

## PENGELOLAAN INDUSTRI WISATA DESA SIPPAN BERBASIS SOSIAL MEDIA

Dermawan Perangin-angin<sup>1)\*</sup>, Yoan Hendrawan Junpridan Saragih<sup>2)</sup>, Elfina. O.P Damanik<sup>3)</sup>, Nursahrina Sinaga<sup>4)</sup>, Desmi Triyanti Purba<sup>5)</sup>, Resna Napitu<sup>6)</sup>, Dasmaika Apriani Haloho<sup>7)</sup>, Kristanto<sup>8)</sup>, Yulita Santa Nova Girsang<sup>9)</sup>

<sup>1)2),3),4),5),6),7),8),9)</sup> Universitas Simalungun

\*e-mail: darmawanperanginangin78@gmail.com

### Abstract

*Current management of the rural tourism industry requires innovative strategies to increase attractiveness and competitiveness, especially through the use of digital technology. This community service activity aims to increase the capacity of tourism managers in Sippan Village in managing and promoting social media-based tourism potential. The main problems faced by partners include low digital literacy, less than optimal tourism promotion, and not yet integrated digital marketing strategies. Methods for implementing activities include socialization, training and assistance in using social media platforms such as Instagram, Facebook and TikTok as a means of tourism promotion. Apart from that, tourism village branding has been strengthened, creative content creation and effective and sustainable social media account management strategies have been carried out. Evaluation is carried out by increasing participants' understanding, the quality of the content produced, as well as increasing interaction and reach of digital promotions. The results of the activity show an increase in community knowledge and skills in managing social media as a tourism promotion tool. In addition, the formation of a stronger digital identity for Sippan Village is expected to increase tourist visits and encourage local economic growth. Thus, the use of social media is an effective strategy in managing the sustainable village tourism industry.*

*Keywords* Tourist Villages, Social Media

### Abstrak

Pengelolaan industri wisata desa saat ini membutuhkan strategi inovatif untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing, terutama melalui pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelola wisata di Desa Sippan dalam mengelola dan mempromosikan potensi wisata berbasis media sosial. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi rendahnya literasi digital, kurang optimalnya promosi wisata, serta belum terintegrasinya strategi pemasaran digital. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan dalam penggunaan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok sebagai sarana promosi wisata. Selain itu, dilakukan penguatan branding desa wisata, pembuatan konten kreatif, serta strategi manajemen akun media sosial yang efektif dan berkelanjutan. Evaluasi dilakukan melalui peningkatan pemahaman peserta, kualitas konten yang dihasilkan, serta peningkatan interaksi dan jangkauan promosi digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengelola media sosial sebagai alat promosi wisata. Selain itu, terbentuknya identitas digital Desa Sippan yang lebih kuat diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial menjadi strategi efektif dalam pengelolaan industri wisata desa yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Desa Wisata, Media Sosial

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama pada ranah media sosial, telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor pariwisata. Media sosial kini

tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga berperan penting sebagai instrumen strategis dalam kegiatan promosi dan pemasaran destinasi wisata yang lebih efektif, efisien, serta mampu menjangkau khalayak yang lebih luas. Dalam

hal ini, desa wisata memiliki peluang yang sangat besar untuk meningkatkan daya tarik sekaligus daya saingnya melalui optimalisasi penggunaan platform digital.

Desa Sippan merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi wisata yang cukup prospektif, baik dilihat dari keindahan alam, kekayaan budaya lokal, maupun nilai-nilai kearifan tradisional yang masih terpelihara dengan baik. Namun demikian, pengelolaan sektor pariwisata di desa ini masih menghadapi sejumlah hambatan, khususnya pada aspek promosi dan pemasaran yang belum berjalan secara maksimal. Kurangnya pemanfaatan media sosial sebagai media promosi menyebabkan potensi wisata yang ada belum dikenal secara luas oleh masyarakat

Di samping itu, rendahnya tingkat pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengelola konten digital, membangun citra destinasi (branding), serta merancang strategi pemasaran berbasis media sosial menjadi tantangan yang perlu diatasi. Padahal, pemanfaatan media sosial yang dilakukan secara optimal berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, memperluas jangkauan pemasaran, serta memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada peningkatan kapasitas masyarakat Desa Sippan dalam mengelola sektor pariwisata berbasis media sosial. Melalui kegiatan ini diharapkan masyarakat memperoleh pemahaman yang lebih baik serta keterampilan praktis dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif, sekaligus mendorong kemandirian dalam pengembangan potensi wisata desa secara berkelanjutan.

Adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola serta mempromosikan potensi wisata Desa Sippan melalui media sosial, serta menyusun strategi pemasaran digital yang terintegrasi guna mendukung pengembangan desa wisata

yang lebih kompetitif.

### **Tujuan, Manfaat, dan Dampak yang Diharapkan.**

#### **Tujuan Kegiatan Pengabdian Masyarakat**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan untuk memperkuat kapasitas serta kemandirian masyarakat Desa Sippan dalam mengelola potensi wisata dengan memanfaatkan media sosial. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai peran penting media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran destinasi wisata di era digital. Selain itu, kegiatan ini juga berfokus pada peningkatan keterampilan praktis masyarakat, seperti pengelolaan akun media sosial, pembuatan konten yang menarik dan informatif, serta penyusunan strategi pemasaran digital yang tepat guna.

Lebih jauh, kegiatan ini diharapkan dapat mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam pengembangan desa wisata, sehingga tercipta sistem pengelolaan berbasis komunitas yang berkelanjutan dan memiliki daya saing.

#### **Manfaat Kegiatan Pengabdian Masyarakat**

Pelaksanaan kegiatan ini diharapkan memberikan kontribusi positif bagi berbagai pihak. Bagi masyarakat Desa Sippan, kegiatan ini dapat meningkatkan wawasan serta kemampuan dalam bidang digital, khususnya dalam pemanfaatan media sosial untuk mendukung promosi wisata. Selain itu, kegiatan ini juga membuka peluang bagi pengembangan usaha ekonomi kreatif yang berkaitan dengan sektor pariwisata. Adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

##### **1. Bagi Pengelola Desa Wisata**

Kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi dalam meningkatkan kemampuan pengelola desa wisata, khususnya dalam aspek pengelolaan dan promosi berbasis digital. Pengelola dibekali pemahaman terkait strategi pemasaran melalui media sosial, mulai dari pengelolaan akun resmi, penyusunan rencana konten, hingga memahami

respons audiens. Selain itu, kegiatan ini juga mendukung upaya pembentukan citra dan identitas desa wisata yang lebih terarah dan profesional. Dengan adanya peningkatan kapasitas tersebut, pengelola diharapkan mampu mengembangkan potensi wisata secara lebih optimal dan berkelanjutan

#### 2. Bagi Masyarakat Desa

Bagi masyarakat Desa Sippan, kegiatan ini menjadi sarana untuk meningkatkan literasi digital sekaligus keterampilan praktis yang relevan dengan perkembangan teknologi. Masyarakat dilibatkan dalam berbagai pelatihan, seperti pembuatan konten visual dan penulisan deskripsi promosi yang menarik. Partisipasi ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kemampuan individu, tetapi juga membuka peluang usaha baru di sektor pariwisata, seperti kuliner, kerajinan, dan layanan pendukung lainnya. Dengan demikian, masyarakat diharapkan dapat berkontribusi secara aktif dalam pengembangan desa wisata.

#### 3. Bagi Warga Sekitar

Bagi masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan wisata, kegiatan ini memberikan dampak positif secara tidak langsung, terutama dalam peningkatan aktivitas ekonomi lokal. Dengan semakin luasnya promosi wisata melalui media sosial, potensi kunjungan wisatawan juga meningkat, sehingga menciptakan peluang usaha baru, seperti penyediaan penginapan, jasa transportasi, maupun penjualan produk lokal. Selain itu, kondisi ini juga mendorong masyarakat untuk lebih peduli terhadap kebersihan lingkungan serta pelestarian budaya sebagai bagian dari daya tarik wisata

#### 4. Bagi Perguruan Tinggi Pelaksana

Bagi perguruan tinggi, kegiatan ini merupakan wujud implementasi tridharma, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi dosen dan mahasiswa untuk menerapkan ilmu pengetahuan secara langsung dalam menyelesaikan permasalahan di lapangan.

