

## MASYARAKAT SEBAGAI AGEN INFORMASI DALAM KEPARIWISATAAN: PELATIHAN KONTEN SOSIAL MEDIA BAGI MASYARAKAT DESA WISATA SILALAH II

Christina Indriani Sianipar<sup>1</sup>, Anggita Rastauli Damanik<sup>2</sup>, Delvi Andri<sup>3</sup>, Desy Simbolon<sup>4</sup>,

Juan Christin<sup>5</sup>, Junita Zendrato<sup>6</sup>, Selly Ariestina<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Politeknik Pariwisata Medan, Sumatera Utara, Indonesia

email: anggdmnk25@gmail.com.id

### Abstrak

Silalahi II adalah salah satu Desa Wisata di Kabupaten Dairi, dengan status sebagai desa wisata berkembang. Dalam era digital saat ini, peran masyarakat setempat / lokal dalam menyebarkan informasi pariwisata menjadi semakin penting, terutama untuk memudahkan calon wisatawan untuk mengakses informasi awal mengenai suatu daerah / tujuan wisata. Sosial media menjadi sarana sekaligus alat interaksi yang dapat dimanfaatkan masyarakat Silalahi II untuk mendukung pengembangan pariwisata di daerah tersebut. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan animo masyarakat terkait perannya dalam bidang pariwisata, meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam menggunakan fitur pada media sosial serta meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengemas dan menyajikan konten bagi wisatawan/pengunjung. Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan dengan metode partisipatori dimana Tim PkM turut terlibat secara langsung dalam aktivitas masyarakat di Silalahi II. Pengabdian kepada Masyarakat di Silalahi II selama 45 hari terhitung mulai 05 Agustus hingga 20 September 2023. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa masyarakat berpotensi menjadi agen informasi pariwisata Silalahi II. Pengabdian yang dilakukan oleh Tim PkM telah mampu memberi manfaat secara jangka pendek terutama bagi generasi muda. Generasi muda yakni kalangan SMP dan SMA memiliki atensi dan keinginan tinggi untuk beradaptasi dengan perubahan. Namun, pada sisi lain pengabdian yang dilakukan oleh Tim menghadapi beberapa kendala terutama untuk melibatkan masyarakat dengan golongan usia bekerja. Waktu yang dimiliki kelompok masyarakat tersebut terbilang terbatas yakni untuk bekerja, bersosialisasi dan melakukan aktivitas yang telah menjadi menjadi habit/kebiasaan masyarakat. Dibutuhkan komitmen, pengaruh dari tokoh masyarakat serta reward untuk menarik masyarakat dengan kelompok umur tertentu dapat terlibat dan melibatkan diri dalam pelaksanaan kepariwisataan di Silalahi II.

**Keywords:** Pelatihan; Konten; Media Sosial; Masyarakat; Desa Wisata Silalahi II

### Abstract

Silalahi II is one of the Tourist Villages in Dairi Regency, with the status of a developing tourist village. In the current digital era, the role of the local community in disseminating tourism information has become increasingly important, especially to facilitate prospective tourists in accessing preliminary information about a particular destination. Social media serves as both a means and a tool for interaction that can be utilized by the Silalahi II community to support the development of tourism in the area. The community engagement aims to raise awareness and enthusiasm among the locals regarding their role in the field of tourism, enhance their knowledge and skills in using social media features, and improve their knowledge and skills in packaging and presenting content for tourists and visitors. The community engagement was carried out using a participatory method, where the Community Service Team (Tim PkM) actively participated in the activities of the Silalahi II community. The community engagement in Silalahi II lasted for 45 days, starting from August 5th to September 20th, 2023. The results of the engagement show that the local community has the potential to become agents of tourism information for Silalahi II. The community engagement conducted by the Tim PkM has been able to provide short-term benefits, especially for the younger generation. The younger generation, specifically middle and high school students, have a high level of attention and a strong desire to adapt to change. However, on the other hand, the community engagement by the Tim PkM faced some challenges, especially in involving the working-age population. The time available for this group of the community is limited due to their work, social activities, and established habits. It requires commitment, influence from community leaders, and rewards to engage and involve specific age groups in the implementation of tourism activities in Silalahi II.

**Keywords:** Training; Content; Social Media; Community; Silalahi II Tourist Village

## PENDAHULUAN

Dalam pembangunan kepariwisataan Indonesia maka masyarakat ditempatkan sebagai “aktor” atau pelaku yang kerap berinteraksi dengan wisatawan dan berperan untuk menyediakan fasilitas dan layanan. Secara lugas Undang – Undang No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan mengamanatkan bahwa pemberdayaan masyarakat setempat/lokal sebagai salah satu prinsip utama yang harus diperhatikan dalam pembangunan kepariwisataan di suatu daerah. Namun, kondisi tersebut akan sulit tercapai apabila masyarakat setempat/lokal tidak memberikan dukungan dan memiliki kesiapan untuk dilibatkan maupun terlibat dalam pelaksanaan kepariwisataan.

