

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI
DESA BAHARI KABUPATEN BUTON SELATAN**
(THE UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA AS A PROMOTION MEDIA FOR BAHARI
VILLAGE BUTON SELATAN DISTRICT)

Muhammad Rizal Ardiansah Putra¹, Muhammad Hidayatullah², Dahlia Dahlan³, Sitti Nurcahyani⁴, Wa Ode Risna Zaindra⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Buton
e-mail: icalard21@gmail.com

Abstrak

Tidak sedikit desa-desa yang ada di Provinsi Sulawesi Tenggara khususnya di Kabupaten Buton Selatan yang memiliki potensi pariwisata yang tidak kalah menariknya dengan daerah atau destinasi pariwisata lainnya di Indonesia, mulai dari wisata alam (pantai dan pegunungan) dan wisata budaya (seni tari, upacara adat, dan kegiatan budaya lainnya), salah satunya adalah Desa Bahari Kecamatan Sampolawa. Daerah wisata tersebut saat ini dimanfaatkan oleh masyarakat desa dengan model pemanfaatan yang sangat sederhana dan keberadaannya belum diketahui luas oleh masyarakat luar dikarenakan belum adanya upaya promosi yang lebih modern. Kegiatan promosi perlu dilakukan agar dikenal tidak hanya oleh wisatawan lokal/daerah sekitar namun juga oleh wisatawan asing. Pemanfaatan yang sederhana dan belum adanya kegiatan promosi dengan menggunakan dukungan teknologi (berbasis media sosial) tersebut belum mampu memberikan peningkatan pendapatan ekonomi warga lokal. Pengetahuan wisatawan lokal tentang keberadaan daerah-daerah wisata ini, khususnya wisata alam hanyalah dari mulut ke mulut dan informasi melalui media sosial yang tidak terencana dan dikemas dengan baik. Solusi yang ditawarkan adalah mengembangkan kemampuan masyarakat lokal dalam melakukan promosi dengan memanfaatkan penggunaan media sosial dan promosi sehingga branding terhadap keberadaan potensi pariwisata yang masih lemah dan terkesan masih “*traditional way*” dapat lebih ditingkatkan sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat lokal.

Kata kunci: Desa, Media Sosial, Promosi, Informasi, Komunikasi

Abstract

Not a few villages in Southeast Sulawesi Province, especially in South Buton Regency, have tourism potential that is no less interesting than other areas or tourism destinations in Indonesia, ranging from natural tourism (beaches and mountains) and cultural tourism (dance, ceremonies) customs, and other cultural activities), one of which is the Bahari Village, Sampolawa District. This tourist area is currently used by the village community with a very simple utilization model and its existence is not widely known by the outside community because there are no more modern promotional efforts. Promotional activities need to be carried out so that they are known not only by local / local tourists but also by foreign tourists. Simple utilization and the absence of promotional activities using technology support (based on social media) have not been able to increase the economic income of local residents. Local knowledge about the existence of these tourist areas, especially natural mouth-to-mouth tourism and information through social media that is not planned by tourists and is well packaged. The solution offered is to develop the ability of local communities to carry out promotions by utilizing social media and promotions so that branding on the existence of tourism potential is still weak and creating “*traditional ways*” can be further improved so as to increase the welfare and independence of local communities.

Keywords: Village, Social Media, Promotion, Information, Communication

PENDAHULUAN

Hidup di era globalisasi atau era modernisasi saat ini, menjadikan setiap orang yang siap tidak siap dan pasti akan menghadapi berbagai perubahan teknologi. Teknologi mampu mengubah segala sesuatu yang tidak dapat disentuh menjadi sentuhan yang baru. Modernisasi mencakup banyak bidang, misalnya dalam bidang sains dan teknologi. Di zaman modern seperti sekarang, manusia sangat bergantung teknologi. Ini membuat teknologi menjadi kebutuhan dasar bagi semua orang. Dari orang-orang tua hingga anak kecil, para ahli untuk awam juga menggunakan teknologi diberbagai aspek kehidupannya. Kebutuhan manusia akan teknologi juga didukung oleh pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Perkembangan teknologi berkembang secara drastis dan terus berevolusi hingga sekarang dan semakin mendunia. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya inovasi dan penemuan yang sederhana hingga sangat rumit. Namun disadari atau tidak, teknologi dibuat untuk membuat sesuatu kehidupan yang lebih baik, lebih cepat dan lebih mudah. Teknologi bukan hanya seputar alat alat canggih yang mungkin anda sering temui dalam bentuk gadget dan sebagainya. Tapi berbagai rekayasa diberbagai bidang seperti rekayasa di bidang biologi atau yang sering disebut dengan bioteknologi juga termasuk ke dalam golongan teknologi.

