

**Bidang Fokus Penelitian : Pariwisata**

**Sub Tema : Digitalisasi Pariwisata Sumatera Utara**

## LAPORAN AKHIR PENELITIAN PRODUK TERAPAN



### PROGRAM *DIGITAL TOURISM* DAN TINGKAT PARTISIPASI MASYARAKAT PADA PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KECAMATAN PANGURURAN KABUPATEN SAMOSIR

#### TIM PENELITI

Dra. Tumiar Sidauruk, M. Pd	NIDN : 0027016304
Dra. Nurmala Berutu, M. Pd	NIDN : 0027056208
Rohani, S. Pd., M. Si	NIDN : 0006038203
Marwerry Hangryani	NIM : 3182131011
Azzahra Aulia	NIM : 3183331021
Gindo Leontinus Siringoringo	NIM : 3183131035

Dibiayai oleh :

Dana Badan Layanan Umum (BLU) Universitas Negeri Medan  
Sesuai Dengan Surat Keputusan Ketua LPPM UNIMED  
Nomor: 104/UN33.8/KEP/PPKM/PT/2022

**JURUSAN PENDIDIKAN GEOGRAFI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI MEDAN  
NOVEMBER 2022**

# HALAMAN PENGESAHAN PENELITIAN PRODUK TERAPAN

1. Judul Penelitian : PROGRAM DIGITAL TOURISM DAN TINGKAT PARTISIPASI MASYARAKAT PADA PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KECAMATAN PANGURURAN KABUPATEN SAMOSIR
2. Bidang Ilmu : Geografi
3. Ketua Peneliti
- a. Nama Lengkap : Dra. Tumiar Sidauruk, M.Si.
  - b. Jenis Kelamin : Perempuan
  - c. NIP/ NIDN : 196301271987032002
  - d. Disiplin Ilmu : Geografi
  - e. Pangkat/ Golongan : 4A
  - f. Jabatan : Lektor Kepala
  - g. Fakultas/ Jurusan : Ilmu Sosial
  - h. Alamat : Jalan Willem Iskandar Pasar V Medan
  - i. Telpon/ Faks/ E-mail : tumiargeo@yahoo.com
  - j. Alamat Rumah : Jalan Teh Raya No.1 Simalingkar Kota Medan
  - k. Telpon/ Faks/ E-mail : tumiargeo@yahoo.com
4. Jumlah Anggota Peneliti : 2
- Nama Anggota Peneliti dan NIDN : 1. Dra. Nurmala Berutu, M.Pd. — 196205271987032002  
: 2. Rohani, S.Pd., M.Si. — 198203062006042001  
: 3. —
- Nama dan NIM Mhs yang terlibat : 1. Marwerry Hangryani Sonata Br Tarigan NIM: 3182131011  
: 2. Azzahra Aulia Widianti NIM: 3183331021  
: 3. Gindo Leontinus Siringoringo NIM: 3183131035
5. Lokasi Penelitian : Kecamatan Pangururan, Kabupaten Samosir
- Jumlah Biaya Penelitian : Rp 50.000.000



Dekan  
Dra. Nurmala Berutu, M.Pd.  
NIP. 196205271987032002



Menyetujui  
Ketua LPPM Universitas Negeri Medan  
Prof. Dr. Baharuddin, S.T., M.Pd.  
NIP. 196612311992031020

Medan, 01-08-2022  
Ketua Peneliti

Dra. Tumiar Sidauruk, M.Si.  
196301271987032002

Charter Building  
UNIVERSITY

## RINGKASAN

Tujuan utama penelitian ini adalah mengevaluasi bentuk *digital tourism* yang telah dikembangkan pada kepariwisataan di Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir; Mengevaluasi tingkat partisipasi masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata di Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir. Luaran yang ingin dicapai dalam penelitian ini meliputi : Luaran wajib antara lain publikasi artikel ilmiah pada jurnal internasional Bereputasi Scopus/WoS/Copernicus (accepted/terbit), Hak Cipta laporan penelitian (terdaftar/bersertifikat) dan KI produk penelitian. Produk penelitian ini berupa peta sebaran objek wisata dan media promosi wisata digital dalam bentuk *story map*. Luaran tambahan berupa publikasi artikel prosiding internasional terindeks dan pemakalah pada Seminar Internasional. Kontribusi penelitian ini adalah sebagai bahan pertimbangan dalam kebijakan kepariwisataan di Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir berbasis digital dan berorientasi pada masyarakat. Hal ini sangat penting dalam mendukung pariwisata berkelanjutan.

Penelitian menggunakan metode survey. Lokasi penelitian ini difokuskan pada objek wisata yang ada di Kecamatan Pangururan antara lain Pantai Pasir Putih Parbaba, Pemandian Air Panas, Pantai Indah Situngkir dan Komunitas Tenun Ulos Batak Desa Huta Raja Lumban Suhi-Suhi. Teknik pengumpulan data terdiri atas: Teknik observasi, Teknik kuesioner, Wawancara dan Teknik dokumentasi. Analisis data meliputi tahapan: Reduksi data dengan memilah dan merangkum catatan lapangan, Kategorisasi dengan memberi label/kategori data-data, Sintesisasi dengan mencari kaitan antara satu kategori dengan kategori lain dan menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis. Hasil penelitian menunjukkan Platform digital tourism pada Kecamatan Pangururan tergabung dalam platform yang digunakan Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Samosir berupa website, facebook, instagram dan youtube. Namun beberapa platform ini belum digunakan secara optimal karena masih kurang update seperti website dan youtube. Sedangkan facebook dan instagram sudah update akan tetapi belum mendapatkan banyak respon dari pengunjung dunia maya. Partisipasi masyarakat pada aspek perencanaan, pelaksanaan dan pemanfaatan hasil dari sector pariwisata sudah pada kategori tinggi.

Kata kunci : digital tourism, partisipasi masyarakat



## PRAKATA

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Penelitian Skema Penelitian Produk Terapan dengan judul Digital Tourism dan Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Pangururan didanai PBNP Unimed 2022. Laporan Penelitian ini dapat disusun dan diselesaikan tepat waktu dengan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Syamsul Gultom, M.Kes sebagai Rektor Universitas Negeri Medan
2. Bapak Prof. Dr. Baharuddin, ST., M.Pd sebagai ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Negeri Medan
3. Ibu Dra. Nurmala Berutu, M.Pd sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan
4. Seluruh Bapak / Ibu Dosen Jurusan Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan
5. Seluruh mahasiswa Jurusan Pendidikan Geografi yang terlibat dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa laporan penelitian ini, masih jauh dari kesempurnaan, sehingga sangat diharapkan adanya kritik dan saran dari pembaca.

Medan, Agustus 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>RINGKASAN</b> .....	ii
<b>PRAKATA</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Teori .....	5
2.2 Penelitian Relevan .....	14
2.3 Road Map Penelitian .....	16
<b>BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN</b>	
3.1 Tujuan Penelitian .....	18
3.2 Manfaat Penelitian .....	18
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b> 8	
4.1 Jenis Penelitian .....	19
4.2 Lokasi Penelitian .....	19
4.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	19
4.4 Teknik Pengumpulan Data .....	20
4.5 Teknik Analisis Data .....	21
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN LUARAN</b>	
5.1 Hasil Penelitian .....	23
5.2 Luaran Penelitian .....	45
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 3.1 Aspek dan Indikator Partisipasi Masyarakat.....	10
Tabel 3.2 Klasifikasi Partisipasi Masyarakat .....	11
Tabel 5.1 Desa dan Kelurahan di Kecamatan Pangururan.....	23
Tabel 5.2 Sebaran Objek Wisata di Kecamatan Pangururan.....	24
Tabel 5.3 Penilaian Platform Digital Tourism.....	28



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Gambar 2.1 Peta Road Map Penelitian .....	18
2. Gambar 4.1 Bagan Alir Penelitian.....	21
3. Gambar 5.1 Pemandian Air Panas .....	24
4. Gambar 5.2 Desa Wisata LumbanSuhi .....	25



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Provinsi Sumatera Utara menjadi salah satu dari 10 destinasi utama wisata Indonesia. Terdapat 339 objek wisata yang tersebar di seluruh daerah yang ada di 33 kabupaten/ kota yang ada di Provinsi Sumatera Utara (Kementrian Pariwisata, 2020). Danau Toba merupakan kawasan pariwisata andalan di provinsi ini. Objek wisata Danau Toba tersebar di 8 kabupaten yang termasuk dalam Kawasan Danau Toba dan masing-masing kabupaten memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Kawasan danau Toba ini meliputi Kabupaten Samosir, Kabupaten Toba Samosir, Kabupaten Dairi, Kabupaten Karo, Kabupaten Humbang Hansudutan, Kabupaten Tapanuli Utara, Kabupaten Pakpak Barat dan Kabupaten Simalungun. Seharusnya dengan dijadikan Danau Toba sebagai *icon* pariwisata Sumatera Utara, memiliki dampak positif bagi peningkatan ekonomi daerah sekitar terutama dalam penciptaan lapangan kerja terutama bagi Kabupaten Samosir yang hampir seluruh wilayahnya dikelilingi Danau Toba.

