

Skim: IbDM “Pemberdayaan Masyarakat”

LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



Pengembangan Potensi Desa Melalui Media Sosial

PENGUSUL:

Ketua

Tommy Satriadi Nur Arifin, S.I.Kom., M.A.

NPP/NIDN: 510810302/0501128901

Anggota

Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri, S.I.Kom., M.I.Kom.

NPP/NIDN: 510810312/0527109301

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS WIDYA MATARAM
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : **“Pengembangan Potensi Desa Melalui Media Sosial**
2. Bidang ilmu : Ilmu Komunikasi
3. Peneliti
- a. Nama Lengkap : Tommy Satriadi Nur Arifin, S.I.Kom, M.A.
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. NPP/NIDN : 510810302/0501128901
 - d. Jabatan Fungsional : Tenaga Pengajar
 - e. Fakultas/Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi
 - f. Perguruan Tinggi : Universitas Widya Mataram
 - g. Status Dosen : Dosen Tetap Yayasan
 - h. Nomor Hp : 081802662821
 - i. Alamat Email : *tommyerawan@gmail.com*
-
- a. NamaLengkap : Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri, S.I.Kom., M.I.Kom
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NPP/NIDN : 510810312/0527109301
 - d. JabatanFungsional : Tenaga Pengajar
 - e. Fakultas/Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi
 - f. Perguruan Tinggi : Universitas Widya Mataram
 - g. Status Dosen : Dosen Tetap Yayasan
 - h. Nomor Hp : 085659351615
 - i. Alamat Email : *shulbimuthi@yahoo.com*
4. Lokasi Pengabdian : Jomogatan, Kasihan, Bantul, Yogyakarta
5. Lama Pengabdian : 1 bulan

Yogyakarta, 21 Maret 2019

Ketua Pengabdi,



Tommy Satriadi Nur Arifin, S.I.Kom., M.A.
NPP. 510810302



Mengetahui,
Dekan FISIPOL UWM



Suwarjo, S.IP., M.Si.
NPP. 510810203

Menyetujui,
Kepala LPPM UWM



Dr. Oktiva Anggraini, M.Si
NPP. 510810188

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB 1. PENDAHULUAN	
Analisis Kebutuhan	1
Tujuan Pengabdian	4
Lokasi Pengabdian	4
BAB 2. TARGET DAN LUARAN	
Target Kegiatan	5
Luaran Kegiatan	5
BAB 3. METODE PELAKSANAAN	6
BAB 4. HASIL KEGIATAN	7
REFERENSI.....	10

BAB I

PENDAHULUAN

ANALISIS KEBUTUHAN

Desa Wisata dan Pengembangan Potensinya dalam Masyarakat

Indonesia memiliki keanekaragaman wisata dan budaya. Keanekaragaman wisata yang begitu indah merupakan ciri khas yang dimiliki masing-masing daerah. Paradigma pariwisata kerakyatan dalam berbagai bentuknya telah menjadi paradigma alternatif untuk dapat memberikan pemerataan kesejahteraan masyarakat dan pemberdayaan masyarakat menuju pariwisata yang berkelanjutan. Pembangunan pariwisata pedesaan diharapkan menjadi suatu model pembangunan pariwisata berkelanjutan sesuai dengan kebijakan pemerintah di bidang pariwisata. Pembangunan berkelanjutan diformulasikan sebagai pembangunan yang berusaha memenuhi kebutuhan hari ini tanpa mengurangi kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pembangunan dan pengembangan pariwisata yang dilakukan hendaknya mampu berkelanjutan dan dipertahankan di masa depan.

Keberlanjutan pariwisata tidak mesti diwacanakan saja tanpa adanya suatu komitmen dari berbagai pihak untuk mempertahankan keberlanjutan alam, sosial ekonomi, maupun budaya masyarakat sebagai modal dasar pariwisata. Pitana (2002) menyatakan dalam pariwisata berkelanjutan, penekanannya tidak cukup hanya kelanjutan ekologis dan keberlanjutan pembangunan ekonomi, tetapi yang tidak kalah pentingnya adalah keberlanjutan kebudayaan karena merupakan salah satu sumber daya yang sangat penting dalam pembangunan kepariwisataan. Implementasi dari konsep-konsep ini dalam program pengembangan desa wisata tersebut harus tetap mampu menjaga kelestarian lingkungan.

Desa wisata adalah desa yang memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas, baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan yang dikelola dan dikemas secara menarik dan alami dengan pengembangan fasilitas pendukung wisatanya, dalam suatu tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana sehingga siap untuk menerima dan menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut, serta mampu menggerakkan aktivitas ekonomi pariwisata yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat (Muliawan, 2008).

Menurut Muliawan (2008), prinsip pengembangan desa wisata adalah sebagai alternatif yang dapat memberikan dorongan bagi pembangunan pedesaan yang berkelanjutan

serta memiliki prinsip-prinsip pengelolaan antara lain: (a) memanfaatkan sarana dan prasarana masyarakat setempat; (b) menguntungkan masyarakat setempat; (c) berskala kecil untuk memudahkan terjalinnya hubungan timbal balik dengan masyarakat setempat; (d) melibatkan masyarakat setempat; (e) menerapkan pengembangan produk wisata pedesaan. Sementara itu mengenai kriteria desa wisata, Muliawan (2008) merumuskan beberapa kriteria sebagai berikut: (a) memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas (sebagai atraksi wisata), baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan; (b) memiliki dukungan dan kesiapan fasilitas pendukung kepariwisataan terkait dengan kegiatan wisata pedesaan, yang antara lain dapat berupa: akomodasi/penginapan, ruang interaksi masyarakat dengan wisatawan/tamu, serta fasilitas lainnya; (c) memiliki interaksi dengan pasar (wisatawan) yang tercermin dari kunjungan wisatawan ke lokasi tersebut; (d) adanya dukungan, inisiatif, dan partisipasi masyarakat setempat terhadap pengembangan desa tersebut terkait dengan kegiatan kepariwisataan (sebagai desa wisata).

Komponen pengembangan desa wisata menurut Karyono (1997) meliputi: (a) atraksi dan kegiatan wisata, atraksi wisata dapat berupa seni, budaya, warisan sejarah, tradisi, kekayaan alam, hiburan, jasa, dan lain-lain yang merupakan daya tarik wisata. Atraksi ini memberikan ciri khas daerah tersebut yang mendasari minat wisatawan untuk berkunjung ke tempat tersebut. Kegiatan wisata adalah apa yang dikerjakan wisatawan atau apa motivasi wisatawan datang ke destinasi yaitu keberadaan mereka disana dalam waktu setengah hari sampai berminggu-minggu; (b) akomodasi pada desa wisata yaitu Sebagian dari tempat tinggal penduduk setempat dan atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk; (c) unsur institusi atau kelembagaan dan SDM dalam pengembangan desa wisata sebaiknya memiliki kemampuan yang handal (d) fasilitas pendukung wisata lainnya dalam pengembangan desa wisata, memiliki fasilitas-fasilitas pendukung seperti sarana komunikasi, dan sarana lainnya (e) infrastruktur lainnya juga sangat penting disiapkan seperti sistem drainase, dan sistem transportasi untuk akses wisatawan (f) sumber daya lingkungan alam dan sosial budaya (g) dukungan masyarakat seperti menjaga kebersihan lingkungan, keamanan, keramah-tamahan (h) pasar desa wisata dapat mengakomodir wisatawan domestik ataupun wisatawan mancanegara.

Media Sosial dan Kemampuan Masif dalam Menyebarkan Pesan

Beberapa tahun terakhir, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pesatnya perkembangan TIK menjadikan internet sebagai

alat komunikasi utama yang sangat diminati oleh masyarakat. Hal inilah yang melatarbelakangi perubahan teknologi komunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital. Perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telephone seluler dan bahkan kemudian muncul istilah telepon cerdas (*smartphone*). Dengan hadirnya *Smartphone*, fasilitas yang disediakan dalam berkomunikasi pun semakin beraneka macam, mulai dari sms, mms, chatting, email, browsing serta sosial media.

Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*). Tidak dapat disangkal bahwa pada saat ini sosial media telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi. Hal ini berdampak pada berbagai sisi kehidupan masyarakat. Kehadiran media sosial membawa dampak yang signifikan dalam cara melakukan komunikasi.

Lembaga *We Are Social* dalam Nasrullah (2015) mempublikasikan hasil risetnya bahwa pengguna internet dan media sosial di Indonesia cukup tinggi. Ada sekitar 15% penetrasi internet atau 38 juta lebih pengguna internet. Dari jumlah total penduduk, ada sekitar 62 juta orang yang terdaftar serta memiliki akun di media sosial Facebook. Dari riset tersebut juga menunjukkan bahwa rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu hampir 3 jam untuk terkoneksi dan berselancar di media sosial melalui perangkat telepon genggam. Banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia tentu saja memunculkan kesempatan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai media komunikasi, sehingga kemudian memunculkan pertanyaan, bagaimana penggunaan media sosial untuk mengefektifkan cara berkomunikasi di dalam masyarakat, baik dalam bidang pemasaran, bidang politik maupun bidang pembelajaran.

