

Digitalisasi Pariwisata di Desa Ake Bay, Pulau Maitara

Halida Nuria¹, Sulmi Magfirah^{2*}, Ikmal Muhammad³

¹⁻³ Universitas Khairun

* sulmi@unkhair.ac.id

Abstrak

Perkembangan industri pariwisata Indonesia menjadikan kegiatan kepariwisataan tidak hanya melayani kebutuhan tersier dengan dampak baru bagi pemangku kepentingan pariwisata, tetapi juga berdasarkan kepentingan lain seperti pendidikan, agama, industry dan manfaat lainnya. Desa Ake bay sebagai salah satu desa wisata di pulau Maitara yang memiliki beberapa potensi objek wisata bahari, wisata alam, wisata religi, dan juga wisata budaya. Potensi ini sudah dikelola dan dalam proses pengembangan. Dalam pengembangannya, desa ini membutuhkan peran promosi wisata untuk dapat dikenal oleh wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Sehingga, perlu adanya kesadaran untuk mempromosikan wisata budaya lewat internet pada masyarakat di Pulau Maitara. Memanfaatkan fasilitas yang dimiliki dengan mengenalkan produk budaya adalah sebagai upaya agar masyarakat di Pulau Maitara dapat dikenal oleh masyarakat luas. Program kemitraan masyarakat oleh PkM Unkhair, dapat mensosialisasikan tentang pentingnya peran digitalisasi pariwisata oleh Desa Wisata melalui social media seperti Instagram, Facebook dan Tiktok, khususnya di Desa AkeBay.

Kata Kunci: *digitalisasi, pariwisata, wisatawan, sosialisasi*

Pendahuluan

Pariwisata merupakan perjalanan wisata yang dilakukan secara berulang-ulang atau berkeliling, baik yang direncanakan maupun yg tidak direncanakan, dapat memberikan pengalaman yang menyeluruh bagi wisatawan. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa kegiatan kepariwisataan merupakan bagian dari kegiatan kepariwisataan, karena kegiatan kepariwisataan sendiri merupakan kegiatan jamak dari kegiatan kepariwisataan (Nurdin, 2019). Kegiatan perjalanan ini dilakukan untuk mengunjungi suatu tempat oleh seseorang atau rombongan grup untuk mencapai sebuah kesenangan ditempat yang dikunjungi semisal sebuah objek wisata yang sebelumnya sudah direncanakan. Kegiatan wisata ini cenderung terjadi pada orang-orang disuatu tempat dan terwujudnya kegiatan wisata ini dengan baik dengan adanya kerjasama dari beberapa unsur pentahelix yaitu masyarakat dan pemerintah serta stakeholder lainnya.

Perkembangan teknologi pada abad ke-21 ini, menyebabkan pariwisata menggunakan media digital sebagai ajang promosi. Hal ini dipertegas oleh pemerintah bahwa perlunya pemanfaatan teknologi digital dalam aspek pemasaran (Republika, 2017). Bentuk media digital termasuk situs web, media sosial, iklan online, *email direct marketing*, ruang obrolan, dan aplikasi selular. Orang cenderung mencari informasi melalui internet atau jejaring

sosial karena lebih mudah, murah dan cepat. Dengan adanya media digital sangat berpengaruh terhadap perilaku wisatawan. Wisatawan setelah berwisata, akan membagikan pengalaman mereka tentang hotel, restoran, maskapai penerbangan dan objek wisata melalui media sosial. Generasi saat ini adalah generasi milenial wisatawan, sehingga pendekatan yang efektif tentunya dimungkinkan melalui komunikasi digital (Koran Jakarta, 2017).

Menurut A.J. Burkart dan S. Medik (1981) dalam Soekadijo (2000) mendefinisikan pariwisata sebagai suatu bentuk kegiatan untuk berpindah sementara waktu ke tempat tujuan yang berbeda. Sedangkan Kurt Morgenroth dalam Fajri (2016) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan meninggalkan tempat asal dengan tujuan konsumsi yang berbudaya ekonomi untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan dalam hidup. Dewasa ini, wisata bukan lagi kegiatan yang asing, terutama bagi masyarakat Indonesia. Majunya industri pariwisata Indonesia menjadikan kegiatan ini tidak lagi dipandang sebagai kebutuhan tersier dengan dampak baru bagi pelaku pariwisata, tetapi juga untuk kepentingan lain seperti pendidikan, agama, industri, dan keuntungan lainnya.

