

MEMBANGKITKAN DESTINASI KUNJUNGAN MELALUI KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS ASET KOMUNITAS DI KABUPATEN SOLOK SELATAN

Zafirah Quroatun ‘Uyun^{1*}, Riki Rikarno², Andri Maijar³

¹²³Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar, Padang, Indonesia

* Penulis Korespondensi : zafirah@uinmybatusangkar.ac.id

Abstrak

Pandemi covid-19 memaksa sejumlah sector pariwisata menghentikan aktivitasnya bahkan setelah pulih masih dilanda kesulitan menaikkan tingkat kunjungan wisatawan. Tidak dapat dipungkiri, sector pariwisata menjadi salah satu sector yang paling terkena dampaknya secara langsung hingga mengubah trend wisata menjadi wisata yang ramah lingkungan, cenderung lokal dan aman. Perlunya mengubah konsep destinasi wisata sesuai trend dan memasarkan kembali destinasi kunjungan menjadi isu penting dalam kegiatan pengabdian ini. Menggunakan metode pendampingan masyarakat ABCD (Asset-Based Community Development), pengabdian ini ditujukan kepada masyarakat kabupaten solok selatan terutama yang bersentuhan langsung dengan program wisata melalui POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata). Mengingat banyaknya potensi wisata dan aset komunitas di Solok Selatan, maka perlu dilakukan pendampingan mengenai bagaimana membangkitkan destinasi kunjungan melalui komunikasi pemasaran. Dengan latar belakang kelompok keilmuan komunikasi yang paham akan pentingnya komunikasi pemasaran, maka dilakukan pembagian kelompok pendampingan sesuai peta permasalahan. Hasil dari kegiatan pendampingan masyarakat ini adalah berupa kontinuitas kerjasama pendampingan, jurnal, laporan dan pemecahan masalah melalui integrasi komunitas, aset masyarakat dan pemerintah setempat.

Kata kunci: Destinasi Kunjungan, Komunikasi Pemasaran, ABCD

Abstract

The Covid-19 pandemic forced a bundle of tourism sectors to stop their activities even after recovering they were still experiencing difficulties increasing the level of tourist visits. Changing the trend of tourism to become eco-friendly tourism, tends to be local and safe. The need to change the concept of tourist destinations according to trends and re-market visiting destinations is an important issue in this community service activity. Using the ABCD (Asset-Based Community Development) community assistance method, this service is aimed at the people of Solok Selatan district, especially those who are in direct contact with the tourism program through POKDARWIS (Tourism Awareness Group). Given the large amount of tourism potential and community assets in South Solok, it is necessary to provide assistancing on how to generate visiting destinations through marketing communications. With the background of a scientific communication group that understands the importance of marketing communications, a mentoring group is divided according to the problem map. The results of this community assistance activity are in the form of continuity of assistance cooperation, journals, reports and problem solving through community integration, community assets and local government.

Keywords: Visiting Destinations, Marketing Communications, ABCD

1. PENDAHULUAN

Terletak di bagian Timur Provinsi Sumatera Barat, Solok Selatan resmi memekarkan diri menjadi beberapa bagian wilayah setelah sebelumnya masuk ke dalam

Pemerintahan Solok. Pada tahun 2004, luas wilayah Kabupaten Solok Selatan tercatat seluas 3.346,200 Km². Secara administratif, sebelah Selatan kabupaten ini berbatasan langsung dengan Provinsi Jambi dan

dikelilingi oleh tiga kabupaten lain di Sumatera Barat. Adapun batas dari barat ke timur adalah Kabupaten Pesisir Selatan, Solok, dan Dharmasraya. Padang Aro merupakan pusat pemerintahan Kabupaten Solok yang terletak kurang lebih 161 km dari pusat kota Padang. Sejak tahun 1950, Kabupaten Solok Selatan bersama Kabupaten Pasaman Barat dan Dharmasraya telah diwacanakan akan berkembang pesat. Cakupan wilayah Kabupaten Solok Selatan sangat luas mulai dari kaki pegunungan di bukit barisan yang terletak di sebelah barat hingga dataran yang lebih rendah di sekitarnya yang juga tak kalah luas di bagian timur. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah penduduk Kabupaten Solok Selatan sekitar tahun 2021 mencapai 182.027 jiwa. Pada masa dahulu pemerintahan Belanda menyebutnya Afdeeling Solok hingga kemerdekaan diproklamkan wacana yang sempat tertunda untuk memekarkan Solo menjadi Solok Selatan hingga akhirnya terrealisasi saat ini. Adanya konferensi Timbulun pada tahun 1950 menjadi penanda cikal bakal digagasnya pembentukan sebuah kabupaten dengan nama Kabupaten Sehilir Batang Hari. Kabupaten ini disinyalir asal muasal Kabupaten Solok Selatan yang wilayahnya membentang dari Kecamatan Lembah Gumanti, Pantai Cermin, Sungai Pagu, dan Sangir. Beberapa tahun berlalu sampai pada kebijakan desentralisasi pemerintahan pusat (otonomi daerah) wilayah Kabupaten Solok Selatan berdiri sendiri. (Wikipedia : 2022).