Sejak kisaran tahun 2001, UNWTO (United Nations World Tourism Organization) telah menerbitkan kode etik/panduan kepariwisataan global yang menetapkan partisipasi sebagai salah satu prinsip/pondasi dalam pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan. Partisipasi dipandang bukan sebagai alat. Namun, mampu meningkatkan kualitas sertakebahagian diri dari aktor/pelakunya. Dalam kenyataannya maka masyarakat kerap menghadapi hambatan untuk terlibat dalam kepariwisataan. Keterbatasan kemampuan (baik secara pengetahuan, keterampilan dan pendanaan), munculnya pihak luar yang mendominasi dan mengambil peran selaku pembuat keputusan, proses birokrasi yang relatif panjang dan kurangnya koordinasi antar aktor/pelaku pariwisata (Gunawijaya dkk, 2023) disinyalir sebagai penghambat partisipasi masyarakat. Hasil penelitian Urmila (2013) menambahkan kondisi yang hampir serupa, dimana masyarakat setempat/lokal kerap menjadi aktor/pelaku “semu”. Masyarakat setempat/lokal pada akhirnya hanya menjadi pelaksana, bukan penentu keputusan dan bahkan seolah menjadi kaum/pihak marjinal terutama ketika berkaitan dengan tata kelola/fungsi manajerial.

Silalahi II merupakan salah satu desa wisata yang terletak di Kecamatan Dairi, Provinsi Sumatera Utara. Desa ini memiliki 5 (lima) Dusun yang berada dalam cakupan wilayah administratifnya yakni : 1) Dusun Pariwisata, 2) Dusun Sillasang, 3) Dusun Tanah Lapang,

4) Dusun Hutan Baru, 5) Dusun Sitio-tio. Bentang alam dan panorama yang indah, kondisi jalan, ketersediaan jaringan listrik dan jaringan internet yang notabene dalam kondisi baik (terutama bila dibanding dengan desa di sekitarnya) dinilai masyarakat sebagai faktor pemikat yang mampu menarik wisatawan/pengunjung ke Silalahi II. Terdapat beberapa daya tarik wisata alam yang tersedia di Silalahi II antara lain yakni: 1) Bukit Cinta , 2) Air Terjun Siringo, 3) Dermaga Apung Silalahi II, 4) Perbatasan Silalahi dengan Samosir yaitu Sitio Tio, 5) Bukit PLTA Silalahi: Tebing Waffle, 6) Air terjun Simartubi. Daya tarik wisata alam tersebut sebagian besar terletak di Dusun 1 (satu) atau Dusun Pariwisata. Sebagian besar masyarakat yang bermukim di Dusun 1 (satu) mengembangkan aktivitas ekonomi di bidang pariwisata yakni dengan membangun fasilitas akomodasi, fasilitas makan minum dan berbagai jenis fasilitas wisata lainnya. Kondisi tersebut pada akhirnya menggerakkan Pemerintah Desa untuk menamakan Dusun 1 (satu) sebagai Dusun Pariwisata dan menetapkan Dusun tersebut sebagai pusat pengembangan kepariwisataan di Silalahi II.

Pengelola pariwisata Desa Silalahi II, dalam hal ini perangkat Desa, BumDes (Badan Usaha milik Desa) dan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) mengungkapkan bahwa: “wisatawan/pengunjung telah mengenal Silalahi II”. Hal ini menunjukkan keyakinan masyarakat bahwa sumber daya yang dimiliki telah mampu menarik kunjungan wisatawan ke Silalahi II. Berdasar hasil identifikasi awal, ditemukan adanya sumber daya wisata lain yakni budaya yang belum diketahui oleh wisatawan/pengunjung, seperti : 1) Pemandian Raja Aek Paranggiran, 2) Nauli Basa, 3) Pemandian Deang Namora Putri Raja Silahisabungan Aek Simalas, 4) Sopo Partonunan Namboru Deang Namora, produk kuliner dan hasil kerajinan tangan olahan masyarakat Silalahi II. Keseluruhan sumber daya yang dimiliki Silalahi II belum disampaikan secara optimal kepada wisatawan/pengunjung. Terbatasnya informasi wisata terkait Silalahi II juga ditemukan yakni dengan tidak tersedianya informasi detail mengenai sebaran fasilitas akomodasi dan fasilitas makan minum, peta informasi kawasan, papan penunjuk arah serta penanda/sign daya tarik wisata. Terbatasnya informasi terkait produk wisata Silalahi II disinyalir menjadi salah satu faktor penghambat dalam mendukung bertumbuhnya pariwisata di Silalahi II.