Desa Ake bay sebagai salah satu desa wisata di pulau Maitara yang memiliki beberapa potensi objek wisata bahari, wisata alam, wisata religi, dan juga wisata budaya. Potensi ini sudah dikelola dan dalam proses pengembangan. Pada pusat pemerintahan sudah terlihat indah pada beberapa objek wisata buatan yang tertata rapi dalam pembangunan tata kota kecil ini. Selain itu, terlihat pula di beberapa objek wisata yang sudah dikembangkan sehingga ramai orang datang berkunjung khusus pada hari-hari libur.

Pulau Maitara yang memiliki wisata budaya yang patut diketahui oleh orang luar. Wisata bahari adalah yang paling banyak potensinya. Ada beberapa objek wisata bahari tersebut sudah banyak diketahui namun ada beberapa yang belum banyak yang mengetahuinya. Selain itu atraksi wisata budaya yang ada hanya dipentaskan pada hajatan-hajatan tahunan yang hanya diketahui oleh masyarakat sekitarnya. Contohnya pada alat musik dan tarian serta pada upacara pernikahan. Atraksi budaya ini sangat menarik dijadikan wisata budaya yang dikembangkan dan dipasarkan pada masyarakat luar untuk menarik wisatawan datang dan berkunjung serta menikmatinya.

Namun dalam pengembangannya desa ini membutuhkan peran promosi wisata untuk dapat dikenal oleh wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Permasalahan yang ada bahwa berbagai atraksi wisata budaya tersebut hanya menjadi pentas masyarakat lokal. Padahal pada atraksi budaya tersebut ada beberapa hal yang sangat unik dan menjadi ciri khas masyarakat di Pulau Maitara. Sehingga perlu adanya peran digitalisasi sebagai upaya memasarkan dan mengenalkan tentang desa tersebut. Pengembangan teknologi baiknya dimanfaatkan untuk masyarakat di Pulau Maitara untuk tidak melewatkan teknologi. Internet sebagai sarana periklanan dan promosi memiliki banyak keunggulan dibandingkan media massa lainnya. Media internet dengan sifatnya yang luas dan tidak terbatas ruang dan waktu menjadikan internet sebagai media alternatif utama penyebaran konten budaya lokal. Internet menyediakan fasilitas yang kompleks dalam dunia pemasaran produk, mulai dari target konsumen yang spesifik, pesan khusus, interoperabilitas, akses informasi, kreativitas, ekspos yang luas dan kecepatannya, (Morrisson, 2010).

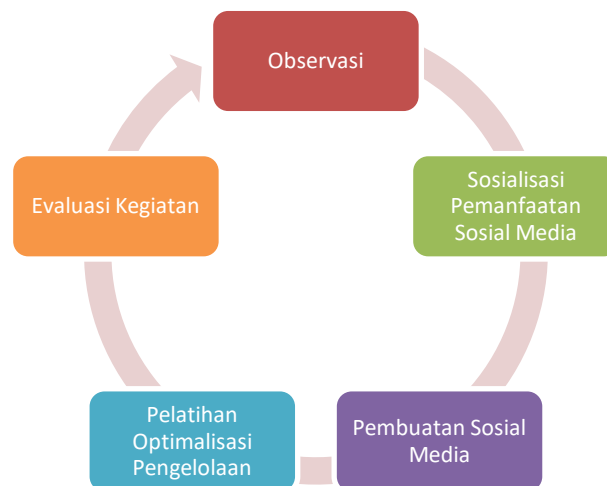
Perlu adanya kesadaran untuk mempromosikan wisata budaya lewat internet pada masyarakat di Pulau Maitara. Memanfaatkan fasilitas yang dimiliki dengan mengenalkan produk budaya adalah sebagai upaya agar masyarakat di Desa Ake Bay dapat dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga perlu adanya program kemitraan masyarakat untuk bertujuan mensosialisasikan tentang peran digitalisasi pariwisata.

