


Pengembangan Destinasi Pariwisata Gayo Lues Berbasis Integrasi Media Sosial

¹⁾Safuridar*, ²⁾Puti Andiny, ³⁾Anisha Hardianti
^{1,2,3)} Ekonomi Pembangunan, Universitas Samudra, Langsa, Aceh, Indonesia
Email Corresponding: safuridar@unsam.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Destinasi Pariwisata Media Sosial Integrasi Media Sosial	Pengembangan keterampilan pengelolaan destinasi wisata dan pemasaran digital bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat di Kabupaten Gayo Lues melalui sektor pariwisata. Ketergantungan pada metode pemasaran tradisional yang kurang optimal, serta rendahnya pemanfaatan media sosial, mendorong pentingnya alternatif yang lebih efektif dan efisien dalam mempromosikan destinasi wisata lokal. Program ini bertujuan untuk mengajarkan dampak multiplier efek pariwisata dan pemuda lokal cara mengelola akun media sosial dan membuat konten promosi yang menarik menggunakan platform digital seperti Tiktok, Instagram, Facebook, dan YouTube. Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah gabungan metode RRA (Rapid Rural Appraisal) dan PRA (Participatory Rural Appraisal). Metode RRA memungkinkan pengumpulan data secara cepat dan efisien dengan melibatkan masyarakat, sedangkan PRA memberikan ruang bagi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses analisis dan pemecahan masalah. Pelatihan praktis dan pendampingan intensif akan diberikan kepada mitra untuk memastikan mereka dapat mengelola dan memanfaatkan media sosial dengan baik dalam mempromosikan destinasi wisata mereka. Diharapkan, program ini tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat melalui sektor pariwisata, tetapi juga membantu menciptakan ekosistem pariwisata yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan. Tahapan terakhir adalah pendampingan dan evaluasi untuk mengukur keberhasilan program pengabdian.
Keywords: Keywords_Destnation Keywords_Tourism Keywords_Social Media Keywords_Integration Keywords_5 Gayo Lues	ABSTRACT The development of destination management and digital marketing skills aims to increase community income in Gayo Lues Regency through the tourism sector. The community's reliance on less effective traditional marketing methods and the underutilization of social media have highlighted the need for more efficient and impactful alternatives to promote local tourism destinations. This program is designed to educate local youth on the multiplier effect of tourism and train them in managing social media accounts and creating engaging promotional content using digital platforms such as TikTok, Instagram, Facebook, and YouTube. The approach used in this community service activity combines the Rapid Rural Appraisal (RRA) and Participatory Rural Appraisal (PRA) methods. RRA enables quick and efficient data collection by involving the community, while PRA encourages active community participation in problem analysis and solution development. Hands-on training and intensive mentoring will be provided to ensure that participants are capable of effectively managing and utilizing social media to promote their tourism destinations. It is expected that this program will not only increase local income through the tourism sector but also help foster a more competitive and sustainable tourism ecosystem. The final stage of the program involves mentoring and evaluation to measure the success of the community service initiative.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



I. PENDAHULUAN

Kabupaten Gayo Lues, yang terletak di Provinsi Aceh, memiliki potensi alam yang luar biasa, dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, seperti pegunungan, kebun kopi, dan keanekaragaman hayati. Potensi ini menjadikan Gayo Lues sebagai daerah yang sangat menjanjikan dalam pengembangan sektor

pariwisata berbasis alam. Keindahan alam yang memukau, serta kekayaan budaya yang khas, menjadikan daerah ini sebagai destinasi wisata yang sangat potensial untuk dikembangkan lebih lanjut.

Sektor pariwisata di Gayo Lues memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian lokal. Selain berfungsi sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi daerah, sektor ini juga relevan untuk mendukung pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Dengan keragaman sumber daya alam yang ada, sektor pariwisata memiliki potensi besar untuk meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD), serta memperkenalkan budaya lokal kepada wisatawan. Berikut adalah 14 objek wisata andalan Kabupaten Gayo Lues yang siap menjadi daya tarik wisatawan.



