, ³⁾Ni Made Widnyani, ⁴⁾A.A.Ngurah Bagus

Aristayudha

¹²³⁴⁾Universitas Bali Internasional, Denpasar, Bali, Indonesia

Email: carlairettobjaan@iikmpbali.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Media Sosial Desa Wisata Komunikasi	Kemajuan teknologi saat ini semakin mengalami perkembangan, hal ini membuat pelaku usaha terutama dalam bidang pariwisata untuk mengikuti perubahan. Perubahan ini juga harus diikuti oleh SDM yang paham tentang penggunaan teknologi sehingga dapat membantu mempromosikan daerah wisata masing-masing daerah. Penggunaan teknologi ini harus diikuti dengan membuat konten promosi yang bisa memajukan daerah wisata serta penting peran dasar komunikasi yang baik dalam cara mengembangkannya menggunakan media sosial. Media sosial adalah alternatif kekinian yang dijadikan untuk memperkenalkan destinasi desa di Daerah agar dapat dikenal oleh orang lain, selain itu penggunaan media sosial harus diimbangi dengan informasi yang diberikan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Kegiatan dilakukan dengan pemaparan materi dan praktik menggunakan media sosial. Hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan gambaran bahwa kehadiran media sosial ini membantu masyarakat desa untuk memperkenalkan daerahnya terutama pariwisata yang ada di desa setempat sehingga perlunya sebuah penggunaan secara bijak media sosial yang baik sehingga terjalin komunikasi yang baik dalam pengembangan desa Adat.
	ABSTRACT
Keywords: Social Media Tourism Village Communication	<i>Technological advances are currently experiencing developments, this makes business actors, especially in the tourism sector, to keep up with the changes. This change must also be followed by human resources who understand the use of technology so that they can help promote tourist areas in each region. The use of this technology must be followed by creating promotional content that can promote tourism areas and the important role of good communication in how to develop it using social media. Social media is a contemporary alternative that is used to introduce village destinations in the Region so that other people can recognize it, besides that the use of social media must be balanced with the information provided. The implementation of this service activity is carried out using a descriptive qualitative method. Activities are carried out by presenting material and practicing using social media. The results of this community service can provide an illustration that the presence of social media helps village communities to introduce their area, especially tourism in the local village so that there is a need for a wise use of good social media so that good communication is established in the development of traditional villages.</i>
	This is an open access article under the CC-BY-SA license.
	

I. PENDAHULUAN

Indonesia adalah wilayah yang memiliki keragaman budaya dan pariwisata. Perkembangan teknologi yang semakin cepat menyebabkan perubahan yang terjadi. Salah satu perubahan yang terjadi berdampak pada dunia pariwisata, dengan penyebaran informasinya mudah untuk diakses. Perkembangan internet untuk desa adat di wilayah Bali juga semakin berkembang sesuai dengan zaman teknologi yang

terus berkembang. Hal ini semakin terbukti dari berbagai produk mudah ditemukan berkat kemajuan teknologi seperti internet dan smartphone yang digunakan masyarakat desa adat Bali. Kedua teknik dapat memberikan dampak positif bagi kemanusiaan, seperti aksesibilitas informasi kapan saja, di mana saja melalui internet dan teknologi informasi. Penggunaan media sosial dan internet juga mempercepat penyebarannya informasi dan konten yang buruk kecuali warga negara yang bijak mencegahnya di dunia digital. Kehadiran konten negatif dapat membahayakan ekosistem digital jika hal ini hanya dapat diimbangi dengan peningkatan kesadaran masing-masing individu. Setiap pengguna media juga sangat membutuhkan bantuan literasi digital ke media sosial dan web untuk membuat konten yang positif, kreatif, dan unik.

Pariwisata harus dapat merangsang masyarakat untuk berpartisipasi aktif guna mencapai tujuan kesejahteraan yang diinginkan. Perkembangan pariwisata semakin mengalami perubahan, hal ini harus segera dilakukan untuk mampu memperkenalkan desa kita sebagai desa yang siap bersaing, untuk menyikapi perubahan minat wisata tersebut, salah satu pilihannya adalah desa wisata. Desa wisata memiliki ciri atau karakter tertentu yang memiliki daya jual berupa kekayaan alam, budaya atau lingkungan yang cukup bagi pengunjung untuk menikmati, mengeksplorasi dan mempelajari keunikan desa dan segala daya tariknya.