Jumlah Kecamatan di Kabupaten Solok Selatan berkisar pada angka tujuh pada akhir tahun 2011. Hal ini menunjukkan tidak adanya perubahan yang signifikan sejak tahun 2007 dimana dengan jumlah kecamatan yang sama yakni Kecamatan Sungai Pagu, Kecamatan Koto Parik Gadang Diateh, Kecamatan Sangir, Kecamatan Sangir Jujuhan dan Kecamatan Sangir Batanghari. Berikutnya ditambahkan beberapa kecamatan seperti Kecamatan Sangir Jujuhan dimekarkan menjadi Kecamatan Sangir Jujuhan dan Sangir Balai Janggo. Padahal, Kabupaten Solok Selatan telah resmi dimekarkan bersamaan dengan 23 kabupaten baru lainnya di Indonesia. Sekitar tanggal 7 Januari 2004, setelah berlakunya Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2003, Kecamatan Sungai Pagu dimekarkan pula menjadi Kecamatan Sungai Pagu dan Kecamatan Alam Pauh Duo. Pemekaran daerah juga masih terjadi pada tingkat nagari dan jorong. Tiga hari setelah diresmikan, atau pada 10 Januari 2004, Gubernur Sumatra Barat melantik Drs. Aliman Salim sebagai Penjabat Bupati Solok Selatan. Dalam perjalanan satu tahun Kabupaten Solok Selatan, Gubernur Sumatra Barat H. Zainal Bakar kembali melantik Marzuki Omar sebagai Penjabat Bupati Solok Selatan menggantikan Aliman Salim yang sudah habis masa jabatannya. Pada pemilihan umum Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Solok Selatan pertama, terpilih

pasangan Drs. Syafrizal, M.Si. dan Drs. Nurfirmanwansyah yang dilantik pada 20 Agustus 2005.

Kabupaten Solok Selatan berada pada 01° 17' 13" - 01° 46' 45" Lintang Selatan dan 100° 53' 24" - 101° 26' 27" Bujur Timur dengan luas wilayah 3.346,20 Km². Terdapat batas-batas wilayah yang memisahkan antara satu wilayah dengan wilayah lainnya yakni sebagai berikut:

- Kabupaten Solok berada di wilayah utara.
- Kabupaten Kerinci sebagai batas wilayah selatan (Provinsi Jambi).
- Kabupaten Pesisir Selatan menjadi batas kabupaten Solok Selatan di Sebelah Barat.
- Sedangkan Kabupaten Dharmasraya ada di Sebelah Timur batas wilayah.

Batas-batas ini menjadikan Kabupaten Solok Selatan menjadi kabupaten dengan potensi alam dan wisata yang kaya dan beragam. Ditinjau secara geografis, kondisi alam yang nampak adalah air terjun, gunung, sungai dan goa-goa indah sementara dilihat dari kondisi corak latar belakang budayanya, ada kawasan saribu rumah gadang dan rumah gadang terpanjang di dunia serta juga wisata buatan seperti desa wisata. Beragamnya kekayaan potensi pariwisata di Kabupaten Solok Selatan membuat kerja pemerintah dan penduduk local saling bersinergi serta memiliki metode pengelolaan desa wisata yang profesional, handal dan berdaya saing sehingga mendatangkan calon wisatawan potensial untuk pengerjaan promosi wisata lainnya (Benuanews :2022).

Secara geologis, Patahan Besar Sumatera terpantau melewati Kabupaten Solok Selatan dengan melintasi lempeng Indo-Australi dan Lempeng Eurasia yang terkenal dengan penamaan sesar Semangka. Patahan ini bergerak melaju pada kecepatan 7 cm tiap tahunnya dan masih akan memicu potensi gempa bumi yang cukup sering jika patahan terindikasi bergerak. corak vulkanologis di sisi lain, meskipun tidak ada jalur gunung api tetapi Gunung di Kabupaten Solok Selatan tercatat melintasi jalur gunung berapi yang masih aktif. Meski demikian, Gunung terdekat berada di luar kabupaten, yakni Gunung Kerinci yang berada di jalur Selatan. Jika terjadi aktivitas vulkanik dan seismik di sekitar gunung berapi tersebut maka akan berdampak langsung terhadap aktivitas masyarakat khususnya yang melibatkan potensi alam. Tetapi tidak semua dampak ini diasumsikan ke arah negative, faktanya, kejadian ini juga membuat Kabupaten Solok Selatan menjadi Kawasan wisata alami dengan sumber daya alam hayati yang melimpah dan tanah yang subur. Menanggapi peluang dan tantangan potensi sumber daya alam serta sejalan dengan Visi Pemerintah Kabupaten Solok Selatan yakni "Mewujudkan Solok Selatan yang Maju dan Sejahtera", maka disusunlah beberapa misi sebagai berikut :