Gambar 1. Objek Wisata andalan Kabupaten Gayo Lues
Sumber : (RKPD Kab Gayo Lues, 2023)

Namun, untuk mengoptimalkan potensi sektor pariwisata ini, Pemberdayaan berbasis komunitas (CBT) menempatkan warga sebagai aktor pengelola destinasi; pendekatan ini terbukti meningkatkan rasa kepemilikan dan distribusi manfaat, tetapi sering terkendala kelembagaan dan kesinambungan pendampingan (Purna Yudha et al., 2024); (Fatimah & Mukarramah, 2023). Pemasaran digital & media sosial menjadi kanal efektif promosi destinasi, terutama bagi desa wisata; pelatihan biasanya mencakup pembuatan konten, pengelolaan akun, dan dasar branding, namun kerap belum terhubung ke indikator kinerja kunjungan yang terukur (Maudiarti et al., 2024); (Setyawan et al., 2022). Manajemen destinasi menekankan penataan atraksi, akses, amenitas, dan layanan (4A), serta penyusunan SOP dan peran kelembagaan lokal; temuan umum menyebut perlunya paket wisata tematik dan standar layanan yang konsisten (Al Amin et al., 2024). Branding/citra destinasi mendorong diferensiasi melalui narasi dan identitas visual, namun implementasinya sering belum konsisten lintas kanal komunikasi (Aprilianadi et al., 2025). Penguatan ekonomi lokal penunjang—kuliner, homestay, dan kerajinan—didorong untuk meningkatkan multiplier effect, tetapi kurasi produk dan keterhubungan dengan alur kunjungan wisatawan masih terbatas (Putri et al., 2022).

Integrasi hulu–hilir belum kuat: banyak program berfokus pada pelatihan tunggal (konten, atau kelembagaan), belum menyatukan manajemen destinasi dan pemasaran digital ke dalam satu siklus kerja yang terukur (Gantina et al., 2025); (Maudiarti et al., 2024). Minim aftercare: pendampingan pascapelatihan dan mekanisme monitoring (KPI kunjungan, lama tinggal, belanja rata-rata) jarang dibangun, sehingga dampak sulit berkelanjutan (Purna Yudha et al., 2024); (Al Amin et al., 2024). Kelembagaan & SOP layanan di tingkat desa belum baku (tiket, keselamatan, kebersihan, alur kunjungan, peran pemandu), padahal ini prasyarat mutu pengalaman wisatawan (Al Amin et al., 2024). Branding belum terhubung ke produk ekonomi lokal: narasi destinasi tidak selalu diikuti kurasi paket/produk (kuliner, kerajinan) yang siap dijual pada rute kunjungan (Aprilianadi et al., 2025); (Putri et al., 2022).

Salah satu destinasi unggulan yang memiliki potensi besar adalah Wisata Kolam Biru Rerebe, yang berlokasi tak jauh dari lokasi pengabdian. Wisata alam ini dikenal dengan keindahan air birunya yang jernih dan pemandangan alam yang mempesona, menjadikannya sebagai daya tarik wisata yang semakin populer. Kolam Biru Rerebe menawarkan pengalaman wisata yang unik, di mana pengunjung dapat menikmati keindahan alam sambil merasakan kesejukan air pegunungan yang alami. Potensi wisata ini, jika dikelola

dengan baik, tidak hanya akan meningkatkan daya tarik pariwisata lokal, tetapi juga memberikan peluang ekonomi baru bagi masyarakat sekitar, seperti usaha kuliner, penginapan, dan produk kerajinan lokal (Putri et al., 2022). Program pengabdian ini bertujuan untuk membantu mengoptimalkan pengelolaan destinasi ini, sehingga Wisata Kolam Biru Rerebe dapat menjadi salah satu ikon pariwisata unggulan di Kabupaten Gayo Lues.

II. MASALAH

Berdasarkan hasil analisis situasi yang didiskusikan antara pengusul PKM dengan mitra, dua permasalahan yang menjadi prioritas kegiatan pendampingan dalam upaya menciptakan penguatan atas usaha mitra. Berikut permasalahan prioritas tersebut:

1. Kurangnya pemahaman mitra tentang *Multiplier Effect* Pariwisata
2. Kurangnya Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran

Berdasarkan permasalahan mitra di atas, maka justifikasi solusi dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan dalam pemasaran digital, agar masyarakat lokal dapat mengelola akun media sosial dan memproduksi konten yang menarik, sehingga mampu meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi wisata mereka.

Program sosialisasi mengenai *Multiplayer Effect* pariwisata sangat tepat untuk menjawab permasalahan yang terjadi di Gayo Lues, khususnya dalam mengoptimalkan potensi sektor pariwisata. Efek berganda dalam pariwisata (*Multiplayer Effect*) mengacu pada dampak positif yang tidak hanya dirasakan oleh sektor pariwisata itu sendiri, tetapi juga dapat mencakup ke sektor-sektor lain yang berhubungan, seperti ekonomi lokal, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta sektor sosial dan budaya. Program sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang bagaimana sektor pariwisata dapat mendorong kemajuan ekonomi yang lebih luas dan berkelanjutan.