Penggunaan media sosial di era digital sangat memudahkan penyebaran informasi dan iklan dari berbagai lapisan masyarakat. Terbukti bahwa media sosial komunitas dapat mempromosikan pariwisata secara lebih interaktif, informatif dan juga fleksibel dengan memberikan informasi yang menarik wisatawan. Namun, agar penggunaan media sosial efektif dalam promosi pariwisata, diperlukan strategi dan persiapan untuk membuat konten yang menarik wisatawan untuk melihat keunikan destinasi wisata. Untuk mengembangkan potensi desa wisata di desa Penarungan Kabupaten Badung membutuhkan media yang lebih dari sekedar mendorong kunjungan langsung wisatawan. Media elektronik seperti facebook, instagram, website, WA dan lain-lain merupakan media periklanan yang efektif, murah dan berprestasi. Perkembangan desa wisata di era digital ini membutuhkan sistem komunikasi yang konvergen yang meliputi komunikasi interpersonal, komunikasi massa dan hybrid media. Penggunaan teknologi ini membantu masyarakat desa Adat untuk mendapatkan informasi dan dapat dijadikan dasar melakukan komunikasi dengan pihak luar terkait pengembangan wisata di Desa Adat terutama di Desa Adat Penarungan, Kabupaten Badung.

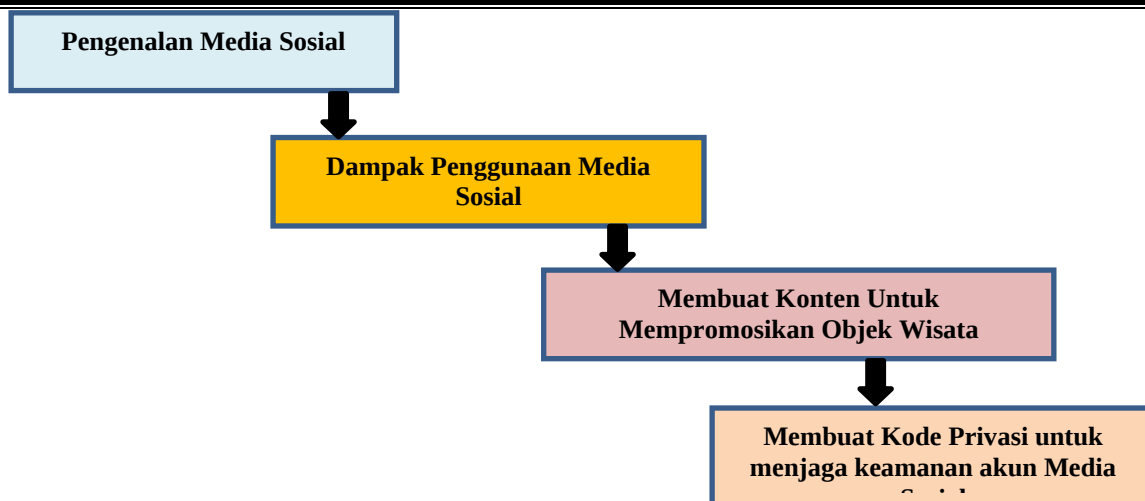
II. MASALAH

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan serta melihat keunggulan potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Adat Penarungan adalah wisata alam yang identik dengan pengembangan potensi pertanian yang bisa dikembangkan menjadi Desa Wisata, namun permasalahan yang terjadi di tengah masyarakat yaitu kurangnya pemahaman tentang bagaimana menggunakan media sosial sebagai sarana pengembangan Desa Wisata dan bagaimana membatasi privasi kita dalam media sosial dimana media sosial ini dijadikan dasar komunikasi kepada pihak lain untuk mengembangkan pariwisata di Desa Adat. Dari permasalahan yang ditemukan dilaksanakanlah Kegiatan “Pemberdayaan Empat Pilar Literasi Digital di Desa Adat Dalam Rangka Transformasi Digital Indonesia” Relawan TIK Provinsi Bali berkolaborasi dengan Universitas Bali Internasional dengan menyusun dan melaksanakan beberapa program kerja baik yaitu pemanfaatan media sosial untuk promosi pariwisata dan potensi kearifan lokal di Desa Adat Penarungan Kabupaten Badung.

III. METODE

Adapun susunan acara kegiatan yang dilakukan :

1. Pemaparan Materi dan pelatihan pembuatan akun media sosial
2. Memberikan Edukasi dampak penggunaan media sosial
3. Pelatihan membuat konten Promosi
4. Membuat privasi akun dengan mengganti secara berkala password akun.
5. Pemberian Kuisioner Pre Test dan Post Test
6. Sesi Tanya jawab



Gambar 1. Materi Pelatihan

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah bagaimana masyarakat desa adat paham menggunakan media sosial dan meningkatkan pengetahuan tentang langkah melakukan promosi objek wisata yang baik dengan media sosial. Dari hasil diskusi dan pertanyaan yang disampaikan oleh peserta kegiatan dimana jumlah peserta dalam kegiatan pengabdian ini diikuti secara online sejumlah 92 peserta dan offline sejumlah 100 peserta. Sasaran dalam kegiatan ini adalah Yowana dan Pakis Desa Adat Penarungan. Pertanyaan yang diberikan oleh peserta menjawab masalah yang terjadi di Desa Adat terutama kurangnya SDM yang paham penggunaan media sosial dalam mendukung promosi wisata di daerah tersebut. Peserta pelatihan mendapatkan edukasi dan praktik langsung bagaimana mengoptimalkan penggunaan aplikasi media sosial dalam memperkenalkan dan mempromosikan wisata yang ada di Desa Penarungan sehingga dapat menjadi daya tarik sehingga bisa menjadi desa wisata. Pemateri yang menyampaikan pelatihan adalah orang yang memiliki kompetensi yang baik di bidangnya masing-masing.