- a. Peningkatan kualitas sumber daya manusia yang berkarakter, produktif dan kompetitif
Dalam hal ini, fokus Pemerintah Kabupaten Solok Selatan adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui peningkatan mutu pendidikan masyarakat Kabupaten Solok Selatan menjadi SDM berdaya saing dan meningkatkan kualitas kesehatan serta menyediakan tenaga siap kerja demi memenuhi capaian produktifitas lapangan kerja.
- b. Peningkatan ekonomi kerakyatan dan daya saing daerah
Mengembangkan ekonomi kerakyatan adalah titik berat misi memajukan ekonomi daerah yang akan menuju pilar utama peningkatan produk daerah berdaya saing tinggi. Hal lainnya adalah menciptakan kemandirian serta swasembada produk daerah menuju kompetisi dan komparasi daerah yang unggul melalui pengembangan produk dan jasa UMKM, nilai tambah produk-produk pertanian yang ditingkatkan serta menipang industry wisata.
- c. Penguatan tata kelola pemerintahan yang baik dan melayani
Titik fokus Misi adalah mewujudkan tata kelola dan produktivitas pemerintahan yang efisien, efektif, transparent dan akuntabel melalui integrase teknologi informasi dan komunikasi. Tujuan misi ini adalah meningkatnya akses warga daerah terhadap layanan public pemerintah kabupaten Solok Selatan baik berupa produk maupun jasa, menginisiasi sumber sumber informasi menjadi aksesible bagi masyarakat sehingga saran, kritik dari masyarakat dapat segera ditanggapi demi kualitas layanan yang adil dan disributif bagi seluruh warga daerah.
- d. Pembangunan infrastruktur kawasan pertumbuhan, pelestarian lingkungan hidup dan mitigasi bencana
Salah satu rencana tata ruang wilayah Kabupaten Solok Selatan adalah menciptakan tata ruang daerah yang terpadu dan berkelanjutan dengan daya tamping maksimal dan lingkungan yang mendukung sehingga titik berat misi adalah menyediakan dan pemeratakan infrastruktur yang ada di daerah sehingga tidak terjadi pemusatan/konsentrasi dalam hal pertumbuhan di satu wilayah saja. Mengurangi resiko dampak bencana (mitigasi bencana) juga merupakan akses kunci dalam pengaturan tata wilayah daerah yang memperhatikan kondisi lingkungan biotik dan abiotic dalam hal pembangunannya.
- e. Pelestarian seni, budaya, olahraga dan penanganan permasalahan sosial dan pemberdayaan masyarakat
Misi ini terutama melestarikan budaya daerah melalui seni dan meningkatkan sector ekonomi di bidang pariwisata untuk mensupport daerah prioritas wisata seperti kawasan koleksi budaya,

cagar alam dan cagar budaya, pertunjukan seni, koleksi barang-barang langka dan antic kesemuanya diperhitungkan sebagai aset budaya yang tak ternilai dan sangat berharga sehingga perlu dilestarikan dan diwariskan serta dipertunjukkan ke seluruh dunia melalui kerjasama seluruh generasi. Demikian halmnya dengan menghidupkan kembali fungsi lembaga adat kebudayaan, struktur-struktur penjaga budaya, meningkatkan peran pemangku adat dalam kehidupan bersosial budaya kini hingga seterusnya. (<https://home.solselkab.go.id/front> diakses pada 10 desember 2023).

Meski demikian, minat pengunjung maupun peningkatan ekonomi pasca pandemi masih menjadi persoalan bahkan di tengah informasi mengenai Solok Selatan yang melimpah ruah padahal disseminasi informasi mengenai suatu komoditi dengan promosi merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatkan minat wisatawan atau calon konsumen terhadap produk/jasa (Sofia, dkk, 2021) walaupun pemerintah setempat konsisten pada pengembangan potensi local yang tertuang dalam pembentukan POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok Selatan. Realisasi dari tahapan kerja dan kerjasama dengan kelompok-kelompok pendampingan dan pengabdian kepada masyarakat menjadi focus pada tulisan ini.