Selain itu, program ini juga akan dilengkapi dengan pelatihan mengenai pemanfaatan platform media sosial sebagai alat promosi. Media sosial, yang menjadi salah satu alat pemasaran digital paling efektif di era saat ini, memiliki peran penting dalam memperkenalkan destinasi wisata ke pasar global (Nurhadi et al., 2024). Namun, banyak destinasi wisata di Gayo Lues yang belum dimanfaatkan sepenuhnya melalui media sosial. Dalam pelatihan ini, masyarakat akan dibekali keterampilan dalam mengelola akun media sosial, membuat konten promosi yang menarik, serta mengoptimalkan platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Tidak hanya itu, pelatihan juga akan mencakup pembuatan konten digital yang relevan dan menarik. Konten visual yang baik dan berkualitas tinggi, seperti foto dan video, sangat penting dalam mempromosikan destinasi wisata secara efektif di media sosial. Oleh karena itu, program ini akan memberikan pelatihan tentang teknik pembuatan konten, mulai dari fotografi dan videografi dasar hingga editing untuk menghasilkan konten yang menarik dan profesional. Dengan kemampuan ini, masyarakat dapat membuat konten yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga menciptakan pengalaman yang memikat bagi para wisatawan.

Melalui program sosialisasi ini, masyarakat tidak hanya akan memahami konsep *multiplayer effect* pariwisata, tetapi juga akan belajar cara memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan destinasi wisata mereka secara lebih profesional. Pelatihan pembuatan konten dan pemasaran digital diharapkan akan membantu mereka mengelola dan mempromosikan destinasi wisata secara mandiri, meningkatkan visibilitas di pasar digital, dan pada akhirnya menciptakan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat lokal (Gumi et al., 2021). Dengan demikian, program ini akan memberikan solusi konkret dalam mengoptimalkan potensi pariwisata di Gayo Lues, meningkatkan daya saing destinasi wisata, dan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Adapun kegiatan pengabdian ini berlokasi di Kecamatan Tripe Jaya Kabupaten Gayo Lues, desa tersebut adalah desa Uyemberiring yang merupakan salah satu desa yang terdekat dengan daerah wisata

III. METODE

Metode yang digunakan untuk pemecahan masalah dalam kegiatan PKM ini yaitu mengintegrasikan dua metode yang efektif, yaitu *Rapid Rural Appraisal* (RRA) dan *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Metode RRA memungkinkan pengumpulan data yang cepat dan efisien, sementara PRA melibatkan

masyarakat secara aktif dalam pengumpulan, analisis, dan penggunaan data yang relevan dengan kebutuhan mereka. Pendekatan ini memastikan bahwa program yang dijalankan relevan dengan potensi dan kebutuhan lokal serta dapat diterapkan secara berkelanjutan oleh masyarakat setempat.

Tahapan pertama dalam pelaksanaan program ini adalah persiapan dan pengumpulan data. Pada tahap ini, dilakukan pemetaan masalah dan potensi yang ada di tingkat desa melalui wawancara dengan tokoh masyarakat, pengelola destinasi wisata, serta ketua pemuda. Selain itu, tim pengabdian juga akan melakukan observasi partisipatif di lapangan untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang kondisi pengelolaan dan pemasaran destinasi wisata. Fokus Grup Diskusi (FGD) akan diadakan untuk menggali lebih dalam tantangan yang dihadapi serta peluang yang dapat dikembangkan dalam sektor pariwisata. Dalam seluruh proses ini, metode PRA akan digunakan untuk melibatkan masyarakat dalam pengumpulan data dan analisisnya, sehingga hasil yang diperoleh benar-benar mencerminkan kebutuhan dan harapan mereka.

Pelaksanaan pengabdian akan disusun berdasarkan temuan yang diperoleh dari pemetaan dan diskusi yang telah dilakukan. Pelatihan ini terdiri dari tiga sesi utama: pertama, pengelolaan destinasi wisata, yang akan memberikan pemahaman tentang manajemen destinasi, pengelolaan fasilitas, serta pelayanan wisatawan. Kedua, pemanfaatan media sosial untuk promosi wisata, yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube untuk memperkenalkan destinasi wisata mereka kepada audiens yang lebih luas. Ketiga, pembuatan konten digital, yang bertujuan untuk melatih peserta dalam teknik dasar fotografi, videografi, serta pengeditan konten untuk mempromosikan destinasi wisata secara lebih profesional. Dalam kegiatan ini adapun bahan penunjang yang digunakan dalam kegiatan pengabdian seperti, kamera, handphone, pulsa internet/ wifi.