Namun kenyataannya hal ini belum terjadi secara signifikan. Pada tahun 2015 masih terdapat pengangguran terbuka sebanyak 899 jiwa dan penduduk miskin 17.640 jiwa di Kabupaten Samosir (BPS Kabupaten Samosir, 2020). Hal ini berbanding terbalik dengan kondisi seharusnya. Apalagi tidak hanya Danau Toba yang menjadi satu-satunya objek wisata di Kabupaten Samosir. Kabupaten Samosir memiliki beragam objek wisata dan kabupaten ini terkenal dengan julukan “Negeri Indah Kepingan Surga”. Terdapat sekitar 75 objek wisata yang



tersebar di 9 kecamatan di Kabupaten Samosir. Sebanyak 39 objek wisata (52%) adalah objek wisata alam, 14 objek wisata sejarah (18,67%), 9 objek wisata budaya (12%), 12 objek wisata sejarah dan budaya (16%), dan 1 objek wisata rohani (Sugiharto dkk, 2018). Keberadaan obyek wisata tersebut harusnya menjadi nilai tambah sebagai pemacu pertumbuhan ekonomi daerah dan masyarakat lokal khususnya.

Kecamatan Pangururan merupakan salah satu kecamatan yang memiliki distribusi objek wisata terbanyak dan beragam dibandingkan 8 kecamatan lain yang ada di Kabupaten Samosir. Di Kecamatan ini terdapat objek wisata alam, objek wisata sejarah, objek wisata budaya dan objek wisata sejarah & budaya (Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir, 2020). Akan tetapi tidak semua objek wisata tersebut dikenal dan dikunjungi oleh wisatawan baik wisatawan domestic maupun wisatawan mancanegara. Maka diperlukan suatu terobosan dalam mempromosikan objek wisata tersebut kepada masyarakat luas. Sarana promosi ini perlu mengintegrasikan teknologi yang kekinian. Untuk itu, konsep *digital tourism* sangat cocok untuk mengatasi persoalan ini.

*Digital tourism* sebagai bagian dari promosi wisata akan memudahkan dalam mempromosikan suatu destinasi yang dapat menjangkau wisatawan lokal dan mancanegara. Biaya promosi ini juga lebih murah dan efektif meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dibandingkan dengan promosi wisata secara konvensional (Pitana dan Diah, 2016). *Digital tourism* ini juga akan mempermudah pemerintah dalam mengkomunikasikan program-program kepariwisataan disebuah destinasi secara cepat dan sistematis (Noviyanti, 2014). Dengan demikian *digital tourism* memberikan manfaat pada perkembangan

pariwisata suatu daerah yang akan berpengaruh juga pada kesejahteraan masyarakat lokal. Masyarakat lokal memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan suatu destinasi wisata. Masyarakat tersebut berhak menikmati hasil dari sector pariwisata baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat perlu dijalankan sebagai bagian dari program kepariwisataan (Sugiharto, Delita & Sidauruk, 2018). Pengembangan model pariwisata berbasis masyarakat ini perlu dirumuskan sesuai dengan karakteristik masyarakat lokal pada destinasi wisata.

Berdasarkan uraian diatas maka kajian *digital tourism* dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata perlu dilakukan. Masih sedikit penelitian yang memfokuskan pada integrasi kedua konsep ini. Padahal keduanya sama sama relevan dan urgent dalam pengembangan wisata berkelanjutan. Masyarakat harus terlibat dan memperoleh manfaat langsung dari kepariwisataan di daerahnya. Untuk itu, penelitian ini bersinergi dengan konsep *digital tourism* dan *community based tourism* pada destinasi objek wisata di Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah evaluasi bentuk *digital tourism* yang telah dikembangkan pada kepariwisataan di Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir?

2. Bagaimanakah tingkat partisipasi masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata di Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir?



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Teori

##### A. Objek Wisata

Potensi wisata merupakan berbagai sumber daya yang terdapat di sebuah daerah tertentu yang bisa dikembangkan menjadi daya tarik wisata atau objek wisata (Pendit, 2010). Objek wisata pastinya mengandung suatu daya tarik sehingga diminati pengunjung. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (UU No. 10 Tahun 2009). Suatu daya tarik wisata didasarkan pada beberapa point penting yaitu: adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih; adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya; adanya ciri khusus yang bersifat langka; adanya sarana dan prasarana penunjang; memiliki daya tarik tinggi karena keindahan dalam; dan adanya nilai khusus karena memiliki daya tarik dalam bidang kesenian, upacara adat ataupun adanya nilai luhur terbentuk suatu objek buah karya masa lampau.

Menurut Yoeti (2015) daya tarik objek wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti:

1. Alam (*Nature*), yaitu segala sesuatu yang berasal dari alam yang dimanfaatkan dan diusahakan di tempat objek wisata yang dapat dinikmati

dan memberikan kepuasan kepada wisatawan. Contohnya, pemandangan alam, pegunungan, flora dan fauna.

2. Budaya (*Culture*), yaitu segala sesuatu yang berupa daya tarik yang berasal dari seni dan kreasi manusia. Contohnya, upacara keagamaan, upacara adat dan tarian tradisional.
3. Buatan Manusia (*Man made*), yaitu segala sesuatu yang berasal dari karya manusia, dan dapat dijadikan sebagai objek wisata seperti benda-benda sejarah, kebudayaan, religi serta tata cara manusia.
4. Manusia (*Human being*), yaitu segala sesuatu dari aktivitas manusia yang khas dan mempunyai daya tarik tersendiri yang dapat dijadikan sebagai objek wisata. Contohnya, Suku Asmat di Irian Jaya dengan cara hidup mereka yang masih primitif dan memiliki keunikan tersendiri.

Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (UU No 10 Tahun 2009). Unsur yang terkandung dalam pengertian di atas dapat disimpulkan, yaitu: (1) setiap daya tarik wisata memiliki keunikan, keindahan; (2) daya tarik dapat berupa alam, budaya, atau hasil karya manusia yang berseni tinggi dan layak untuk dijadikan suatu produk; (3) yang menjadi sasaran utama adalah wisatawan. Yoeti (2002), mengemukakan tiga kriteria yang menentukan suatu objek wisata dapat diminati wisatawan, yakni:

- 1) *Something To See* adalah objek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang biasa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain objek tersebut harus mempunyai daya tarik

khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut.

- 2) *Something To Do* adalah agar wisatawan bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax, berupa fasilitas rekreasi baik arena bermain atau tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah tinggal di sana.
- 3) *Something To Buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau ikon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh

Agar potensi wisata mampu berkembang menjadi daya tarik wisata dan daerah tujuan wisata, maka eksistensi sarana dan prasarana kepariwisataan sangat penting. Prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang, sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam. Prasarana tersebut antara lain:

- 1) Perhubungan: jalan raya, rel kereta api, pelabuhan udara dan laut, terminal.
- 2) Instalasi pembangkit listrik dan instalasi air bersih.
- 3) Sistem telekomunikasi, baik itu telepon, telegraf, radio, televisi, kantor pos, dan lain-lain.
- 4) pelayanan kesehatan, baik puskesmas atau rumah sakit.
- 5) Pelayanan keamanan, baik pos satpam penjaga objek wisata maupun pos-pos polisi untuk menjaga keamanan di sekitar objek wisata.

- 6) Pelayanan wisatawan, baik berupa pusat informasi atau kantor pemandu wisata.
- 7) Pom bensin dan lain-lain

Objek dan daya tarik wisata merupakan salah satu unsur dalam produk pariwisata yang harus mendapat perhatian khusus dari berbagai pihak guna menunjang perkembangan kepariwisataan. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata dikelompokkan menjadi :

- a. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam
- b. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya
- c. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus

Daya tarik wisata dan objek wisata harus dirancang berdasarkan kriteria tertentu. Umumnya daya tarik suatu objek wisata berdasarkan pada:

- 1) Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
- 2) Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
- 3) Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka.
- 4) Adanya sarana/prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
- 5) Objek wisata alam mempunyai daya tarik karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan, dan sebagainya.
- 6) Objek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai

ludur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.

## **B. Digital Tourism**

*Digital tourism* dapat diartikan sebagai dukungan digital pada sebelum, selama dan setelah aktivitas wisatawan (Benyon, et al., 2013). *Digital tourism* atau *e-tourism* merupakan integrasi antara Perkembangan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) dengan industri pariwisata. Konsep *digital tourism* merupakan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan daya guna dalam bidang pariwisata, memberikan berbagai jasa layanan pariwisata kepada *customers*, dan menjadikan penyelenggaraan pemasaran pariwisata lebih mudah diakses dalam bentuk Telematika. Watkins, et al., (2018) menguraikan secara spesifik manfaat *digital tourism* bagi wisatawan meliputi:

1. Dapat mengakses berbagai produk wisata tanpa batasan lokasi
2. Kemudahan dalam membeli berbagai produk wisata
3. Kesempatan membeli produk perjalanan secara personal
4. Lebih mudah berkomunikasi dengan penyedia jasa travel

Sedangkan manfaat bagi operator wisata antara lain:

1. Mengurangi biaya dalam promosi dan operasional
2. Memudahkan pemesanan dan pembayaran
3. Dapat berkomunikasi dengan pelanggan lebih fleksibel tanpa batasan waktu dan tempat
4. Lebih mudah memahami kebutuhan pelanggan
5. Lingkungan persaingan bisnis yang sehat
6. Keuntungan yang lebih tinggi