Di samping itu, kegiatan ini juga memperkuat kerja sama antara perguruan tinggi dengan masyarakat serta pemerintah desa. Dari sisi akademik, hasil kegiatan dapat dimanfaatkan sebagai bahan publikasi ilmiah, pengembangan materi pembelajaran, serta referensi untuk kegiatan serupa di masa mendatang.

#### Dampak yang Diharapkan

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak berupa peningkatan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi wisata secara mandiri dan berkelanjutan. Dengan meningkatnya keterampilan tersebut, potensi wisata Desa Sippan diharapkan dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas, sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat mendorong peningkatan perekonomian masyarakat melalui berkembangnya aktivitas pariwisata dan usaha pendukungnya. Dalam jangka panjang, pengelolaan industri wisata berbasis media sosial diharapkan mampu menciptakan sistem promosi yang lebih terstruktur, meningkatkan daya saing desa wisata, serta berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

#### Target Luaran

Target luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pencapaian hasil yang konkret, terukur, serta memiliki keberlanjutan dalam mendukung pengelolaan industri wisata Desa Sippan berbasis media sosial. Hasil utama yang diharapkan adalah meningkatnya kemampuan masyarakat, khususnya pengelola desa wisata, dalam memanfaatkan media sosial sebagai media promosi yang sistematis dan efektif. Secara lebih rinci, kegiatan ini menargetkan terbentuknya akun resmi media sosial Desa Sippan yang dikelola secara aktif dan profesional sebagai sarana penyebaran informasi mengenai potensi wisata desa. Selain itu, diharapkan terjadi peningkatan kualitas konten digital yang dihasilkan, baik dalam bentuk foto, video, maupun narasi

Dermawan Perangin-angin, Yoan Hendrawan Junpridan Saragih, Elfina. O.P Damanik, Nursahrina Sinaga, Desmi Triyanti Purba), Resna Napitu, Dasmaika Apriani Haloho), Kristanto, Yulita Santa Nova Girsang

promosi yang mampu menarik perhatian audiens

Luaran lainnya berupa tersusunnya strategi pemasaran digital yang dapat dijadikan acuan dalam pengelolaan promosi wisata secara berkelanjutan. Strategi tersebut mencakup perencanaan konten, pengaturan jadwal unggahan, pemilihan hashtag yang tepat, serta pemanfaatan berbagai fitur media sosial secara optimal. Selain itu, kegiatan ini juga menargetkan terbentuknya tim atau kelompok pengelola media sosial desa yang memiliki pembagian tugas yang jelas dalam mengelola aktivitas promosi. Keberadaan tim ini diharapkan dapat menjaga konsistensi serta keberlangsungan pengelolaan media sosial desa. Dari aspek akademik, luaran kegiatan ini juga mencakup publikasi ilmiah pada jurnal pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk diseminasi hasil kegiatan serta kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemberdayaan masyarakat dan pemasaran digital

Secara keseluruhan, target luaran kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada hasil jangka pendek, tetapi juga pada terbentuknya sistem pengelolaan promosi wisata berbasis media sosial yang berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan eksposur, daya saing, serta kesejahteraan masyarakat Desa Sippan dalam jangka panjang.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disusun melalui beberapa tahapan yang sistematis agar program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Desa Sippan dan dapat mencapai hasil yang optimal. Tahapan yang dilakukan meliputi survei, kajian, penyusunan alternatif program, perumusan rencana aksi, serta evaluasi.

### **Tahap 1 Survei**

Tahap awal dimulai dengan kegiatan survei lapangan yang bertujuan untuk mengetahui kondisi nyata terkait pengelolaan potensi wisata serta pemanfaatan media sosial di

Desa Sippan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan pengelola desa wisata, serta diskusi bersama masyarakat. Tahap ini penting untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai potensi, kendala, dan kebutuhan masyarakat dalam pengembangan wisata berbasis digital.

