

## LITERASI MEDIA DIGITAL PELAJAR SMAN 1 KALIANGET DALAM MENDUKUNG PROMOSI PARIWISATA KABUPATEN SUMENEP

Oleh

**Syamsul Arifin<sup>1)</sup>, Imam Hidayat<sup>2)</sup>, Anis Kurli<sup>3)</sup>, Sindi Arista Rahman<sup>4)</sup>, Zarnuji<sup>5)</sup>**

<sup>1,2,3,5)</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, <sup>4)</sup>Fakultas Pertanian,

Universitas Wiraraja Madura

Email : [syamsularifin@wiraraja.ac.id](mailto:syamsularifin@wiraraja.ac.id)\*\*

### Abstrak

Untuk memaksimalkan potensi pariwisata daerah ini, penting untuk melibatkan generasi muda dalam upaya promosi melalui media digital. Pelajar SMAN 1 Kalianget, sebagai bagian dari komunitas lokal, memiliki peran strategis dalam mendukung promosi pariwisata melalui peningkatan literasi media digital mereka. Penelitian ini menggunakan metode edukasi dan praktik promosi media sosial untuk meningkatkan literasi media digital pelajar SMAN 1 Kalianget. Hasil pengabdian ini *Pertama*, Pelajar memperoleh pengetahuan yang mendalam tentang potensi pariwisata Sumenep, termasuk keindahan alam, kekayaan budaya, dan aktivitas unik yang ditawarkan oleh daerah tersebut. *Kedua*, Pelajar berhasil meningkatkan keterampilan dalam penggunaan media digital, termasuk pembuatan konten visual dan teks yang efektif, serta teknik promosi melalui platform sosial media. *Ketiga*, Melalui pembuatan dan penyebaran konten digital, pelajar berkontribusi secara langsung dalam mempromosikan pariwisata Sumenep, meningkatkan visibilitas destinasi dan menarik perhatian audiens yang lebih luas di media sosial.

**Kata Kunci:** Literasi media digital, Edukasi dan praktik promosi pariwisata

### 1. Latar belakang

Kabupaten Sumenep, sebagai bagian dari provinsi Jawa Timur, kaya akan potensi pariwisata yang belum sepenuhnya dieksplorasi. Kabupaten sumenep memiliki berbagai potensi wisata yang belakangan diperhatikan secara serius oleh pemerintah daerah untuk dikembangkan terutama potensi wisata pantai (Arifin et al., 2023). Dengan keindahan alam, keberagaman budaya, serta berbagai destinasi menarik seperti pantai-pantai eksotis dan situs sejarah, Kabupaten Sumenep memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi pariwisata yang menarik. Namun, tantangan yang dihadapi adalah minimnya eksposur dan promosi yang efektif terhadap potensi pariwisata tersebut.

Dalam era digital yang semakin berkembang, peran media sosial dan platform digital dalam mempromosikan suatu destinasi pariwisata semakin penting. Sebelumnya, promosi pariwisata terutama mengandalkan iklan cetak, brosur, dan informasi dari agen perjalanan. Namun, dengan masuknya era digital, cara-cara ini telah digantikan oleh strategi pemasaran yang lebih dinamis, interaktif, dan langsung terhubung dengan audiens potensial. Sarana new media sebagai alat untuk mengenalkan Madura kepada dunia luar sangat efektif karena jangkauannya yang tidak terbatas oleh waktu dan jarak (Dartiningsih & Arifin, 2017).

Media sosial dan platform digital seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok telah menjadi saluran utama di mana destinasi pariwisata dapat langsung berinteraksi dengan wisatawan potensial. Pada media tersebut pengguna dapat membagikan informasi, konten (teks, foto, video) dan opini mengenai suatu topik, serta dapat menuliskan ulasan (Wicaksono & Yunitasari, 2016). Dengan jumlah pengguna yang mencapai miliaran orang di seluruh dunia, media sosial memungkinkan destinasi pariwisata untuk mencapai audiens yang lebih luas, bahkan di luar batas geografis tradisional.

Penggunaan foto, video, dan konten visual lainnya memiliki daya tarik yang besar dalam menarik perhatian wisatawan. Media sosial dapat diartikan sebagai media online yang menggunakan internet dimana para penggunanya dapat langsung berinteraksi, berpartisipasi dan berbagi konten (Dewa & Safitri, 2021). Media sosial memungkinkan destinasi pariwisata untuk memamerkan keindahan alam, budaya, dan aktivitas unik mereka dengan cara yang lebih langsung dan menarik. Ini membantu potensi wisatawan untuk mengalami "preview" dari destinasi sebelum mereka benar-benar mengunjunginya.