Jika sebelumnya kekuatan teknologi sudah bisa dirasakan disatu tempat, seperti nonton video atau film harus di Bioskop, telepon harus menggunakan pulsa, mengerjakan laporan harus di komputer, namun saat ini perkembangan teknologi membuat manusia yang hanya duduk berdiam diri bisa berkomunikasi jarak jauh baik pesan singkat atau telepon dengan kekuatan internet, bisa nonton video atau film dimana pun, bisa mengerjakan pekerjaan secara mobile dan mendapatkan penghasilan dengan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi.

Perkembangan teknologi komunikasi kini sudah sangat pesat, serta perkembangan teknologi dalam beberapa aspek sudah mengubah pola kehidupan masyarakat. Contoh nyata hasil perkembangan teknologi komunikasi ialah munculnya telepon genggam. Pada masa saat ini penggunaan telepon genggam bukanlah hal aneh karena hampir penduduk Indonesia sudah menggunakan telepon genggam dalam kesehariannya. Namun alat komunikasi jarak jauh tersebut juga mengalami kemajuan teknologi yang sangat pesat. Telepon genggam sudah beralih fungsi dari alat komunikasi jarak jauh menjadi sebuah benda yang sangat pintar yang dapat digunakan berbagai macam hal oleh sipenggunanya.

Dalam sistem operasi yang dimuat pada telepon genggam dan berevolusi menjadi smartphone (telepon pintar) fitur yang ditawarkan kepada pengguna pun tak henti-henti dirilis mulai dari fitur instan messaging hingga sosial media yang sering kita gunakan hingga saat ini. Sosial media telah menjadi suatu terobosan terbaru dalam memenuhi kegiatan pengguna dan menjalankan beberapa bisnis yang dikelola pengguna, sosial media menjadi salah satu terobosan terbaru untuk meningkatkan suatu profil yang ingin kita kembangkan atau kita promisikan. Tidak banyak desa yang sudah mulai sadar akan keunggulan dari sosial media dan meng upgrade cara mereka mempromosikan salah satu keunggulan yang dihasilkan oleh desa tempat tinggal mereka dan menjadi semakin diketahui oleh banyak orang.

Hal penting tersebut menjadi salah satu alasan bagi kami untuk melaksanakan Program Pengembangan Desa Mitra dengan mengajak beberapa mitra usaha dalam kegiatan ini sebagai pelaku utama dalam pengembangan semangat kewirausahaan berbasis teknologi informasi dan komunikasi sehingga berdampak pada peningkatan usaha dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, kegiatan program pengembangan desa mitra di Desa Bahari yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi ini merupakan bentuk dukungan terhadap program pemerintah "*Wonderful Indonesia*" dalam hal ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia untuk memperkenalkan sektor pariwisata di tanah air kepada kepada para wisatawan manca negara.

Sebagai salah satu kabupaten di Sulawesi Tenggara yang baru terbentuk pada tahun 2014 hasil pemekaran dari Kabupaten Buton ini sebagian wilayahnya terdiri atas kepulauan. Itu sebabnya, banyak yang menilai bahwa kabupaten ini memiliki potensi besar di bidang pariwisata. Karena sebagaimana diketahui bersama, pulau-pulau kecil yang tersebar di seluruh kawasan Indonesia, memiliki pesona yang eksotis serta mengundang perhatian wisatawan. Begitu juga pulau-pulau kecil yang ada di Buton Selatan yang biasa disingkat Busel. Diantara sekian banyak potensi wisata yang ada.