2. METODE PELAKSANAAN

Pendampingan dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan metode ABCD (*Asset-based Community Deveopment*) karena diasumsikan mampu menjawab persoalan di Kabupaten Solok Selatan. Mengingat potensi sumber daya alam dan pariwisata yang memang tergolong banyak dan telah menjadi aset tetap penduduk setempat, maka bertolak dari pendekatan tradisional yang ada selama ini yang lebih menfokuskan pada masalah dan kekuatan komunitas. Aset yang dilihat juga termasuk pembentukan POKDARWIS yang efektif dan aktif. Titik berat pengabdian ini adalah menggunakan aset untuk mengembangkan potensi/peluang yang ada dan yang terpenting meski awalnya ada pemetaan potensi selanjutnya lebih kepada bagaimana memobilisasi potensi tersebut agar pemecahan masalah dapat diambil keputusan yang tepat. Pada pemberdayaan kali ini, kami memanfaatkan metode ABCD yang menggunakan masyarakat sebagai actor dan ikut bersama-sama bersinegi dengan pemerintah setempat mengembangkan potensi/aset.

Gambar 1.1



Peta Konsep Pengabdian ABCD di Solok Selatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pendampingan komunikasi pemasaran berbasis asset komunitas yang ditujukan langsung kepada POKDARWIS setempat berjalan melalui beberapa tahapan dan kegiatan dapat dijelaskan sebagai berikut;

- a. Koordinasi dengan Pemerintah Kabupaten Solok yang memberikan keterangan bahwa sampai saat ini daerahnya telah memiliki 25 kelompok sadar wisata (Pokdarwis) di setiap nagari yang bertujuan untuk mengembangkan sektor pariwisata di kabupaten itu. Selain itu, Kabupaten Solok juga mempunyai 95 usaha penginapan di rumah penduduk atau homestay yang tersebar di Kawasan pariwisata. Dilansir dalam sumber yang sama, Sebanyak 50 orang anggota kelompok sadar wisata (Pokdarwis) se Kabupaten Solok Selatan (Solsel) telah diberikan pelatihan pengelolaan desa wisata oleh Dinas Pariwisata dan Budaya (Syafarud, 2022).
- b. Sesuai dengan peta konsep pengabdian ABCD, pada tahap awal adalah menemukan potensi/kekuatan yang telah ada. Melalui penelusuran ditemukan bahwa Pemerintah Kabupaten Solok melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan memetakan potensi secara topografis, bagian timur kabupaten Solok Selatan berbatasan langsung dengan kawasan dataran tinggi yang relatif bergelombang mulai dari Lubuk Malako di Kecamatan Sangir Jujuan ke arah utara sampai ke wilayah Kecamatan Sangir Batanghari. Selanjutnya, dengan prosentase 69,19% dari seluruh jumlah daratan, Kabupaten Solok Selatan memiliki kemiringan di atas 40 derajat yang tergolong sangat curam dan rawan terhadap bahaya longsor dan hanya sekitar 15,02 persen yang tergolong datar dan landai. Kawasan lembah mendominasi wilayah barat yang merupakan dataran tinggi di kaki pegunungan dan juga wilayah ini berbatasan dengan Kabupaten Pesisir Selatan dan Gunung Kerinci. Sementara itu, bagian tengah dan Utara Kabupaten Solok Selatan didominasi oleh perbukitan. Kabupaten Solok Selatan secara umum beriklim tropis dengan temperatur bervariasi antara 20 °C hingga 33 °C. Curah hujannya cukup tinggi yaitu 1.600–4.000 mm/tahun dengan kelembaban udara berkisar 80%. Sepanjang tahun terdapat dua musim, yaitu musim penghujan yang umumnya terjadi selama periode Januari-Mei dan September-Desember, dan musim kemarau selama periode

Juni-Agustus. Kabupaten Solok Selatan dilalui oleh 18 aliran sungai. Lima di antaranya terdapat di Kecamatan Sangir, tiga di Sungai Pagu dan sepuluh sungai di kecamatan lainnya, masing-masing di antaranya terdapat dua sungai. Sungai-sungai besar yang mengalir pada umumnya mempunyai kedalaman yang cukup, bersifat permanen, dan memiliki arus yang cukup deras.