### **Tahap 2 Kajian**

Data yang diperoleh dari hasil survei kemudian dianalisis pada tahap kajian. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan utama, peluang pengembangan, serta faktor yang mendukung maupun menghambat pemanfaatan media sosial dalam promosi wisata. Selain itu, dilakukan pula penelaahan terhadap berbagai referensi dan literatur yang relevan guna memperkuat landasan konseptual dalam penyusunan program.

### **Tahap 3 Perencanaan Alternative-alternative Program**

Berdasarkan hasil kajian, tim pengabdian menyusun beberapa alternatif program yang dapat diterapkan. Perencanaan ini mempertimbangkan kondisi riil di lapangan, ketersediaan sumber daya, serta tingkat kesiapan masyarakat. Alternatif program yang dirancang antara lain pelatihan pengelolaan media sosial, pengembangan konten digital, penguatan identitas (branding) desa wisata, serta pembentukan tim pengelola media sosial.

### **Tahap 4 Formulasi Rencana Aksi**

Tahap berikutnya adalah merumuskan rencana aksi dari alternatif program yang telah disusun. Pada tahap ini dipilih program prioritas yang akan dilaksanakan, kemudian dijabarkan secara rinci meliputi jadwal kegiatan, pembagian peran, metode pelaksanaan, serta indikator keberhasilan. Koordinasi dengan pemerintah desa dan masyarakat juga dilakukan untuk memastikan adanya partisipasi aktif dalam implementasi program.

### **Tahap 5 Evaluasi**

Tahap akhir berupa evaluasi yang dilakukan untuk menilai tingkat keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi mencakup

pengukuran peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat, serta perubahan dalam pengelolaan media sosial desa. Hasil evaluasi ini selanjutnya digunakan sebagai

bahan perbaikan dan pengembangan program agar dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan di masa mendatang.



Gambar 1: Lokasi Desa Sippan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sippan menunjukkan adanya perkembangan yang cukup berarti, khususnya dalam peningkatan kapasitas masyarakat terkait pengelolaan industri wisata berbasis media sosial. Rangkaian kegiatan yang dimulai dari tahap identifikasi hingga evaluasi memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat

Pada tahap awal, hasil identifikasi lapangan memperlihatkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai media promosi masih belum optimal. Sebagian besar masyarakat belum memahami secara menyeluruh konsep pemasaran digital, serta belum mampu menghasilkan dan mengelola konten yang menarik dan berkelanjutan. Selain itu, belum tersedianya akun resmi desa wisata menyebabkan informasi mengenai potensi Desa Sippan belum tersampaikan secara luas kepada publik

Setelah dilaksanakan kegiatan sosialisasi dan pelatihan, terjadi peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya media sosial dalam mendukung promosi destinasi wisata. Masyarakat mulai

mengenal dasar-dasar pemasaran digital, seperti pentingnya visual yang menarik, konsistensi dalam mengunggah konten, serta interaksi dengan pengguna media sosial. Hal ini terlihat dari antusiasme peserta selama kegiatan serta kemampuan mereka dalam mempraktikkan pembuatan konten sederhana.

Salah satu capaian utama dari kegiatan ini adalah terbentuknya akun media sosial resmi Desa Sippan yang mulai digunakan sebagai sarana promosi. Melalui akun tersebut, berbagai potensi desa mulai dipublikasikan, seperti panorama alam, aktivitas budaya, serta produk unggulan masyarakat. Selain itu, kualitas konten yang dihasilkan juga menunjukkan peningkatan, baik dari sisi tampilan visual maupun penyampaian informasi yang lebih menarik.