Setelah pelatihan selesai, implementasi langsung akan dilakukan di lapangan dengan melibatkan ketua pemuda setempat sebagai pelaku utama dalam pengelolaan dan promosi destinasi wisata. Ketua pemuda setempat akan mengelola destinasi wisata dengan menerapkan teknik manajemen yang telah dipelajari, serta memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan visibilitas destinasi mereka. Program ini juga akan mencakup evaluasi partisipatif, di mana masyarakat yang terlibat dalam pelatihan memberikan umpan balik mengenai penerapan ilmu yang diperoleh dan dampak yang dirasakan. Tindak lanjut berupa pendampingan berkelanjutan akan diberikan untuk memastikan keberlanjutan dan penguatan kapasitas masyarakat dalam jangka panjang.

Pihak yang terlibat terdiri dari dosen, penghulu gampong, mahasiswa KKN yang akan memandu pelatihan dan memberikan bimbingan teknis. Selain itu, program ini juga membutuhkan peralatan pelatihan seperti kamera dan perangkat lunak editing untuk mendukung pembuatan konten digital. Dengan metode RRA dan PRA, program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pemuda dalam pengelolaan dan pemasaran destinasi wisata, tetapi juga memastikan bahwa program ini benar-benar sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan dapat diterapkan secara mandiri dalam jangka panjang. Dengan demikian, diharapkan sektor pariwisata di Gayo Lues dapat berkembang secara berkelanjutan, memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar, serta menjaga kelestarian alam dan budaya lokal.

Rencana kegiatan yang akan diusulkan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi mitra PKM ini diperinci pada tahapan berikut:

a. Tahapan Persiapan

Tahapan ini dilakukan melalui 3 kegiatan yaitu:

1. Identifikasi masalah

Tim pengabdian bersama mitra melakukan identifikasi masalah melalui observasi atau survei lapangan terhadap mitra untuk mengetahui fokus wisata yang akan menjadi konten promosi pariwisata.

2. Analisis kebutuhan

Tim pengabdian menguraikan solusi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah mitra.

3. Penyusunan program

Tim pengabdian bersama mitra melakukan Focus Grup Discussion (FGD) dalam menyusun seluruh kegiatan program agar tujuan program dapat tercapai.

b. Pelaksanaan

Tahapan ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Sosialisasi

Pada tahap ini, tim PKM memberikan sosialisasi kepada mitra dengan memberikan materi sosialisasi mengenai cara meningkatkan mengenai prinsip-prinsip dasar pengelolaan destinasi wisata yang profesional, serta cara memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif.

2. Praktek lapangan

Setelah tim PKM mengundang mitra dan juga perangkat desa, kegiatan berikutnya adalah praktik lapangan, dimana tim PKM melatih peserta kegiatan dalam mengelola akun media sosial dan membuat konten yang menarik untuk mempromosikan destinasi wisata..

c. Evaluasi Kegiatan

Tahap ketiga dalam program ini adalah mengevaluasi tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatan yang diusulkan, yang terdiri dari evaluasi selama kegiatan pelatihan dan setelah kegiatan pelatihan. Evaluasi selama kegiatan dilakukan saat pelatihan berlangsung, di mana tim pengabdian akan memantau dan menilai secara langsung pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengelola destinasi wisata dan memanfaatkan media sosial untuk promosi. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa peserta pelatihan dapat mengaplikasikan materi yang diberikan, seperti pengelolaan destinasi wisata dan pembuatan konten digital untuk media sosial.