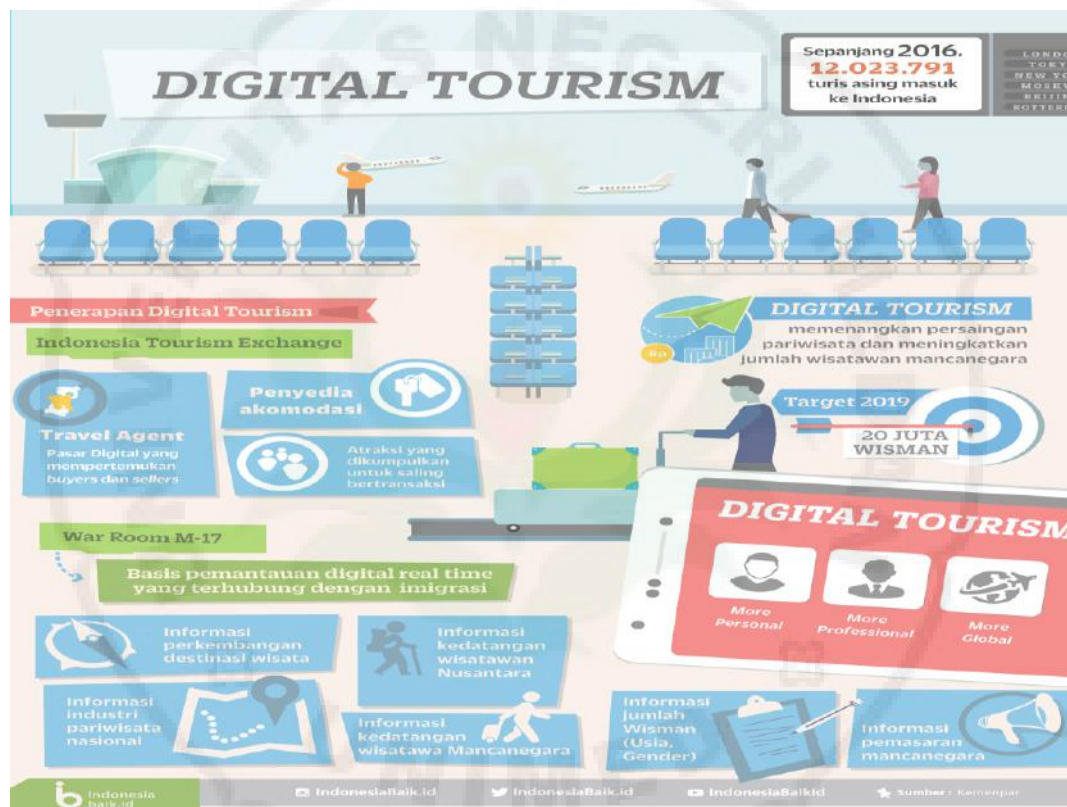


Terdapat empat dimensi pemanfaatan teknologi digital pada pariwisata (Dickinson. *et.al* 2014), yaitu: (1) Penyediaan informasi tentang Objek Daya Tarik Wisata Penyediaan informasi terdiri dari interpretasi ODTW (Objek Daya Tarik Wisata), penyediaan jadwal perjalanan, dan penyediaan peta untuk pergerakan wisatawan, akomodasi dan fasilitas wisatawan; (2) Kemampuan berbagi informasi. Kemampuan berbagi informasi harus berasal dari dua sumber, yaitu berasal dari penyedia wisata sebagai pemasok dan juga berasal dari wisatawan sebagai konsumen; (3) Kesadaran konteks. Kesadaran konteks adalah kesadaran budaya pariwisata digital bagi masyarakat, sehingga tersedianya daya tarik atau fasilitas, kejelasan informasi dan petunjuk pada lokasi wisata dengan teknologi digital; dan (4) Kemampuan penandaan, yaitu kemampuan dokumentasi kegiatan wisata bagi wisatawan untuk kegiatan wisata yang berkelanjutan.

Generasi Pesona Indonesia (GenPI) merupakan salah satu organisasi promotor digital tourism. GenPI ini dapat membuat destinasi wisata yang *instagramable* karena terdiri atas generasi milenial yang menyukai jalan-jalan, kulineran dan foto-foto yang diupload ke media social. Hal ini juga sudah menjadi target Kementerian Pariwisata karena 50 persen inbound pariwisata Indonesia adalah generasi milenial. Hal ini akan mendukung pariwisata konvensional menjadi go digital.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021) *digital tourism* menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mempromosikan berbagai destinasi dan potensi pariwisata melalui berbagai *platform*. Digital tourism tak hanya sekedar mengenalkan destinasi tapi juga sebagai sarana promosi yang harus mampu meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara. Digital tourism akan

membuat masyarakat melek dengan perkembangan teknologi internet apalagi sudah banyak perangkat HP yang mendukung kemudahan akses internet dengan harga yang relative terjangkau.



Gambar 2 Strategi Digital Tourism Kementerian Pariwisata

Platform media social memiliki peranan yang sangat penting dalam digital tourism. Melalui media social ini, pelaku sector pariwisata dapat mempromosikan unit usahanya dengan jangkauan pasar yang lebih luas, tak hanya lokal dan domestik tetapi juga luar negeri. Unit usaha pariwisata ini mulai dari penyedia informasi destinasi wisata, paket wisata, travel agent, akomodasi, tour guide, souvenir dan lainnya yang hendaknya dapat diakses dengan mudah melalui smartphone. Selain itu layanan pembayaran tunai yang beralih ke system cashless environment atau pembayaran digital menggunakan QRIS (Quick Response Code

Indonesian Standard) juga menjadi factor pendukung. Namun bagi masyarakat yang belum terbiasa dengan teknologi ini tentu saja akan menjadi kendala. Untuk itu, Kemenpar dan pemerintah daerah harus saling bekerjasama dalam pengelolaan pariwisata berbasis digital untuk mengoptimalkan pengembangan destinasi dan mengatasi kendala yang dihadapi.

Pesatnya pertumbuhan penggunaan internet dan penggunaan smartphone saat ini berdampak pada semua bidang tidak terkecuali pada industri pariwisata yang arahnya semakin berbasis teknologi digital. Penggunaan teknologi digital ini dianggap empat kali lebih efektif dibandingkan media konvensional. Sesuai data dari Kementerian Pariwisata bahwa wisatawan 70% sudah dapat melakukan search and research untuk objek wisata yang akan dikunjungi. Pangsa pasar travel agency online meningkat hingga Rp 3 triliun pada 2015 dan diproyeksikan tumbuh 28 persen menjadi Rp 10 triliun di tahun 2020. Teknologi digital pada pariwisata digunakan untuk memudahkan wisatawan dalam melakukan seamless customer experience dalam mencari (look), memesan (book), dan membayar (pay) layanan wisata. Tim Percepatan Pembangunan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas (10 Bali Baru) Kementerian Pariwisata menyatakan, terdapat 50% wisatawan asing yang datang ke Indonesia merupakan generasi milenial yang terkait erat dengan dunia digital dan teknologi. Untuk wisatawan nusantara rata-rata umur termuda di dunia yaitu 28 tahun, sehingga generasi milenial adalah pasar terbesar wisata Indonesia. Sejalan dengan itu, Kementerian Pariwisata telah menetapkan Go Digital atau Digital Tourism sebagai Top 1 Program Kementerian. Digital menjadi suatu kebutuhan yang tak terelakkan dan fakta menunjukkan melalui

digital semua dapat dilakukan dengan cepat. Program pemasaran dan promosi pariwisata kini sebesar 50 sampai 70% telah menggunakan mekanisme digital.

### **C. Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata**

Pengembangan pariwisata atau desa wisata dapat berjalan maksimal jika didukung oleh keterlibatan masyarakat (Sugiharto dkk, 2018). Masyarakat lokal berperan penting dalam pengembangan desa wisata karena sumber daya dan keunikan tradisi dan budaya yang melekat pada komunitas tersebut merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata. Mengetahui bahwa masyarakat adalah penggerak utama pada desa wisata, hal ini membuat partisipasi masyarakat sangat dibutuhkan dalam pengembangan desa wisata. Dewi (2013) menyatakan partisipasi masyarakat dapat dilihat berdasarkan indikator, yakni kontribusi, pengorganisasian, peran masyarakat, aksi masyarakat, serta motivasi dan tanggung jawab masyarakat. Keterlibatan masyarakat dinilai sangat penting dalam setiap pembangunan karena dapat menentukan keberhasilan dan keberlanjutan pembangunan tersebut. tujuh tingkat partisipasi masyarakat, yakni partisipasi manipulasi, partisipasi pasif, partisipasi konsultasi, partisipasi insentif, partisipasi fungsional, partisipasi interaktif, dan partisipasi inisiatif.

Marysya dan Amanah (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa faktor internal mempengaruhi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata. Faktor Internal di antaranya: (1) Usia: usia berpengaruh pada tingkat partisipasi masyarakat, karena semakin tua seseorang, relatif berkurang kemampuan fisiknya dan keadaan tersebut akan mempengaruhi partisipasi sosialnya; (2) Tingkat pendidikan: tingkat pendidikan yang baik akan mempengaruhi partisipasi masyarakat terhadap pengelolaan

kawasan wisata yang ditunjukkan dengan tingginya keinginan masyarakat menjaga dan melestarikan; (3) Jumlah tanggungan dalam keluarga: semakin besar jumlah anggota keluarga menyebabkan waktu untuk berpartisipasi dalam kegiatan akan berkurang karena sebagian besar waktunya digunakan untuk mencari nafkah demi memenuhi kebutuhan keluarga; dan (4) Lama waktu tinggal: Semakin lama menetap di suatu tempat, semakin besar rasa memiliki dan perasaan dirinya sebagai bagian dari lingkungannya, sehingga timbul keinginan untuk selalu menjaga dan memelihara lingkungan di mana dia tinggal.