Pembentukan tim pengelola media sosial desa juga menjadi hasil penting dalam kegiatan ini. Tim ini terdiri dari masyarakat yang telah mengikuti pelatihan dan memiliki tanggung jawab dalam mengelola konten secara berkelanjutan. Keberadaan tim tersebut berperan dalam menjaga konsistensi serta keberlangsungan promosi digital desa

Dermawan Perangin-angin, Yoan Hendrawan Junpridan Saragih, Elfina. O.P Damanik, Nursahrina Sinaga, Desmi Triyanti Purba), Resna Napitu, Dasmaika Apriani Haloho), Kristanto, Yulita Santa Nova Girsang

Dari aspek ekonomi, dampak yang dihasilkan memang belum terlihat secara signifikan dalam waktu singkat. Namun demikian, mulai terlihat adanya peningkatan minat masyarakat dalam mengembangkan usaha yang berkaitan dengan sektor pariwisata. Beberapa warga mulai berinisiatif untuk mengembangkan produk lokal dan layanan pendukung wisata sebagai respons terhadap meningkatnya promosi desa melalui media sosial.

Secara umum, kegiatan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai media promosi memiliki efektivitas yang cukup baik dalam meningkatkan daya tarik desa wisata. Namun, keberhasilan program ini sangat dipengaruhi oleh konsistensi pengelolaan, kreativitas dalam pembuatan konten, serta dukungan yang berkelanjutan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan lanjutan dan penguatan kapasitas masyarakat agar pengelolaan wisata berbasis media sosial dapat terus berkembang secara optimal dan berkesinambungan

## KESIMPULAN

1. Pelaksanaan kegiatan pengabdian di Desa Sippan mampu meningkatkan wawasan masyarakat terkait pentingnya penggunaan media sosial sebagai media promosi dalam pengembangan sektor pariwisata.
2. Masyarakat mengalami peningkatan kemampuan dalam memproduksi dan mengelola konten digital, seperti pengambilan gambar, pembuatan video sederhana, serta penyusunan materi promosi yang lebih menarik.
3. Salah satu hasil utama kegiatan ini adalah terbentuknya akun resmi media sosial desa wisata yang berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi mengenai potensi wisata Desa Sippan.
4. Dibentuknya tim khusus pengelola media sosial desa memberikan kontribusi dalam menjaga keberlanjutan serta konsistensi aktivitas promosi digital.

5. Kegiatan ini turut meningkatkan kesadaran serta keterlibatan masyarakat dalam mendukung pengembangan desa wisata berbasis teknologi digital.
6. Walaupun dampak ekonomi belum terlihat secara signifikan dalam waktu singkat, mulai muncul minat masyarakat untuk mengembangkan usaha yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata.
7. Pemanfaatan media sosial terbukti efektif dalam memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan daya tarik desa wisata, meskipun memerlukan pengelolaan yang berkesinambungan.
8. Untuk keberlanjutan program, diperlukan adanya pendampingan lebih lanjut serta peningkatan kapasitas masyarakat agar pengelolaan wisata berbasis media sosial dapat berjalan secara optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing (7th ed.)*. Pearson.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Pedoman Pengembangan Desa Wisata*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education
- Munthe, R. N., Napitu, R., Purba, D., Simbolon, P., Simatupang, P., & Sinaga, M. H. (2023). Pendampingan Pengelolaan Desa Wisata Nagori Tigaras. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 3(1), 44-48
- Nuryanti. (1993). *Concept, perspective and challenges of tourism village*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Ryan, C. (2003). *Recreational Tourism: Demand and Impacts*. Clevedon: Channel View Publications.
- Saragih, Y. H. J., Damanik, Y. R., Annisa, K., & Saragih, E. (2024). Penanaman Pohon Sebagai Penghijauan Lingkungan Di Desa Wisata Tigaras. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4(1), 43-48
- Saragih, Y. H. J., Sipayung, T., Parinduri, T., Purba, F., Girsang, R. M., & Damanik, Y. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Pengembangan UKM Di Daerah Wisata Tigaras. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*
- Sipayung, T., Saragih, L., Munthe, R. N., Napitu, R., Damanik, E. O., Purba, J. W., ... & Damanik, T. H. (2024). Pendampingan Pelaku UMKM Dalam Meningkatkan Produktivitas Pendapatan UMKM Takoma Di Desa Wisata Sait Buttu Saribu Kabupaten Simalungun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4(2), 203-207
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- UNWTO. (2020). *Tourism and Rural Development*. Madrid: UNWTO.