Pada pelaksanaan pelatihan, peran serta dari Desa Adat sangat besar mengingat untuk bisa mengembangkan desa adat perlu dukungan dari prajuru Desa Adat sehingga kegiatan ini dapat berlangsung dengan baik. Kegiatan ini mengikut sertakan Mahasiswa di Universitas Bali Internasional berkolaborasi dengan Relawan Teknologi Informasi Komunikasi Provinsi Bali. Kegiatan ini berlangsung juga pretest dan post test untuk mengetahui sejauh mana pemahaman Yowana dan Pakis yang mengikuti pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Masyarakat paham bahwa dapun platform daring yang dapat digunakan yaitu melalui media sosial misalnya instagram, tiktok, facebook dan yang lainnya dapat dijadikan sarana untuk mengenalkan potensi yang dimiliki desa adat setempat, sehingga dapat berdampak positif bagi desa adat kedepannya. Adapun hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini terlihat dari hasil kuisioner yang disebar, bahwa terdapat hasil yang signifikan tentang pemahaman penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi.

Tabel 1. Keadaan Awal Dan Akhir Yang Diharapkan Dari Promosi Melalui Media Sosial

Keadaan awal	Perlakuan	Keadaan akhir
Yowana dan Pakis Desa banyak yang belum mengetahui terkait pengembangan pariwisata dan kearifan lokal apa saja yang ada	Mengajak Yowana dan Pakis untuk memperkenalkan desa nya dengan promosi melalui media sosial agar lebih tersebar informasi mengenai pariwisata yang ada.	Yowana dan Pakis mengetahui cara untuk meningkatkan jumlah peminat pengunjung ke pariwisata yang ada

Yowana dan Pakis Desa belum mengetahui bagaimana mebatasi diri penggunaan privasi dalam bermedia sosial untuk mempromosikan pariwisata yang ada

Mengajak Yowana dan Pakis untuk melakukan promosi melalui media sosial dan mebatasi dalam pemberian informasi dengan privay agar tidak disalah gunakan

Yowana dan Pakis mengetahui cara untuk mebatasi informasi dengan privacy dengan cara mengganti kode keamanan secara berkala.



Gambar 2. Peserta Dalam Kegiatan

V. KESIMPULAN

Masyarakat desa adalah penerus di Desa Adat, diharapkan segala sesuatu yang disampaikan dapat bermanfaat dan menjadikan masyarakat mampu menggunakan media sosial dengan baik dan bijak , mampu memanfaatkan media sosial untuk mengenalkan berbagai potensi yang dimiliki oleh desa adat tersebut. Selama pemaparan, peserta terlihat antusias, karena informasi yang diberikan sangat menarik dan bisa diterapkan di wilayah Desa Adat. Adapun kegiatan ini diikuti oleh peserta dari Yowana dan PAKIS Desa Adat Penarungan yang turut berpartisipasi dalam kegiatan ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Kepala Desa Adat Penarungann, Kabupaten Badung , Para Yowana dan Pakis Desa Adat Penarungan yang telah meluangkan waktu untuk memberikan kesempatan melakukan pengabdian kepada masyarakat di Desa Adat. Ucapan terima kasih dapat juga disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan kegiatan ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu sehingga pelaksanaan acara ini bisa berlangsung dengan baik dan berjalan lancar

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alfianita, R. H. (2016). *Manajemen Pemasaran Secara Online Desa Wisata Di Yogyakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Promosi Desa Wisata Gabungan / Dewiga)* (Thesis S2). UIN Sunan Kalijaga <http://digilib.uinsuka.ac.id/24751/>
- [2] Hermawan, Hary. 2016. "Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal." *Jurnal Pariwisata* 3(2): 105–17. Muhamad Ismail. 2020.
- [3] Susyanti, Dewi Winarni, and Nining Latianingsih. 2013. "Potensi Desa Melalui Pariwisata Pedesaan." *Ekonomi dan Bisnis* 12(1): 33–36.
- [4] Warmayana, I Gede Agus Krisna. 2018. "Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Promosi Pariwisata Pada Era Industri 4.0." *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya* 3(2): 81.