Salah satu keunggulan utama media sosial adalah kemampuannya untuk memungkinkan interaksi langsung antara destinasi pariwisata dan pengguna. Pengguna dapat bertanya, memberi komentar, dan berbagi pengalaman mereka secara langsung, yang dapat memberikan umpan balik real-time kepada destinasi pariwisata untuk meningkatkan pelayanan dan pengalaman wisatawan. Media sosial juga memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi dan preferensi wisatawan terhadap suatu destinasi. Ulasan pengguna, rekomendasi dari influencer, dan konten viral dapat secara signifikan memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih tempat yang akan mereka kunjungi.

Dalam konteks Kabupaten Sumenep, memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk promosi pariwisata dapat memberikan dampak yang signifikan. Dengan memperkenalkan keindahan alamnya, keberagaman budayanya, serta tradisi lokal yang unik melalui konten-konten visual yang menarik, Kabupaten Sumenep dapat menarik lebih banyak wisatawan potensial dan memperluas dampak ekonomi positif dari sektor pariwisata.

Pelajar saat ini merupakan bagian dari generasi yang sangat melek teknologi. Mereka tidak hanya menggunakan media sosial untuk bersosialisasi, tetapi juga sebagai platform kreatif untuk mengekspresikan minat dan bakat mereka. Dengan demikian, melibatkan pelajar dalam menghasilkan konten-konten seperti video, foto, dan tulisan yang menampilkan keindahan alam, budaya, dan kegiatan di Kabupaten Sumenep memiliki potensi besar untuk memperluas jangkauan promosi pariwisata.

Salah satu cara untuk mengatasi tantangan ini adalah melalui peningkatan literasi media digital di kalangan pelajar SMAN 1 Kalianget. Pelajar SMA saat ini adalah bagian dari generasi yang sangat melek teknologi dan aktif menggunakan media sosial serta platform digital lainnya secara kreatif. Kreativitas merupakan salah satu modal pembangunan promosi pariwisata sehingga dampak yang terbangun berupa citra positif yang didapat oleh sebuah perusahaan atau lembaga pengembang kebudayaan lokal daerah (Arifin, 2017). Dengan memanfaatkan potensi ini, mereka dapat berperan penting dalam mendukung promosi pariwisata Kabupaten Sumenep. Oleh karena itu pengabdian ini dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lengkap dan menyeluruh serta memotivasi pelajar SMAN 1 Kalianget untuk berperan aktif dalam mempromosikan destinasi wisata kabupaten sumenep melalui peningkatan kemampuan literasi media.

## **2. Metode Pelaksanaan**

Pengabdian kepada masyarakat ini memberikan pembekalan kepada siswa untuk menggunakan media sosial secara bijak yang digunakan untuk kegiatan yang positif. Dorongan ini akan membimbing Siswa untuk menjadi pribadi yang peduli dengan lingkungannya terutama potensi-potensi wisata. melalui program ini diharapkan dapat meningkatkan partisipasi siswa untuk ikut serta secara aktif mengenalkan kekayaan kabupaten sumenep. literasi media digital. Tujuan dari program literasi media digital adalah untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan sikap yang diperlukan dalam menggunakan media digital dengan efektif dan bertanggung jawab.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan siswa SMAN 1 Kalianget dalam mempromosikan destinasi wisata di kabupaten Sumenep. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode edukasi pariwisata sumenep, edukasi peningkatan literasi media digital dalam mempromosikan destinasi wisata, serta praktik promosi pariwisata di kabupaten Sumenep dengan menggunakan konten visual, penggunaan media social, blogging.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### a. Edukasi pariwisata Sumenep

Pendidikan pariwisata merupakan bagian integral dari upaya untuk meningkatkan pemahaman dan apresiasi generasi muda terhadap pentingnya industri pariwisata serta keberlanjutan lingkungan dan budaya. Dalam upaya meningkatkan partisipasi aktif maka edukasi wisata perlu dijalankan (Arifin et al., 2022). Edukasi pariwisata kepada pelajar SMA penting untuk membangun kesadaran mereka terhadap potensi pariwisata lokal. Hal ini meliputi keindahan alam, kekayaan budaya, sejarah, dan warisan lokal yang menjadi daya tarik wisata. Melalui pendidikan pariwisata, pelajar dapat memahami nilai-nilai budaya yang ada di sekitar mereka dan menghargai warisan budaya yang harus dilestarikan untuk generasi mendatang.



Pendidikan pariwisata juga melibatkan pelajar dalam memahami pentingnya pengelolaan pariwisata secara berkelanjutan. Mereka diajak untuk memahami dampak dari aktivitas pariwisata terhadap lingkungan dan bagaimana mereka dapat berperan aktif dalam pelestarian sumber daya alam. Melalui pendidikan ini, pelajar diberi kesempatan untuk memahami tantangan-tantangan lingkungan yang dihadapi oleh destinasi pariwisata, seperti degradasi lingkungan, polusi, dan perubahan iklim.

