

BANGKITNYA EKSISTENSI: *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI PENINGKATAN DAYA TARIK TERHADAP POTENSI WISATA AIR TERJUN SIWALANGAN DI DESA KINDINGAN KABUPATEN HULU SUNGAI TENGAH

Tiara Kusuma Dewi¹, Sri Hidayah¹, Hanifah¹, Ratu Salma¹, Stevany Nike Ardanata¹, Habibi Adam Nasuha¹, Gusti Noorsyifa¹, Ananda Noorfallah¹, Ahmad Sauki¹, Mayang Effiena Syahla¹, Rio Hermawan¹

¹Sosiologi, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

Corresponding author:

Tiara Kusuma Dewi

tkusumadewi2@gmail.com

Received (November 12, 2024), Accepted (November 29, 2024)

Keywords:

Tourism development; digital marketing; community empowerment

DOI:

<https://doi.org/10.20527/hb.v2i2.412>

ABSTRACT

This community service program aimed to develop tourism strategies that could enhance the attractiveness of the Siwalangan Waterfall tourist spot in Kindingan Village, Hulu Sungai Tengah Regency. Various activities were conducted, including aligning perceptions, researching tourism development strategies, training in digital marketing, creating local craft outlets, hosting a tourism festival, and producing a short film to promote the village's tourism potential. The digital marketing training was designed to introduce modern promotional techniques to the community, to increase tourist appeal. Additionally, the establishment of local craft outlets aimed to support the village's creative economy. The results of this program indicated an increase in the community's knowledge about digital marketing and awareness of the importance of sustainable tourism management. Moreover, the availability of supporting facilities and promotion through digital marketing successfully broadened the exposure of Siwalangan Waterfall's tourism potential, which is expected to attract more visitors. However, challenges encountered during the program implementation included a lack of awareness among some community members about the sustainability of tourism. To address this, further programs focused on education and enhancing community participation in tourism management are necessary to optimally and sustainably maximize the village's tourism potential. This program lasted for 58 days, utilizing a live-in participatory approach, whereby the team resided in the village throughout the service and were actively engaging in community activities beyond the program itself.

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pariwisata yang mampu meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap objek wisata Air Terjun Siwalangan di Desa Kindingan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Berbagai kegiatan dilaksanakan, termasuk penyamaan persepsi, penelitian strategi pengembangan wisata, pelatihan *digital marketing*, pembuatan *outlet* kerajinan lokal, festival wisata, serta pembuatan film pendek untuk mempromosikan potensi wisata desa. Kegiatan pelatihan *digital marketing* ditujukan untuk memperkenalkan teknik promosi modern kepada masyarakat, dengan tujuan meningkatkan daya tarik wisatawan. Selain itu, pembukaan *outlet* kerajinan lokal bertujuan untuk mendukung ekonomi kreatif desa. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan pengetahuan masyarakat tentang pemasaran digital dan kesadaran akan pentingnya pengelolaan wisata secara berkelanjutan. Selain itu, tersedianya fasilitas pendukung serta promosi melalui *digital marketing* berhasil memperkenalkan potensi wisata Air Terjun Siwalangan secara lebih luas, yang diharapkan dapat menarik lebih banyak pengunjung. Namun, tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan program adalah masih kurangnya kesadaran sebagian masyarakat tentang keberlanjutan pariwisata. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan program lanjutan yang berfokus pada edukasi dan peningkatan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata, sehingga potensi wisata desa dapat dimaksimalkan secara optimal dan berkelanjutan. Program ini berlangsung selama 58 hari, menggunakan metode *live in* dengan pendekatan partisipatif,

yakni tinggal menetap di desa selama pelaksanaan pengabdian dan terlibat aktif pada kegiatan-kegiatan masyarakat di luar dari program pengabdian. Di mana tim pengabdian menetap dan terlibat aktif dalam kehidupan masyarakat desa.

How to Cite:

Dewi, T. K., Hidayah, S., Hanifah, Salma, R., Ardanata, S. N., Nasuha, H. A., Noorsyifa, G., Noorfallah, A., Sauki, A., Syahla, M. E., & Hermawan, R. (2024). Bangkitnya Eksistensi: Digital Marketing Sebagai Peningkatan Daya Tarik Terhadap Potensi Wisata Air Terjun Siwalangan di Desa Kindingan Kabupaten Hulu Sungai Tengah. *Hayak Bamara: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 225-238. <https://doi.org/10.20527/hb.v2i2.412>



This is an open access article under the CC BY-SA license.

A. PENDAHULUAN

Pariwisata desa termasuk dalam tujuan pembangunan berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sebagaimana termaktub dalam *Sustainable Development Goals (SDGs)*. Namun, pariwisata berkelanjutan akan terhambat apabila tidak dikelola secara menyeluruh dan mengabaikan aspek potensi yang ada. Pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata yang memperhitungkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan saat ini dan masa depan, memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan dan masyarakat setempat serta dapat diaplikasikan ke semua bentuk aktivitas wisata di semua jenis destinasi wisata, termasuk wisata masal dan berbagai jenis kegiatan wisata lainnya ([Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, 2021](#)).