Tabel 3.1

Perkembangan Kinerja Urusan Pariwisata
Kabupaten Solok Selatan Tahun 2016-2020

No	Indikator Kinerja Pembangunan Daerah	Satuan	Capaian Kinerja				
			2016	2017	2018	2019	2020
1.	Jumlah kunjungan ke objek wisata						
	Wisatawan Nusantara	Orang	31.187	35200	68.149	67.761	36.196
	Wisatawan Manca Negara	Orang	102	120	249	241	0
2.	Objek wisata unggulan yang dikelola	Objek	2	7	7	10	10
3	Jumlah Objek wisata	Objek	65	60	60	60	70
4	Persentase Objek Wisata yang dikelola oleh pokdarwis	Objek	0	33,33	33,33	33,33	35,0

Sumber: Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Solok Selatan.

Tabel di atas adalah perkembangan pariwisata Kabupaten Solok Selatan tahun 2016-2020.

Banyaknya potensi pariwisata yang masih akan terus berkembang membutuhkan pengelola desa wisata yang profesional, handal dan mempunyai sumber daya manusia yang mumpuni, sehingga wisatawan yang berkunjung merasa nyaman dan terlayani dengan baik. Solok Selatan memiliki sejumlah objek wisata alam, sejarah, dan budaya. Di kawasan yang dijuluki sebagai Nagari Seribu Rumah Gadang, banyak ditemukan rumah-rumah gadang berusia ratusan tahun lamanya yang masih ditinggali oleh penghuninya. Rumah Gadang 21 merupakan rumah gadang dengan 21 ruang. Objek wisata lainnya adalah Danau Bontak, Ngalau Lubuk Malako, beberapa air terjun, dan sejumlah bangunan peninggalan sejarah lain seperti masjid, istana, dan monumen.

- c. Pemerintah Kabupaten Solok Selatan sangat mendukung kegiatan pengembangan di bidang pariwisata khususnya berbasis komunitas dan aset yang nantinya akan mendukung secara tidak langsung misi pengembangan tata wilayah daerah Kabupaten Solok Selatan dan peningkatan ekonomi berbasis potensi di bidang pariwisata kreatif atau yang lebih dikenal dengan istilah *creative tourism* di Kab. Solok Selatan. Dalam hal ini Pemerintah Daerah bekerjasama dengan beberapa instansi terkait dan masyarakat local serta kelompok komunitas pemberdaya serta praktisi dan akademisi salah satunya dengan Surya University di bidang budaya dan pariwisata. Langkah awal kerjasama adalah dengan menentukan model dan rancangan *creative tourism* yang berbasis pemanfaatan potensi alam dan

sumber daya daerah. Hingga dilaksanakannya pengabdian ini, tercatat upaya-upaya massive mengembangkan potensi alam hingga dilakukan pengembangan model ABCD oleh tim pengabdian komunikasi UIN Mahmud Yunus Batusangkar. Dasar pengembangan model *creative tourism* adalah gambaran wisata alam dan budaya yang indah, selain itu terdapat hasil tambang emas dan bijih besi yang melimpah, hasil perkebunan, hasil kerajinan maupun produk kesenian dan sebagainya. Melalui pengembangan ABCD, diolah kembali menjadi program-program yang meningkatkan potensi wisata yang berintegrasi dengan kemampuan teknologi informasi dan komunikasi. Kolaborasi dengan kelompok sadar wisata (pokdarwis) setempat menjadikan kegiatan *creative tourism* dan peningkatan destinasi wisata menuju ke arah yang lebih baik. *Creative tourism* menjadi basis sementara media yang digunakan lebih beragam dan pelatihan-pelatihan intensif dilakukan dalam hal pengoptimalisasian penggunaan media sosial dan promosi wisata yang menarik. Hal ini dilakukan untuk mengikuti perkembangan industri pariwisata yang berkelanjutan dan memaksimalkan potensi yang telah ada selain melakukan disseminasi program-program komunitas dan pemerintah setempat. (Annisa, 2022)

- d. Maka untuk mendukung target tersebut, pendampingan yang dilakukan pada hari ke dua adalah memberikan pelatihan bagaimana menyediakan pelayanan rumah peribadatan dan sanitasi yang memadai disertai cara menonjolkan objek yang khas pada beberapa titik wisata, misal dengan layanan pojok foto yang memberikan pelayanan foto terbaik dengan sudut dan teknik pengambilan gambar yang sesuai. Membangkitkan destinasi kunjungan pasca covid juga dilakukan dengan melakukan perubahan pada procedural menuju wisata halal dan sehat yakni mengupayakan program sadar wisata bersih dan halal dengan menakomdir selain peribadatan, *homestay* dan kuliner sehat juga halal sesuai kearifan lokal setempat. mengenalkan budaya lokal dengan memberikan atraksi oleh masyarakat setempat juga dilakukan dalam rangka memberikan upaya massif ke media massa agar memberikan informasi seluas-luasnya mengenai potensi wilayah setempat. Hal lainnya yang dilakukan dalam sosialisasi pendampingan berbasis asset ini adalah memberikan pembekalan mengenai tulisan promosi berdampak yang diwujudkan dalam program sehari satu postingan di media sosial masing-masing. Dalam hal ini, pemerintah setempat telah memfasilitasi aula dan tempat-tempat pertemuan berkapasitas besar untuk melakukan koordinasi dan konsolidasi antara

POKDARWIS, Masyarakat dan pelaksana pengabdian.