Edukasi pariwisata juga membuka pintu untuk memperkenalkan pelajar pada berbagai peluang karir di industri pariwisata. Mereka dapat memahami peran-peran yang ada dalam industri ini, seperti pemandu wisata, manajer destinasi, ahli pariwisata berkelanjutan, dan lain sebagainya. Pelajar akan diberi kesempatan untuk mengembangkan keterampilan praktis

seperti penulisan artikel pariwisata, desain promosi, penggunaan media sosial untuk pemasaran pariwisata, dan keterampilan interpersonal dalam melayani wisatawan.

Melalui pendidikan pariwisata, pelajar diajak untuk mengembangkan rasa tanggung jawab dan kewajiban terhadap komunitas lokal mereka. Mereka belajar bagaimana memberikan kontribusi positif bagi pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi masyarakat setempat. Pendidikan pariwisata juga dapat berperan dalam memperkuat peran masyarakat lokal dalam mengelola destinasi wisata mereka sendiri, sehingga meningkatkan kemandirian dan kualitas hidup mereka.

Manfaat edukasi pariwisata ini adalah Pelajar mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya pariwisata dan dampaknya terhadap lingkungan dan budaya, Pelajar menjadi lebih sadar akan perlunya pelestarian lingkungan dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, Pelajar menjadi lebih sadar akan perlunya pelestarian lingkungan dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, Pelajar dapat mengeksplorasi peluang karir di industri pariwisata yang berkembang pesat, Pelajar terlibat secara aktif dalam upaya pelestarian dan pengelolaan destinasi pariwisata lokal dan Mengembangkan rasa penghargaan terhadap kekayaan budaya dan warisan lokal.

## **b. Edukasi literasi media digital**

Digitalisasi ditandai dengan menglobalnya media baru yang difasilitasi berbagai fitur dengan peran membantu kinerja manusia secara lebih efisien dan efektif (Arifin et al., 2023). Penggunaan media digital, seperti platform sosial media dan konten digital, telah menjadi alat yang sangat efektif dalam mempromosikan destinasi pariwisata. Kabupaten Sumenep, sebagai salah satu bagian dari Madura yang kaya akan keindahan alam, warisan budaya, dan tradisi uniknya, dapat memanfaatkan literasi media digital untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik pariwisatanya.



Melalui konten visual seperti foto dan video, Kabupaten Sumenep dapat memperkenalkan potensi pariwisata secara menarik dan menggugah minat. Media digital juga memungkinkan interaksi langsung dengan audiens, baik dalam bentuk komentar, pesan langsung, atau sesi tanya jawab, yang dapat meningkatkan keterlibatan dan membangun komunitas yang terlibat dalam promosi pariwisata.

Edukasi literasi media digital membuka peluang untuk mengembangkan konten kreatif yang menarik, seperti video promosi destinasi, cerita-cerita perjalanan, dan kolaborasi dengan influencer atau traveler untuk menciptakan konten yang viral. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memiliki jangkauan yang luas dan dapat menjangkau audiens global dengan cepat.

Melalui edukasi literasi media digital, masyarakat lokal, terutama generasi muda di sekolah menengah, dapat dilatih untuk menggunakan teknologi dengan efektif dalam mempromosikan pariwisata lokal. Mereka dapat mempelajari strategi pemasaran digital, analisis tren pasar, dan manajemen reputasi online. Edukasi ini juga mencakup pemahaman tentang etika penggunaan media sosial, seperti penghormatan terhadap privasi dan penghindaran dari disinformasi, serta keamanan dalam pengelolaan akun media sosial.

Dengan memanfaatkan literasi media digital secara efektif, Kabupaten Sumenep dapat mempromosikan destinasi pariwisata secara lebih luas dan mendalam, mengundang wisatawan untuk mengalami keindahan alam, kekayaan budaya, dan kegiatan unik yang ditawarkan oleh daerah ini. Edukasi ini juga memberdayakan masyarakat setempat untuk berperan aktif dalam mengelola dan mempromosikan warisan pariwisata mereka dengan cara yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

### **c. Praktik promosi media digital pariwisata Sumenep**

Media digital memiliki banyak keunggulan diantaranya dapat menjangkau audiens potensial dari berbagai negara dengan cepat dan efisien. Memungkinkan untuk berinteraksi langsung dengan audiens melalui komentar, pesan langsung, atau *feedback*, yang dapat meningkatkan keterlibatan dan loyalitas. Data yang dihasilkan dari kampanye promosi media digital dapat digunakan untuk menganalisis efektivitas strategi promosi, memahami perilaku konsumen, dan mengoptimalkan kampanye ke depannya. Untuk itu perlu diadakan pelatihan lebih intensif untuk menindaklanjuti promosi digital ini (Tiani & Lathifah, 2021).



