

Penguatan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur Melalui Perumusan Konsep Media Placement Dan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Pariwisata

Santi Delliana^{1*}, Dyah Kusumawati², Anisa Diniati³

^{1,2,3}*Ilmu Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*

*anastasia.santi@kalbis.ac.id

ABSTRAK

Diperlukan strategi pemasaran pariwisata yang baik agar dapat menarik wisatawan ke suatu objek wisata di suatu daerah khususnya Belitung Timur. Media online memiliki keunggulan yang berbeda-beda bagi masyarakat, salah satunya adalah menyadarkan masyarakat akan produk/layanan kita. Pesan publisitas di media sosial membutuhkan kreativitas tingkat tinggi, ide-ide cemerlang baik dalam publisitas maupun dalam foto iklan. Indonesia yang terkena pandemi Covid-19 tentunya sangat terkena dampak terutama industri pariwisata khususnya pariwisata Kabupaten Belitung Timur. Hal tersebut yang membuat pariwisata Belitung Timur menggunakan media online untuk mempromosikan kembali pariwisata menuju New Normal. Presentasi, workshop langsung, diskusi dan tanya jawab melalui aplikasi Zoom adalah metode yang digunakan pada pengabdian ini. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk menguatkan pemahaman dan pengetahuan publik khususnya Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur dan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dari beberapa desa dan kecamatan melalui perumusan konsep media placement dan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan pariwisata. Karena pada kenyataannya minimnya keahlian dan keterampilan Pegawai Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Belitung Timur dan Komunitas POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) di Kabupaten Belitung Timur, Provinsi Bangka Belitung juga menambah kurang maksimalnya pemasaran pariwisata disana.

Kata Kunci: media online, komunikasi pariwisata, sadar wisata

Strengthening the Department of Culture and Tourism of East Belitung Regency through the Formulation of the Concept of Media Placement and Utilization of Social Media to Improve Tourism

ABSTRACT

A good tourism marketing strategy is needed to attract tourists to a tourist attraction in an area, especially East Belitung. Online media has different advantages for society, one of which is to make people aware of our products/services. Publicity messages on social media require a high level of creativity, bright ideas in publicity, and advertising photos. Indonesia, which the Covid-19 pandemic has hit, has undoubtedly been greatly affected, especially the tourism industry, especially in East Belitung Regency. This is what makes East Belitung tourism use online media to promote tourism back to the New Normal. Presentations, live workshops, discussions, and questions, and answers through the Zoom application are the methods used in this service. The purpose of this service is to strengthen public understanding and knowledge, especially the East Belitung Regency Culture and Tourism Office and the Tourism Awareness Group (POKDARWIS) from several villages and sub-districts through the formulation of the concept of media placement and the use of social media to increase tourism. Because of the lack of expertise and skills of the East Belitung Regency Government Tourism Office and the POKDARWIS Community (Tourism Awareness Group) in East Belitung Regency, Bangka Belitung Province also adds to the inadequacy of tourism marketing there.

Kata Kunci: *online media, tourism communication, tourism awareness*

1. PENDAHULUAN

Keindahan alam Indonesia memang sangat eksotik dan memiliki pesona tersendiri. Salah satunya adalah di Belitung Timur yang memiliki banyak pantai yang dijadikan tempat wisata dan banyak dikunjungi wisatawan, baik mancanegara maupun domestik. Selain dengan berkembangnya pariwisata pantai, wisata Belitung Timur juga berbentuk wisata kopi karena perkembangan industri kopi rumahan ada disana. Indonesia yang terkena pandemi Covid-19 tentunya sangat cepat mempengaruhi industri pariwisata. Jumlah kunjungan wisman (wisman) yang menurun drastis menunjukkan hal tersebut. Di sisi lain, penurunan jumlah kunjungan wisatawan internasional juga berdampak pada industri penunjang pariwisata, seperti tingkat hunian kamar hotel dan sektor transportasi (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020). Namun menurut angka Badan Pusat Statistik, jumlah kunjungan wisman ke Indonesia menurun menjadi 87,44 persen pada April 2020. Secara kumulatif, jumlah wisman yang berkunjung ke Indonesia mencapai 2,77 juta kunjungan dari Januari hingga April 2020 dan turun 45,01%. Tingkat Hunian Kamar di Indonesia (TPK) hotel dengan peringkat bintang Indonesia pada April 2020 rata-rata 12,67 persen, atau lebih rendah 41,23 poin (Badan Pusat Statistik, 2020).

