



PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI SARANA PROMOSI TERHADAP KEMAJUAN DESTINASI WISATA DI KABUPATEN BUTON

Oleh

Wa Nur Fida¹, Muh. Rizal Ardiansyah Putra², Muh Hidayatullah³, Jundi Syahrul Ramadan⁴

^{1,2,3,4}Universitas Muhammadiyah Buton

Email: ¹nfida246@gmail.com, ²icalard21@gmail.com,

³day.al.mohammed@gmail.com, ⁴jundimadan19@gmail.com

Article History:

Received: 17-07-2024

Revised: 04-08-2024

Accepted: 20-08-2024

Keywords:

Information Technology,
Promotion Facilities,
Progress In Tourism
Destination

Abstract: *Using information and communication technology, we can easily find out information or have direct contact with everyone in all corners of the world. Information technology as a means of promoting tourist destinations takes shape and form in increasing the progress of a region, especially in the field of economic income. So far, regional governments or tourist destination managers still lack understanding regarding the use of information technology as a means of promoting tourist destinations as progress in increasing visitors and income in economic growth and income of regions and local communities. So far, they have promoted tourism destinations using direct communication from conversations between people who have visited tourist destinations. Therefore, there is community service to increase the progress of tourism destinations by teaching the government or tourist destination managers as promotional media that can be used by young people and become progress and improvements in these tourist destinations*

PENDAHULUAN

Kota Baubau adalah sebuah Kota di Pulau Buton, Sulawesi Tenggara yang memperoleh status Kota pada tanggal 21 Juni 2001 berdasarkan UU No. 13 Tahun 2001. Pada awalnya, Baubau merupakan pusat kerajaan Buton (Wolio) yang berdiri pada awal abad ke-15 (1401-1499). Buton mulai dikenal di Negara Indonesia karena telah tercatat dalam naskah Nagara kretagama karya Prapanca pada tahun 1365 Masehi dengan menyebut Buton sebagai negeri (Desa) kerasian atau tempat tinggal para resi. Cikal bakal negeri Buton untuk menjadi sebuah kerajaan pertama kali dirintis oleh kelompok Mia Patamiana (Si Empat Orang) yaitu Sipanjonga, Simalui, Sitamanajo dan Sijangkawati. Kota Baubau mempunyai wilayah daratan seluas 221,00 km² luas laut mencapai 30 km² merupakan kawasan potensi untuk pengembangan sarana dan prasarana laut. Letak geografis Kota Baubau terletak di bagian selatan garis katulistiwa di antara 5,21°-5,33° Lintang Selatan dan di antara 122,33°-122,47° Bujur Timur atau terletak di sebelah Selatan Provinsi Sulawesi Tenggara. (Zaenuddin 2013)



Kota Baubau dapat dikatakan sebagai kota wisata karena banyak objek wisata di ditemui di daerah ini. Kunjungan wisata di kota baubau dapat di bagi menjadi tiga tempat yaitu, wisata sejarah berupa peninggalan dari kesultanan Buton, wisata budaya dan seni yang di gambarkan sebagai aikon suku buton, dan diperlihatkan dalam berbagai bentuk tarian serta berbagai makanan khas buton dan wisata alam seperti pantai, air terjun, gua, perbukitan dan lain sebagainya.

Dunia pariwisata merupakan salah satu sektor penghasil devisa yang memiliki potensi cukup besar untuk dikembangkan Sektor pariwisata saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan makin meningkatnya kebutuhan akan pariwisata, Pariwisata merupakan sektor yang interen dengan kehidupan masyarakat yang modern Semakin tinggi tingkat pendidikan dan ekonomi seseorang atau masyarakat, kebutuhan pada kepariwisataan akan semakin besar pula.

Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk kegiatan pemasaran pariwisata merupakan agenda penting dalam meningkatkan kunjungan wisata. Keberadaan teknologi berperan penting dalam mempermudah kehidupan manusia, tidak terlepas pada dunia pariwisata. Kegiatan promosi saat ini cenderung menggunakan media digital. Promosi yang dibuat bisa berbagai macam baik itu sebuah produk, event, social campaign, dan masih banyak lagi. (Setiawati and Pritalia 2023)

Hal ini dikarenakan dalam jangka panjang sektor pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang selalu tumbuh dan berkembang seiring dengan kemajuan dan dinamika masyarakat, sehingga tidaklah mengherankan apabila kemudian banyak Negara termasuk juga Indonesia yang kemudian menjadikan sektor pariwisata sebagai tumpuan sumber penggerak ekonomi bagi masa depan negaranya. (Sinaga et al. 2021)

Pariwisata di Kota Baubau merupakan sektor yang memiliki potensi besar dalam menghasilkan pendapatan kota apabila dikembangkan secara optimal. Oleh karena itu, berbagai aspek dalam bisnis kepariwisataan telah dikembangkan oleh pemerintah kota maupun para pelaku kepariwisataan guna meningkatkan pendapatan pada sektor ini. Ada berbagai alternatif dalam mengembangkan potensi pariwisata seperti: pembenahan dan renovasi kawasan wisata, menciptakan daerah tujuan wisata, guna menunjang pengembangan wisata namun itu saja belum cukup untuk menjawab tantangan penanganan dunia pariwisata kota Baubau. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi informasi dengan pengembangan sistem komunikasi sebagai landasan dan langkah maju dalam pengembangan pariwisata merupakan hal mutlak yang harus segera diterapkan dalam pengelolaan sektor pariwisata. (Fendeli C. 2022)

Berdasarkan ketersediaan berbagai aspek seperti akomodasi, objek wisata, fasilitas untuk mendukung aktivitas wisatawan dan adanya informasi yang lengkap tentang jarak perjalanan yang dilengkapi dengan ketersediaan peta citra satelit dan didukung oleh kecocokan harga dan waktu, maka akan sangat membantu wisatawan untuk mengambil keputusan didalam melakukan perjalanan wisata ke kota Baubau.

Pemanfaatan teknologi informasi merupakan salah satu upaya untuk mengeliminasi keterbatasan yang dimiliki. Informasi yang tersedia melalui media internet saat ini sangat banyak dan dapat memberikan inspirasi serta peluang untuk mengembangkan usaha. Selain sebagai media penyedia informasi, teknologi internet juga dapat memudahkan wisatawan untuk berinteraksi dengan operator pariwisata yang dikehendakinya. (Sanaky Hujair. 2011)

Perkembangan teknologi di bidang komunikasi saat ini banyak membantu manusia di



berbagai bidang kehidupan, termasuk di dalam dunia pariwisata. Salah satu kemajuan teknologi di bidang komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk penyediaan informasi dan promosi kepariwisataan adalah Internet. Modal tersebut harus dimanfaatkan secara optimal melalui penyelenggaraan kepariwisataan yang secara umum bertujuan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pada perkembangannya fungsi *situs* atau *website* diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi yang bersifat pasif, namun diharapkan bisa bersifat dinamis, sehingga fungsi dan peran *situs* menjadi dua arah dan timbul efek timbal balik. Sejalan dengan itu, peran dan fungsi pemerintah dalam rangka mensosialisasikan tempat wisata dan informasi yang cepat sangat mutlak diperlukan. Salah satu langkah yang dilakukan adalah dengan membuat suatu portal *situs*. Dengan adanya *situs*, informasi, komunikasi, dan transaksi antara masyarakat. (Teknologi Informasi. Tersedia 2020)

Di kota baubau terutama Di buton selatan pada desa sampolawa memiliki salah satu destinasi pariwisata yang cukup terkenal dan menarik perhatian khalayak atau pengunjung untuk datang berkunjung dan menyenangkan mata dari segi keindahan pantai dan pemandangan laut yang luar biasa. Bukan hanya keindahan pantau dana laut yang di jadikan objek wisata sebagai daya tarik untuk memajukan mata dan bersenang-senang saat berada di pantai jembatan melingkar di tambah dengan keindahan pemandangan pulau-pulau yang bersebelahan dengan pulau tempat dimana destinasi wisata jembatan melingkar berada. (I Gde Pitana 2022)

Berdasarkan analisis situasi di atas maka di rumuskan permasalahan mitra dengan pengelola destinasi tersebut adalah sebagai berikut: (1). Kurangnya penggunaan teknologi komunikasi dalam mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada. (2). Pengembangan situs komunikasi yang belum maksimal dalam pengelolaanya. (3). Tidak ada dukungan sepenuhnya dari instansi pemerintah untuk mengelola teknologi informasi sebagai sarana penunjang objek wisata kota. (4). Belum efektifnya penggunaan internet sebagai alat komunikasi bagi pengunjung.