Berdasarkan informasi dari Dinas Kebudayaan Pariwisata Kabupaten Buton selatan, saat ini ada beberapa destinasi wisata yang menjadi andalan di daerah ini yakni wisata pantai, Pantai Bahari, Pantai liwu tongkidi, Pantai Koguna, Pulau Ular, Pantai Lapandewa, dan beberapa pantai yang lainnya. Daerah-daerah destinasi wisata tersebut menawarkan keindahan alam yang tidak kalah dengan destinasi wisata alam lainnya yang ada di Indonesia, bahkan beberapa wisatawan asing sudah pernah datang berkunjung ke lokasi tersebut meskipun jumlahnya belum sesuai dengan target yang diharapkan dan belum secara maksimal memberikan dampak bagi peningkatan pendapatan ekonomi bagi warga masyarakat sekitar (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2018).

Dari beberapa destinasi wisata tersebut di atas, menurut kami, pengembangan daerah-daerah wisata di kabupaten Buton Selatan masih perlu pengkajian pengembangannya agar dapat bermanfaat secara maksimal dalam meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat lokal. Isu utama dalam pengembangan desa wisata adalah mengenai kontribusi positif aktifitas pariwisata di desa wisata terhadap kehidupan ekonomi masyarakat lokal (Hariyanto, dalam Hermawan, 2016)

Desa Bahari yang merupakan salah satu desa yang berada di wilayah pemerintahan Kecamatan Sampolawa Kabupaten Buton Selatan adalah lokasi yang akan dijadikan sebagai sasaran pada Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini. Dengan mayoritas jenis mata pencaharian penduduknya adalah sebagai petani kebun dan nelayan tradisional.

Kecamatan Sampolawa memiliki banyak potensi sebagai daerah tujuan wisata khususnya destinasi wisata alam yaitu wisata pantai, wisata Pulau, danau, pertanian (agro wisata), termasuk wisata seni dan budaya seperti upacara adat, dan pertunjukan seni yang selama ini dikelola oleh masyarakat lokal. Sedangkan untuk wisata pertanian/agro wisata, wisata budaya, dan pertunjukan seni masih dalam tahap perencanaan oleh para masyarakat yang membentuk kelompok-kelompok usaha mandiri.

Penguasaan teknologi informasi dan komunikasi saat ini menjadi hal mutlak yang harus dimiliki oleh seluruh masyarakat Indonesia saat ini tidak terkecuali para pelaku usaha di semua sektor ekonomi. Cara-cara tradisional (brosur, stiker, dan lain-lain) dalam mempromosikan dan menjual barang atau jasa tidak cocok lagi diterapkan sebab pola pencarian informasi para konsumen telah bergeser dari cara-cara manual ke model yang memanfaatkan keberadaan *International Networking* (Internet) termasuk di dalamnya *Search Engine/Website*, dan aplikasi media sosial (*Twitter, Instagram, Facebook, Whatsapp*, dan lain-lain). Para pelaku usaha saat ini telah banyak memanfaatkan media promosi yang lebih menarik dan interaktif seperti pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi desa.

Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra adalah yakni: ketiadaan kemampuan dalam menggunakan keberadaan teknologi informasi dan komunikasi terutama dalam pemanfaatan media sosial, sehingga potensi pariwisata yang menjadi jualan utama dari mitra tidak mampu menjangkau khalayak yang lebih luas. Mitra saat ini masih menggunakan cara-cara tradisional dalam mempromosikan destinasi wisata di Desa Bahari. Saat ini dapat kita temukan Media sosial dalam balutan profil dari beberapa foto desa dan tempat wisata yang ada dan website pribadi tentang destinasi wisata di Kabupaten Buton selatan tetapi website tersebut tidak dikelola oleh mitra usaha dalam hal ini pemerintah desa itu sendiri dan tidak ter-update. Pemerintah Desa Bahari sangat berkeinginan memiliki kemampuan dalam membuat dan mengelola sendiri media sosial promosi pariwisatanya sehingga content nya dapat ter-update sesuai dengan kondisi yang ada.