Perangkat Desa mengungkapkan bahwa terdapat keinginan dan harapan agar masyarakat setempat/lokal dibekali pengetahuan dan keterampilan praktis, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital dan mengemas informasi untuk disampaikan menjadi sebuah konten melalui media sosial. Harapan yang diungkap menunjukkan adanya bentuk keterbukaan Desa terhadap hadirnya peran pihak luar dalam membantu Desa sekaligus mendorong animo masyarakat untuk meningkatkan diri. Keterbukaan informasi dan layanan merupakan hal yang lumrah saat ini. Tersedianya berbagai *platform* media sosial membuka ruang interaksi dan ruang penyebaran informasi tanpa batas. Pada

kondisi ini, masyarakat menjadi aktor/pelaku penting yang berperan untuk menghadirkan segala bentuk informasi wisata yang bersifat akurat dan terkini/*update*. Masyarakat sebagai pemilik sekaligus penerima manfaat serta dampak pariwisata, berperan penting untuk terlibat secara aktif dalam menghantarkan informasi kepada wisatawan/pengunjung. Hal ini diperlukan guna meminimalisir munculnya informasi negatif yang diproduksi oleh wisatawan/pengunjung maupun pihak - pihak lain terkait kondisi kepariwisataan Silalahi II.

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini merupakan program terintegrasi yang dilakukan Politeknik Pariwisata Medan secara khusus pada Program Studi Destinasi Pariwisata dan dilaksanakan melalui Program FPS (*Field Project Study*). Program ini dilaksanakan dengan memadukan 2 (dua) poin utama yakni penelitian dan pendampingan masyarakat. Pada PkM kali maka tujuan utama yang hendak dicapai ini antara lain yakni: 1) meningkatkan kesadaran dan animo masyarakat terkait perannya dalam bidang pariwisata, 2) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam menggunakan fitur yang tersedia pada media sosial serta 3) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengemas dan menyajikan konten bagi wisatawan/pengunjung. Dalam rencana yang disusun oleh Tim PkM maka Pelatihan ini akan dilakukan melalui beberapa tahapan yakni sosialisasi, pelaksanaan pelatihan dan evaluasi. Target *participant* adalah masyarakat setempat/lokal dari seluruh kalangan/kelompok umur dengan jumlah peserta 30 orang.

## METODE

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) diselenggarakan oleh Program Studi Destinasi Pariwisata Politeknik Pariwisata Medan dengan melibatkan kolaborasi peran antar dosen dan mahasiswa. Kegiatan PkM dilaksanakan di Desa wisata Silalahi II, Kecamatan Silahisabungan, Kabupaten Dairi, Provinsi Sumatera Utara dengan luas administratif Desa Silalahi II sebesar 1819 km<sup>2</sup>. Pengabdian kepada Masyarakat di Silalahi II dilaksanakan melalui program sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan selama kurun waktu 45 hari terhitung mulai 05 Agustus hingga 20 September 2023.

Berdasar penjabaran pada poin pendahuluan, kegiatan pelatihan dinilai sebagai metode tepat untuk mendorong terjadinya peningkatan kapabilitas (pengetahuan dan keterampilan) masyarakat. Dalam hal ini maka dosen dan mahasiswa Politeknik Pariwisata Medan bertindak sebagai trainer, sedangkan masyarakat sebagai participant.

Musadeh (2012) menerangkan pelatihan sebagai bagian dari proses pembelajaran untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan serta sikap dan dilengkapi dengan upaya untuk menambahkan pengalaman bersifat praktis/pengalaman aktual yang diperoleh di lapangan. Pelatihan dilakukan melalui beberapa rangkaian kegiatan yang dilaksanakan bersama antar dosen, mahasiswa dan masyarakat dengan uraian kegiatan sebagai berikut:

Tabel 1. Rangkaian proses program pelatihan

No	Program	Pelaksanaan	Keterangan
1	Pendekatan kepada masyarakat, identifikasi masalah dan penyampaian ide/gagasan	05 Agustus - 10 Agustus 2023.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Koordinasi dengan Kepala Desa beserta perangkat desa, BumDes (Badan Usaha milik Desa), Pokdarwisdan Tokoh Masyarakat.</li> <li>● Kegiatan disampaikan dengan mengikuti <i>Coffee Night</i> (salah satu wadah koordinasi antar masyarakat di Desa Silalahi II)</li> </ul>

