



STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI KECAMATAN MANGGAR, KABUPATEN BELITUNG TIMUR

Putra Pratama Saputra ¹⁾, Laila Hayati ²⁾, Novyandra Ilham Bahtera³⁾

^{1,2)}Prodi atau Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Bangka Belitung, Indonesia

³⁾Prodi atau Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Perikanan dan Biologi,

Universitas Bangka Belitung, Indonesia

Abstrak

Kabupaten Belitung Timur, Kecamatan Manggar merupakan salah satu daerah yang jumlah destinasi wisata baik alam, budaya, dan buatan cukup tinggi. Hal ini berbanding terbalik dengan pendapatan daerah dari sektor wisata. Maka dari itu, usaha pengembangan pariwisata wajib dilakukan, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial dalam proses pengembangan pariwisata di Kabupaten Belitung Timur, Kecamatan Manggar. Media sosial merupakan suatu kebutuhan masyarakat sehingga penggunaan media sosial terus mengalami peningkatan. Media sosial menjadi wadah bagi masyarakat virtual untuk berinteraksi satu sama lainnya. Dengan karakteristik media sosial tersebut, media sosial sangat strategis untuk dimanfaatkan sebagai wadah untuk pengembangan pariwisata di Kabupaten Belitung Timur, Kecamatan Manggar. Pokdarwis Kecamatan Manggar merupakan Mitra dalam program pengabdian kepada masyarakat dengan tema Strategi Pengembangan Pariwisata melalui Pemanfaatan Media Sosial. Integrasi antara Program pengabdian tersebut nantinya akan meningkatkan kapasitas serta keterampilan secara mandiri khalayak sasaran dalam mempraktekkan apa yang telah didapatkan pada saat program berlangsung. Metode pelaksanaan yang digunakan ialah 1) tahap persiapan, 2) tahap pemberian materi, pelatihan, 3) tahap evaluasi pasca pelatihan.

.Kata Kunci: Media Sosial, Pengembangan, Pariwisata.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan globalisasi pada saat ini tidak dapat dihindari oleh masyarakat. Kemajuan teknologi yang dibarangi oleh globalisasi telah memudahkan masyarakat untuk berinteraksi satu sama lain tanpa batas waktu dan ruang. Kemajuan teknologi internet yang begitu pesat pada saat ini, telah menjadikan masyarakat hidup didalam dunia virtual. Hal ini terlihat dari data jumlah penduduk dunia yang menggunakan teknologi internet mencapai 3,8 miliar dengan persentasi 51 persen dari total populasi manusia di dunia. Selain itu pada tahun 2017 APPI mencatat pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 150 juta jiwa.

Peningkatan penggunaan internet tidak terlepas dari fitur-fitur sosial yang disajikan dan adanya kebebasan dan kemudahan untuk memiliki atau menggunakan alat-alat komunikasi seperti komputer, smartphone, dan lain-lainnya (Karman 2014). Bahkan teknologi internet sekarang ini tidak bisa dipisahkan dengan kehidupan manusia. Seperti yang dikemukakan oleh (Bungin 2015) bahwa masyarakat pada saat ini selalu menyaksikan perkembangan teknologi yang mampu menciptakan realitas baru. Lebih lanjut lagi World Summit on the Information Society (WSIS) yang dikutip oleh (Lyusu 2016) menyebutkan bahwa masyarakat informasi berpusat pada masyarakat, inklusif dan berorientasi pada pembangunan, dimana setiap orang dapat membuat, mengakses, memanfaatkan dan berbagi informasi serta pengetahuan yang memungkinkan setiap individu, komunitas, dan masyarakat untuk mencapai potensi mereka. Sama halnya dengan pernyataan (Piliang 2012) bahwa orang-orang didalam komunitas virtual melakukan hampir semua kegiatan didalam kehidupan nyata. Realitas tersebut tidak hanya ruang yang menggambarkan

kehidupan masyarakat nyata atau hanya simulasi-simulasi dari kehidupan sosial, sebuah ruang dimana manusia dapat hidup didalamnya dan membangun hubungan antar manusia (Astuti 2017). Pada saat ini masyarakat yang hidup di dunia virtual tidak dapat dipisahkan lagi dari media sosial, karena media sosial menawarkan kepadapenggunanya untuk menggunakan ruang seluas-luasnya, untuk menunjukkan identitas, dan menawarkan peluang untuk memperluas jaringan (Flew 2008)