Adapun *output*/luaran yang diharapkan dari program kemitraan masyarakat ini adalah melakukan pelatihan tentang program digitalisasi pariwisata serta pembuatan beberapa akun di media sosial sebagai upaya mempromosikan wisata budaya di desa Ake Bay, Pulau Maitara.

Metode Pelaksanaan

Program kemitraan masyarakat ini diharapkan sekurang-kurangnya terdiri dari 20 orang mitra sebagai perwakilan dari objek wisata yang dimiliki oleh Pulau Maitara, khususnya Desa Wisata Ake Bay. Selain itu keterlibatan dari POKDARWIS diharapkan dapat membantu kegiatan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat.

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini mengikuti alur pelaksanaan yang ditunjukkan pada gambar di bawah ini;



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan

Berikut adalah alur pelaksanaan kegiatan yang sesuai dengan gambar diatas, yakni;

1. Observasi, dilakukan oleh tim pelaksana

Langkah pertama, melakukan observasi ke desa mitra. Hal ini ditujukan untuk menentukan status mitra, serta melakukan analisis yang akan memberikan solusi terhadap permasalahan yang terdapat di lokasi kegiatan.

2. Sosialisasi Pemanfaatan Sosial Media

Selanjutnya, kegiatan sosialisasi dilakukan bersama dengan mitra. Bentuk kegiatan ini dilakukan berupa sosialisasi kepada mitra tentang penggunaan sosial media untuk mendukung perkembangan potensi desa wisata di desa Ake Bay, pulau Morotai.

3. Pembuatan Sosial Media

Sesuai dengan hasil observasi sebelumnya, bahwa kegiatan PkM ini memberikan solusi di bidang (1) teknologi informasi, (2) periklanan dan pemasaran pariwisata. Pada tahap ini dibuat media sosial, seperti facebook, tiktok dan instagram sebagai bagian dari digitalisasi desa dan daya tarik wisata yang ada di Pulau Morotai

4. Pelatihan Optimalisasi Pengelolaan sosial media

Pelatihan ini ditujukan kepada POKDARWIS dan juga masyarakat setempat sebagai upaya peningkatan promosi desa dan objek wisata melalui pemanfaatan teknologi yang telah dikembangkan.

5. Evaluasi Kegiatan

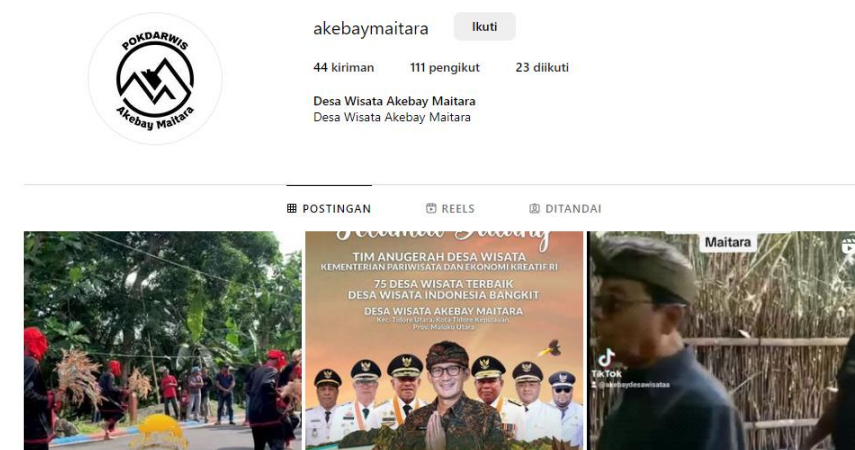
Pada tahap akhir ini, kemudian dilakukan evaluasi pada kegiatan PkM yang bertujuan untuk memantau perkembangan desa mitra pasca pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Hal ini dilakukan dengan cara mendokumentasikan kegiatan, laporan, serta publikasi.