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana instansi media massa. Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing*, *Colaborating* dan *Connecting* (Puntoadi, 2011).

Tujuan Pengabdian

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan menggunakan media sosial kepada warga Dukuh Jomegatan, Desa Ngestiharjo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, DIY, terkait pengembangan potensi desa melalui media sosial yang mengarah pada aspek wisata domestik dengan aspek sosial budaya seni yang erat dari karakter khas masyarakat sekitar.

Lokasi Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini berlokasi di Dukuh Jomegatan, Desa Ngestiharjo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

BAB II

TARGET DAN LUARAN

Sebagai salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, pengabdian ini memiliki target kegiatan dan luaran sebagai berikut:

Target Kegiatan

1. Meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam mengenai karakteristik desa wisata serta memahami wilayah tempat tinggalnya dalam mengembangkan potensi menuju desa wisata.
2. Meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat sebagai agen perubahan untuk menciptakan pesan-pesan dan kesan maupun impresi dalam mengelola media sosial sebagai wujud pembentukan citra positif mengenai desa wisata di daerahnya.

Luaran Kegiatan

1. Laporan Pengabdian
2. Publikasi Ilmiah

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang berlokasi di Dukuh Jomegatan, Desa Ngestiharjo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta ini meliputi beberapa tahap yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pola rekrutmen peserta dalam pengabdian kepada masyarakat ini dengan mengumpulkan warga, terutama kalangan remaja dengan rentang usia 15-20 tahun. Salah satu kebijakan Facebook sebagai salah satu media sosial terbanyak pengguna terutama di Indonesia menerapkan batas minimal usia penggunaan media sosial adalah 13 tahun. Sementara itu, usia 15-20 tahun adalah usia remaja yang erat dengan penggunaan aktif media sosial setiap harinya, lebih dari 5 jam dalam satu hari, serta memiliki lebih dari satu media sosial yang aktif dalam penggunaannya. Kegemaran menggunakan media sosial di kalangan remaja juga disebabkan oleh pola perilaku kehidupan sosial yang mengarah pada interaksi di dunia maya. Remaja lebih senang berbagi dalam akun-akun media sosial mereka dan menikmati interaksi disana dengan menggunakan berbagai fitur yang tersedia.
2. Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan metode refleksi, ceramah, simulasi, dan diskusi perihal media sosial dan potensi desa wisata di daerah tersebut.
3. Tahapan kegiatan dimulai dengan persiapan pembuatan proposal pengabdian kepada masyarakat. Kemudian tahap selanjutnya adalah mengurus perizinan pada lokasi pengabdian. Selanjutnya observasi kondisi dari penggunaan media sosial dan observasi kewilayahan dukuh atau desa tersebut sehingga hasil dari observasi ini merupakan pemetaan yang tepat pada daerah pengabdian. Setelah itu, pelaksanaan kegiatan pengabdian dan evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Alur Model Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat:



BAB IV

HASIL KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) dilakukan di Dukuh Jomegatan, Desa Ngestiharjo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Remaja sebagai objek utama dalam kegiatan pengabdian ini mengikuti seluruh rangkaian acara yang telah disusun. PKM ini dilaksanakan menggunakan metode Pembelajaran Orang Dewasa, sehingga remaja dikelompokkan menjadi 2 kelompok diskusi. Setiap kelompok dipimpin oleh 2 dosen yang memandu proses diskusi sebagai Fasilitator. Salah satu materi yang diberikan adalah Pengembangan Potensi Desa Melalui Media Sosial. Pada materi ini, Fasilitator memfasilitasi peserta untuk mengidentifikasi wilayah, kegiatan dukuh atau desa, diskusi mengenai desa wisata, dan penyusunan karakteristik desa wisata dalam pengembangan wilayah. Kemudian dilanjutkan dengan diskusi mengenai Media Sosial yang meliputi penggunaan media sosial, durasi penggunaan, pembahasan produksi pesan, pengenalan fitur-fitur dalam ragam media sosial.

Sebagai pengantar, Fasilitator memberikan wawasan umum terkait pada perkembangan pengguna Internet di Indonesia yang memiliki kenaikan secara jumlah yang tergolong cepat. Pada tahun 2017, jumlah pengguna Internet diperkirakan sekitar 50% dari 262 juta penduduk Indonesia atau sekitar 153,3 juta jiwa. Terdapat kenaikan sekitar 20 juta jiwa dari tahun sebelumnya yang berjumlah sekitar 132.7 juta jiwa. Berdasarkan usia pengguna Internet di Indonesia, pengguna dalam kategori usia 10-24 tahun adalah 18.4% atau sekitar 18.4 juta jiwa pengguna internet masih dalam usia anak-anak hingga dewasa awal (APJII, 2017). Dengan demikian, penduduk berusia muda adalah pengguna yang sangat besar dari media baru ini. Data ini semakin menunjukkan arti penting literasi digital bagi penduduk berusia muda, hingga orang tua yang memiliki anak berusia demikian di keluarga mereka. Hal ini disebabkan karena penduduk berusia dewasa tidak bisa dinafikkan begitu saja karena pada dewasa ini memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap penduduk berusia anak-anak dalam penggunaan gawai.