2	Identifikasi produk wisata Desa Silalahi II	11 Agustus - 15 Agustus 2023.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Perangkat Desa menyampaikan rencana kegiatan tim PkM kepada masyarakat melalui WAG desa</li> <li>● Tim PkM didampingi oleh masyarakat melakukan pencarian data terkait produk wisata Silalahi II.</li> <li>● Komponen produk wisata yang diidentifikasi yakni (daya tarik alam dan budaya, fasilitas serta aksesibilitas).</li> </ul>
3	Pemaparan hasil temuan produk wisata	19 Agustus - 20 Agustus 2023.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Perangkat desa menyampaikan rencana kegiatan kepada masyarakat melalui WAG desa</li> <li>● Koordinasi tim PkM dengan</li> </ul>
			<p>perangkat Desa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Penyampaian materi melalui sosialisasi (terkait produk wisata desa Silalahi II) dan pelatihan terkait “pembuatan konten sosial media”</li> <li>● Dilaksanakan di balai desa, pukul 15.00 wib</li> <li>● Target 30 orang dari seluruh lapisan masyarakat</li> </ul>
4	Evaluasi kegiatan	22 Agustus - 24 Agustus 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Koordinasi tim PkM dengan perangkat Desa</li> <li>● Penyusunan kegiatan lanjutan</li> </ul>
5	Praktik Lapangan	02 September - 04 September 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Perangkat desa menyampaikan kegiatan kepada masyarakat melalui WAG desa</li> <li>● Koordinasi tim PkM dengan perangkat Desa</li> <li>● Dilaksanakan di salah satu daya tarik wisata yang terdapat di Silalahi II</li> <li>● Target peserta seluruh lapisan masyarakat. Namun, Tim PkM mulai berfokus kepada kalangan pelajar SMP dan SMA.</li> </ul>
6	Pelatihan lanjutan	06 September - 08 September 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Perangkat desa menyampaikan kegiatan kepada masyarakat melalui WAG desa</li> <li>● Dilaksanakan di Balai Desa Silalahi II</li> <li>● Target peserta fokus pada kalangan pelajar SMP dan SMA sebagai bagian dari masyarakat Silalahi II</li> </ul>
7	Pelaksanaan lomba	09 September - 16 September 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Perangkat desa membantu tim PkM untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui WAG desa</li> <li>● Peserta lomba diberi kesempatan untuk membuat video promosi terkait Desa wisata Silalahi II</li> <li>● fokus pada kalangan pelajar SMP dan SMA sebagai bagian dari masyarakat Silalahi II</li> </ul>
8	Pengumuman hasil lomba & evaluasi pelaksanaan PkM	20 September 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Perangkat desa membantu tim PkM untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui WAG desa</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>● Koordinasi tim PkM dan perangkat desa terkait hasil PkM guna menentukan rencana aksi selanjutnyabagi pihak desa.</li> </ul>
--	--	--	--

Sumber : Olahan Tim PkM, 2023

Tabel di atas menunjukkan adanya metode PPPEP (Perencanaan/penetapan program, Pelaksanaan, Evaluasi, Pengendalian dan Peningkatan) untuk menjamin agar tujuan utama PkM dapat tercapai. Hakikatnya tujuan PkM ini adalah untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam membuat konten melalui media sosial dan meningkatkan keterlibatan masyarakat agar berperan aktif sebagai aktor/pelaku guna menghantarkan informasi wisata Silalahi II yang akurat dan terkini. Dari tabel di atas juga terlihat adanya jalur koordinasi dan alur kolaborasi yang dilakukan tim PkM sehingga program yang direncanakan dapat berjalan dengan baik.

Sebagai pihak luar, maka tim PkM tinggal dan menetap di Silalahi II dan melibatkan diri dengan berpartisipasi aktif pada beberapa program yang dicanangkan desa seperti : aksi bersih desa/gotong royong, perayaan peringatan 17 agustus, pendampingan PKK dalam pengemasan hasil UMKM desa dan sebagainya. Metode ini dilakukan sebagai upaya tim PkM untuk mendekatkan diri dan diterima oleh masyarakat desa Silalahi II.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Desa Silalahi II adalah salah satu desa di Kecamatan Silahisabungan dengan luas wilayah 1819 km2. Dilihat dari topografinya maka Silalahi II berada pada ketinggian 900- 1500 Mdpl, dengan suhu rata rata berkisar 19° C. Secara administratif, Desa Silalahi II terletak di wilayah Kecamatan Silahisabungan, Kabupaten Dairi, Provinsi Sumatera Utara. Wilayah Desa Silalahi II berbatasan dengan : 1) sebelah Utara berbatasan dengan Silalahi I, 2) sebelah Timur berbatasan dengan Danau Toba, 3) sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Sumbul dan 4) sebelah Barat berbatasan dengan Hutan. Secara administratif maka Desa Silalahi II menaungi 5 (lima) dusun yakni : 1) Dusun Pariwisata, 2) Dusun Sillasang, 3) Dusun Tanah Lapang, 4) Dusun Hutan Baru, 5) Dusun Sitio-tio. Berdasarkan hasil sensus penduduk terakhir tahun 2019 yang dilakukan oleh pihak Desa Silalahi II, diketahui bahwa jumlah penduduk adalah 1085 jiwa yang terdiri dari 527 laki laki dan 558 perempuan dan bermukim menyebar pada 5 (lima) dusun yang terdapat di Silalahi