Sedangkan evaluasi setelah kegiatan pelatihan dilakukan melalui kegiatan pendampingan dan penyebaran kuesioner untuk mengukur tingkat keberhasilan program dalam jangka panjang. Pendampingan akan dilakukan dengan memonitor langsung penerapan teknik-teknik yang telah dipelajari oleh peserta dalam pengelolaan destinasi wisata dan pemasaran digital. Tujuan evaluasi ini adalah untuk memastikan bahwa mitra PKM di Kabupaten Gayo Lues telah memanfaatkan media sosial secara efektif untuk promosi, serta menerapkan teknik pembuatan konten yang menarik. Hasil evaluasi ini akan digunakan untuk mengevaluasi keberlanjutan usaha pariwisata di daerah tersebut, serta mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau diperkuat guna meningkatkan pemasukan dan kesejahteraan masyarakat lokal.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan Kegiatan

Tahap persiapan dalam program ini dimulai dengan melakukan survei untuk mengidentifikasi pengetahuan dan minat mitra tentang pemanfaatan platform digital sebagai media promosi pariwisata. Survei ini telah dilakukan pada bulan Juni 2024. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas mitra, khususnya pengelola destinasi wisata dan pelaku usaha lokal, belum mengoptimalkan penggunaan platform digital, seperti media sosial, untuk mempromosikan destinasi wisata mereka. Mereka umumnya belum memiliki pemahaman yang cukup tentang cara memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan potensi wisata yang ada di Gayo Lues, serta belum menguasai teknik pembuatan konten digital yang menarik dan efektif.

Berdasarkan hasil survei tersebut, ditetapkanlah kegiatan PKM ini dalam bentuk pelatihan dan praktek langsung yang fokus pada pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi destinasi wisata. Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada mitra tentang bagaimana cara memanfaatkan platform digital, seperti Instagram, Tiktok, Facebook, dan YouTube, untuk mempromosikan destinasi wisata secara profesional. Melalui kegiatan ini, diharapkan mitra dapat mengelola akun media sosial mereka dengan lebih efektif, membuat konten yang menarik, dan menggunakan strategi pemasaran digital yang tepat untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi wisata mereka, serta menarik lebih banyak wisatawan.

Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dalam bentuk pelatihan, melalui 3 pendekatan, yaitu: sosialisasi/ penyuluhan, demonstrasi, dan praktek tentang pembuatan konten.

Sosialisasi

Dalam kegiatan sosialisasi ini, penekanan utama adalah pada penguatan pemanfaatan platform digital sebagai media promosi destinasi wisata. Permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan destinasi wisata. Oleh karena itu, aspek utama program ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengelola destinasi wisata serta pelaku usaha lokal mengenai cara memanfaatkan platform

digital, seperti media sosial, untuk mempromosikan wisata alam dan budaya yang ada di Gayo Lues. Pelatihan akan mencakup pembuatan konten visual yang menarik, teknik pengambilan gambar dan video, serta pengeditan konten yang sesuai dengan tren media sosial saat ini.

Salah satu tujuan utama dari pemanfaatan media sosial adalah untuk menciptakan *multiplayer effect* pariwisata, yang mengacu pada dampak berganda yang ditimbulkan oleh sektor pariwisata terhadap perekonomian lokal dan sektor-sektor terkait lainnya. Dengan memperkenalkan destinasi wisata melalui media sosial, manfaatnya tidak hanya dirasakan oleh pengelola destinasi wisata, tetapi juga merembet ke sektor-sektor lain seperti usaha kuliner, penginapan, transportasi, dan kerajinan lokal yang mendukung industri pariwisata. Efek berganda ini akan membantu mendorong pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh, meningkatkan daya saing Gayo Lues sebagai destinasi wisata, serta menciptakan peluang usaha baru bagi masyarakat lokal.

Setelah penguatan aspek pembuatan konten, program ini juga akan melanjutkan dengan penguatan aspek pemasaran digital, yang mencakup pengelolaan akun media sosial destinasi wisata, pembuatan kampanye promosi, judul dan strategi penggunaan hashtag yang efektif untuk meningkatkan jangkauan audiens.

Kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh Pengulu (Kepala Desa) Uyem Beriring, Pasir, dan Pulo Gelime Kecamatan Tripe Jaya, ketua pemuda desa, para undangan dan mahasiswa KKN Universitas Samudra. Kegiatan sosialisasi mendapat respon yang serius dari peserta ditandai dengan antusias peserta mengajukan pertanyaan tentang materi sosialisasi yang diberikan. Peserta yang ikut berjumlah 30 orang.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi dengan Mitra

Kegiatan Penjelasan Materi

Sebagai bagian dari kegiatan sosialisasi, program ini juga akan mencakup penjelasan materi yang terperinci untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada peserta. Materi pelatihan akan dirancang untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan destinasi wisata secara profesional melalui teknologi digital. Berikut adalah rincian materi yang akan disampaikan:

1. Multiplayer Effect Pariwisata

Pada materi ini, peserta akan diberikan pemahaman mengenai tentang konsep *multiplayer effect* dalam sektor pariwisata. Penjelasan ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana sektor pariwisata tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi destinasi wisata, tetapi juga berdampak pada sektor-sektor lain yang terkait, seperti ekonomi lokal, usaha kuliner, penginapan, transportasi, dan kerajinan lokal. Dengan memanfaatkan platform digital, seperti media sosial, program ini akan menunjukkan bagaimana promosi yang efektif dapat menciptakan efek berganda, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan memperluas peluang bagi berbagai sektor yang mendukung industri pariwisata. Peserta akan diberikan contoh kasus

pengelolaan media sosial destinasi wisata yang telah berhasil menciptakan dampak positif di berbagai sektor terkait.

2. Pemasaran Digital dan Media Sosial

Dalam materi ini, peserta akan diberi pemahaman mengenai pentingnya pemasaran digital dalam sektor pariwisata, serta bagaimana memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook, dan YouTube untuk mempromosikan destinasi wisata. Materi ini juga akan mengajarkan cara membuat kampanye promosi yang menarik dan cara menargetkan audiens yang relevan di berbagai platform media sosial.

3. Pembuatan Konten Digital untuk Promosi Wisata

Materi ini akan memberikan keterampilan dalam pembuatan konten visual yang menarik dan profesional. Peserta akan mempelajari teknik fotografi dan videografi yang efektif untuk mempromosikan destinasi wisata, serta cara mengedit foto dan video agar sesuai dengan standar media sosial yang dapat menarik perhatian audiens.



Gambar 3. Penyampaian materi mengenai penggunaan platform digital sebagai media promosi

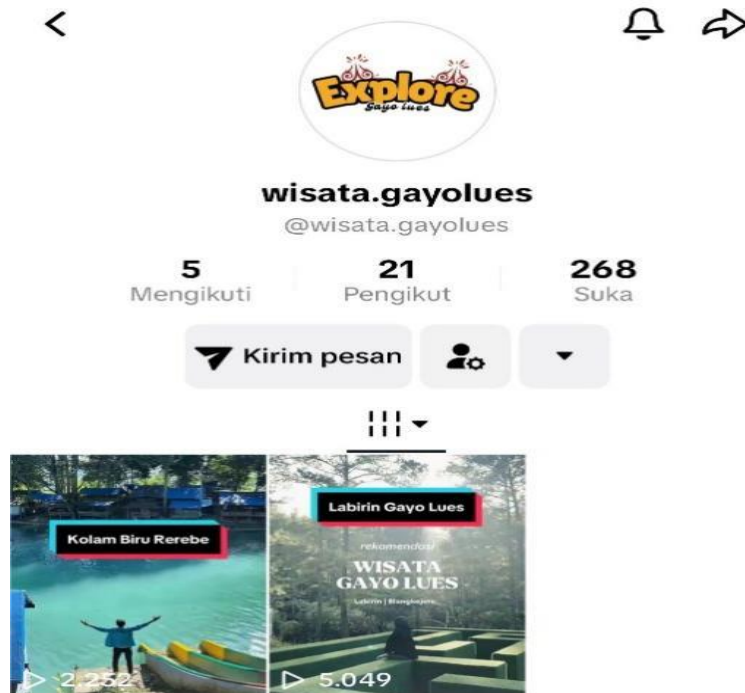


Gambar 4. Foto bersama setelah kegiatan bersama mitra

Pemberdayaan Kelompok Mitra/ Sasaran

Pemberdayaan kelompok mitra dilakukan melalui pembuatan dan pengelolaan akun media sosial untuk destinasi wisata, seperti akun Tiktok, Instagram, Facebook, dan YouTube, yang akan digunakan untuk mempromosikan potensi wisata di Gayo Lues. Setelah akun-akun media sosial tersebut dibuat, peserta pelatihan akan diajarkan cara mengelola akun-akun tersebut, termasuk pembuatan dan pengunggahan konten

yang menarik, penggunaan hashtag yang tepat, serta cara berinteraksi dengan audiens secara efektif. Sehingga setelah kegiatan ini selesai, mitra dapat mempraktekkan secara mandiri pengelolaan akun media sosial mereka untuk mempromosikan destinasi wisata, dengan tetap dilakukan pendampingan jika diperlukan. Program ini juga diarahkan pada terciptanya kerjasama antara dunia perguruan tinggi dan masyarakat setempat, yang dikoordinasikan oleh pemerintah desa, khususnya dalam meningkatkan keterampilan digital bagi pengelola destinasi wisata. Oleh karena itu, program ini juga merupakan langkah inovatif dalam rangka Tridarma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek Pengabdian kepada Masyarakat.