- e. Setelah menemukan gambaran umum potensi local setempat maka diadakan pemetaan komunitas dan koordinasi antar Lembaga yakni Pemerintah daerah dibantu anggota peserta pengabdian kepada masyarakat idealnya berkoordinasi dengan masyarakat, pemerintah desa, dan kelompok sadar wisata (POKDARWIS) daerah yang ada untuk mewujudkan keberhasilan program pariwisata dan komunikasi pemasarannya sehingga nilai-nilai kearifan lokal yang cenderung terkontaminasi dapat dihilangkan seminimal mungkin. Persoalan utama yang dibutuhkan dalam peningkatan wisata kunjungan adalah media yang digunakan dalam penyebaran informasi dan koordinasi untens dengan Lembaga terkait. Seharusnya pemerintah provinsi dalam hal ini dinas pariwisata bersinergi dengan masyarakat, pemerintah menyediakan akomodasi dan fasilitas, masyarakat melaksanakan pemeliharaan, dan pemeliharaan lingkungan dan sekitarnya. Oleh karena itu, pengelolaan kepariwisataan yang baik dan profesional melalui jaringan komunikasi pemasaran yang efektif akan menentukan berkembang tidaknya suatu objek wisata, seperti menyediakan infrastruktur dan memperluas jaringan pejabat pemerintah dengan swasta, menyusun promosi baik di dalam maupun di luar negeri dengan menggunakan media komunikasi sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Perubahan di lingkungan hidup masyarakat telah berubah menjadi lingkungan wisata yang akan menggeser gaya hidup masyarakat di sekitar objek wisata. Pergeseran itu bisa dilihat dari sisi trend pariwisata (Tanjung dkk, 2021). Dalam hal ini masyarakat setempat diberikan pembekalan mengenai apa itu trend wisata terbaru yang memanfaatkan platform digital, sehingga penulisan dan pemasaran melalui foto-foto dapat terdokumentasi dan terdesiminasi dengan baik dan sesuai target. Jangkauan calon wisatawan pun diperluas dengan memperbaiki kapabilitas berkomunikasi baik secara langsung maupun yang melalui media sehingga tidak lagi didapati kesalahan informasi karena perbedaan kemampuan komunikasi, contoh kasus, *tour guide* local yang kurang informasi dan koordinasi. Trend wisata juga dapat dilihat dari kecenderungan view media sosial, potensi ini dapat dipetakan bahwa saat ini mereka lebih menyukai informasi dan layanan wisata seperti apa sehingga nantinya akan dapat dilakukan survey kecil-kecilan oleh masyarakat local bekerjasama dengan POKDARWIS dalam rangka mewujudkan destinasi wisata yang bangkit melalui asset komunitas. Kebudayaan lokal yang turut diperhatikan juga menjadi kunci penting kolaborasi pengabdian ini yang mana budayawan setempat

mengasah skill mereka di bawah pengawasan komunitas POKDARWIS dan pemerintahan setempat juga mendatangkan media massa local dalam peliputan even-even di sekitaran dan yang rutin dilaksanakan saat kunjungan wisatawan terutama Ketika weekend dan hari libur nasional. Even-even ini turut mengundang bundo khandung sebagai ikon budaya local setempat dan instrument-instrumen khas serta kuliner khas yang disajikan di wilayah tersebut. Even ini juga menghadirkan pejabat setempat sebagai wujud kerjasama berkelanjutan serta menindaklanjuti MoU dengan beberapa media massa local dan POKDARWIS setempat, juga instansi kampus UIN Mahmud Yunus Batusangkar dalam hal ini kelompok keilmuan komunikasi yang menyadari potensi wisata setempat dan melakukan pengabdian pendampingan berbasis asset komunitas.