## 2. 2 Penelitian Relevan

Penelitian Watkins, et al., (2018) *Digital Tourism as a Key Factor in the Development of the Economy*. Temuan penelitian *digital tourism* mempermudah dalam promosi suatu destinasi wisata serta kemudahan bagi wistawan dalam mengakses segala produk wisata. *Digital Tourism* juga meningkatkan pendapatan masyarakat lokal secara signifikan. Putra, dkk (2018) dengan penelitian *Digital Tourism: A Content Analysis of West Java Tourism Websites*. Tujuan penelitian untuk mengeksplorasi keefektifan website pariwisata di Jawa Barat sebagai bagian dari *digital tourism*. Metode analisis konten meliputi tiga dimensi yaitu estetika (visualisasi tujuan, websites desain); Informative (uniqueness, monetary value, and cultural promotion); Interactive (e-travel planner, online communities) pada 29 website resmi di kota dan kabupaten pada Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan secara umum websites pariwisata Jawa Barat masih kurang pada satu dimensi untuk menarik pengunjung. Pengelola website seharusnya lebih

mengembangkan website sebagai alat pemasaran dan menyajikan citra positif dari daerah tujuan wisata dengan meningkatkan konten.

Fauziah, dkk (2021) dengan penelitian *The Relation between Community Participation and Digital Utilization in Tourism Village (Case: Jelok Tourism Village, Beji Village, Patuk Sub-district, Gunung Kidul District, Special Region of Yogyakarta)*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah: mengidentifikasi hubungan antara partisipasi masyarakat dengan pemanfaatan digital pada Desa Wisata Jelok. Data kuantitatif diperoleh melalui kuesioner sedangkan data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat berada pada tingkat partisipasi insentif-fungsional, yakni masyarakat berpartisipasi pada Desa Wisata Jelok untuk mendapatkan imbalan material atau non-material dan pemanfaatan digital di Desa Wisata Jelok sudah tinggi namun tidak memiliki hubungan yang kuat dengan partisipasi masyarakat. Pokdarwis Dewi Elok lebih aktif berperan dalam pemanfaatan digital pada Desa Wisata Jelok dibandingkan masyarakat Dusun Jelok sendiri.

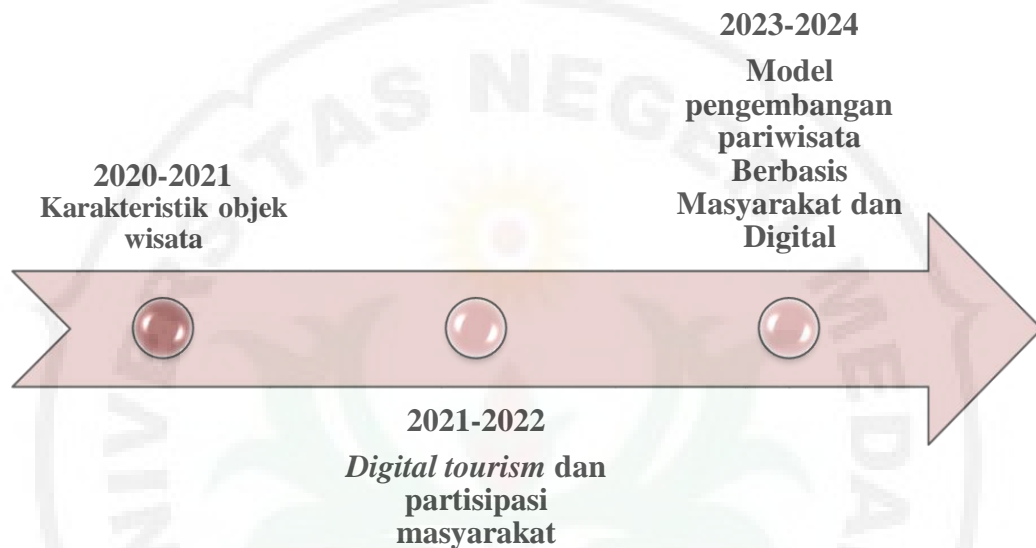
Yanti (2019) dengan penelitian “Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism sebagai Promosi Pariwisata di Toba Samosir” menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis perkembangan website pariwisata dan kebijakan pengembangan pariwisata oleh pemerintah Kabupaten Toba Samosir. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT untuk menentukan arah kebijakan dan strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Toba Samosir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dapat dilakukan pemerintah adalah

menjalankan strategi WO (*Weakness Opportunity*) melalui koordinasi secara internal, mengevaluasi diri pada penerapan *digital tourism* serta mengevaluasi penerapan promosi melalui internet secara berkelanjutan dan sistematis. Kegiatan promosi wisata melalui bentuk *digital tourism* dengan penggunaan internet masih kurang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Toba Samosir. Hal ini terlihat dari sedikitnya jumlah website dan media sosial pariwisata yang dikelola secara menarik dan kurang *uptodate*-nya informasi untuk dijadikan referensi oleh para wisatawan berkunjung ke objek wisata Toba Samosir. Sehingga saran yang diberikan antara lain berupaya meningkatkan strategi promosi pariwisata melalui internet baik melalui media sosial maupun website untuk memenuhi kebutuhan informasi wisatawan (*look*), kemudian memesan paket wisata yang diminati (*book*) hingga membayar secara online. Kegiatan dapat dilakukan dengan *search and share* menggunakan media digital. Pemerintah kabupaten Toba Samosir dan instansi terkait dapat membangun aplikasi yang dapat memberikan rekomendasi objek wisata kepada wisatawan sesuai dengan minat.

### **2. 3 Road Map Penelitian**

Studi pendahuluan .yang telah dilakukan adalah pengumpulan literatur tentang Pariwisata khususnya di Kecamatan Pangururan. Dari studi pendahuluan ditemukan bahwa terdapat beberapa objek wisata di Kecamatan Pangururan yang terdiri atas objek wisata alam, objek wisata sejarah, objek wisata budaya dan objek wisata sejarah & budaya. Setiap karakteristik objek wisata telah diidentifikasi. Dalam penelitian lebih lanjut akan dianalisis dan dievaluasi setiap website yang terkait pariwisata di Kecamatan Pangururan. Kemudian objek wisata dipetakan dan disajikan dalam *story map* sebagai bagian *digital tourism*.

Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata juga menjadi kajian dalam penelitian ini. Peta jalan penelitian (*road map*) dapat diamati pada gambar 2.1 berikut ini



Gambar 2.1 Peta jalan (*road map*) penelitian

THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY



## BAB III

### TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

#### 3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan utama penelitian ini adalah

1. Mengevaluasi bentuk *digital tourism* yang telah dikembangkan pada kepariwisataan di Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir
2. Mengevaluasi tingkat partisipasi masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata di Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir

#### 3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai bahan pertimbangan dalam kebijakan kepariwisataan di Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir berbasis digital dan berorientasi pada masyarakat. Hal ini sangat penting dalam mendukung pariwisata berkelanjutan.

THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY

## **BAB IV**

### **METODE PENELITIAN**

#### **4.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang juga menggunakan metode survey. Penelitian ini akan mendeskripsikan dan menganalisis distribusi spasial, karakteristik objek wisata serta evaluasi website pariwisata dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata di Kecamatan Pangururan.

#### **4.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian akan dilakukan Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir Provinsi Sumatera Utara. Lokasi penelitian ini difokuskan pada objek wisata yang ada di Kecamatan Pangururan antara lain Pantai Pasir Putih Parbaba, Pemandian Air Panas, Pantai Indah Situngkir dan Komunitas Tenun Ulos Batak Desa Huta Raja Lumban Suhi-Suhi. Penelitian ini dilaksanakan sampai dengan ditemukannya titik jenuh dalam pengumpulan data di lapangan.

#### **4.3 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dapat diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian. Sumber data utama dalam penelitian ini adalah survey lapangan/observasi langsung. Data primer yang dibutuhkan adalah sebaran obyek wisata di Kecamatan Pangururan beserta titik koordinat, karakteristik setiap objek wisata, data website pariwisata dan partisipasi

masyarakat dalam pengembangan pariwisata di Kecamatan Pangururan. Sedangkan data sekunder berupa monografi wilayah, peta dasar dan data arsip lainnya dari Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir, data BAPPEDA dan data BPS.

#### 4.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik observasi digunakan untuk melihat langsung sebaran dan karakteristik objek wisata yang ada di Kecamatan Pangururan dan pengukuran lapangan untuk memperoleh data titik koordinat setiap lokasi objek wisata menggunakan Global Position System (GPS)
2. Teknik kuesioner digunakan untuk mengukur tingkat partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata di daerahnya
3. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mendalam terkait partisipasi masyarakat dan pengetahuan masyarakat tentang *digital tourism*.
4. Teknik dokumentasi dengan penelusuran dokumen milik Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir, BPS, BAPPEDA dan studi literatur lainnya.