Desa Kindingan adalah salah satu desa di Kecamatan Hantakan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah dan bagian dari wilayah pasak Pegunungan Meratus. Secara geografis, letak desa ini berada pada dataran tinggi yaitu lembah pegunungan. Memiliki pola pemukiman yang menyebar atau tidak tertata, terdapat pemukiman mengikuti arah aliran sungai dan di atas pegunungan. Desa ini terdiri dari 8 RT dan 6 dusun yaitu, Dusun Buntu (RT. 1 dan RT. 8), Dusun Masugian (RT. 2 dan RT.7), Dusun Kindingan (RT. 3), Dusun Niwa'ang (RT. 4), Dusun Pantai Damar (RT. 5) dan terakhir Dusun Ulin Limpak (RT. 6). Berdasarkan profil Desa Kindingan tahun 2024 sebagian besar masyarakat desa Kindingan hanya mengenyam pendidikan hingga tingkat SMA, hampir keseluruhan masyarakat desa bekerja sebagai petani karena besarnya potensi alam yang tersedia. Hasil panen meliputi padi, sayuran dan berbagai jenis buah-buahan. Masih terjaganya alam serta jauh dari eksploitasi menjadikan desa ini asri dan tenang.

Desa ini memiliki wisata air terjun yang terletak di Dusun Ulin Limpak (RT. 6), air terjun ini dinamakan Siwalangan. Wisata ini sempat ramai pengunjung karena pengaruh media sosial, hingga pada tahun 2022 wisata ini diresmikan secara langsung oleh Bupati Hulu Sungai Tengah, bapak H. Aulia Oktafiandi, S.T., M.AppCom. Namun tidak berselang lama setelah peresmian, wisata ini mengalami penurunan pengunjung hingga terhenti sampai sekarang. Fenomena terhentinya wisata Air Terjun Siwalangan memiliki berbagai macam permasalahan sehingga terjadi penurunan wisatawan. Berdasarkan fenomena tersebut, tujuan program PKM adalah mengevaluasi wisata, mengembangkan potensi yang ada di Desa Kindingan, memberikan pelatihan untuk mempromosikan wisata, dan reaktivitas POKDARWIS dalam mengelola wisata.

Perkembangan pariwisata mendorong dibangun dan diperbaikinya akses, aksesibilitas berkaitan dengan segala hal tentang sistem transportasi meliputi rute, terminal, dan kendaraan ([Buhalis, 2000](#)). Pengembangan terkait dengan kajian perubahan yang direncanakan, di mana setiap individu atau kelompok pasti mengharapkan adanya perubahan yang lebih positif sehingga mampu membantu mensejahterakan masyarakat Kindingan dalam berbagai aspek kehidupan. Seperti perbaikan akses jalan yang bisa mempermudah petani mengangkut hasil panen sehingga terbantunya ekonomi masyarakat desa.

Konsep pariwisata regeneratif merupakan salah satu pendekatan dari pariwisata berkelanjutan. Pariwisata regeneratif merupakan pendekatan transformasional yang bertujuan untuk memenuhi potensi tempat-tempat pariwisata untuk berkembang dan menciptakan efek positif melalui peningkatan kapasitas regeneratif sosial masyarakat dan ekosistem (Bellato et al., 2023). Selain itu, konsep pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan *enabling dan empowering* dilakukan untuk terwujudnya masyarakat yang mandiri dalam menjalankan serta mempromosikan objek wisata. Pendekatan ini yang akan diimplementasikan oleh tim pengabdian dalam mengembangkan strategi wisata serta meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap Air Terjun Siwalangan.

B. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Kindingan, Kecamatan Hantakan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Durasi pelaksanaan program adalah 58 hari, terhitung mulai tanggal 18 Juli 2024 hingga 13 September 2024. Pelaksanaan program menerapkan pendekatan partisipatif. Dalam upaya membangun partisipasi masyarakat, tim pengabdian menerapkan metode *live in*, yakni tinggal menetap di desa selama pelaksanaan pengabdian dan terlibat aktif pada kegiatan-kegiatan masyarakat di luar dari program pengabdian.

Melalui metode tersebut tim pengabdian mampu membangun interaksi positif dan intens dengan masyarakat yang berimplikasi pada terciptanya afeksi dan emosi positif antara tim pengabdian dengan masyarakat. Sehingga partisipasi masyarakat dapat diwujudkan secara bertahap. Pengabdian bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal berdasarkan aspek teknik analisis SWOT serta merumuskan strategi pengembangan untuk kawasan wisata Air Terjun Siwalangan. Jenis dan sumber data dalam pengabdian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

Program pengabdian ini dilaksanakan dengan logika intervensi, yang disajikan pada matriks berikut:

Tabel 1 Logika Intervensi

Masalah yang di Intervensi :		
Pariwisata Air Terjun Siwalangan yang sudah sepi pengunjung		
	Logika Intervensi	Indikator Objektif
Goals	Meningkatnya minat wisatawan pada objek wisata Air Terjun Siwalangan di Desa Kindingan.	Meningkatnya eksistensi wisata Air Terjun Siwalangan melalui <i>digital marketing</i> . Persentase peningkatan jumlah pengunjung ke objek wisata Air Terjun Siwalangan dalam periode tertentu.
Outcome	Adanya varian yang berbeda pada objek wisata Air Terjun Siwalangan dibanding objek wisata sejenis lainnya dalam bentuk ekonomi kreatif.	Tersedianya <i>outlet</i> untuk menjualkan hasil produk kerajinan lokal di sekitar wisata Air Terjun Siwalangan.
	Tersedianya fasilitas penunjang wisata pada objek wisata Air Terjun Siwalangan.	Tersedianya fasilitas itu terdiri dari hasil penelitian pengembangan wisata, dan <i>outlet</i> .
	Keunggulan objek wisata Air Terjun Siwalangan diketahui masyarakat luas.	<i>Digital marketing</i> , pembuatan film dan festival.
	Menguatnya Fungsi kelembagaan pengelolaan objek wisata Air Terjun Siwalangan.	Reaktivitas kegiatan dan pertemuan yang dilakukan oleh POKDARWIS dalam sebulan.
Output	Meningkatnya giat dan produksi ekonomi kreatif pada masyarakat	Total peserta yang mengikuti <i>workshop</i> ekonomi kreatif.

dalam bentuk pemberdayaan masyarakat.	Kuantitas produk ekonomi kreatif yang dihasilkan setelah pelatihan.
Menambah fasilitas pendukung untuk menambah daya tarik wisatawan.	Persentase sarana dan prasarana yang telah diperbaiki maupun di tambah dari total yang direncanakan.
Tersedianya <i>outlet</i> produk ekonomi kreatif pada objek wisata Air Terjun Siwalangan	<i>Outlet</i> yang dibuka untuk menjual produk ekonomi kreatif.
Menambah Pengetahuan tentang <i>digital marketing</i>	Lokasi wisata yang telah dipetakan dan didokumentasikan.
Terwujudnya kesadaran masyarakat akan pengelolaan POKDARWIS di Desa Kindingan	Masyarakat dan POKDARWIS termotivasi dalam mengelola dan mempromosikan objek wisata.

(Sumber : Rancangan tim pengabdi, 2024)

Logika intervensi pada tabel 1 kemudian dijabarkan ke dalam beberapa kegiatan yang diimplementasikan pada tahap pertama dalam pelaksanaan program pengabdian ini. Penjabarannya sebagai berikut:

Tabel 2 Sasaran program

Kegiatan	Sasaran Program		
	Jumlah	Usia (Tahun)	Jenis Kelompok
A. Penyamaan persepsi			
Melakukan persiapan di Balai Pelatihan dan Rapat Desa	11 Orang	20-24	Aparat & Tim Pengabdi
Melaksanakan penyamaan persepsi	30 Orang	Semua usia	Aparat, Masyarakat Desa & Tim Pengabdi
B. Penelitian strategi pengembangan wisata			
Melakukan observasi, wawancara, mengidentifikasi masalah dan dokumentasi	11 Orang	21-24	Aparat & Tim Pengabdi
Merancang design pengembangan	10 Orang	21-23	Tim Pengabdi
Penyusunan penelitian	10 Orang	21-23	Tim Pengabdi
Penyerahan hasil penelitian	11 Orang	21-29	Kepala Desa Kindingan & Tim Pengadi
C. Workshop Digital Marketing			
Diskusi Bersama Terkait <i>digital marketing</i>	30 Orang	Semua usia	Aparat, Masyarakat Desa & Tim Pengabdi
Pelaksanaan workshop <i>digital marketing</i>	30 Orang	Semua usia	Aparat, Masyarakat Desa & Tim Pengabdi
D. Melaksanakan diskusi untuk menyamakan pandangan terhadap objek wisata Air Terjun Siwalangan			
Diskusi bersama masyarakat untuk meningkat kesadaran wisata dan ekonomi kreatif	30 Orang	Semua usia	Aparat, Masyarakat Desa & Tim Pengabdi
E. Menjual souvenir khas Desa Kindingan			
Menentukan lokasi serta membuat papan nama outlet	15 Orang	20-45	Aparat, Masyarakat Desa & Tim Pengabdi
F. Festival Air Terjun Siwalangan			

Melakukan persiapan kegiatan mahumbal	20 Orang	Semua usia	Masyarakat Desa & Tim Pengabdi
Mengundang masyarakat desa dan masyarakat luar	10 Orang	20-23	Tim Pengabdi
Melaksanakan kegiatan festival di objek wisata Air Terjun Siwalangan	50 Orang	Semua usia	Aparat, Masyarakat Desa, Masyarakat luar & Tim Pengabdi
G. Pembuatan film pendek			
Membuat konsep film pendek	10 Orang	20-23	Tim Pengabdi
Melakukan pengambilan footage aktivitas di Desa Kindingan	12 Orang	20-23	POKDARWIS & Tim Pengabdi
Melakukan pengeditan serta membuat naskah film pendek	12 Orang	20-23	POKDARWIS & Tim Pengabdi
Mengunggah film pendek melalui media sosial	2 Orang	20-23	POKDARWIS & Tim Pengabdi