Dengan memperumobangkan keledinan tersebut, maka prakuk promosi media digital dilakukan yang mencakup berbagai strategi dan bentuk penggunaan platform digital dalam mempromosikan suatu produk, layanan, atau destinasi. Pertama konten visual yaitu memposting foto dan video. Memposting foto berkualitas yang menampilkan keindahan alam, budaya lokal, dan aktivitas wisata yang tersedia di destinasi. Foto-foto ini dapat menarik perhatian dan membangkitkan minat calon wisatawan. Pembuatan video promosi yang menampilkan highlight dari destinasi pariwisata, seperti drone footage dari pantai, kegiatan budaya, atau wawancara dengan wisatawan yang berbagi pengalaman mereka.

Kedua, optimalisasi penggunaan media sosial. Memanfaatkan platform Instagram ini untuk membagikan foto, video, dan cerita pendek (*stories*) tentang destinasi pariwisata. Strategi promosi pariwisata dalam negeri dengan menggunakan media instagram merupakan hal yang menarik dan tidak mengeluarkan biaya yang tinggi (Mafulla et al., 2021). Menggunakan hashtag lokal dan tagging lokasi juga dapat membantu dalam meningkatkan eksposur konten. Membuat halaman atau grup Facebook khusus destinasi pariwisata untuk berbagi informasi, mengadakan event, dan mempromosikan berita terbaru. Menggunakan tweeter untuk membagikan informasi aktual, event khusus, dan interaksi langsung dengan pengguna melalui hashtag terkait. Memproduksi konten pendek yang kreatif dan viral melalui tiktok tentang kegiatan unik atau tips wisata di destinasi. TikTok dapat membantu mencapai audiens yang lebih muda dan berjiwa petualang.

#### 4. Kesimpulan

Edukasi pariwisata, literasi media digital, dan praktik promosi media digital merupakan komponen yang saling terkait dan penting dalam upaya meningkatkan daya tarik dan pengelolaan pariwisata di Kabupaten Sumenep. Integrasi ketiga elemen ini dapat memberikan dampak signifikan terhadap pengembangan pariwisata daerah secara berkelanjutan. Integrasi edukasi pariwisata, literasi media digital, dan praktik promosi media digital memberikan dasar yang kuat untuk memajukan pariwisata Kabupaten Sumenep. Dengan memberikan pendidikan yang tepat kepada pelajar SMAN 1 Kalianget mengenai potensi pariwisata dan keterampilan media digital, serta menerapkan strategi promosi yang efektif, ini dapat meningkatkan partisipasi mereka secara konstruktif. Secara tidak langsung kegiatan ini dapat membantu memperkuat posisinya Sumenep sebagai destinasi pariwisata yang menarik.

#### 5. Daftar Pustaka

- Arifin, S. (2017). *Digitalisasi pariwisata madura*. 53–60.
- Arifin, S., Andiriyanto, A., & Fathurrohman. (2022). Strategi Komunikasi Pembangunan Pariwisata Madura Development Communication Strategy of Madura Tourism. *Jurnal Public Corner Fisip Universitas Wiraraja*, 17(2), 111–126.
- Arifin, S., & Madura, U. W. (2023). *Digitalisasi Wisata Pantai Ekasoghi Sumenep Melalui Media Sosial 2021* ). Berdasarkan gap tersebut maka penelitian ini penting dilakukan untuk mengungkapkannya. 2(1).
- Dartiningsih, B. E., & Arifin, S. (2017). New Media Transformasi Pariwisata Madura. *Prosiding Seminar Nasional & Temu Ilmiah Jaringan Peneliti*, 384–392. <http://ejournal.iaida.ac.id/index.php/proceeding/article/view/163>
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 Yogyakarta In The Pandemic Time Of Covid-19*. 12, 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Mafulla, D., Hestianah, S., & Kholik, A. (2021). Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Online Kawasan Wisata Pacet Mojokerto. *El-Idarah; Jurnal Manajemen Vol. 1, No 2: 1-8. November 2021. ISSN: 2808-7755*, 1(2), 1–8.
- Tiani, R., & Lathifah, A. (2021). PELATIHAN PROMOSI DIGITAL BAGI MASYARAKAT DESA WISATA TERAS GUNUNG KABUPATEN. *Jurnal "HARMONI", Volume 5, Nomor 2, Oktober 2021 Departemen Linguistik FIB UNDIP*, 5, 107–111.
- Wicaksono, M. S., & Yunitasari, D. (2016). *Dalam promosi pariwisata indonesia 1,2*. 1–8.