METODE

Pengabdian pada Masyarakat yang diselenggarakan pada 25 - 27 November 2019 ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi bagi Pemuda/I Karang Taruna Desa Bahari Kecamatan Sampolawa Kabupaten Buton Selatan, Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah dengan Pemaparan (ceramah), praktik penugasan dan tanya jawab.

Pelaksanaan kegiatan PkM Pengabdian kepada Masyarakat Program Studi Ilmu Komunikasi menysar peserta Pemuda/I Karang Taruna Desa Bahari Kecamatan Sampolawa Kabupaten Buton Selatan, sebanyak 50 orang.

Profil Mitra

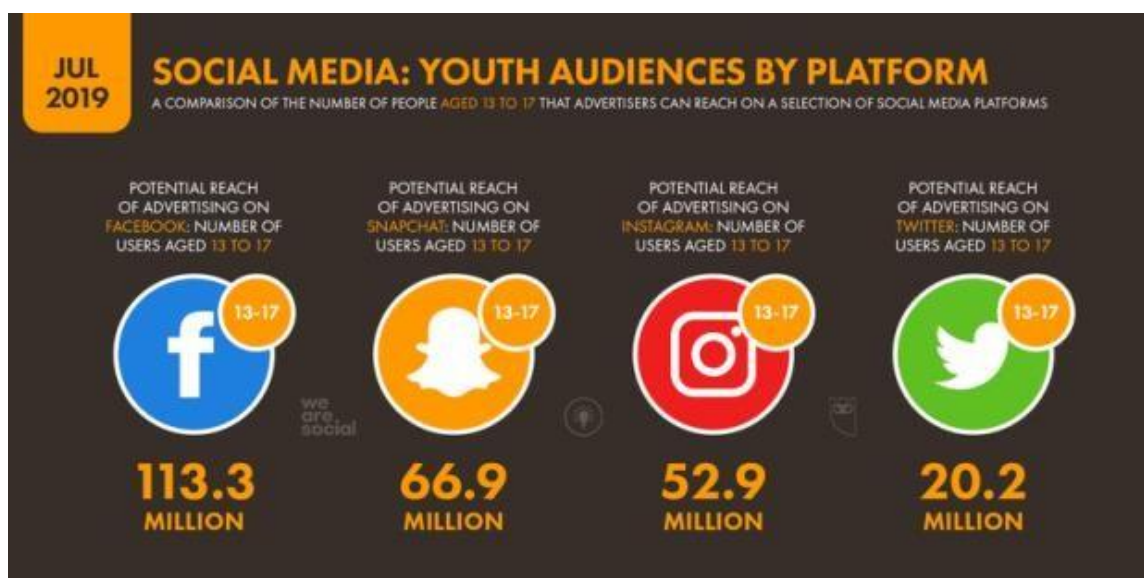
Desa Bahari adalah salah satu Desa di Kecamatan Sampolawa Kabupaten Buton Selatan, Batas Wilayah Secara geografis Desa Bahari Tiga terletak di sebelah selatan Ibukota Kecamatan Sampolawa dengan batas wilayah Sebelah utara berbatasan dengan Desa Lapandewa Makmur, Sebelah selatan berbatasan dengan Laut Flores, Sebelah timur berbatasan dengan Desa Gerak makmur. Luas wilayah dar Desa Bahari mencapai 750 Ha, terdiri dari tanah perkebunan, tanah pertanian, tanah pengurangan, tanah permukiman dan tanah peternakan.

Pemilihan Desa Bahari sebagai mitra dalam kegiatan Pengabdian ini sangat sesuai dengan visi Prodi Ilmu Komunikasi UM.Buton dalam rangka pengembangan IPTEKS. Hal ini selaras pula dengan Rencana Strategis (Renstra) Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Selatan 2019-2024 yang mengarahkan visinya pada terwujudnya pengembangan dalam bidang pariwisata yang maju dan inovatif berbasis teknologi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesi pelatihan pemanfaatan media sosial dimulai terlebih dahulu dengan mengenalkan pada peserta mengenai teknologi informasi dan media sosial, memberikan peran kepada para generasi muda khususnya pemuda/i karang taruna dalam membangun desa di Kab. Buton selatan. Agar para Pemuda/i dapat mempublikasikan setiap potensi yang ada didesanya. Prodi Ilmu Komunikasi UM.Buton menargetkan setiap Pemuda/i memiliki satu media sosial seperti Instagram, agar promosi desa semakin lebih baik.