(Sumber: Rancangan tim pengabdi, 2024)

Alur pelaksanaan program pengabdian ini disajikan pada gambar, berikut:



Gambar 1 Alur pelaksanaan program pengabdian
(Sumber: Rancangan tim pengabdi, 2024)

C. PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Program

a. Penyamaan persepsi

Penyamaan persepsi diadakan sebelum program kerja dimulai, sebagai bentuk proses dari penyatuan dari berbagai macam pendapat antara kelompok pengabdian dengan masyarakat Desa Kindingan, hal ini bertujuan untuk memberikan deskripsi dan arah gerakan dari program kerja yang akan dilaksanakan, yang salah satunya yaitu meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap Air Terjun Siwalangan. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 23 Juli 2024 di Balai Pelatihan dan Rapat Desa. Melalui kegiatan ini, diharapkan pengabdian secara totalitas dapat menjalankan peran. Sehingga tercapainya tujuan kegiatan program kerja di Desa Kindingan dapat diwujudkan, sekaligus memberikan kesan yang baik bagi masyarakat.

Dengan dilakukan kegiatan penyamaan persepsi, aparat desa dan perwakilan masyarakat menjadi sadar akan potensi yang dapat dikembangkan melalui ekonomi kreatif. Melalui potensi yang ada di Desa Kindingan, mampu meningkatkan eksistensi objek wisata dengan media promosi digital. Selain itu, masyarakat mendukung untuk diadakan kegiatan *workshop* sebagai bentuk pelatihan pemberdayaan masyarakat. Aparat desa beserta masyarakat bersedia untuk memberikan kontribusi kepada tim pengabdian selama menjalankan kegiatan program.



Gambar 2 Kegiatan penyamaan persepsi bersama perwakilan masyarakat Desa Kindingan
(Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024)

b. Penyusunan penelitian strategi pengembangan wisata

Kegiatan penelitian ini dimulai saat disclosure pada tanggal 5 Juli 2024, tim pengabdian melakukan observasi serta wawancara kepada aparat dan anggota POKDARWIS tentang permasalahan yang ada di Desa Kindingan. Data yang diperoleh saat disclosure kemudian diurutkan, dianalisis, lalu menentukan masalah yang diintervensi. Setelah itu, tim pengabdian menyusun rancangan program intervensi. *Goals* dari tim pengabdian ialah meningkatkan minat wisatawan pada objek wisata Air Terjun Siwalangan di Desa Kindingan. Dengan *goals* tersebut maka tim pengabdian merancang penelitian dengan judul "*Strategi Pengembangan Wisata Air Terjun Melalui Potensi Desa Kindingan*" sebagai wujud dari menjalankan program pemulihan sarana dan prasarana objek wisata.

Tujuan diadakannya penelitian wisata Air Terjun Siwalangan adalah untuk mengidentifikasi masalah serta mengkaji perkembangan wisata di Desa Kindingan secara strategis dan komprehensif. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan Teknik pengumpulan data menggunakan observasi (pengamatan), wawancara, dan dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik SWOT dan menentukan isu strategis dengan uji tes litmus. Setelah itu dikembangkan dengan menggunakan komponen pengembangan pariwisata yang terdiri dari 6A yaitu *Attraction, Amenities, Ancillary Services, Activity, Accessibilities dan Available Package* (Buhalis, 2000). Penelitian ini selesai dibuat pada tanggal 28 Agustus 2024 dan hasil penelitian sudah diserahkan kepada aparat desa. Dengan dibuatnya penelitian ini, maka diharapkan adanya umpan balik untuk peningkatan nilai wisata Air Terjun siwalangan dan dapat dicapai dengan memperbaiki kriteria kerentanan dan hubungannya dengan nilai-nilai penelitian tersebut.

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA AIR TERJUN MELALUI POTENSI DESA KINDINGAN

**Ahmad Sauki, Tiara Kusuma Dewi, Hanifah, Ananda Noorfallah, Gusti
Noorsyifa, Habibi Adam Nasuha, Mayang Effiena Syahla, Ratu Salma, Rio
Hermawan, Stevany Nike Ardananta**

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Lambung Mangkurat

Abstrak

Pariwisata termasuk dalam tujuan pembangunan berkelanjutan atau SDGs (*Sustainable Development Goals*). Pariwisata dapat memberikan peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat serta terdapat pemerataan pembangunan. Namun hal tersebut akan tercapai apabila pariwisata dikelola dengan baik. Desa Kindingan mempunyai wisata Air Terjun Siwalangan dan sudah disahkan secara langsung oleh Bupati Hulu Sungai Tengah. Tidak berselang lama wisata ini mengalami penurunan jumlah pengunjung, hingga sekarang wisata ini dapat dikatakan mati. Wisata Air Terjun Siwalangan memiliki berbagai macam permasalahan sehingga terjadi penurunan wisatawan. Penelitian ini akan membahas mengenai identifikasi masalah serta solusi mengembangkan pariwisata dengan perencanaan strategis. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi (pengamatan), interview (wawancara), dan dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik SWOT dan menentukan isu strategis dengan uji tes litmus. Serta dikembangkan dengan konsep 6A yaitu *Attraction, Amenities, Ancillary, Activity, Accessibilities dan Available Package*. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat beberapa masalah yang harus segera diatasi dan mengembangkan potensi yang ada di Desa Kindingan.