Gambar 5. Akun media sosial yang dibuat

Monitoring dan Evaluasi

Monitoring terhadap keberlanjutan kegiatan telah dilakukan setelah demonstrasi dan pelatihan selesai dilaksanakan. Hasil monitoring menunjukkan bahwa beberapa mitra yang ikut pelatihan telah mulai mengelola akun media sosial destinasi wisata mereka secara mandiri, menggunakan platform TikTok untuk mempromosikan potensi wisata di Gayo Lues. Mereka telah mengunggah konten promosi yang menarik dan melakukan interaksi dengan audiens sesuai dengan materi yang telah diberikan. Berdasarkan kenyataan tersebut, dapat dievaluasi bahwa kegiatan PKM terkait pengelolaan media sosial untuk promosi destinasi wisata telah berjalan dengan baik dan berkelanjutan sesuai dengan yang diharapkan, dengan pendampingan terus dilakukan apabila diperlukan untuk memastikan perkembangan yang lebih lanjut.

Peningkatan Keberdayaan Mitra

Melalui pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan akan terjadi peningkatan keberdayaan mitra, antara lain :

1. Memahami dan menerapkan konsep multiplayer effect pariwisata, yaitu dampak berganda yang dihasilkan oleh sektor pariwisata terhadap perekonomian lokal dan sektor-sektor terkait lainnya. Dengan menggunakan media sosial secara efektif, mitra diharapkan dapat menciptakan efek berganda, di mana keuntungan yang diperoleh dari sektor pariwisata tidak hanya dirasakan oleh pengelola destinasi wisata, tetapi juga merembet ke sektor-sektor lain seperti kuliner, penginapan, kerajinan lokal, dan sektor transportasi. Efek ini akan membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan dan menciptakan peluang baru bagi masyarakat Gayo Lues
2. Meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keinginan mitra dalam mengelola akun media sosial untuk mempromosikan destinasi wisata berbasis teknologi digital dengan cara yang efektif dan profesional.

3. Mampu menerapkan inovasi dalam pemasaran digital, khususnya menggunakan media sosial dan platform digital lainnya untuk mempromosikan destinasi wisata yang ramah lingkungan, sehingga dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi wisata di Gayo Lues.

V. KESIMPULAN

Hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Kabupaten Gayo Lues menunjukkan bahwa sektor pariwisata berbasis alam dan budaya memiliki potensi strategis sebagai motor penggerak pembangunan ekonomi daerah. Berdasarkan hasil survei awal (Juni 2024), ditemukan bahwa sebagian besar pengelola destinasi dan pelaku usaha lokal masih belum mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Kondisi ini menghambat visibilitas destinasi unggulan, seperti Kolam Biru Rerebe, yang sesungguhnya memiliki daya tarik tinggi untuk dikembangkan sebagai ikon pariwisata daerah. Melalui penerapan metode Rapid Rural Appraisal (RRA) dan Participatory Rural Appraisal (PRA), program ini berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat terkait konsep multiplier effect pariwisata sekaligus memperkuat keterampilan dalam pemasaran digital. Mitra telah mampu mengelola akun media sosial serta memproduksi konten promosi yang lebih profesional, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan citra dan daya tarik destinasi wisata Gayo Lues di ranah digital.

Kegiatan ini membuktikan bahwa pariwisata berbasis komunitas (Community Based Tourism/CBT) mampu menciptakan dampak berganda (multiplier effect) yang signifikan, baik secara langsung bagi pengelola destinasi maupun secara tidak langsung bagi sektor penunjang, seperti usaha kuliner, homestay, kerajinan, dan transportasi lokal. Dengan demikian, pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sumber peningkatan pendapatan asli daerah (PAD), tetapi juga berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Meskipun demikian, masih terdapat tantangan yang perlu diatasi, antara lain lemahnya kelembagaan lokal, ketiadaan standar operasional prosedur (SOP) layanan wisata, keterbatasan integrasi antara branding destinasi dengan produk ekonomi lokal, serta minimnya mekanisme pendampingan berkelanjutan. Oleh karena itu, penulis menyimpulkan bahwa penguatan kapasitas masyarakat, konsolidasi kelembagaan, serta optimalisasi strategi pemasaran digital merupakan prasyarat utama untuk mewujudkan pariwisata Gayo Lues yang berdaya saing, berkelanjutan, dan berbasis pemberdayaan komunitas.