Dengan demikian, media sosial juga merupakan salah satu strategi komunikasi pemasaran, karena media sosial memungkinkan terjadinya arus informasi timbal balik yang dapat memfasilitasi pengguna berpartisipatif dan memodifikasi bentuk dan isi informasi pada saat ini juga (Romadhan and Rusmana 2017). Lebih lanjut lagi (Journal, Trihayuningtyas, and Adriani 2018) menunjukkan jika media sosial merupakan sarana informasi dan promosi yang sangat sesuai untuk wisatawan generasi Z di bidang pariwisata dan Instagram merupakan pilihan yang utama. Adapun tahapan strategi dalam pengembangan pariwisata melalui media sosial, dimulai dari penciptaan konten, penentuan platform, perencanaan program, implementasi program, monitoring dan evaluasi (Atiko, Hasanah Sudrajat, and Nasionalita 2016).

Kabupaten Belitung Timur merupakan salah satu kabupaten yang memiliki destinasi wisata tertinggi di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, sedangkan Kecamatan Manggar merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Belitung Timur yang jumlah destinasi wisata terbanyak. Namun potensi tersebut belum dimaksimalkan dalam pengembangan pariwisata dengan pemanfaatan media sosial.

METODE PENELITIAN

Dalam kegiatan pengabdian ini ada berapa metode yang digunakan diantaranya: Pertama, tahapan persiapan merupakan tahapan yang dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Persiapan yang dilakukan meliputi koordinasi dengan Kelompok Sadar Wisata Kecamatan Manggar, Kabupaten Belitung Timur dan dan beberapa pihak yang terlibat dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata untuk menentukan waktu dan lokasi sosialisasi dan pelatihan strategi pengembangan pariwisata melalui pemanfaatan media sosial.

Tahapan yang kedua pada kegiatan ini adalah pemberian materi dan pelatihan secara langsung kepada peserta, yang dilakukan dengan metode ceramah, diskusi, dan praktik secara langsung. Materi yang diberikan pada saat sosialisasi dan pelatihan meliputi cara bijak menggunakan dan memanfaatkan media sosial dalam pengembangan pariwisata dengan promosi aktif. Hal ini diperjelas oleh (Umami 2015) bahwa promosi wisata dengan media sosial mudah diterima dan diteruskan oleh pengguna media sosial kepada pengguna media lainnya.

Tahap terakhir ialah Evaluasi dilakukan dalam rangka mengevaluasi kegiatan sosialisasi dan pelatihan strategi pengembangan pariwisata melalui pemanfaatan media sosial yang telah dilakukan mulai dari persiapan sampai dengan selesai kegiatan. Hasil evaluasi nantinya dapat mengukur implementasi dari program sosialisasi dan pelatihan dengan cara, melihat penggunaan media sosial oleh peserta pelatihan dalam upaya mengembangkan pariwisata di Kecamatan Manggar, Kabupaten Belitung Timur serta menunjukkan perlu atau tidaknya keberlanjutan dari kegiatan yang telah dilakukan. Evaluasi tersebut dilakukan dengan cara pembagian kuesioner dan

wawancara secara langsung atau masif terhadap peserta pelatihan dan mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyuluhan dan pelatihan pemanfaatan media sosial dalam pengembangan pariwisata dilaksanakan di Desa Manggar dan diikuti oleh 40 orang peserta yang terdiri dari Pokdarwis Kelekek Nyiur, Pokdarwis Serdang Berantai, Pokdarwis Sungai Manggar, Komunitas Kepak, Dinas Pariwisata, Pemerintah Desa, Pelaku Usaha pariwisata, masyarakat dan didukung oleh camat Manggar dalam pelaksanaannya.

Kegiatan ini dilakukan pada bulan Juli 2021, dimana sebelum kegiatan puncak pengabdian dilakukan tim telah berkoordinasi dengan para mitra untuk membahas strategis-strategis apa yang dapat dilakukan dalam pengembangan pariwisata melalui pemanfaatan media sosial.