Hasil dan Pembahasan

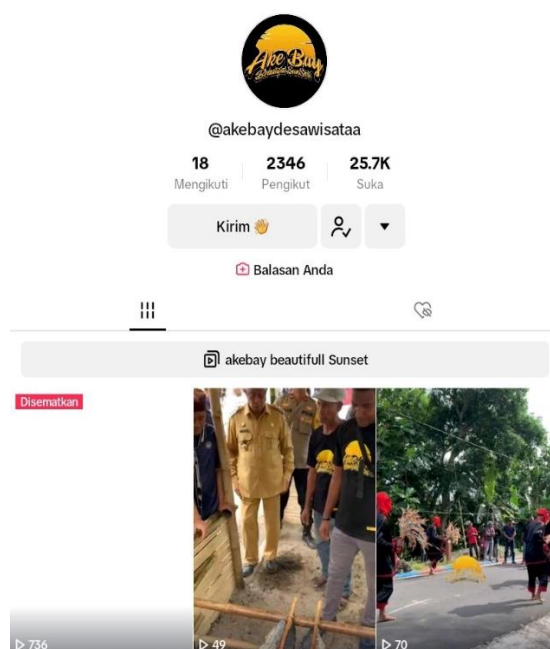
Digital tourism atau pariwisata digital merupakan strategi efektif untuk mempromosikan berbagai destinasi wisata dan potensi pariwisata Indonesia di berbagai platform digital. Sehingga, pariwisata digital tidak hanya mengenalkan tetapi juga menyebarkan keindahan wisata untuk meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara. Kemudian ditegaskan kembali oleh Sukmana dan Erwin (2020) digitalisasi adalah proses mengubah media dari cetak, audio, dan video ke bentuk digital. Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen dalam bentuk digital. Digitalisasi membutuhkan perangkat seperti komputer, *scanner*, operator media sumber dan perangkat lunak.

Sehingga, Fungsi digitalisasi tidak lain adalah bentuk efisiensi dan optimalisasi dalam banyak hal, termasuk efisiensi dan optimalisasi ruang penyimpanan, keamanan terhadap berbagai jenis bencana, peningkatan resolusi, gambar dan file stabil lebih ditentukan. Contoh sederhana digitalisasi adalah teknologi komunikasi yang kita gunakan sehari-hari, yaitu transformasi telepon dan surat. Dahulu, telepon dan surat merupakan alat komunikasi jarak jauh dan masih digunakan sampai sekarang. Teknologi digital adalah alat yang memiliki sistem komputerisasi dan beroperasi secara otomatis (tanpa tenaga manusia). Pada dasarnya, teknologi digital adalah sistem komputer super cepat yang mampu memproses semua informasi secara akurat.

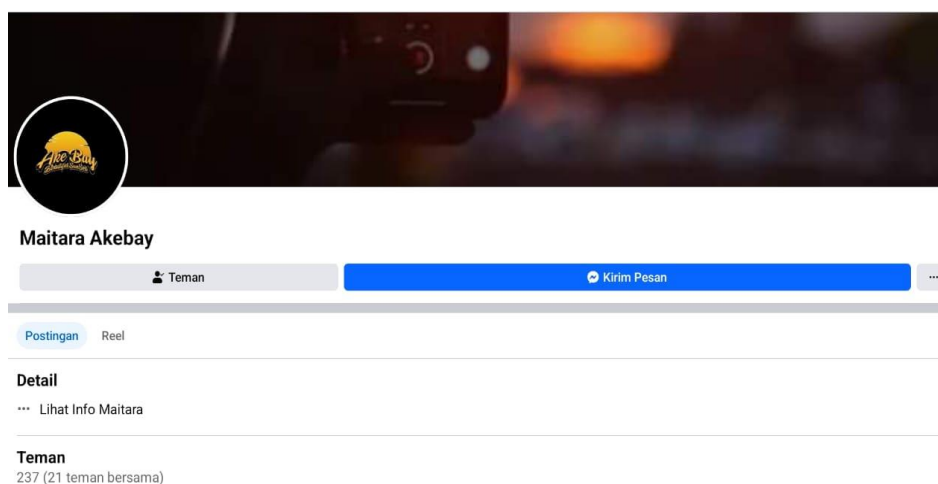
Sehingga, melalui kegiatan ini, diharapkan informasi tentang promosi desa wisata di desa Ake Bay dapat diakses melalui media sosial oleh wisatawan domestik maupun mancanegara di seluruh dunia, untuk meningkatkan minat kunjungan. Berikut adalah tampilan postingan media sosial yang telah dimanfaatkan oleh Desa Wisata Akebay.