- f. Keterlibatan langsung masyarakat lokal dalam kegiatan peningkatan wisata kunjungan di Kabupaten Solok Selatan diapresiasi dalam bentuk pelatihan serta dijadikan penentu pertumbuhan ekonomi nasional karena dapat mempengaruhi pertumbuhan sektor ekonomi lainnya (Gokovali & Bahar dalam Nurlina, 2020). Pariwisata merupakan sektor industri yang saat ini mendapat banyak perhatian dari banyak negara di dunia. Pengembangan tujuan pariwisata berbasis kearifan lokal dapat mewujudkan kreativitas masyarakat dalam memperkenalkan potensi daerah khususnya budaya sebagai daya tarik yang unik dan dapat mendukung pengembangan ekonomi kreatif bagi masyarakat lokal. Hal di atas merupakan urgensi perlunya kajian pengembangan model komunikasi pemasaran dalam destinasi kunjungan. Pariwisata massal, yang berkembang sekitar awal tahun 60-an abad terakhir, merupakan kontributor penting bagi pengembangan tidak hanya ekonomi daerah tetapi juga ekonomi nasional dan umumnya disajikan oleh tujuan wisata. Terlepas dari kecenderungan tertentu dalam preferensi untuk pariwisata individu, diharapkan pariwisata massal dan tujuan wisata massal akan terus memainkan peran dominan di beberapa negara bagian yang ekonominya bergantung pada pertumbuhannya dan di mana pariwisata sangat sering dianggap sebagai industri pariwisata. Karena meningkatnya daya saing di bidang pariwisata peran komunikasi pemasaran sebagai alat utama untuk memberitahu orang lain bahwa ", kami di sini", tidak peduli apakah itu penyedia jasa pariwisata, perhotelan atau mengadakan acara olahraga, even-even, pertunjukan budaya budaya lokal atau budaya seperti Olimpiade permainan, festival musik, merupakan cara komunikasi pemasaran modern dalam pengelolaan destinasi pariwisata massal dengan karakteristik khusus produk pariwisata mempengaruhi penggunaan dan efektivitas alat komunikasi pemasaran tradisional

seperti iklan, pameran, dll. dalam penyajian tujuan wisata massal dan di sisi lain kemungkinan preferensi menggunakan tren modern baru dan media komunikasi pemasaran yang digunakan.

- g. Setidaknya beberapa hal yang telah dilakukan dalam pengabdian ini adalah memetakan serta mensosialisasikan peran komunikator dalam meningkatkan destinasi kunjungan. Berbagai komunikator yang perlu terlibat dan berkoordinasi adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Solok Selatan serta POKDARWIS, Masyarakat setempat dan pengelola media. Selanjutnya pesan yang disampaikan dengan tujuan meningkatkan destinasi kunjungan harus memiliki pola yang konsisten dan efektif dalam rangka menarik minat wisatawan. Pesan yang dikemas harus mencerminkan keunggulan dan potensi kabupaten Solok Selatan serta mengikuti tren wisata yang ramah lingkungan, sesuai kebutuhan dan *affordable*. Komunikasi dalam perspektif pemasaran berperan penting dalam mewujudkan apa yang dicita-citakan perusahaan yaitu peningkatan penjualan, yang tentunya akan berdampak sistemik pada profitabilitas dan keberlanjutan perusahaan (Martin dkk, 2020; Porcu, del Barrio-García, Kitchen, & Tourky, 2019). Tidak jauh berbeda dengan aktivitas dan pola komunikasi yang terbentuk dalam memasarkan destinasi wisata kepada calon wisatawan juga membutuhkan komunikasi yang efektif selain strategi pengelolaan yang optimal (Wu, 2018; Kozak & Buhalis, 2019; Yousaf & Xiucheng, 2018). Memang dibutuhkan pola interaksi yang baik, bermanfaat dan mendalam untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan calon wisatawan baik domestik maupun mancanegara secara langsung maupun tidak langsung tentang keistimewaan dan keunggulan suatu objek wisata (Lee & Syah, 2018; Mustafa, 2019). Pola interaksi yang menyeluruh yang melibatkan semua pihak, sebaliknya, memerlukan perjuangan yang panjang dan merupakan tantangan untuk menyatukan berbagai persepsi yang berbeda yang bertujuan untuk menghimpun kepentingan dalam menyelesaikan konflik kepentingan antara masing-masing pemangku kepentingan (Dorn, 2011). Sementara itu, media komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi pariwisata dan peningkatan destinasi kunjungan meliputi seperti media massa dan media non massa. Ada informasi yang dimuat di koran lokal seperti antaranews, sumbarnews, sampai dan di media sosial seperti tiktok, Facebook dan instagram yang pengelolanya beragam dari masyarakat sekitar area lokasi wisata dan POKDARWIS selain tentunya telah tersedia di situs web pemerintah kabupaten Solok Selatan. Segmentasi pasar/wisatawan juga telah disosialisasikan agar dilakukan secara cermat

berkenaan dengan media yang digunakan. wisatawan potensial yang akan dijangkau adalah calon wisatawan yang akan datang ke Solok Selatan, selain itu dengan melihat pola view di media sosial.