Aspek dan indikator dalam pengukuran partisipasi masyarakat terdiri atas:

Tabel 4.1 Aspek dan Indikator Partisipasi Masyarakat

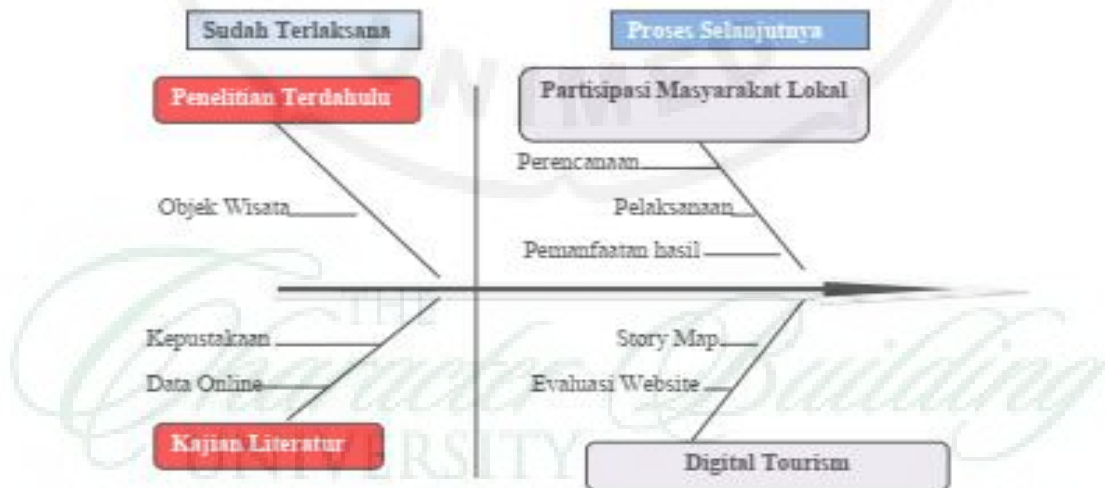
No	Aspek	Indikator
	Perencanaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ikut serta dalam musyawarah menentukan kebijakan pariwisata</li> <li>2. Inisiatif dalam mengajukan pendapat</li> </ol>
2.	Pelaksanaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat pertunjukan wisata oleh masyarakat lokal</li> <li>2. Masyarakat menyediakan fasilitas kenyamanan wisata</li> <li>3. Terdapat pemandu dari masyarakat</li> <li>4. Pelaku wisata (petugas/tenaga) berasal dari masyarakat lokal</li> <li>5. Terdapat penjual cinderamata, manik-manik, oleh-oleh khas wisata setempat yang dibuat masyarakat lokal</li> </ol>

		6. Banyaknya masyarakat yang menjual makanan dan minuman dengan harga yang wajar dilingkungan wisata 7. Masyarakat turut serta dalam menjaga keamanan, kenyamanan, ketertiban dan kebersihan daerah wisata 8. Masyarakat menunjukkan keramahannya terhadap wisatawan 9. Masyarakat turut serta mempromosikan objek wisata
3.	Pemanfaatan hasil	1. Menjadi lapangan pekerjaan bagi masyarakat banyak 2. Tingkat penghasilan masyarakat sesuai UMK 3. Tingkat kesenjangan sosial menurun

Setiap indikator partisipasi ini diukur melalui skala likert ini menggunakan skor dengan ketentuan skor 1=Tidak Pernah/Tidak Setuju, 2=Kadang-kadang/Kurang setuju 3=Sering/Setuju, 4=Selalu/Sangat Setuju

#### 4.5 Tahapan Penelitian

Tahapan-tahapan penelitian dapat diamati dalam bentuk *fish bone* berikut ini :



Gambar 4.1 Bagan Alir Penelitian

#### 4.6 Teknik Analisis Data

Langkah – langkah dalam menganalisis data kualitatif antara lain :

1. Reduksi data dengan memilah dan merangkum catatan lapangan.

2. Kategorisasi dengan memberi label/kategori data-data.
3. Sintesisasi dengan mencari kaitan antara satu kategori dengan kategori lain
4. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis

Data partisipasi masyarakat melalui skala likert dianalisis rumus berikut:

$$Skor = \frac{n}{N} \times 100 \%$$

n = skor empirik (skor yang diperoleh)

N = skor maksimal

Klasifikasi tingkatan partisipasi masyarakat dalam ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Klasifikasi Tingkatan Partisipasi Masyarakat

No	Rentangan	Keterangan
1	81% - 100%	Sangat Tinggi
2	61% - 80%	Tinggi
3	41 % - 60 %	Sedang
4	≤ 40%	Rendah

THE  
Character Building  
UNIVERSITY

## BAB V

### HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

#### 5.1 Hasil Penelitian

Kecamatan Pangururan memiliki luas wilayah 121,43 km<sup>2</sup> dengan ibu kota kecamatan adalah Pangururan. Menurut persebaran penduduk tiap kecamatan, penduduk yang paling banyak adalah di Kecamatan Pangururan, yaitu 34.209 jiwa (25,07 % dari total jumlah penduduk Kabupaten Samosir) pada tahun 2020. Kecamatan ini juga tergolong paling padat dibandingkan kecamatan lain dengan kepadatan 281.72 jiwa/ km<sup>2</sup>. Kecamatan ini terdiri atas 28 desa/ kelurahan yang dapat diamati pada tabel berikut ini:

Tabel 5.1 Desa dan Kelurahan di Kecamatan Pangururan

No	Nama Desa/ Kelurahan	Luas Area (km <sup>2</sup> )
1	Desa Rianiate	6,75
2	Desa Parmonangan	3,00
3	Desa Huta Namora	7,00
4	Kelurahan Pintu Sona	2,80
5	Desa Huta Tinggi	3,00
6	Desa Pardomuan I	2,50
7	Kelurahan Pasar Pangururan	0,50
8	Desa Tanjung Bunga	6,50
9	Desa Parlondut	1,50
10	Kelurahan Siogung-Ogung	7,55
11	Desa Parsaoran I	1,50
12	Desa Sait Nihuta	1,50
13	Desa Lumban Pinggol	1,50
14	Desa Sianting-anting	1,80
15	Desa Aek Nauli	5,36
16	Desa Pardugul	5,44
17	Desa Panampangan	2,56
18	Desa Sitolu Huta	0,80
19	Desa Sinabulan	1,23
20	Desa Siopat Sosor	1,00
21	Desa Huta Bolon	2,00
22	Desa Situngkir	2,00

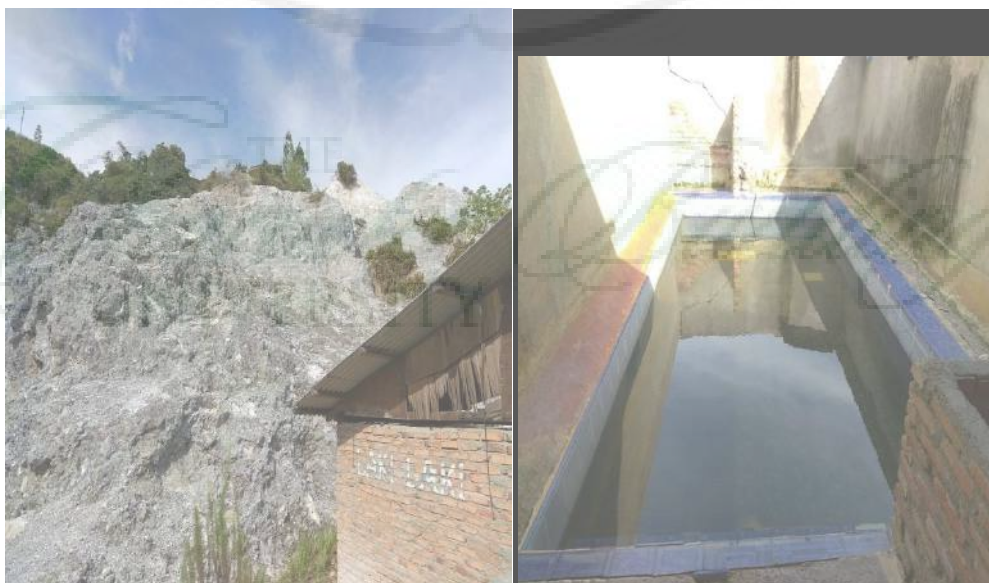
23	Desa Sialangan	2,00
24	Desa Parhorasan	15,4
25	Desa Pardomuan Nauli	9,50
26	Desa Lumban Suhi-Suhi Dolok	6,30
27	Desa Lumban Suhi-Suhi Toruan	3,50
28	Desa Parbaba Dolok	20,5

Kecamatan Pangururan memiliki jumlah rumah makan/restoran sebanyak 253 unit. Terdapat 18 hotel melati (12 hotel melati kelas I, 4 hotel melati kelas II, 2 hotel melati kelas III) dengan 315 kamar. Objek wisata pada Kecamatan Pangururan dapat diamati pada tabel 5.2 berikut ini :

Tabel 5.2 Sebaran Objek Wisata di Kecamatan Pangururan

No	Nama Objek Wisata	Jenis Objek Wisata	No	Nama Objek Wisata	Jenis Objek Wisata
1	Komunitas Tenun Ulos Batak Huta Raja Lumban Suhi-Suhi	Sejarah dan Budaya	6	Monumen Perjuangan Liberty Malau	Budaya
2	Sopo Paromasan Di Desa Lumban Pinggol	Sejarah	7	Kawasan Tano Ponggol	Alam
3	Kawasan Pohon Baru Naibaho	Sejarah	8	Pantai Pasir Putih Parbaba	Alam
4	Kawasan Pohon Baru Sinaetang	Sejarah	9	Pemandian Air Panas	Alam
5	Museum Gereja Katolik Inkulturatif	Budaya	10	Pantai Indah Situngkir	Alam

Berikut ini beberapa dokumentasi objek wisata di Kecamatan Pangururan:



Gambar 5.1 Pemandian Air Panas Rianiate



Gambar 5.2 Desa Wisata Lumban Suhi







Gambar 5.3 Objek Wisata Pasir Putih Parbaba



Gambar 5.4 Objek Wisata Tanah Ponggol

THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY



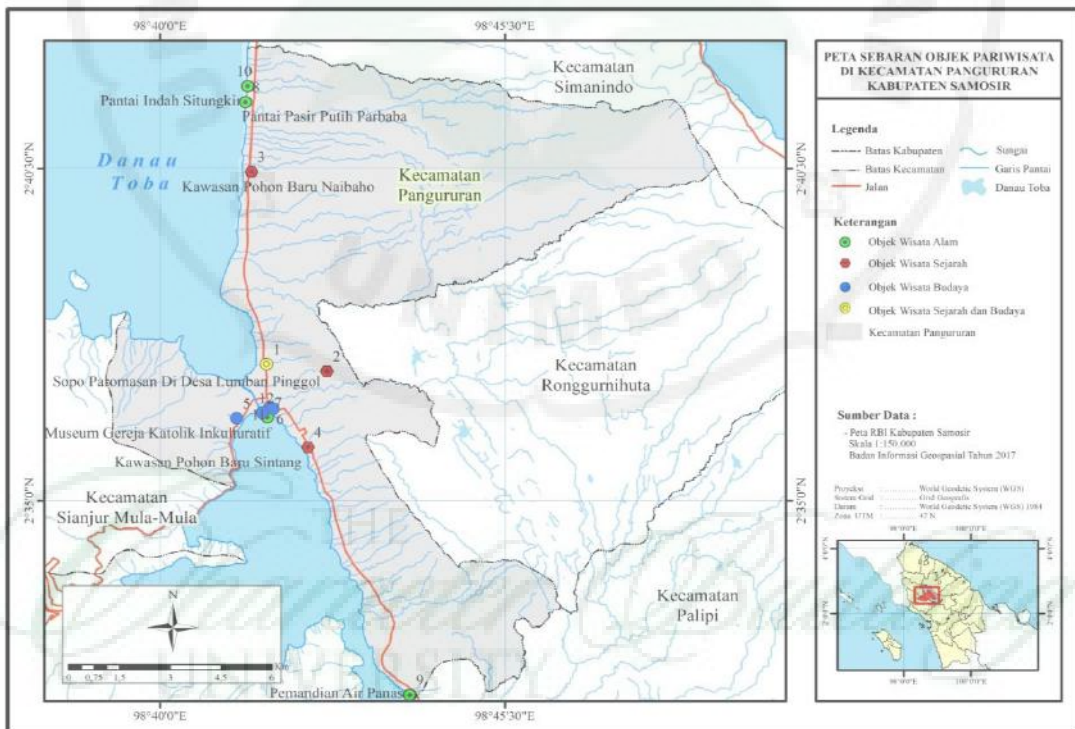
Gambar 5.5 Patung Liberty Malau



Gambar 5.6 Desa Huta Tinggi



Gambar 5.7 Tugu Raja Naiboho



Gambar 5.8 Peta Sebaran Objek Wisata di Kecamatan Pangururan

## 1) Evaluasi Digital Tourism di Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir

*Digital Tourism* merupakan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan daya guna dalam bidang pariwisata, memberikan berbagai jasa layanan pariwisata kepada *customers*, dan menjadikan penyelenggaraan pemasaran pariwisata lebih mudah diakses. Kabupaten Samosir sebagai salah satu target destinasi utama pariwisata Indonesia seharusnya juga sudah bertransformasi ke pariwisata berbasis digital atau *digital tourism*. Bentuk *digital tourism* yang diupayakan pemerintah setempat maupun Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir sudah mulai menjadi prioritas.. Kecamatan Pangururan yang menjadi focus penelitian ini, belum ditemukan bentuk promosi wisata yang dikelola secara digital. Informasi kepariwisataan di Kecamatan Pangururan masih dibawah naungan Kabupaten Samosir. Pengelolaan kepariwisataan masih berpusat pada Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir. Slogan kabupaten ini adalah Negeri Indah Kepingan Surga.

Berdasarkan pengumpulan berbagai informasi terkait bentuk *digital tourism* yang dikelola Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.3 Penilaian Platform Digital Tourism

No	Platform Digital Tourism	Desain dan Tampilan	Informasi	Interaktif
1	Website	Menarik	Jelas tapi tidak update	Kurang Interaktif, tidak tersedia chat online
2	Instagram	Menarik	Jelas dan update	Interaktif, tersedia chat online
3	Facebook	Menarik	Jelas dan update	Interaktif, tersedia chat online
4	Youtube	Menarik	Jelas tapi tidak update	Interaktif, tersedia chat online

Website atau situs merupakan kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. Website terdiri atas website statis dan website dinamis. Website statis adalah website yang mempunyai halaman konten yang tidak berubah-ubah. Website dinamis merupakan website yang secara struktur ditujukan untuk update content sesering mungkin.

Website terkait kepariwisataan di Kabupaten Samosir diantaranya:

- 1) Website resmi Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir dengan alamat <https://visitsamosir.com/>. Pada website ini tersedia menu home, profil, events, link, berita dan contact telepon. Berikut ini tampilan website Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir:



Gambar 5. 9 Tampilan Awal Website

Pada setiap menu berisi berbagai informasi kepariwisataan di Kabupaten Samosir. Menu link berisi informasi hotel, paket dan tempat wisata. Pada Link ini juga tersedia informasi profil hotel, daftar harga dan layanan booking hotel secara online. Menu events berisi informasi kegiatan pariwisata yang diselenggarakan bulanan, mingguan, harian. Namun ketika diklik tidak ada informasi terkait events. Pada upcoming events dan berita tidak update. Berita terakhir yang dirilis adalah berita tentang kunjungan Menparekraf Sandiaga Uno ke Desa Huta Tinggi tertanggal 10 November 2021. Selain itu ada berbagai fitur lainnya yang berisi informasi mengenai amenities link atau sarana pendukung pariwisata, informasi pariwisata dan objek wisata. Website juga dilengkapi contact berupa telepon dan layanan email akan tetapi tidak tersedia layanan chat online ataupun chat melalui aplikasi WhatsApp sehingga kurang interaktif.



Gambar 5. 10 Informasi Pada Website

2) Website pemerintah Kabupaten Samosir dengan alamat <https://samosirkab.go.id/pariwisata/>. Website ini merupakan website utama

dari pemerintah Kabupaten Samsir sehingga berisi berbagai informasi terkait profil kabupaten tersebut secara lengkap yang meliputi sejarah, logo, kondisi geografis, pemerintahan, politik, social budaya, perekonomian, sarana prasarana dan pariwisata. Berikut ini tampilan website pemerintah Kabupaten Samsir:



Gambar 5. 11 Tampilan Awal Website

Pada Menu sarana dan prasarana tersedia fitur hotel dan akomodasi, restoran dan rumah makan, souvenir shop dan money changer. Namun ketika diklik fitur hotel dan akomodasi, informasinya tidak ada/kosong. Pada fitur restoran dan rumah makan juga tidak ada informasi/kosong. Fitur souvenir shop hanya berisi "Toko souvenir terkonsentrasi disekitar Makam Raja Sidabutar Tomok, Kursi Batu Siallagan, sepanjang jalan Lingkar Tuktuk Siadong dan Pair Putih Parbaba. Tidak ada informasi jenis souvenir yang tersedia pada masing-masing destinasi. Sedangkan pada fitur money changer berisi informasi "money changer" tersebar di sekitar kawasan wisata Tuktuk Siadong Kecamatan Simanindo.



Gambar 5.12 Tampilan Awal Website

Pada web ini sudah tersedia layanan contact Humas bagi pengunjung yang membutuhkan informasi lanjut terkait Kabupaten Samsir. Akan tetapi hanya berupa kontak nomor telepon dan tidak ada layanan chat online. Kemudian pada menu pariwisata hanya tersedia peta Pariwisata Kabupaten Samsir sehingga informasinya terbatas. Peta Pariwisata itu adalah sebagai berikut:





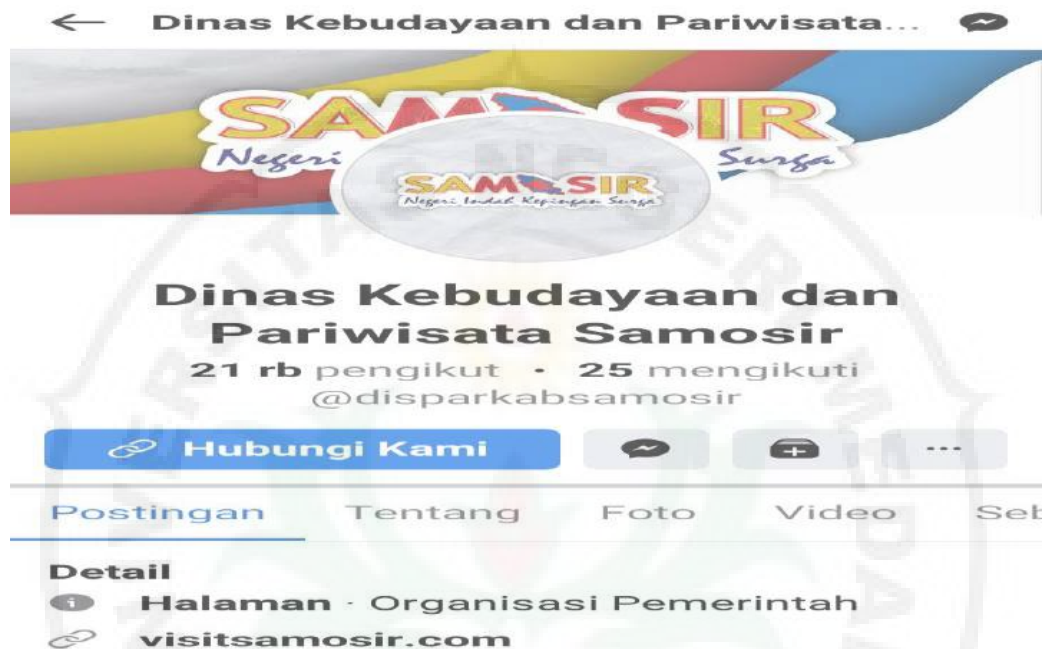


Gambar 5.13 Peta Pariwisata Kabupaten Samosir

### 3) Facebook

Facebook merupakan salah satu media social yang paling banyak digunakan di Indonesia. Pengguna facebook mencapai 81,3% berdasarkan data <https://dataindonesia.id>, 2022. Dengan demikian facebook menjadi sarana yang efektif dalam promosi wisata dan menjadi bagian dari digital tourism. Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir juga mempunyai akun facebook yang digunakan untuk memberikan informasi terkait pariwisata di Kabupaten Samosir. Semua events pariwisata terdokumentasi dalam akun facebook ini. Jumlah pengikut akun facebook ini cukup banyak yaitu mencapai 21 ribu

pengikut. Namun setiap postingan belum mendapatkan banyak respon dari pengunjung baik dalam bentuk like, comment ataupun share.



Gambar 5.14 Tampilan Profil Akun Facebook Disbudpar Samosir



Gambar 5. 15 Postingan Akun Facebook Disbudpar Samosir



## Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Samosir

4 hari · 🌐

Horas Sobat Wisata...

Ada rencana berwisata ke Samosir? Ya harus adalah, karena Samosir akan menyuguhkan sejuta pengalaman wisata keren untuk Kamu.

... Lihat selengkapnya



Gambar 5. 16 Video Postingan Akun Facebook Disbudpar Samosir

#### 4) Instagram

Selain facebook, instagram juga media social yang efektif dalam promosi destinasi pariwisata. Platform ini juga mempunyai peminat yang banyak yaitu sekitar 84,8% berdasarkan <https://dataindonesia.id>, 2022. Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir juga mempunyai akun instagram. Informasi yang diberikan juga update dan sinkron dengan akun facebooknya. Pengikut akun instagram ini juga banyak yaitu 18,5 ribu pengikut dengan postingan sudah mencapai 1325. Namun sama halnya dengan akun facebook, akun instagram ini mendapatkan respon yang rendah dari pengikut.



Gambar 5. 17 Akun Instagram Disbudpar Samosir



Gambar 5. 18 Postingan Akun Instagram Disbudpar Samosir



disbudparsamosir

Ikuti



Gambar 5. 19 Kumpulan Postingan Akun Instagram Disbudpar Samosir



Gambar 5. 20 Kumpulan Postingan Akun Instagram Disbudpar Samosir

#### 5) Youtube

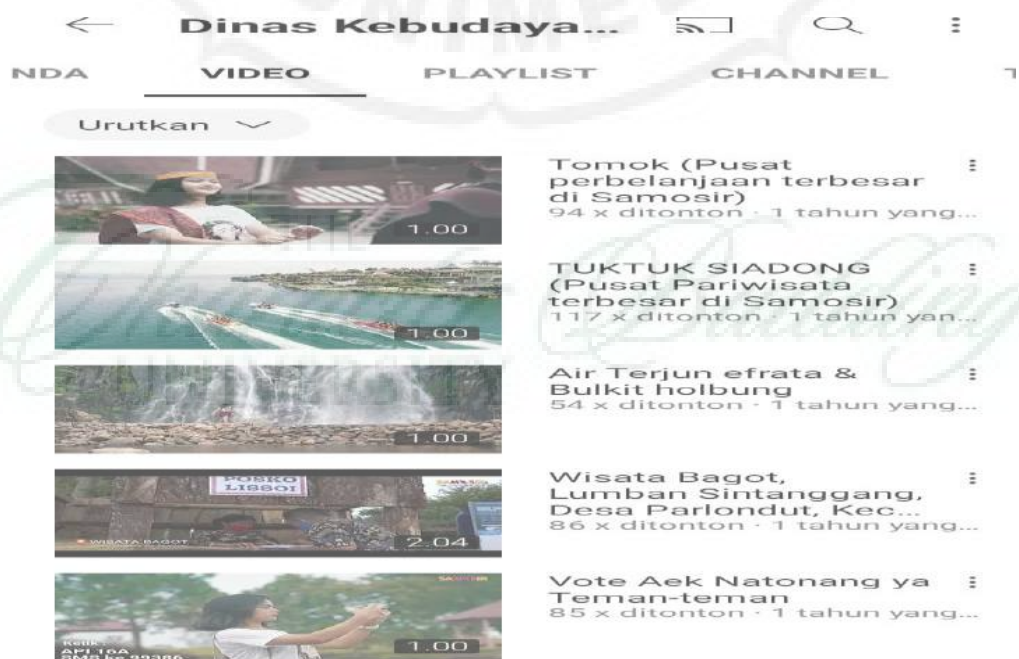
Youtube menjadi platform yang paling banyak digunakan di Indonesia untuk berbagai keperluan yaitu sekitar 94 % dari penduduk Indonesia. Terdapat dua channel youtube atas nama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Samosir serta channel atas nama Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Samosir.

Kedua channel ini postingannya masih sedikit dan tidak update. Berikut ini dokumentasi channel youtube resmi pemerintah terkait pariwisata di Kabupaten Samosir:



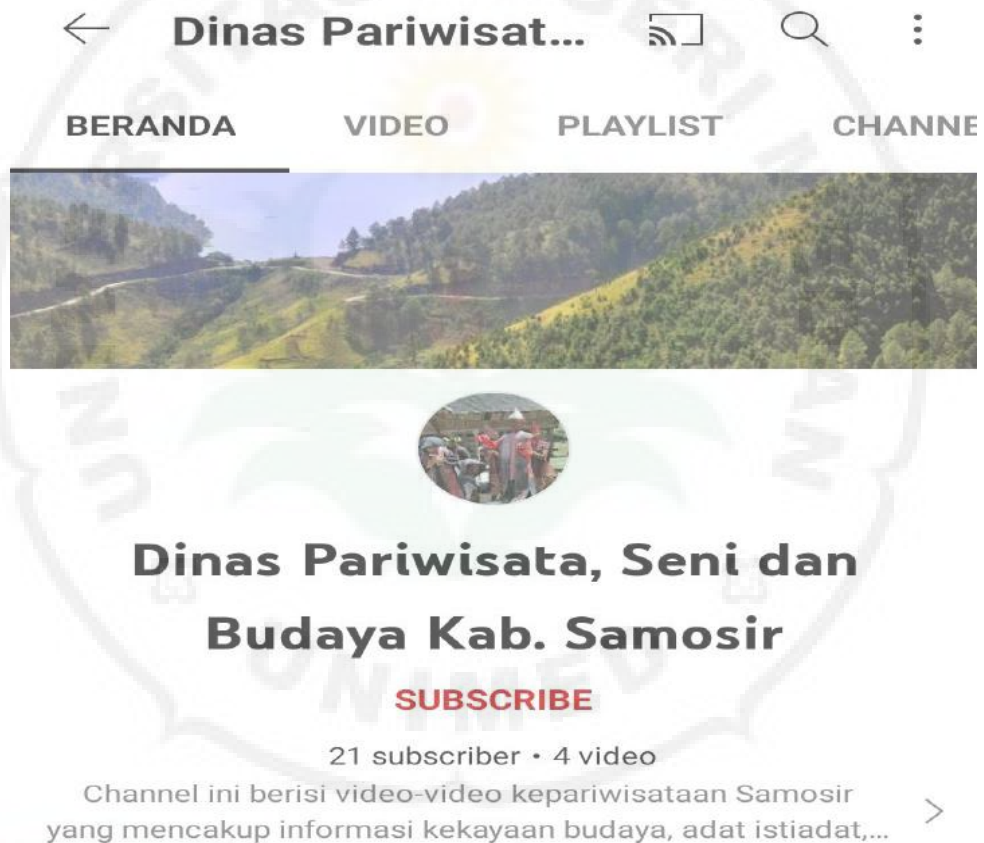
Gambar 5.21 Channel Youtube Disbudpar Samosir

Pada channel youtube ini terdapat 27 video yang diupload dan memiliki 123 subscriber. Namun video yang diupload sudah 1 tahun yang lalu dan tidak banyak ditonton.



Gambar 5. 22 Channel Youtube Disbudpar Samosir

Kemudian channel yang kedua hanya 4 video dan subscriber 21 serta video ini sudah lama yaitu 7 tahun yang lalu namun sudah banyak ditonton. Kemungkinan ini channel youtube lama Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Samosir sebelum beralih ke channel yang baru.



Gambar 5. 23 Channel Youtube Disparsebud Samosir



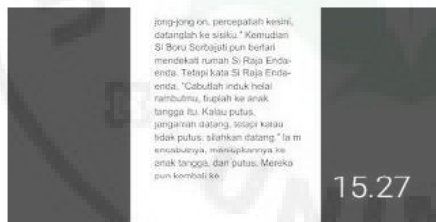
Urutkan ▾



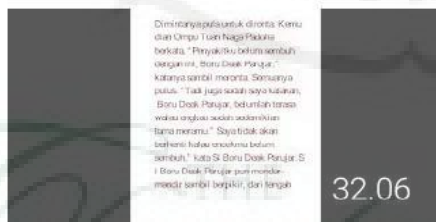
SAMOSIR JOURNEY :  
WAY TO EXPLORER  
1,4 rb x ditonton · 7 tahun y...



Visit Samosir 2014 :  
Samosir Calender Of  
Event 2014  
145 x ditonton · 7 tahun yan...



SEJARAH ASAL :  
MANUSIA VERSI  
SUKU BATAK  
1,9 rb x ditonton · 7 tahun y...



ASAL MULA :  
TERCIPTANYA BUMI  
VERSI SUKU BATAK  
5,4 rb x ditonton · 7 tahun y...

Gambar 5. 24 Channel Youtube Disparsebud Kabupaten Samosir

Pemerintah Kabupaten Samosir tanggal 5 Juli 2022 pada acara Tortor Digifest di Creative Hub Desa Situngkir memperoleh penghargaan *digital initiative award*. Hal ini menandakan kanal digital Samosir semakin berkembang untuk

berbagai sector termasuk untuk pariwisata. Salah satunya dalam digital payment dimana transaksi kepariwisataan dapat dilakukan secara digital sebagai bagian dari ekonomi kreatif.

## 2) Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Pangururan

Partisipasi masyarakat dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga aspek yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Hasil kuesioner pada masing masing aspek tersebut dapat dilihat pada tabel 5.3 berikut ini:

Tabel 5.3 Partisipasi Masyarakat Dalam Pariwisata Kecamatan Pangururan

No	Aspek	Persentase	Kategori
1	Perencanaan	58,75	Sedang
2.	Pelaksanaan	75,33	Tinggi
3.	Pemanfaatan hasil	62,50	Tinggi

Pada aspek perencanaan terbagi atas dua indikator yaitu keikutsertaan masyarakat dalam musyawarah perencanaan pengembangan pariwisata dan keikutsertaan dalam mengajukan pendapat. Nilai pada indicator pertama yaitu 59 % kategori sedang dan indicator kedua 58% juga pada kategori sedang. Artinya keterlibatan masyarakat dalam perencanaan pengembangan pariwisata dan keaktifan dalam mengemukakan ide-ide dan pendapat dinilai masih perlu ditingkatkan. Apalagi keparwisataan di Kecamatan Pangururan dikelola langsung oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir sehingga pada aspek ini keterlibatan/partisipasi juga tidak terlalu tinggi. Kebijakan perencanaan pengembangan pariwisata bersifat top down atau didominasi oleh Dinas Pariwisata. Sedangkan desa dan masyarakatnya tinggal menjalankan kebijakan dari atas tersebut.

Pada aspek pelaksanaan aktivitas pengelolaan dan pengembangan pariwisata berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan komitmen masyarakat untuk

ikut berpartisipasi dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata yang ada di daerahnya. Aspek ini memiliki 10 indikator dengan hasil kuesioner sebagai berikut:

Tabel 5. 4 Partisipasi Masyarakat Pada Aspek Pelaksanaan Pariwisata Kec. Pangururan

No	Indikator	Persentase	Kategori
1	Terdapat pertunjukan wisata oleh masyarakat lokal	70	Tinggi
2.	Masyarakat menyediakan fasilitas kenyamanan wisata	75	Tinggi
3.	Terdapat pemandu dari masyarakat	72	Tinggi
4	Pelaku wisata (petugas/tenaga) berasal dari masyarakat lokal	77	Tinggi
5	Terdapat penjual cinderamata, manik-manik, oleh oleh khas wisata setempat yang dibuat masyarakat lokal	67	Tinggi
6	Banyaknya masyarakat yang menjual makanan dan minuman dengan harga yang wajar dilingkungan wisata	73	Tinggi
7	Masyarakat turut serta dalam menjaga keamanan, kenyamanan, ketertiban dan kebersihan daerah wisata	80	Tinggi
8.	Masyarakat menunjukkan keramahannya terhadap wisatawan	84	Sangat Tinggi
9.	Masyarakat turut serta mempromosikan objek wisata	73	Tinggi
10	Nilai budaya masyarakat dapat menjadi daya tarik wisata	79	Tinggi

Berdasarkan tabel 5.4 persentase tertinggi terdapat pada indikator keramahtamahan yang ditunjukkan oleh masyarakat serta keikutsertaan dalam menjaga keamanan, kenyamanan, ketertiban dan kebersihan daerah wisata. Kedua indikator ini merupakan bagian dari sapta pesona. Hal ini merupakan nilai yang positif karena suatu obyek wisata tidak akan berkembang jika masyarakatnya tidak ramah apaagi tidak mau terlibat dalam keamanan, kenyamanan pengunjung, ketertiban dan kebersihan destinasi. Dengan demikian pengunjung memiliki kesan yang akan membawanya untuk datang kembali ke lokasi wisata.

Aspek ketiga yaitu pemanfaatan hasil pada kategori tinggi. Aspek ini terdiri atas 3 Indikator yaitu pariwisata menjadi lapangan pekerjaan bagi masyarakat,, menambah penghasilan masyarakat dan menurunkan kesenjangan social. Secara berturut-turut persentase pada indikator ini yaitu 65%, 65% dan 56%. Indikator pertama dan kedua pada kategori tinggi. Indikator ketiga pada kategori sedang. Dengan demikian pada aspek pemanfaatan hasil juga masih perlu ditingkatkan sehingga pariwisata benar-benar mampu meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi kesenjangan social ditengah masyarakat. Apalagi pada umumnya masyarakat yang terlibat langsung dan memperoleh manfaat dalam segi ekonomi hanya masyarakat sekitar obyek wisata, belum meluas ke masyarakat desa secara keseluruhan. Untuk itu, perlu dilakukan berbagai upaya agar masyarakat dapat manfaat yang seluas-luasnya dari sector pariwisata ini.

## **5.2 Luaran Yang Dicapai**

Adapun luaran yang dicapai adalah sebagai berikut:

1. Haki berupa hak cipta proposal penelitian dan produk penelitian
2. Manuscript publikasi jurnal internasional terindeks
3. Pemakalah Seminar Internasional FIS ICSSIS

## **BAB VI**

### **RENCANA SELANJUTNYA**

Adapun rencana selanjutnya dari penelitian ini adalah mencapai luaran penelitian baik berupa produk dan publikasi.



## **BAB VII**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah

1. Platform digital tourism pada Kecamatan Pangururan tergabung dalam platform yang digunakan Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Samosir berupa website, facebook, instagram dan youtube. Namun beberapa platform ini belum digunakan secara optimal karena masih kurang update seperti website dan youtube. Sedangkan facebook dan instagram sudah update akan tetapi belum mendapatkan banyak respon dari pengunjung dunia maya.
2. Partisipasi masyarakat pada aspek perencanaan, pelaksanaan dan pemanfaatan hasil dari sector pariwisata sudah pada kategori tinggi.

#### **Saran**

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Platform digital tourism pada pariwisata di Kabupaten Samosir perlu dioptimalkan pengelolaannya sehingga menjadi sarana promosi yang efektif.
2. Pemerintah perlu menerapkan kebijakan bottom up, sehingga ide ide dari masyarakat dapat menjadi landasan dalam pengembangan pariwisata daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Benyon, David., Quigley, Aaron., O’Keefe & Riva, Giuseppe. 2013. Presence and Digital Tourism. AI & Soc Springer-Verlag, London. DOI 10.1007/s00146-013-0493-8
- BPS Kabupaten Samosir. 2020. Samosir Dalam Angka 2020. Sumatera Utara.
- Dewi MHU. 2013. Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Kawistara*. <https://journal.ugm.ac.id/index.php/kawistara/article/viewFile/3976/3251>
- Dickinson JE, Ghali K, Cherrett T, Speed C, Davies N, Norgate S. 2014. Tourism and the smartphone app: capabilities, emerging practice and scope in the travel domain. *Current Issues in Tourism*.
- Fauziah, Nanda Rizky., Nasdian , Fredian Tonny. 2021. *The Relation between Community Participation and Digital Utilization in Tourism Village (Case: Jelok Tourism Village, Beji Village, Patuk Sub-district, Gunung Kidul District, Special Region of Yogyakarta)*. Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat , Vol. 05 (01) page 189
- Kementrian Pariwisata. 2020. Profil Kepariwisataaan Sumatera Utara. Jakarta
- Marysya P, Amanah S. 2018. Tingkat partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata berbasis potensi desa di Kampung Wisata Situ Gede Bogor. *JSKPM*. 2(1): 59-70. <http://ejournal.skpm.ipb.ac.id/index.php/jskpm/article/view/199>
- Noviyanti, S. 2014. E-Tourism: Bentuk Promosi Pariwisata Indonesia. Kompas Gramedia, Jakarta.
- Putra, Fajar Kusnadi Kusumah., Saepudin, Pudini., Adriansyah, Edwin., Adrian, I Gusti Agung Wahyu. 2018. *Digital Tourism: A Content Analysis of West Java Tourism Websites*. Journal of Indonesian Tourism and Development Studies. doi: 10.21776/ub.jitode.2018.006.02.02. <http://jitode.ub.ac.id>

Sugiharto, Delita., F & Sidauruk., T. 2018. Tingkat Kesiapan Masyarakat Lokal Terhadap Pengembangan Community Based Tourism (CBT) Di Kabupaten Samosir. *Jurnal Geografi* Vol 10 No.2 (157-163).

Watkins, M., Ziyadin, S., Imatayeva, A., Kurmangalieva, A., & Blembayeva, A. 2018. Digital tourism as a key factor in the development of the economy. *Economic Annals- XXI*,169(1-2), 40-45. <https://doi.org/10.21003/ea.V169-08>

Yoeti, Oka. A. 2015. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