Melihat permasalahan yang terjadi, maka dalam Program ini kami menawarkan pelatihan bagi karyawan pengelola objek wisata sehingga dapat meningkatkan pengunjung. Internat sebagai teknologi komunikasi diharapkan dapat menunjang perkembangan tempat wisata sehingga wisatawan domestic maupun manca Negara dapat mengakses informasi dan berkomunikasi dengan baik dengan pihak pengelola sebagai kemajuan destinasi wisata tersebut.

METODE

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian atau jurnal ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan studi kasus. Studi kasus dimaksud disini menurut Yin (1994:21) tidak cukup jika pertanyaan studi kasus hanya menanyakan "apa" (what), tetapi juga "bagaimana" (how) dan "mengapa" (why). Penelitian deskriptif dilakukan untuk mendiskripsikan suatu gejala, peristiwa, dan kejadian yang terjadi secara faktual, sistematis, dan akurat (Sugiyono, 2016).

Metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian ini adalah wawancara, pengamatan dan dokumentasi dalam penelitian ini data dianalisis dengan cara menulis data apa adanya, tanpa ada campur tangan dari teori yang dibaca ataupun paradigma yang dimiliki salaam ini. Untuk menghindari bias pemahaman maka dilakukan



pengecekan dari berbagai sumber cara dan bermacam waktu.

Proses pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) diatur dengan jadwal yang disesuaikan dengan relevansi setiap tahapan dengan solusi yang diajukan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam tiga tahapan yaitu:

1. Tahap pertama: Tim PKM melakukan Observasi Potensi yang dimiliki pelaku atau pemilik wisata dan Seminar dengan menggunakan pendekatan metode participatory rural appraisal (PRA). ((Saptiyono et al. n.d. 2021)
2. Tahap kedua: Tim PKM dan Mitra melaksanakan workshop tentang pentingnya menggunakan beberapa teknologi canggi dan sosial media untuk mempromosikan wisata yang menjadi target pengembangan dan kemajuan daerah secara efektif.
3. Tahap Ketiga: Tim PKM mendampingi Pelaku wisata untuk penguatan skill pada bidang teknologi dan pengusahaan mendesain berbagai produk wisata untuk di promosikan dan menjadi daya tarik pengunjung serta membentuk dan membangun jejaring (networking) usaha dengan berbagai pengusaha wisata yang sedang dalam proses penguatan dalam membangun jaringan kerja. Sasaran latihan dari program pelatihan pemanfaatan teknologi informasi dalam mempromosikan dan layana tempat wisata adalah staf dan karyawan yang memiliki karakteristik sebagai berikut:
 - a. Staf, karyawan tetap dan pengelola destinasi wisata
 - b. Mampu mengoperasikan computer dan laptop
 - c. Meiliki sarana pendukung TIK
 - d. Bersedia mengikuti kegiatan pelatihan sesuai dengan jadwal yang ditetapkan.

Target yang ingin dicapai pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah mampu memanfaatkan teknologi informasi, memberikan pelatihan pemanfaatan TI terhadap peningkatan kinerja dan hasil akhir dari pengabdian ini akan sangat berguna bagi pengambil kebijakan dalam meningkatkan kinerja.

Kegiatan PKM ini dapat mensinkronkan dinamika kebutuhan pengguna informasi dan dinamika perkembangan sistem informasi manajemen sebagai penghasil informasi bagi keperluan berbagai pelayanan dan pengambilan keputusan. Selanjutnya, keutamaan dari pengabdian ini adalah berupaya memberikan pelatihan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi terhadap peningkatan kinerja dan hasil akhir dari pengabdian ini akan sangat berguna bagi pengambil kebijakan dalam meningkatkan kinerja.