Kata kunci: Perencanaan, Pengembangan Wisata, Analisis SWOT, Uji Tes Litmus

*Gambar 3 Hasil penelitian yang dilakukan oleh tim pengabdian
(Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024)*

c. Meningkatkan kesadaran POKDARWIS

Diskusi bersama anggota POKDARWIS merundingkan berbagai hal integral dari kelompok sadar wisata yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran kelompok wisata dan mengoptimalkan potensi wisata di Desa Kindingan. kegiatan ini juga bertujuan mendukung penuh upaya wisata Air Terjun Siwalangan di Desa Kindingan untuk berkelanjutan, sehingga wisata Air Terjun Siwalangan kembali aktif. Kegiatan ini dihadiri sebanyak 30 orang yang diikuti oleh POKDARWIS, Karang Taruna, perangkat desa, pemuda desa serta masyarakat. Hasil dari diskusi ini berhasil meningkatkan kesadaran akan pentingnya peran POKDARWIS dalam mengembangkan wisata. Selain itu, meningkatnya motivasi dalam mengikuti pelatihan serta

membuat konten objek wisata. Hal ini merupakan proses awal dari pemberdayaan masyarakat yaitu *enabling*. *Enabling* menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (Fahrudin, 2012).



Gambar 4 Kegiatan Diskusi POKDARWIS bersama anggota POKDARWIS serta masyarakat Desa Kindingan

(Sumber: Dokumentasi tim pengabdi, 2024)

d. Workshop digital marketing

POKDARWIS Desa Kindingan memiliki akun Instagram untuk objek wisata bernama @wisataalam_siwalangan. Namun, akun Instagram tersebut jarang mengunggah konten mengenai objek wisata, terakhir mengunggah konten pada tanggal 6 Februari 2024. Hal ini terjadi dikarenakan para anggota POKDARWIS kurang termotivasi dalam membuat konten promosi. Tim pengabdi melihat bagaimana konten promosi wisata yang terkesan biasa saja dan perlu untuk ditingkatkan keterampilan dalam membuat konten promosi. Dari permasalahan yang sudah dipaparkan, tim pengabdi merealisasikan program workshop *digital marketing*.

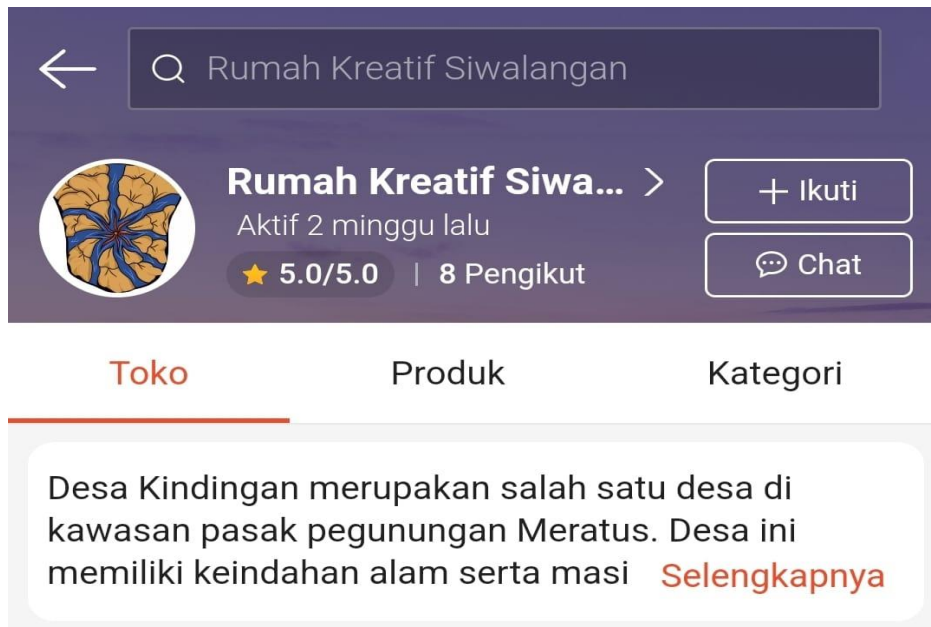
Digital marketing sebagai promosi atau periklanan wisata Air Terjun Siwalangan dengan menggunakan media digital atau internet yang bertujuan untuk menarik wisatawan atau calon wisatawan dengan efisien. Pelaksanaan dalam *digital marketing* terbagi menjadi 3 langkah kegiatan yang melibatkan masyarakat Desa Kindingan, yaitu *workshop digital marketing*, Pembuatan akun promosi dan pelatihan *copywriting*. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 25 Agustus 2024. Kegiatan ini termasuk dalam upaya pemberdayaan masyarakat dengan upaya *empowering* untuk meningkatkan kapasitas yang dimiliki (Fahrudin, 2012).