Terdapat beberapa mata pencaharian utama yang dikembangkan masyarakat yakni: petani, nelayan/peternak ikan, pedagang, pengusaha penginapan, dan wiraswasta. Hasil bumi utama yang dihasilkan masyarakat dalam bidang pertanian dan perikanan yakni : bawang merah, padi, mangga, ikan mujahir, ikan lohan, ikan mas. Hasil pertanian dan ternak ikan tersebut tidak hanya dijual dalam kondisi mentah/belum dimasak. Masyarakat berupaya mengolah dan menjual hasil bumi tersebut dalam kondisi matang/siap untuk dikonsumsi.

**Tahapan dan Strategi Program Pendampingan kepada Masyarakat (PkM)**

Seluruh rangkaian pelaksanaan kegiatan PkM telah disajikan pada poin metode yakni pada Tabel 1. Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa terdapat beberapa hal spesifik yang diupayakan Tim PkM, antara lain yakni :

**Pendekatan kepada Masyarakat**

1. Menjalin hubungan secara formal antara Perguruan Tinggi (melalui Tim PkM) dengan pengelola pariwisata di Silalahi II dengan menandatangani nota kesepahaman kerjasama (MoU). Menjadikan masyarakat sebagai partner/rekan kerja agar keberadaan Tim PkM dapat diterima, dipercaya dan diyakini oleh masyarakat.
2. Meningkatkan hubungan antara Tim PkM dengan masyarakat melalui kerjasama dan kolaborasi. Hasil tersebut disampaikan melalui akun media sosial Instagram milik Tim PkM @fps\_silalahi2, akun Instagram milik Perguruan Tinggi @Poltekparmedan dan akun Instagram milik Program Studi Destinasi Pariwisata @himadep.
3. Melibatkan diri secara aktif sebagai panitia dalam perayaan hari kemerdekaan di Silalahi II, melibatkan diri dalam aksi bersih desa dan tanam pohon serta melibatkan diri dalam forum komunikasi yang diselenggarakan Desa (yang diselenggarakan pada setiap minggunya yakni *Coffee Night*) maupun forum komunikasi Desa lainnya.



Gambar 1. Pendekatan kepada Masyarakat

### Perencanaan Program Pelatihan

Pada tahapan ini Tim PkM (melalui mahasiswa) serta Perangkat desa melakukan diskusi untuk menentukan target atau tujuan. Perencanaan dimulai dengan melakukan diskusi mengenai hal-hal apa yang diinginkan atau dibutuhkan desa atau organisasi yang ada di desa. Berdasarkan hasil diskusi diketahui bahwa Desa Silalahi II memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan terutama untuk menaikkan status Desa wisata Silalahi II dari posisi maju menuju berkembang, untuk mewujudkan desa wisata maju. Namun, potensi tersebut belum diketahui khalayak umum terutama wisatawan/pengunjung karena belum tersedianya media sosial resmi yang dikelola oleh Desa Silalahi II.

Media sosial merupakan sarana serta alat komunikasi interaktif yang berperan untuk memberikan informasi secara lengkap dan terkini, memiliki jangkauan penyebaran luas (karena dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja), efektif dan diminati oleh banyak orang, terutama pada era ini. Namun, masyarakat Desa Silalahi II belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana serta alat komunikasi secara khusus untuk memberikan informasi kepada wisatawan yang akan berkunjung ke Silalahi II. Hal ini diidentifikasi muncul akibat masyarakat belum memahami fungsi media sosial sebagai media pemberi informasi positif.

Berdasarkan hasil diskusi maka Tim PkM dan pengelola pariwisata Silalahi II bersepakat untuk menyelenggarakan pelatihan. Utamanya maka pelatihan yang dirancang bertujuan

untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menggunakan perangkat teknologi (utamanya handphone) sebagai alat untuk mengambil, mengemas dan menyampaikan konten terkait produk wisata Silalahi II. Konten dapat berupa hasil tangkapan gambar seperti foto dan video yang disertai dengan keterangan dalam bentuk tulisan.