HASIL

Program kerja ini di lakukan bersama dinas pariwisata dan beberapa pengelola destinasi wisata yang sampai saat ini sebagian dari mereka kebingungan dalam mencapai kesuksesan untuk meningkatkan pengunjung atau gimana cara mempromosikan destinasi wisata agar di kenal baik dari segi, keindahan alam, laut sampai pada keindahan kebudayaan yang perlu di perhatikan dan di lestarikan ke segala penjuru dunia untuk di ketahui masyarakat atau khalayak. Pelaksanaan kegiatan di lakukan dengan beberapa tahap untuk bisa memberikan pemahaman dan penguasaan dalam menguasai teknologi dan social media dalam mempromosikan destinasi wisata di kota baubau. Tahap yang pertama yakni observasi atau workshop; seminar untuk pendampingan dalam menggunakan teknologi dan membuat social dan menguasai media.

Tahap pertama observasi atau perencanaan dimana peneliti dan tim turun langsung ke



beberapa destinasi wisata yang baik di kelola oleh pemerintah pariwisata maupun beberapa destinasi wisata yang di kelola mandiri oleh pemilik destinasi tersebut. Kemudian merancang kerja sama untuk meberikan sosialisasi atau worhsop untuk kepada mereka untuk lebih meningkatkan kemajuan destinasi tersebut dengan menggunakan teknologi infomrasi dan social media sebagai bidang ilmu atau pengetahuan yang harus dimiliki oleh mereka dalam memajukan dan mengsucceskan pendapatan ekonomi pemerintah dan pengelola mandiri destinasi wisata.



Gambar 1. Diskusi pengarahan tim pada saat observasi lapangan di beberapa destinasi wisata

Tahap selanjutnya yakni penyiapan materi yang di tentukan melalui diskusi tim dan pemerintah dinas pariwisata yang mana akan di adakan di aulah dinas pariwisata dan materi dari topik yang akan di bawahkan sesuai dengan kebutuhan mereka dan penguasaan teknologi serta social media dalam mempromosikan destinasi wisata sebagai pengembangan dan peningkatan kemajuan destinasi sert daerah tersebut.

kemudian pengawai dan pengelola destinasi wisata diberikan pengetahuan dan skill dari materi yang di jelaskan pemateri saat memaparkan beberapa cara menggunakan teknologi canggi dan social media, setelah itu di lanjutkan dengan langsung mempraktekan atau memperagakan bagaimana cara menggunakan teknologi yang canggi dan membuat social media serta mendesain berbagai destinasi dengan keindahan yang memang benar-benar di butuhkan atau diminati oleh masyarakat atau khalayak sebagai daya tarik dari mempromosikan destinasi wisata yang masi membutuhkan skil promosi destinasi wisata.



Gambar 2. Memberikan materi dan whorshop pemanfaatan teknologi informasi dalam mempromosikan destinasi wisata

Dari hasil sosialisasi yang di paparkan oleh pemateri terlihat jelas bahwa pengetahuan dan ilmu promosi destinasi wisata dengan menggunakan teknologi informasi dan sosial media benar-benar memberikan dampak besar kepada mereka dalam mengembangkan dan memberikan kemajuan pada destinasi wisata. Selain dari ilmu yang di jelaskan atau di paparkan. Mereka juga di berikan kesempatan untuk langsung mempraktekan dan memperagakan bagaimana mudahnya memanfaatkan teknologi dan social media sebagai media promosi dalam peningkatan dan kemajuan destinasi wisata nantinya.

Terlepas dari hasil sosialisasi dan diskusi bersama kita melihat masi banyak dari mereka yang belum dapat menggunakan teknologi maupun memilik sosial media yang aktif untuk digunakan sebagai media promosikan destinasi wisata. Banyak dari mereka masi menggunakan teknik komunikasi langsung yakni memanfaatkan masyarakat atau khalayak yang berkunjung untuk mempromosikan destinasi wisata mereka, terutama dari mereka yang pengelola destinasi wisata pribadi.