Informasi tentang potensi desa dan kelurahan yang diperoleh dari media sosial Desa dan Kelurahan memberi manfaat yang sangat besar dalam mengembangkan tingkat promosi desa yang lebih efektif dan berperan penting pada generasi muda di era 4.0



Gambar 1. Populasi dan jarak umur pengguna media sosial
Sumber: <https://teknokompas.com> [diakses pada 2 Februari 2020]

Dari gambar diatas dapat dilihat populasi pengguna media sosial dan jarak umur pengguna sebagian besar adalah generasi muda, yang dimana pengguna facebook mencapai 113 juta pengguna, kemudian Snapchat 66 juta, *Instagram* 52 juta dan yang terakhir aplikasi *instant message WhatsApp* dengan jumlah 20 juta pengguna yang sebagian besar berumur 13-17 tahun. Pelatihan diadakan dengan tujuan memberikan edukasi dan cara memanfaatkan media sosial sebagai media promosi yang jitu dan gratis pada era 4.0

Demikian pula pengguna yang ada didesa, banyak dari masyarakat belum efektif dalam memanfaatkan gadget untuk kebutuhan promosi. Dan dari hasil pelatihan pemanfaatan media sosial, pemuda/i dapat lebih efektif memanfaatkan media sosial sebagai media promosi desa tempat tinggal mereka.



Gambar 2. Dokumentasi Pelaksanaan Pelatihan



Gambar 3. Dokumentasi Pelaksanaan Pelatihan



Gambar 4. Dokumentasi Pelaksanaan Pelatiha

SIMPULAN

Melalui Pengabdian Masyarakat ini, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Buton melihat adanya potensi bagi perkembangan promosi desa dalam memanfaatkan media sosial dan teknologi informasi bagi perkembangan pariwisata yang pada akhirnya akan didapatkan peningkatan jumlah wisatawan dan kunjungan dari wisatawan lokal hingga mancanegara. Serangkaian kegiatan pelatihan yang dilaksanakan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman materi dan potensi untuk mengembangkan desa dengan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi desa tempat tinggal mereka.

SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diuraikan di atas maka saran yang dapat diberikan, pertama bagi pemerintah daerah agar kiranya lebih memperhatikan sumber daya pariwisata di Desa Bahari dan bagi warga Desa Bahari agar kiranya lebih memanfaatkan teknologi agar lebih mudah dalam mempromosikan beberapa tempat yang mempunyai potensi pariwisata di desa tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Buton yang telah mendukung kegiatan, maupun financial Pengabdian di Desa Bahari hingga terciptanya kelancaran kegiatan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Priyanto, P. (2016). Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Budaya Tinjauan Terhadap Desa Wisata di Jawa Tengah. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1).
- Utomo, S. J., & Satriawan, B. (2018). Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. *Neo-Bis*, 11(2), 142-153.
- Andayani, A. A. I., Martono, E., & Muhamad, M. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(1), 1-16.
- Wearing, S., & McDonald, M. (2002). *The development of community-based tourism: Re-thinking the relationship between tour operators and development agents as intermediaries in rural and isolated area communities*. *Journal of sustainable tourism*, 10(3), 191-206.
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2).
- Hermawan, H. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 105-117.
- Sidiq, A. J., & Resnawaty, R. (2017). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 38-44.
- Sari, A. K., Ramansyah, W., Ningsih, P. R., Risnasari, M., Arif, M., Saputro, S. D., & Effindi, M. A. (2017). Pelatihan Pemanfaatan *E-Commerce* Bagi Peningkatan Mutu Sosial Tenaga Kerja dan Wanita di Kelurahan Rongtengah Sampang Madura. *AKSIOLOGIYA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 151. <https://doi.org/10.30651/aks.v1i2.931>