Penyuluhan dan pelatihan yang dilaksanakan dengan melibatkan narasumber yang berkompeten dalam promosi wisata di media sosial. Dalam proses penyuluhan dan pelatihan pengembangan pariwisata melalui pemanfaatan media, menunjukkan bahwa media sosial merupakan wadah yang sangat strategis dalam mempromosikan pariwisata. Seperti yang dikemukakan oleh sosial telah dimanfaatkan oleh kementerian untuk meningkatkan wisatawan di Indonesia baik dalam negeri maupun mancanegara, karena media sosial menjadi wadahnya strategis dalam meningkatkan wisatawan di Indonesia. Pemanfaatan media sosial dalam pengembangan pariwisata ada beberapa point yang harus dilakukan seperti 1) konsisten dalam mengunggah, 2) memberikan informasi yang menarik, 3) dilakukan oleh banyak masa, 4) adanya model dimitasi dan 5) tidak mengandung hoax dan unsur kekerasan. Pada saat penyuluhan dan pelatihan masih banyak

peserta kegiatan yang belum memanfaatkan media sosial dalam pengembangan pariwisata di Belitung Timur, hal ini terlihat dari 40 peserta 83,5 persen yang belum maksimal atau sama sekali belum memanfaatkan media sosial sebagai wadah promosi pariwisata.



Gambar 1. Penyuluhan dan pelatihan



Gambar 2. Peserta penyuluhan dan pelatihan

Penyuluhan dan pelatihan yang telah dilakukan bertujuan untuk membangun pariwisata Kabupaten Belitung Timur dengan mendorong aktor-aktor pariwisata seperti Pokdarwis, pemerintah daerah, pemerintah desa, dan pelaku usaha untuk memanfaatkan media sosial dalam pengembangan pariwisata. Aktor-aktor pariwisata tersebut akan berperan aktif dalam mengajak masyarakat secara umum untuk mengunggah foto, video ataupun teks pada akun media sosial. Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner dan melakukan wawancara masif, didapatkan bahwa mitra (peserta kegiatan) telah menyusun strategi pengembangan pariwisata melalui

pemnafaatan media sosial dan aktif untuk mendorong masyarakat secara umum untuk memanfaatkan media sosial dalam mempromosikan wisata di Belitung Timur.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema pengembangan pariwisata melalui pemanfaatan media sosial di Belitung Timur, dilatarbelakangi oleh dari usaha Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dalam upaya mengembangkan sektor pariwisata. Salah satu tujuan dari pengembangan pariwisata ialah meningkatkan pendapatan daerah selain dari sektor pertambangan. Metode yang dalam kegiatan pengabdian ini diantaranya persiapan pelaksanaan, penyuluhan dan pelatihan dan evaluasi kegiatan. Inti dari kegiatan pengabdian ini adalah mendorong aktor-aktor wisata untuk dapat memanfaatkan media sosial sebagai salah satu wadah pengembangan pariwisata di Belitung Timur.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami disampaikan kepada pihak yang membantu pelaksanaan pengabdian, yakni Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, Yanti Dwi. 2017. "Simulation of Social Reality Through New Media Study on Yogyakarta Students Smartphones Users (Simulasi Realitas Sosial Melalui New Media Studi Pada Mahasiswa Yogyakarta Pengguna Smartphone)." *Journal Pekommas* 2(1):75.

Atiko, Gita, Ratih Hasanah Sudrajat, and Kharisma Nasionalita. 2016. "Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @indtravel)." *Jurnal Sosioteknologi* 15(3):378-89.

Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Dan Communication): Pemasaran Dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Flew, Terry. 2008. *An Introduction (3rd Edition)*. Sount Melbourne. Sount Melbourne: OxfordUniversity Press.

Journal, Tourism Scientifie, E. Trihayuningtyas, and

Y. Adriani. 2018. "Media Sosial Sebagai Sarana Informasi dan Promosi Social MediaAs A Mean Of Tourism Information And." 4:1-22.

Karman, Karman. 2014. "Media Sosial: Antara Kebebasan dan Eksploitasi." *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 18(1):75.

Lyusu, Dyah Shiefti. 2016. *Media Sosial: Interaksi Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Piliang, Yasraf Amir. 2012. "Masyarakat InformasiDan Digital." *Ejournal. Radenintan. Ac. Id* 27(11):143-56.

Romadhan, Mohammad Insan, and Dewi Sri Andika Rusmana. 2017. "Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat." *Prosding Seminar* 85-90.

Umami, Zahrotul. 2015. "Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta." *INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(2):195-201.