Pelatihan akan dilakukan dengan terlebih dahulu melakukan identifikasi produk wisata serta penyampaian materi/sosialisasi terkait : 1) peran masyarakat dalam kepariwisataan, 2) pengenalan fitur yang terdapat pada tampilan sosial media dan 3) cara mengambil, mengemas dan menyampaikan informasi melalui sosial media.

### Identifikasi Produk Wisata

Tahapan ini melibatkan proses mendata secara detail, memahami serta mencatat/mendokumentasikan potensi daya tarik alam, budaya, fasilitas serta aksesibilitas di Silalahi II. Tim PkM menemukan bahwa Desa Silalahi II telah menerima banyak fasilitas dari pemerintah, seperti Tourism Information Center dan Pusat Penunuan Ulos, tetapi fasilitas ini tidak dikelola secara berkelanjutan oleh masyarakat dan pemerintah. Tourism Information Center hanya menjadi bangunan kosong tanpa disertai dengan adanya SDM yang berperan untuk menyampaikan informasi. Fasilitas ditemukan dalam kondisi berdebu seolah kurang terawat. Hal yang sama berlaku untuk Pusat Penunuan Ulos, yang juga hanya merupakan bangunan tanpa adanya penun maupun peralatan tenun yang memadai.

Dalam pelaksanaannya Tim PkM didampingi oleh masyarakat dan difasilitasi oleh Desa sehingga mudah untuk menemui informan/narasumber kompeten, sehingga informasi baik itu sejarah, budaya maupun informasi penting lainnya dapat diperoleh melalui sumber yang tepat. Tim PkM melakukan observasi lapangan dengan mendatangi objek – objek yang telah terlebih dahulu diidentifikasi.



Gambar 2. Identifikasi Produk Wisata Silalahi II

### Pemaparan Hasil Temuan Produk Wisata, Sosialisasi dan Pelaksanaan pelatihan

Tahapan pemaparan hasil temuan produk wisata meliputi proses penyusunan laporan yang merinci hasil temuan terkait produk wisata. Setelah menyusun laporan terkait produk wisata langkah selanjutnya yaitu menentukan siapa yang menjadi audiens utama dari pemaparan ini. Setelah itu berkoordinasi dengan Desa untuk menetapkan rencana sosialisasi dan pelatihan.

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan diadakan di Balai Desa dengan participant yaitu pelaku usaha pariwisata, perangkat desa, dan masyarakat setempat (termasuk siswa SMP dan SMA). Setelah melakukan pemaparan hasil temuan Tim PkM memberikan kesempatan bagi participant untuk mengajukan pertanyaan atau memberikan masukan. Tahapan ini merupakan upaya Tim untuk melakukan verifikasi data sekaligus meningkatkan pemahaman masyarakat terkait produk wisata dan peran masyarakat dalam kepariwisataan. Setelah hasil temuan dipaparkan maka Tim PkM melaksanakan sosialisasi dan pelatihan di tempat yang sama pada hari yang berbeda. Pada saat pelaksanaan kegiatan maka participant yang hadir didominasi oleh siswa SMP dan SMA. Hal ini menunjukkan atensi dan ketertarikan generasi muda terkait penggunaan perangkat teknologi dan pengemasan konten pada sosial media.

Pada tahap ini Tim PkM juga turut mengundang perwakilan Ibu – Ibu PKK untuk memaparkan cara memasarkan produk UMKM agar terlihat menarik. Proses dimulai dengan demo masak kemudian pengemasan produk. Pada setiap tahapan proses maka Tim PkM

melakukan pengambilan gambar (berupa foto dan video) untuk kemudian diedit sehingga dapat dipublikasikan pada akun sosial media yang dimiliki participant. Cara ini dinilai tepat oleh Tim PkM karena disertai dengan adanya praktik langsung melalui demo masak. Pada tahapan ini maka *participant* yang terlibat adalah sejumlah 35 orang



Gambar 3. Pemaparan hasil temuan produk wisata

### Evaluasi Kegiatan

Tahapan evaluasi kegiatan dan penyusunan kegiatan lanjutan melibatkan pengelola pariwisata yakni perangkat Desa, BumDes dan Pokdarwis. Proses ini dilakukan untuk memaparkan kendala yang ditemui pada tahapan – tahapan sebelumnya, sehingga dapat ditindaklanjuti dan dilakukan rencana tindak lanjut.

Hasil evaluasi disampaikan kepada masyarakat. Pada tahapan ini maka perangkat desa berperan sebagai pembicara untuk memberikan informasi kembali/ulang atau mengingatkan masyarakat terkait

keberdaan Tim PkM dan tujuan Tim ke Desa Silalahi II. Kegiatan ini diikuti dengan wawancara dan diskusi yang dipandu oleh Tim PkM guna menemukan permasalahan dan solusi.



Gambar 4. Evaluasi Kegiatan

### Praktik Lapangan

Praktik Lapangan merupakan rencana tindak lanjut yang muncul sebagai hasil evaluasi. Tim PkM melakukan pelatihan pembuatan konten dengan mengajak participant ke salah satu objek di Silalahi II yakni Bukit Cinta Participant dipandu cara mengambil konten oleh Tim PkM.



Gambar 5. Praktik LapanganPelatihan

### Lanjutan dan Sosialisasi Lomba

Tahapan pelatihan lanjutan dilakukan untuk memaparkan lebih lanjut mengenai materi yang telah disampaikan di awal secara lebih interaktif. Pada tahap ini maka Tim PkM juga menyampaikan informasi terkait rencana tim untuk mengadakan lomba berkaitan dengan konten informasi yang nantinya akan disampaikan melalui sosial media.

Konten yang dilombakan berupa video promosi, dengan tujuan yakni :

1. Mengembangkan keterampilan Kreatif : Peserta dapat mengasah keterampilan kreatif dalam pembuatan video, seperti sinemtoografi, editing, narasi dan pengambilan gambar.
2. Mempromosikan Silalahi II, sehingga masyarakat mampu membuat konten dan menghadirkan informasi yang menarik dan terkini bagi wisatawan
3. Meningkatkan pengetahuan bidang pariwisata
4. Mewadahi ekspresi kreatif : Lomba ini memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengekspresikan ide-ide kreatif melalui media visual



Gambar 6. Pelatihan lanjutan dan sosialisasi Lomba

### Pelaksanaan Lomba

Merupakan serangkaian langkah atau proses yang ditempuh dalam penyelenggaraan suatu kompetisi atau perlombaan, dimulai dari pendaftaran, monitoring hasil video peserta, penilaian hingga pengumuman hasil.



Gambar 7. Pelaksanaan Lomba

### Pengumuman Hasil Lomba & Evaluasi Pelaksanaan PkM

Pengumuman Hasil Lomba merupakan bagian penting dari PkM. Hasil lomba diumumkan secara resmi kepada peserta, juri, juga masyarakat dan seluruh pihak yang berkepentingan. Hasil video menunjukkan bahwa peserta lomba telah menunjukkan adanya perubahan terutama dalam mengambil dan mengemas hasil konten. Konten yang dihasilkan menunjukkan adanya informasi serta “ajakan” bagi penonton video untuk berkunjung ke Silalahi II.



Gambar 8. Pengumuman hasil lomba dan evaluasi

Evaluasi pelaksanaan PkM bertujuan untuk mengevaluasi keseluruhan penyelenggaraan kegiatan. Evaluasi dilakukan oleh Tim PkM beserta dengan pengelola pariwisata Desa Silalahi II. Sumber Daya Manusia (SDM) dalam pengembangan desa wisata tidak boleh diabaikan. Pembangunan fisik tidak akan berhasil tanpa dukungan dari SDM yang berkualitas. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya yang dapat ditempuh oleh Perguruan Tinggi Bersama dengan masyarakat setempat/lokal untuk mendorong peningkatan kapabilitas masyarakat di Desa Silalahi II. Terdapat 3 (tiga) komponen kunci yang berperan dalam mendukung pengembangan Desa Wisata, yaitu Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas (3A), tetapi semuanya tidak akan berhasil tanpa diiringi oleh SDM yang mumpuni dan mampu bersifat adaptif terhadap perubahan yang bersifat baik.

Partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata sangat penting, sehingga masyarakat tidak hanya menjadi “penonton” atau justru pekerja yang bekerja pada level bawah. Namun, partisipasi masyarakat secara khusus di Silalahi II harus disesuaikan dengan

kondisi sosial dan ekonomi, yang pada akhirnya mempengaruhi bentuk keterlibatan masyarakat dalam pariwisata Silalahi II.

### SIMPULAN

Berdasar penjelasan pada poin 3 (metode) dan 4 (hasil) maka kegiatan PkM dinilai telah memberi manfaat bagi Desa Silalahi II. Hal ini ditunjukkan dengan antusias dan kehadiran berbagai komponen masyarakat dalam kegiatan yang dilakukan oleh Tim PkM. Dukungan perangkat Desa dan terlibatnya komponen masyarakat dalam PkM ini merupakan proses panjang yang disertai dengan adanya upaya Tim PkM yang melakukan pendekatan serta munculnya sikap terbuka masyarakat terhadap kehadiran Tim PkM. Perencanaan, monitoring, evaluasi dan penyusunan rencana tindak lanjut (sebagai hasil evaluasi) yang dilakukan Tim PkM merupakan hasil koordinasi dan kolaborasi peran antar Tim PkM selaku akademisi dan masyarakat.

Tentu saja perlu diakui bahwa dalam pelaksanaannya Tim PkM menemui berbagai kendala. Aksi persuasif tidak selalu mendapat respons positif dari masyarakat. Beberapa undangan/ajakan yang disampaikan Tim PkM

Bersama perang kat Desa kepada masyarakat mendapat penolakan. Hal ini bukan disebabkan oleh munculnya antipasti masyarakat. Namun, hal ini muncul akibat terbatasnya waktu yang dimiliki masyarakat untuk terlibat, utamanya dikarenakan oleh pekerjaan serta adanya aktivitas keseharian masyarakat yang telah menjadi kebiasaan. Kehadiran Tim PkM seolah memunculkan adanya aktivitas baru dalam keseharian masyarakat dan ini tentu saja membutuhkan waktu yang lebih panjang bagi Tim PkM, terutama mengingat terbatasnya waktu bagi Tim untuk berada di lapangan/Silalahi II.

Waktu, intensitas pertemuan dan reward muncul secara tersirat sebagai faktor yang mempengaruhi terbatasnya partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan PkM ini. Secara garis besar maka program pendampingan yang dilakukan Tim PkM dapat memberikan efek sadar yang bersifat jangka pendek. Dibutuhkan komitmen dan influencer dari masyarakat yang berperan sebagai penggerak dan pemberi pengaruh untuk menjaga konsistensi hasil yang telah di stimulus oleh Tim PkM .

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih disampaikan atas dukungan serta bantuan serta kontribusi yang diberikan oleh berbagai pihak. Terimakasih disampaikan kepada Politeknik Pariwisata Medan sebagai Institusi Perguruan Tinggi yang telah memfasilitasi pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Desa Wisata Silalahi II. Terimakasih juga disampaikan kepada Perangkat Desa (dalam hal ini Kepala Desa, Sekretaris Desa), BumDes, Pokdarwis serta masyarakat Silalahi II yang telah menerima dan meluangkan waktu bagi Tim PkM. Semoga hasil ini memberi manfaat untuk mendukung kepariwisataan Silalahi II. Akhir kata “jangan menua jika belum ke Silalahi II”

### DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Hiqma Nur. “Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial Menuju Terwujudnya Desa Wisata Wringinsongo Tumpang Malang.” *Jurnal Pengabdian Polinema Kepada Masyarakat* Vol 09, no 01 (2022), 17-23. <https://doi.org/10.33795/jppkm.v9i1.117>
- Gunawijaya, Jajang; Gulfira Akbar, Poeti Nazura; and Pratiwi, Annisa (2023) "Community Participation In Rural Tourism Development: The Experience Of Wanayasa, Purwakarta," *Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies*: Vol. 1: Iss. 2, Article 11.
- Lokantara, I Gede Wyana. “Pengembangan Minat Berwisata melalui Produksi Konten Video Promosi Wisata Berbasis Digital di Desa Kurau Barat, Kabupaten Bangka Tengah.” *Jurnal Akses Pengabdian Indonesia* 06, no. 2 (2021), 154-160
- Masadeh, Mousa. (2012). Training, Education, Development and Learning: What is the Difference?. *European Scientific Journal*, Vo. 8, No.1.
- Safko, Lon. (2012). *The Social Media Bible 3rd Edition: Tactics, Tools & strategies for Business Success*. Canada : John Willey & Sons Inc.
- Sihombing, Bantors. Napitupulu, Binur Pretty. Tambunan, Ivan Benedict & Tarigan, Nirwaty. (2021) “PENGEMBANGAN DESA WISATA DESA SILALAHII, KECAMATAN SILAHISABUNGAN, KABUPATEN DAIRI, SUMATERA UTARA BERBASIS PENDAMPINGAN MELALUI PERGURUAN TINGGI.” *Jurnal pengabdian kepada Masyarakat Agung* : Vol 1, No.1.
- Theresia, Aprilia. Andini, Krisnha S. Nugraha, Prima GP & Mardikanto, Totok. (2014). *Pembangunan berbasis Masyarakat*. Bandung: Alfabeta.
- Urmila Dewi, MH. Fandeli, Chafid. Baiquni, M. (2013) *Pengembangan Desa Wisata berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Jatiluwih, Tabanan, Bali*. *KAWISTARA* Vol.3 No.2 Agustus 2013, p.129-139
- WTO. (2003). *Community-Based Tourism-The Case from Indonesia*. Madrid: WTO