Sementara itu, lanjutan pengantar berupa wawasan umum tersebut diarahkan pada kasus-kasus dari penyalahgunaan gawai sehingga menyebabkan efek negatif yang harus dihadapi oleh masyarakat secara luas, khususnya perhatian orang tua dan anak-anak mereka. Beberapa kasus antara lain kriminalitas yang dilakukan oleh anak-anak usia sekolah diakibatkan pergaulan yang mereka lalui berdasarkan pengalaman video game, baik dari konsol maupun gawai. Bentuk-bentuk penyalahgunaan lainnya seperti kecanduan pada video

game dalam gawai mereka yang tidak kenal waktu dan tempat saat memainkannya seperti di kelas, jam istirahat, jam berkumpul keluarga, jam belajar masyarakat, dan sebagainya.

Pemberian materi mengenai Desa Wisata dan Potensinya dapat diketahui dari penyampaian informasi mengenai desa wisata sesuai dengan latar belakang pengabdian yang sudah disampaikan pada saat observasi kegiatan. Desa wisata adalah desa yang memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas, baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan yang dikelola dan dikemas secara menarik dan alami dengan pengembangan fasilitas pendukung wisatanya, dalam suatu tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana sehingga siap untuk menerima dan menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut, serta mampu menggerakkan aktivitas ekonomi pariwisata yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat (Muliawan, 2008). Menurut Muliawan (2008), prinsip pengembangan desa wisata memiliki prinsip-prinsip pengelolaan antara lain: (a) memanfaatkan sarana dan prasarana masyarakat setempat; (b) menguntungkan masyarakat setempat; (c) berskala kecil untuk memudahkan terjalinnya hubungan timbal balik dengan masyarakat setempat; (d) melibatkan masyarakat setempat; (e) menerapkan pengembangan produk wisata pedesaan.

Sementara itu mengenai kriteria desa wisata, Muliawan (2008) merumuskan beberapa kriteria sebagai berikut: (a) memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas (sebagai atraksi wisata), baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan; (b) memiliki dukungan dan kesiapan fasilitas pendukung kepariwisataan terkait dengan kegiatan wisata pedesaan, yang antara lain dapat berupa: akomodasi/penginapan, ruang interaksi masyarakat dengan wisatawan/tamu, serta fasilitas lainnya; (c) memiliki interaksi dengan pasar (wisatawan) yang tercermin dari kunjungan wisatawan ke lokasi tersebut; (d) adanya dukungan, inisiatif, dan partisipasi masyarakat setempat terhadap pengembangan desa tersebut terkait dengan kegiatan kepariwisataan (sebagai desa wisata).

Kemampuan pendampingan tersebut dibagi menjadi 10 kompetensi berdasarkan rumusan yang dikembangkan oleh Japelidi (Jaringan Pegiat Literasi Digital) yaitu: mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan, memproduksi, berpartisipasi, dan berkolaborasi. Secara teknis, memang rumusan kompetensi ini terbagi atas dua gagasan utama, yaitu literasi digital fungsional dan literasi digital kritis. Masing-masing atas gagasan tersebut memiliki landasan primer yang

memuat mengenai konsep dan praktiknya sendiri. Dalam 10 kompetensi tersebut, fasilitator menjelaskan satu demi satu konsep dari tiap kompetensi tersebut dan memberikan kesempatan kepada peserta pengabdian untuk menginterpretasi dan membayangkan hal teknis atau praktik apa yang dapat dikembangkan masing-masing peserta dengan melihat kemampuan kognitif dan afektif yang secara unik dimiliki oleh tiap individu. Fasilitator juga menginginkan adanya perkembangan potensi wilayah mengenai desa wisata yang diketahui oleh perangkat ataupun aparatur desa, atau setidaknya ada pembahasan lebih jauh yang dimulai dari komunitas setempat, termasuk tingkat RT dan RW.

REFERENSI

- Karyono, Hadi. 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Muliawan. 2008. *Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat; Konsep dan Implementasi*. Tanpa kota: tanpa penerbit
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.