Saran yang dapat diberikan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah perlunya pelatihan lanjutan terkait pemasaran digital, termasuk penggunaan iklan berbayar dan analisis data untuk memperkuat strategi pemasaran. Selain itu, kerjasama antar pemangku kepentingan seperti pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan masyarakat setempat harus diperkuat untuk mendukung pengembangan pariwisata yang terintegrasi dan berkelanjutan. Pemanfaatan teknologi digital lebih luas, seperti aplikasi mobile untuk informasi dan pemesanan, juga sangat penting untuk meningkatkan pengalaman wisatawan. Program ini juga disarankan untuk menyediakan alat yang lebih memadai, seperti perangkat fotografi, aplikasi editing, dan perangkat lunak analitik untuk memantau kinerja media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Samudra atas dukungan pendanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga kepada mitra kegiatan, yaitu Kampung Uyem Beriring, Pasir, dan Pulo Gelime Kecamatan Tripe Jaya Kabupaten Gayo Lues dan seluruh masyarakatnya atas partisipasi aktif dan kerjasama yang sangat baik selama proses pelaksanaan pengabdian ini. Segala bentuk kontribusi, masukan, dan dukungan yang telah diberikan sangat membantu dalam penyelesaian kegiatan ini. Semoga hasil dari pengabdian ini dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan menjadi kontribusi berkelanjutan dalam pemberdayaan petani setempat

DAFTAR PUSTAKA

- Al Amin, I. H., Untari Ningsih, D. H., Handoyo, J., Mahasinul Akhlak, M. L., Lusiana, V., & Hartono, B. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing Dalam Upaya Promosi Desa Wisata. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3), 573–583. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v7i3.2862>

- Aprilianadi, F., Amara, P., Arsyad, A., Mulawarman, U., & Timur, K. (2025). Promosi Pariwisata Kabupaten Paser Melalui Media Sosial Safaranita Nur Effendi 4. *Niken Nurmiyati*, 5(Vol. 3, Issue 1). <https://jurnal.forindpress.com/index.php/jamas>
- Fatimah, S., & Mukarramah, S. K. (2023). Pendampingan Pengembangan Pemasaran Digital di Desa Wisata. *IPMAS*, 3(3). <https://doi.org/10.30605/ipmas.3.3.2023.360>
- Gantina, D., Lintangkawuryan, Y., Setiawan, C., Pemberdayaan, J., Baihaqi, A. M., & Iqbal Hanafi, M. (2025). Peningkatan Kapasitas Promosi Digital dan Layanan Wisatawan melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Desa Wisata Cibuntu, Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 7(1). <https://doi.org/10.30647/jpp.v30647/jpp.v7i1.1904>
- Gumi, K. A., Luh, D., & Mahyuni, P. (2021). Pengembangan Wisata Kampung Jalak Bali Di Desa Bongan Dengan Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Dinamika Pengabdian*, 7(1), 95–104.
- Maudiarti, S., Achmadi, M., Pramanik, D., Pemberdayaan, J., & Dyah Pramanik, P. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Peningkatan Potensi Pariwisata Desa Kaduela Kuningan-Jawa Barat. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 6(1), 2024. <https://doi.org/10.30647/jpp.v30647/jpp.v6i1.1811>
- Nurhadi, M. A., Khoiruman, T. I., Wibowo, S., Maharani, S., Irsalina, Q. G., Muhammad, A., & Rizal, A. (2024). *Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Digital*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa.
- Purna Yudha, E., Alfredia Putri Carli, Z., Sinaga, R., Hafiyah Mufid, F., Nuryani, N., Nabiilah, P., Iman Ibrahim Pamungkas, T., & Ana Dina, R. (2024). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pengembangan Desa Wisata Sukamulya, Langkaplancar, Pangandaran Social Media Utilization in the Development of Sukamulya Tourism Village, Langkaplancar, Pangandaran. *Abdimas Galuh*, 6(ue 1)).
- Putri, S. I., Lusianingrum, F. P. W., & Winadi, A. I. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Optimalisasi Pemasaran Desa Wisata. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(4), 3139. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i4.9444>
- Setyawan, I., Fatoni, A., Angellia, F., Purwandari, N., & Yulianto, K. I. (2022). Village websites as promotional media for tourist destinations in Sukajadi Village, Tamansari, Bogor. *Community Empowerment*, 7(3), 523–530. <https://doi.org/10.31603/ce.6375>