Diperlukan strategi pemasaran pariwisata yang baik agar dapat menarik wisatawan ke suatu objek wisata di suatu daerah khususnya Belitung Timur. Strategi pemasaran mencakup semua aktivitas yang berusaha untuk merangsang pembelian suatu produk dengan cepat atau dalam waktu yang singkat (Shimp, 2003, p. 6). Oleh karena itu, berbagai pihak terkait perlu didorong agar obyek wisata tersebut dapat berkembang dengan baik. Minimnya keahlian dan keterampilan Pegawai Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Belitung Timur dan Komunitas POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) di Kabupaten Belitung Timur, Provinsi Bangka Belitung juga menambah kurang maksimalnya pemasaran pariwisata disana.

Keindahan pantainya yang masih alami dan asri, memberikan kesan atau suasana yang berbeda setiap saat serta memberikan gambaran yang lebih baik bahwa Belitung Timur dan sekitarnya dapat menawarkan dan mendukung berbagai tema paket wisata seperti wisata budaya, wisata danau dan wisata kuliner (kopi). Selama pandemic covid-19 data dari We Are Social sebanyak 4,57 miliar orang sekarang menggunakan internet. Dengan Facebook memiliki 2,5 miliar pengguna aktif setiap bulannya. Penggunaan video juga mengalami meningkat selama pandemi. Instagram digunakan wisatawan ketika mereka 'bermimpi' dalam merencanakan liburan. Aplikasi Tiktok juga mengalami kenaikan pengguna aktif. Diluar data we are social: penjualan kopi meningkat. Hal ini sebetulnya juga menjadi peluang warga Belitung Timur yang disebut sebagai 1001 kota kopi (*Digital Report Social Media Indonesia*, 2020). Penerapan internet khususnya pada smartphone atau perangkat elektronik lainnya yang semakin memudahkan dalam hal komunikasi, pekerjaan dan pendidikan, bahkan ide atau inovasi (Hariyanto and Wahyuni, 2020, p. 254).

Tak perlu waktu lama lagi kami mengadakan Program Penguatan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur melalui perumusan konsep media placement dan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan pariwisata harus dilakukan. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Belitung Timur berada di Kepulauan Belitung masuk dalam wilayah Provinsi Bangka Belitung.



Gambar 1 Peta Kabupaten Belitung Timur
Sumber: ("Kabupaten Belitung Timur," n.d.)

2. METODE PENGABDIAN

Presentasi, workshop langsung, diskusi dan tanya jawab melalui aplikasi Zoom adalah metode yang digunakan pada pengabdian ini. Metode pengabdian masyarakat ini adalah Community Empowerment yang memberdayakan masyarakat (Juwariah, Priyanto and Nurhidayah, 2020, p. 109) dengan membentuk kelompok sadar wisata. Berdasarkan rapat koordinasi dengan mitra yang dilakukan secara online sebanyak dua kali, yaitu pada 12 Mei 2020 dan 20 Mei 2020, disimpulkan bahwa:

1. Belitung Timur memiliki potensi kekayaan alam dan budaya, namun hanya sedikit yang diketahui oleh masyarakat luas.
2. Membutuhkan pengetahuan tentang bagaimana merumuskan konsep penempatan media.
3. Kurang paham dan menggunakan media sosial di Belitung Timur untuk meningkatkan pariwisata.
4. Terkait promosi digital marketing, pegawai baru Beltim Disbudpar memanfaatkan program media sosial dan Youtube serta website Disbudpar.
5. Produksi materi foto dan audio visual sebagai konten media sosial dibatasi. Keterbatasan pengetahuan inilah yang menjadi penyebab mengapa potensi wisata Belitung Timur lebih sedikit dibandingkan Kabupaten Belitung dan Bangka, keduanya berada di bawah Bangka Belitung.



Gambar 2 Pelaksanaan di Kantor Dinas Pariwisata Belitung Timur

Permasalahan utama mitra tersebut akhirnya disusunlah topik pengabdian kepada masyarakat untuk menambahkan pengetahuan dan keterampilan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur melalui perumusan konsep media

placement dan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan pariwisata. Pengabdian ini dilaksanakan pada Senin, 13 Juli 2020.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Peraturan Bupati Belitung Timur Nomor 45 Tahun 2016 tentang Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Belitung Timur, pasal 61 dijelaskan bahwa 1) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur merupakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dengan Tipe A, sebagai unsur pelaksana Urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah di bidang kebudayaan dan bidang pariwisata; 2) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggungjawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. Sementara pasal 62 dijelaskan bahwa: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan Urusan Pemerintahan dan Tugas Pembantuan di bidang kebudayaan dan bidang pariwisata. Hal ini yang mendasari penting dan perlunya dilakukan giat promosi dalam memaksimalkan pariwisata Belitung Timur. Data media sosial yang dapat ditelusuri oleh peneliti, yang digunakan oleh Dinas maupun Pokdarwis:

1. Website: <https://disbudpar.belitungtimurkab.go.id/>
2. Facebook: [disbudpar.beltim.3](https://www.facebook.com/disbudpar.beltim.3)
3. Twitter: [@visitbeltim](https://twitter.com/visitbeltim)
4. Instagram: [@inspiringbeltim](https://www.instagram.com/inspiringbeltim)
5. Youtube channel: Fairus Belitung

Namun keseluruhan media sosial tersebut belum secara maksimal digunakan.

Penguatan pada pengabdian ini menempuh beberapa tahapan, tahapan yang pertama atau yang disebut tahap persiapan. Tahap persiapan ini meliputi persiapan materi pelatihan, persiapan tempat pelatihan dan persiapan 17 peserta pelatihan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur. Persiapan fasilitator dan instruktur yang terdiri dari tiga orang dosen juga akan menentukan waktu dan persiapan instalasi serta fasilitas.

Tahap kedua setelah persiapan adalah tahap implementasi. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan dalam bentuk pelatihan. Pelatihan tersebut berupa pemberian informasi tentang bagaimana merumuskan konsep penempatan media dan penggunaan media sosial untuk meningkatkan pariwisata. Langkah selanjutnya dalam pengabdian masyarakat adalah tahap evaluasi. Tahap penilaian merupakan tahap terakhir dari pengabdian masyarakat ini. Setelah mengikuti kegiatan pelatihan, peserta diberikan pertanyaan-pertanyaan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta (Kurniawan, 2019, p. 51).



Gambar 3 Rapat Koordinasi dengan Pokdarwis Belitung Timur

Usai kegiatan PKM ini, beberapa kegiatan evaluasi dilakukan oleh para peserta. Hal ini dilakukan untuk melihat tujuan penyampaian materi yang diperoleh peserta PKM secara teoritis dan praktis. Evaluasi ini dilakukan secara langsung dengan tanya jawab langsung dengan tim PKM pemasok materi. Evaluasi dalam kegiatan ini bisa dikatakan bagus karena knowledge sharing yang diberikan oleh tim pengabdian kepada peserta. Penilaian yang dilakukan pada kegiatan ini dijabarkan dalam laporan kegiatan PKM.

Kualitas sangat penting untuk mempertimbangkan standar kualitas layanan masyarakat tertentu. Setelah diadakan kegiatan ini, dilakukan survey kepuasan peserta dengan hasil berikut:

Tabel 1. Survey Kepuasan Peserta

Nomor	Detail penilaian	Skala kepuasan (1-5)
1.	Materi pengabdian kepada masyarakat bermanfaat bagi mitra	4.8
2.	Materi pengabdian kepada masyarakat merupakan konsep baru untuk diterapkan	4,5
3.	Materi pengabdian kepada masyarakat sesuai untuk peningkatan pengetahuan mitra	4.6
4.	Materi pengabdian kepada masyarakat memberikan kemampuan soft skills bagi mitra	4.6
5.	Materi pengabdian kepada masyarakat disampaikan dengan baik, berurutan dan lengkap	4.6
6.	Fasilitator menguasai materi yang disampaikannya	4.7
7.	Fasilitator menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	4.7
8.	Fasilitator menggunakan teks dengan huruf yang mudah dibaca	4.6
9.	Fasilitator memanfaatkan teknologi multimedia dengan baik	4.6
10.	Fasilitator dapat memberikan motivasi kepada peserta	4.5

Sarana untuk membuat media placement di industri pariwisata ditentukan dan dipengaruhi oleh dinas itu sendiri. Pariwisata dari Belitung Timur dapat menggunakan media digital untuk mengembangkan bisnis pariwisata. Namun dalam hal ini penempatan media digital yang digunakan tentunya memiliki pengaruh yang besar. Dengan penempatan yang tepat di media digital, Dinas Pariwisata Belitung Timur dapat meningkatkan kredibilitas industri pariwisata dan pada akhirnya memberikan keuntungan yang lebih bagi masyarakat Belitung Timur. Penempatan media digital yang menguntungkan dapat diperluas secara online dan offline dengan berbagai cara. Tetapi dinas harus bertindak cepat sebelum informasi atau berita yang dimiliki menjadi kadaluarasa.

Dalam penempatan media digital menggunakan media sosial Dinas Pariwisata Belitung Timur, ketepatan waktu menjadi kuncinya, sehingga bisa dilakukan secepatnya. Platform media sosial menerima perhatian lebih besar dari audiens, hal ini menjadi keuntungan untuk selalu dipergunakan oleh dinas. Situs web adalah fitur paling menarik juga untuk digunakan dalam promosi pariwisata. Mudah saja untuk terus mengupdate situs resminya sehingga target audiens terus memberikan perhatian pada situs tersebut.

Partisipasi mitra dalam kegiatan ini terjalin dengan cukup baik terutama pada komunikasi dan koordinasi antara Prodi Ilmu komunikasi dengan Dinas Pariwisata Kota Belitung Timur. Dinas terlibat aktif dalam memberikan informasi kepada peserta maupun kepada mereka yang terlibat dalam kegiatan ini. Selain peserta yang mengikuti kegiatan ini, mereka sangat aktif dan ingin tahu lebih banyak, sehingga kegiatan PKM sangat ramai dengan diskusi yang sangat bermanfaat bagi kegiatan promosi pariwisata Kabupaten Belitung Timur.

Kegiatan selanjutnya atau tambahan dapat dilakukan dengan Dinas Pariwisata Belitung Timur, mitra berharap kerjasama pengabdian masyarakat dapat terus berlanjut melalui pelatihan atau kegiatan lain yang menguntungkan kedua belah pihak. Setelah pandemi Covid-19 selesai, pelatihan offline jika dimungkinkan.

4. SIMPULAN, SARAN, DAN REKOMENDASI

Pelaksanaan kegiatan PKM Program Ilmu Komunikasi Kalbis Institute bersama mitra Dinas Pariwisata dan Dinas Belitung Timur dapat terlaksana dengan lancar, baik dan memberikan keuntungan dengan merumuskan konsep penempatan media dan pemanfaatan Sepakbola bagi peserta di penguatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Belitung Timur. Kegiatan yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet memiliki keistimewaan tersendiri dengan aplikasi zoom meeting. Karena ini merupakan hal baru dalam penyelenggaraan pengabdian masyarakat. Banyak peserta masih belum mengetahui pelatihan online langsung yang "normal baru". Saat pembicara menyampaikan materi, suara terkadang terdengar. Namun pada prinsipnya pelatihan ini dilaksanakan dengan lancar sesuai dengan tujuannya. Berikut ini bisa dilihat:

1. Peserta antusias menerima materi dari perguruan tinggi Jakarta, sedangkan peserta ada di desa dan kecamatan Belitung Timur.

2. Peserta aktif berdiskusi dalam meningkatkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur dengan merumuskan dan menggunakan media sosial untuk meningkatkan pariwisata.
3. Peserta kegiatan PKM ini memahami pentingnya mempromosikan daya tarik wisatawan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di wilayah Kabupaten Belitung Timur dengan jumlah wisatawan yang banyak.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis yang telah memberikan pendanaan sehingga pengabdian kepada masyarakat dapat terlaksana dengan baik.

6. DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik (2020) *Badan Pusat Statistik*. Available at:

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/06/02/1715/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-april-2020-mencapai-160-04-ribu-kunjungan.html> (Accessed: 25 April 2020).

Digital Report Social Media Indonesia (2020). Jakarta. Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.

Hariyanto, E. and Wahyuni, S. (2020) ‘Sosialisasi Dan Pelatihan Penggunaan Internet Sehat Bagi Anggota Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Mozaik Desa Pematang Serai’, *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), pp. 253–259. doi: <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v3i2.8449>.

Juwariah, T., Priyanto, A. and Nurhidayah (2020) ‘‘Kampung Sahaja’’ Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Pencegahan Gangguan Jiwa Dan Kepedulian Terhadap Kelompok Resiko Serta Gangguan Jiwa’, *Journal of Community Engagement and Employment*, 2(2), pp. 107–113. Available at: <http://ojs.iik.ac.id/index.php/JCEE/article/view/327/214>.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, R. I. (2020) *Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2020*. Available at: <https://www.kemendparekraf.go.id/post/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulanan-tahun-2020> (Accessed: 25 May 2020).

Kurniawan, M. F. (2019) ‘Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Jamur Tiram melalui Pelatihan Budidaya Jamur dan Strategi Pemasaran’, *Journal of Community Engagement and Employment*, 1(1), pp. 47–54. Available at: <http://ojs.iik.ac.id/index.php/JCEE/article/view/284/146>.

Shimp, T. A. (2003) *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.