Gambar 5 Workshop digital marketing
(Sumber: Dokumentasi tim pengabdi, 2024)

1) Digital marketing

Digital marketing memiliki cakupan yang sangat luas, di mana *digital marketing* menggabungkan faktor-faktor psikologis, humanis, antropologi, dan teknologi melalui multimedia dengan kapasitas besar dan interaktif (Yanti et al. 2020). Tujuan pelatihan ini adalah untuk mengenalkan *digital marketing* kepada masyarakat serta manfaatnya untuk wisata alam Air Terjun Siwalangan. Pelatihan ini berhasil dalam meningkatkan wawasan dan ide untuk pengembangan wisata selanjutnya dengan menggunakan media digital.



Gambar 6 Pembuatan akun Shopee untuk menjual kerajinan tangan
(Sumber: Dokumentasi tim pengabdi, 2024)

2) Pembuatan konten yang menarik

Langkah berikutnya adalah menunjukkan kepada masyarakat bagaimana cara membuat konten yang menarik untuk menaikkan daya tarik wisatawan di Air Terjun Siwalangan. Tentunya, ide konten yang dibuat harus sesuai dengan minat dan kemampuan serta target penonton, lalu mengunggah konten wisata menarik di berbagai media sosial. Konten yang menarik tentunya dapat mempromosikan pariwisata dan membangkitkan minat pengunjung pada wisata Air Terjun Siwalangan. Promosi melalui Instagram dilakukan dengan mengunggah foto setiap seminggu sekali, mengunggah video dua minggu sekali dan membuat *instastory* saat diperlukan (Fazriah Oktaviani & Fatchiya, 2019).

3) Copywriting

Copywriting sangat erat kaitannya dengan promosi sebagai bagian dari membangun merek karena pesan yang dikomunikasikan melalui *copywriting* merupakan jembatan dari merek menuju konsumen agar produk yang dijual mampu menampilkan karakter yang berbeda dibandingkan dengan kompetitornya (Vairagya Yogantari & Gst Bagus Bayu Baruna Ariesta, 2021). *Copywriting* merupakan sebuah cara dalam menulis konten pemasaran wisata yang dapat membujuk calon wisatawan untuk berkunjung ke wisata Air Terjun Siwalangan. *Copywriting* memainkan peran penting dalam *digital marketing* karena membantu meningkatkan minat dan keingintahuan para calon pengunjung. *Copywriting* yang baik membantu menciptakan citra positif bagi wisata Air Terjun Siwalangan.

e. Menjual *souvenir* khas Desa Kindingan

Dalam strategi pengembangan wisata tempat penjualan termasuk ke dalam aktivitas wisata yaitu *something to buy*. Pembuatan *outlet* dilakukan oleh tim pengabdian untuk menambah daya tarik wisatawan. *Outlet* ini tersedia pada dua tempat yang berbeda, pertama ada di Dusun Pantai Damar RT.5, kawasan ini merupakan jalan menuju lokasi objek wisata. Yang kedua terdapat di Ulin Limpak RT.6, kawasan ini berada di atas setelah Air Terjun Siwalangan. Kedua tempat ini sangat strategis untuk menjual cendera mata kerajinan lokal.



Gambar 7 Outlet menjual *souvenir* di Dusun Pantai Damar RT.5
(Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024)

Para wisatawan juga dapat melihat para perempuan menganyam kerajinan tangan seperti balihung, bakul dan butah di depan rumah mereka. Tentunya hal ini akan menjadi sebuah bagian dari atraksi *something to see*. Menambah pengetahuan kebudayaan serta memberikan pengalaman yang berbeda dibanding objek wisata lainnya bagi wisatawan. Dari potensi ini POKDARWIS dapat mempromosikan melalui *digital marketing*. Wisatawan juga dapat diajarkan bagaimana caranya menganyam bambu sehingga terdapat unsur pariwisata yaitu, *something to do*. Unsur dari aktivitas yang sudah dipaparkan sesuai dengan kegiatan aktivitas wisata menurut (Yoeti, 1985) tentang konsep wisata harus mencakup *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*.

f. Festival Air Terjun Siwalangan

Kegiatan festival dilaksanakan pada tanggal 8 September 2024 di wisata Air Terjun Siwalangan. Kegiatan tersebut dihadiri oleh para generasi muda desa, masyarakat Desa Kindingan, masyarakat luar desa, dan tim pengabdian. Kegiatan ini diselenggarakan oleh tim pengabdian bagian dari reaktivitas POKDARWIS untuk dapat mempromosikan wisata. Selain itu, festival ini dapat meningkatkan interaksi masyarakat Desa Kindingan. Kegiatan yang dilakukan yaitu *mahumbal*, kegiatan memasak dibungkus dengan daun lalu dimasukkan ke dalam bambu setelah itu dibakar. *Mahumbal* salah satu tradisi Dayak Meratus yang masih terjaga hingga sekarang. Memasak bersama sambil menyatu dengan alam membuat suasana semakin terjalin rekat antar masyarakat.



Gambar 8 Festival Air Terjun Siwalangan
(Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2024)

g. Pembuatan film pendek

Film pendek dengan judul “*One Journey, a Million Memories*” adalah dokumentasi potensi yang ada di Desa Kindingan. Film tersebut berdurasi 4 menit 14 detik menampilkan keadaan serta aktivitas seperti modal alam, wisata, keberagaman, kebudayaan, adat istiadat, pendidikan serta kondisi sosial. Film pendek dibuat sebagai salah satu kegiatan program yaitu mempromosikan wisata melalui potensi yang masih tersembunyi. Film tersebut diunggah melalui reels Instagram pada akun @wisataalam_siwalangan, @visithst, @penikmatalam_kalsel, saat ini telah ditonton sebanyak 2.046, serta diunggah melalui akun Instagram tim pengabdian @puzzlesociology dengan jumlah sebanyak 1.946 kali ditonton. Film pendek ini juga terdapat di kanal YouTube pada akun Puzzle Sociology.

Dengan dibuatnya film pendek ini, masyarakat desa terutama bagi generasi muda dapat lebih aktif dalam berkarya, meningkatkan kreativitas dan memanfaatkan kecanggihan media sebagai sarana untuk memajukan wisata Desa Kindingan melalui potensi yang dimiliki. Selain itu, eksistensi wisata Air Terjun Siwalangan meningkat dibandingkan sebelumnya.



Gambar 9 Film pendek promosi wisata dan potensi tersembunyi Desa Kindingan
(Sumber: Hasil video terpublikasi, 2024)

2. Capaian Program

Analisis capaian program disajikan pada matriks berikut:

Tabel 3 Matriks capaian program

	Capaian	Indikator Objektif
Kegiatan	Penelitian strategi pengembangan wisata Air Terjun Siwalangan	Dilaksanakan penelitian untuk mengembangkan wisata serta menemukan potensi yang ada di Desa Kindingan
	Menjual souvenir khas Desa Kindingan	Terlaksana mendirikan <i>outlet</i> Rumah Kreatif Siwalangan dengan lokasi strategis dekat objek wisata
	Meningkatkan kesadaran POKDARWIS	Terlaksana diskusi tentang penyamaan persepsi serta mengoptimalkan kembali fungsi POKDARWIS, dihadiri oleh para generasi muda serta masyarakat desa
	<i>Workshop digital marketing</i>	Terlaksana pelatihan <i>digital marketing</i> bersama POKDARWIS, Karang Taruna, generasi muda serta masyarakat
	Festival	Terlaksana festival Air Terjun Siwalangan bersama masyarakat Desa Kindingan serta masyarakat dari luar desa
	Pembuatan film pendek	Terlaksana pembuatan film pendek untuk mempromosikan objek wisata serta potensi yang terdapat di Desa Kindingan
Output	Aparat desa dapat memperkuat potensi wisata dengan perbaikan akses jalan, sarana dan prasarana	Aparat desa mengetahui masalah dan potensi wisata dari hasil evaluasi penelitian
	Tersedianya <i>outlet</i> produk ekonomi kreatif pada objek wisata Air Terjun Siwalangan	Adanya tempat menjual produk kerajinan di sekitar Air Terjun Siwalangan yaitu, Dusun Pantai Damar RT.5 dan Dusun Ulin Limpak RT.6
		Terciptanya fasilitas pendukung dalam pengembangan wisata dengan lokasi yang strategis
	Terwujudnya kesadaran masyarakat akan pengelolaan POKDARWIS di Desa Kindingan	Masyarakat sadar akan pentingnya pengelolaan POKDARWIS untuk mengembangkan wisata desa
	Menambah pengetahuan tentang <i>digital marketing</i>	Adanya pengetahuan mengenai pembuatan konten promosi wisata bagi POKDARWIS, Karang Taruna, generasi muda serta masyarakat.
Outcome	Tersedianya fasilitas penunjang pada objek wisata Air Terjun Siwalangan	Aparat desa dapat mengembangkan potensi desa dalam bentuk ekonomi kreatif
	Menguatnya fungsi kelembagaan pengelola objek wisata Air Terjun Siwalangan	Terciptanya reaktivitas kegiatan POKDARWIS
	Keunggulan objek wisata Air Terjun Siwalangan diketahui masyarakat luas	Adanya <i>digital marketing</i> seperti pembuatan film pendek dan pelaksanaan festival, Air Terjun Siwalangan dapat dikenal secara luas.
Goals	Meningkatnya minat wisatawan pada objek wisata Air Terjun Siwalangan di Desa Kindingan	Reaktivitas POKDARWIS dalam kegiatan <i>digital marketing</i> untuk mempromosikan potensi desa Adanya konten promosi wisata menjadikan objek wisata serta potensi desa dibidang ekonomi kreatif dikenal luas hingga tertarik untuk mengunjungi Desa Kindingan

(Sumber: Hasil assesmen dan evaluasi tim pengabdi, 2024)

3. Hambatan dalam Menjalankan Program dan Strategi Mengatasi Hambatan

Saat menjalankan sebuah kegiatan program tentunya tim pengabdi mengalami beberapa hambatan. Dikarenakan letak geografis berada di kawasan pegunungan dengan pola permukiman yang menyebar, mengakibatkan beberapa kegiatan program yang melibatkan perwakilan masyarakat hanya dari beberapa RT yang mengirimkan perwakilan. Sehingga tidak seluruh RT merasakan manfaat dengan program tim pengabdi. Hambatan ini teratasi dengan melakukan program tambahan yaitu sosialisasi ke seluruh sekolah di Desa Kindingan serta aktif berkontribusi dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh masyarakat. Kegiatan tersebut yakni warung amal untuk perbaikan masjid, syukuran, acara pernikahan dan menjadi panitia acara kemerdekaan. Dengan kegiatan tersebut, seluruh RT merasakan manfaat dengan kehadiran tim pengabdi bukan hanya di beberapa RT saja.

Tampak hambatan untuk keberlangsungan program saat tim pengabdi sudah tidak lagi berada di desa. Kesadaran, motivasi, serta pola pikir masyarakat terhadap potensi wisata masih belum sepenuhnya menguat dan dapat berkurang seiring berjalannya waktu. Untuk mengatasi hal tersebut perlu adanya program dari komunitas atau pemerintah desa agar menjaga kesadaran yang telah dibangun.

D. KESIMPULAN

Pada program pengabdian ini terdapat hasil yang telah dicapai, yaitu adanya varian yang berbeda pada objek wisata dalam bentuk ekonomi kreatif, tersedianya fasilitas penunjang wisata, keunggulan objek wisata Air Terjun Siwalangan diketahui masyarakat luas dan menguatnya fungsi kelembagaan pengelolaan objek wisata. Program pemberdayaan yang telah dijalankan memberikan dampak positif terhadap kemampuan masyarakat dalam ekonomi kreatif. Tersedianya *outlet* pada objek wisata turut menambah fasilitas pendukung dalam pariwisata. Serta peningkatan kemampuan kreativitas dalam *digital marketing* bagi anak muda untuk mempromosikan wisata dan potensi di Desa Kindingan. Dari capaian tersebut, diyakini akan berimplikasi pada meningkatnya minat wisatawan pada objek wisata Air Terjun Siwalangan di Desa Kindingan. Namun, pada saat pelaksanaan program pengabdian ini tim pengabdian menemui kendala yang berpotensi berdampak terhadap keberlangsungan program. Kesadaran serta pola pikir masyarakat terhadap keberlanjutan wisata perlu untuk ditingkatkan. Tim Pengabdian juga telah memberikan materi dan menggerakkan masyarakat agar dapat lebih peduli terhadap potensi wisata yang ada di sekitar, namun tidak semua masyarakat dapat menerapkan pola perilaku tersebut. Oleh karena itu, diperlukan program pengabdian untuk melanjutkan program pengabdian ini di masa yang akan datang.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada: 1) Kepala desa dan aparat desa serta seluruh masyarakat Desa Kindingan yang menyambut serta menemani selama kegiatan di desa; 2) Kepada Nini, Kai, Abah dan Mama-mama yang sudah menerima, menyayangi, dan ikut dalam seluruh rutinitas hari-hari kami; 3) Anak-anak Desa Kindingan yang memberikan kebahagiaan serta kesan yang mendalam pada para tim KKN; 4) Prodi Sosiologi FISIP Universitas Lambung Mangkurat; dan, semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program pengabdian ini.

REFERENSI

Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nygaard, C. A. (2023). Regenerative tourism: a conceptual framework leveraging theory and practice. *Tourism Geographies*, 25(4), 1026–1046. <https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2044376>

- Buhalis, D. (2000). Tourism Management Special Issue: The Competitive Destination Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Fahrudin, A. (2012). *Pemberdayaan, Partisipasi, dan Penguatan Kapasitas Masyarakat* (A. Fahrudin, Ed.). Humaniora.
- Fazriah Oktaviani, W., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13–27. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/26586>
- Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, Pub. L. No. 9, 1 (2021). <https://peraturan.bpk.go.id/Download/330515/2021PMParekrafo09.pdf>
- Vairagya Yogantari, M., & Gst Bagus Bayu Baruna Ariesta, I. (2021). Kajian Pengaruh Copywriting Kreatif Terhadap Identitas Brand Kedai Kopi Takeaway Di Denpasar. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 8–16. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual/article/view/160>
- Yanti, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisata Di Danau Toba. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(1), 16–26. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/7607>
- Yoeti, A. O. (1985). *Pengantar Ilmu Pariwisata* (1st ed.). Angkasa.