Gambar 2. Tampilan Instagram



Gambar 3. Tampilan TikTok



Gambar 4. Tampilan Facebook

Terdapat banyak potensi pariwisata yang dipasarkan melalui sosial media Desa Ake Bay, Pulau Morotai. Sehingga, wisatawan siap berkunjung ke desa wisata. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, pengetahuan desa mitra di bidang teknologi informasi juga bisa ditingkatkan melalui kegiatan pelatihan dalam mengelola media sosial bagi POKDARWIS dan masyarakat setempat.

Seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilakukan, mulai dari observasi, pembuatan media sosial, sosialisasi, pelatihan pengelolaan manajemen platform, hingga evaluasi kegiatan yang dilakukan oleh tim pelaksana dapat dilakukans dengan baik. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa efektivitas sosialisasi dan pelatihan sekitar 85%. Seberapa efektif konteks didasarkan pada keberhasilan kegiatan yang diberikan. Berikut ini adalah dokumentasi tentang kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 5. Dokumentasi kegiatan di Desa Akebay, Pulau Maitara

Kegiatan PKM ini memiliki dampak sosial yang dapat disampaikan secara digital dan dikomunikasikan secara langsung . oleh karena itu, wisatawan memiliki akses informasi melalui platform media social dan mengetahui aturan adat yang berlaku jika ingin mengunjungi dan mengeksplorasi potensi pariwisata yang ada di Desa Ake Bay, Pulau Maitara. Sehingga, potensi pariwisata yang tersedia di Desa Ake Bay dapat dijaga kelestariannya dan berwisata secara bijak di Pulau Maitara.

Kesimpulan

Pada pelaksanaan program pengabdian dengan judul Digitalisasi Pariwisata di Desa Ake Bay, Pulau Maitara, dalam rangka meningkatkan potensi desa wisata melalui teknologi informasi telah terlaksana dengan baik. Pelaksanaan ini meliputi pembuatan social media, seperti Facebook, Instagram dan Tiktok. Kegiatan berupa observasi, sosialisasi dan pendampingan pamanfaatan social media dalam meningkatkan kunjungan wisatawan local dan internasional. Selanjutnya, implementasi penggunaan social media sebaiknya dilakukan bertahap melalui pendampingan secara intensif.

Ucapan Terimakasih

Demikian kerangka kegiatan ini dibuat guna memenuhi syarat administrasi, sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap kegiatan untuk dipergunakan dengan baik. Terima kasih kepada LPPM Universitas Khairun, sebagai pendukung utama kegiatan Hibah

Pengabdian kepada Masyarakat serta Ibu Dekan Fakultas Ilmu Budaya, atas dukungan terhadap kelancaran pelaksanaan kegiatan PkM di Desa Akebay, Pulau Maitara.

Referensi

- Burkart, A. J., & Medik, S. (1981). *Tourism: Past, Present, and Future*. Heinemann.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Alfabeta.
- Koran Jakarta. (2017). Saatnya Genjot Promosi Pariwisata lewat Medsos. Retrieved from <https://ekonomi.kompas.com/read/2023/08/23/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang> (Accessed August 10, 2023).
- Morissan. (2010). Periklanan–komunikasi pemasaran terpadu. Kencana Prenadamedia grup. Retrieved from <https://www.bkpmprovmlut.net/potensi-di-tiap-kabkota-provinsi-maluku-utara/kabupaten-halmahera-utara/>
- Nirmala, B. P. W., & Lavianto, S. (2019). Pemanfaatan Digital Enabler dalam Transformasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kerakyatan di Bali. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer*, 5(1).
- Soekadijo, R. G. (2000). *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*. PT. Gramedia Pustaka Utama.