4. KESIMPULAN

Pengabdian berbasis pendampingan komunitas sadar wisata yang telah dilaksanakan selama hampir 3 hari di kabupaten Solok Selatan menunjukkan potensi kunjungan yang tinggi terhadap Kawasan wisata di solok selatan. Hali ini ditunjukkan dengan banyaknya pertumbuhan kelompok sadar wisata di sekitar tempat wisata yang tidak hanya aktif tetapi juga efektif dalam menjelaskan asset wisata. Koordinasi yang baik antara pemerintah setempat, masyarakat dan komunitas ini juga membawa perubahan signifikan dalam menentukan target/segmentasi pasar wisatawan domestic maupun mancanegara. Melalui pengembangan UMKM produk setempat, masyarakat juga diajarkan pemasaran dengan memanfaatkan platform digital yang dimiliki. Seperti misalnya memanfaatkan Instagram dengan menggunakan metode yang tepat dalam fitur *reels*, *story*, *feeds* dsb, *facebook* dengan fitur *inbox*, status, beranda, profil, serta grup *whatsapp* yang sudah tersegmenetasi potensi pembeli, membuat pojok foto di Kawasan wisata dengan memanfaatkan teknik pengambilan gambar yang disosialisasikan saat pendampingan, menyediakan pelayanan rumah ibadah dan sanitasi yang memadahi serta mengembangkan potensi wisata melalui media sosial berkelanjutan dan terprogram 1 hari satu postingan tanpa menghilangkan kearifan lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu memperlancar hingga terlaksananya kegiatan pengabdian ini yaitu pihak LP2M UIN Mahmud Yunus Batusangkar dalam hal ini melalui kelompok keilmuan komunikasi, pihak fakultas yang memberikan fasilitas waktu dan tenaga kepada dosen terkait sampai kepada pelaporan PKM. selanjutnya terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada mitra kami POKDARWIS Solok Selatan yang telah mendukung secara penuh pelaksanaan PKM dari mulai persiapan hingga tindak lanjut PKM nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, Nurul. (2022, Desember 8). Fenomena Creative Tourism sebagai Inovasi Pariwisata. <https://kumparan.com/nurul-annisa-1669973950531746839/fenomena-creative-tourism-sebagai-bentuk-inovasi-pariwisata-1zOtQDSX9n2>
- Dorn, N. (2011). Reconstructing 'conflict of interest' in financial markets: Private management, public challenges, future prospects. *International*

- Journal of Law, Crime and Justice*, 39(3), 161–173. <https://doi.org/10.1016/j.ijlcj.2011.05.004>
- Lee, J. W., & Syah, A. M. (2018). Economic and Environmental Impacts of Mass Tourism on Regional Tourism Destinations in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 5(3), 31–41. <http://doi.org/10.13106/jafeb.2018.vol5.no3.31>
- Martin, S. L., Javalgi, R. G., & Ciravegna, L. (2020). Marketing capabilities and international new venture performance: The mediation role of marketing communication and the moderation effect of technological turbulence. *Journal of Business Research*, 107(February), 25–37. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.044>
- Syafarud, Laila. (2020, September 17). Bupati sebut Kabupaten Solok Selatan miliki 25 Pokdarwis untuk kembangkan sector pariwisata. <https://sumbar.antaranews.com/berita/385554/bupati-sebut-kabupaten-solok-miliki-25-pokdarwis-untuk-kembangkan-sektor-pariwisata>
- Tanjung, Irwan Syari, Hasrudy Tanjung dan Yogi Sumarsono Wibowo. (2021). Development of Tourism Communication Model Based on Local Wisdom in Padangsidempuan. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal) Volume 4, No 4, November 2021, Page: 9877-9885 e-ISSN: 2615-3076(Online)*
- Website Pemerintah Kabupaten Solok Selatan, (<https://home.solselkab.go.id/front>) diakses pada 10 Desember 2022.
- Website Portal Berita Antara Sumbar (sumbar.antaranews.com/berita/385554/bupati-sebut-kabupaten-solok-miliki-25-pokdarwis-untuk-kembangkan-sektor-pariwisata) diakses pada 10 Desember 2022.
- Wikipedia Kabupaten Solok Selatan (https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Solok_Selatan) diakses pada 10 Desember 2022.
- Wu, G. (2018). Official websites as a tourism marketing medium: A contrastive analysis from the perspective of appraisal theory. *Journal of Destination Marketing & Management*, 10 (December), 164–171. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.09.004>