Selain dari belum memiliki penguasaan terhadap teknologi dan sosial media dalam mempromosikan destinasi wisata, ternyata ada juga kendala lain yang mereka peroleh yakni jaringan yang tidak memadai untuk mendukung peningkatan desinasi wisata tersebut. Namun dari hasil sosialiasi atau workshop ini mereka mendapatkan banyak manfaat dan pengetahuan untuk motivasi baru sebagai pengembangan dan kemajuan destinasi wisata mereka nantinya.

KESIMPULAN

Selama kegiatan sosialiasi dan workshop peserta begitu antusias dalam mengikuti semua prosedur atau kegiatan yang di jelaskan sampai di praktekan langsung oleh mereka. Peserta memahami bahwa pentingnya memanfaatkan teknologi informasi dan sosial media sebagai media promosi destinasi wisata dalam peningkatan dan kemajuannya. Selain suasana diskusi yang hidup dan langsung mempraktekan penggunaan teknologi dan



pembuatan sosial media, mereka juga di ajarkan untuk mendesain berbagai sumber daya wisata agar terlihat menarik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau kahalayak saat ini. Di harapkan bahwa segala ilmu pengetahuan dari hasil sosialisasi atau workshop dengan tema pemanfaat teknologi infomasi dan sosial media sebagai medai promosi destinasi wisata dapat menjadi peluang baru dan motivasi baru untuk lebih meningkatkan lagi kemajuan destinasi wisata yang ada di kota baubau ini baik yang di kelola oleh dinas pariwisata maupun di kelola oleh pemiliki individual.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan trimakasih kepada rekan-rekan peneliti yang sudah berpartisipasi dalam segala hal untuk tercapainya penelitian ini. Tak terlepas kepada universitas muhammadiyah buton yang telah menjadi tempat saya melaksanakan tridarmatan perguruan tinggi. Terima kasih kepada pihak mitra Fasilitator Pemerintah Daerah kota atau Dinas Pariwisata dan pengelola destinasi pariwisata Baubau yang telah bersedia menjadi mitra dan bekerjasama dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini. Berikutnya ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Universitas Muhammadiyah Buton dan Majelis Diktilitbang Muhammadiyah yang telah mendukung kegiatan ini

DAFTAR REFERENSI

- [1] Saptiyono. 2021. Buku *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. Yoka Krya
- [2] Fendeli C. 2022. Pemanfaatan Teknologi Sabagai Media Pariwisata yogyakarta: Fakultas Kehutanan Universitas Gajah Mada. Bulaksumur.
- [3] I Gde Pitana, Putu G Gayauatri. 2022. *No Title*. Yogyakarta: Andi.
- [4] Juliana, Sandra Maleachi, Rosianna Sianipar, Nove Bernedeta Sitorus, and Rudy
- [5] Pramono. 2023. "Sosialisasi Pariwisata Berkelanjutan Di Desa Wisata Bagot." *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4(2): 4871–80.
- [6] Sanaky Hujair.2011. Media Pembelajaran (Buku Pegangan Wajib Guru dan Dosen. 2021. *No Title*. yogyakarta: Yogyakarta: Kaukaba Dipantara.
- [7] Setiawati, Rika, and Generosa Lukhayu Pritalia. 2023. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sektor Pariwisata." *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi* 3(2): 278–85. doi:10.24002/konstelasi.v3i2.7255.
- [8] Sinaga, Kariaman, M. Amri Nasution, Amru Yasir, and Aswan Hasoloan. 2021. "Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Pemasaran Wisata Kuliner Halal Pada Era New Normal." *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(2): 205–11. doi:10.46576/rjpkm.v2i2.1043.
- [9] *Teknologi Informasi. Tersedia*. 2020. Wikipedia. http://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi_informasi (diakses pada 19 juni 2020)%0A%0A.
- [10] Yulianto, Daris. 2023. "Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Pemasaran Pariwisata Desa Ngesong Kulon Progo Yogyakarta." *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdi Terhadap Masyarakat)* 3(1): 35–41. doi:10.55382/jurnalpustakamitra.v3i1.385.
- [11] Zaenuddin. 2013. *Usul Kota-Kota Di Indonesia Tempo Doeloe*. Rosdakarya.
- [12] Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. PT Alfabet.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN