

**PEMANFAATAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI SEKTOR PARIWISATA KECAMATAN  
KUOK KABUPATEN KAMPAR, RIAU**

Chelsy Yesicha, Suyanto, Ismandianto, Hevi Susanti, Ikhma Zurani

Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Riau

\*chelsy.yesicha@lecturer.unri.ac.id

**ABSTRAK**

Revolusi komunikasi mengiringi industri pariwisata dapat selaras memanfaatkan strategi promosi melalui sarana digital demi kemudahan akses pemenuhan kebutuhan tersier manusia. Tim pengabdian membidik potensi wisata Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar layak untuk dikembangkan kearah digital dengan mengutamakan kesiapan Pokdarwis khususnya Desa Belimbing. Kabupaten Kampar merupakan salah satu kabupaten penyumbang utama potensi wisata di Riau. Metode yang digunakan adalah metode ceramah dan diskusi dengan mengundang masyarakat pemilik *home* industri kuliner dan terutama Pokdarwis. Kesiapan sumber daya manusia dan stimulasi dari terapan *e-tourism* saat ini ditawarkan agar potensi wisata memberikan efek positif yang menyatu dengan peluang kerja dan peningkatan ekonomi masyarakat tempatan. Kecanggihan aplikasi *augmented reality*, pembuatan akun media sosial, web desa, dan bekerjasama dengan aplikasi sejalan dengan industri pariwisata baik nasional maupun mancanegara. Tentu saja sinergi dan kontrol antara Pokdarwis, masyarakat dan aparatur desa perlu dijaga guna terpeliharanya kemandirian industri pariwisata desa meskipun demikian tetap diperlukan pendampingan bagi desa guna dalam menjalankan publikasi dan pengelolaan industri tersebut.

Kata kunci: Kemandirian, Desa, Kuok

**Abstract**

*The communication revolution accompanying the tourism industry can be aligned to utilize promotional strategies through digital means for easy access to fulfill human tertiary needs. The service team aimed at the tourism potential of Kuok Subdistrict, Kampar Regency, deserves to be developed digitally by prioritizing the readiness of pokdarwis, especially starfruit villages. Kampar Regency is one of the main contributors to tourism potential in Riau. The method used is the lecture and discussion method by inviting the culinary industry homeowner community and especially Pokdarwis. Readiness of human resources and stimulation of the current application of e-tourism is offered so that the tourism potential provides a positive effect that is integrated with employment opportunities and improving the economy of the local community. The sophistication of the augmented reality application, the creation of social media accounts, the village web, and collaboration with the application is in line with the national and international tourism industry. Of course the synergy and control between the Pokdarwis, the community and the village apparatus need to be*

*maintained in order to maintain the independence of the rural tourism industry, although such assistance is still needed for the village to run publication and management of the industry.*

*Keywords: Independence, Village, Kuok*

## **1. PENDAHULUAN**

Dunia pariwisata menjadi sektor yang dapat diandalkan sebagai pencetak devisa sehingga memiliki peluang besar agar terus diawasi dan dikembangkan. Sektor tersebut semakin dicari oleh masyarakat karena kebutuhan tersier berhubungan dengan pola kehidupan masyarakat modern, semakin tinggi ekonomi, pendidikan dan tingkat rutinitas pekerjaan maka tuntutan kebutuhan berwisata akan semakin besar.

Kawasan pedesaan merupakan salah satu sumber daya tarik wisata yang memanfaatkan kekhasan wilayah dengan bentang alam dan budaya asli. Wisata pedesaan dapat memiliki bentuk organisasi berupa desa wisata yang seluruh atraksi, amenitas, dan kelembagaan yang membawahnya berasal dari inisiatif warganya sendiri. Wisata pedesaan adalah bentuk dari wisata memorial, yaitu kegiatan untuk mengenang masa lalu meskipun dalam kenyataannya, wisata pedesaan condong kepada mengalihkan kegiatan wisatawan dari rutinitasnya sehari-hari atau semacam pelarian diri dari hiruk pikuknya kehidupan perkotaan.

Kabupaten Kampar merupakan salah satu kabupaten tertua yang dikukuhkan bersamaan dengan berdirinya Provinsi Riau. Kabupaten Kampar merupakan salah satu kabupaten penyumbang utama potensi wisata di Riau Kabupaten Kampar mulai menaikkan nama Riau dengan berbagai bentuk obyek wisata yang mereka miliki bahkan menjadi segmen liputan di berbagai media tv nasional. Kabupaten Kampar memiliki sebuah desa yang meninggalkan sejarah arsitektur yang masih menganut sistem adat yang menyerupai sistem adat Minangkabau di Kecamatan Kuok yaitu rumah adat lontiok. Masyarakat kampar bukanlah suku Minangkabau, akan tetapi mereka menyebut diri mereka sebagai orang ocu, yang terpisah secara adat dari kesukuan Minangkabau. Kekhasan adat Ocu ini didukung dengan berbagai sumber daya budaya yang menarik, selain rumah adat lontiok terdapat juga upacara adat, kesenian, hingga aktivitas khusus seperti balimau kasai dan perlombaan pacu tongkang yang menarik untuk dilihat atau diikuti. Potensi atraksi wisata lain, yaitu berupa kawasan agro jeruk dan jambu citra yang tersebar luas di desa ini. Eksistensi wisata desa ini ternyata kurang digaung, meski

Pokdarwis telah menyatakan di beberapa liputan di media daring bahwa mereka memiliki paket wisata namun setelah ditelusuri tidak ada informasi yang akurat atau lanjutan bagi calon wisatawan untuk mengunjungi kawasan Desa Kuok. Hal ini terindikasi adanya kemacetan informasi dan komunikasi dalam promosi potensi wisata yang terdapat di Kecamatan Kuok, Kabupaten Kampar.

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi seyogyanya berjalan seiring dengan meningkatkan interaktiviti antara pengelola pariwisata kepada konsumen agar lebih mudah di akses atau dikenal dengan istilah *e-tourism*. Di beberapa wilayah pengembangan pariwisata dengan menggunakan *e-tourism* ini memberikan dampak yang besar. Hal ini tentu harus didukung dengan kebijakan pemerintah, Pokdarwis diharapkan menjadi peran utama untuk dapat memanajerial komunikasi dalam penggunaan layanan informasi dan komunikasi dalam mengundang wisatawan untuk berkunjung.

Revolusi komunikasi yang mengiringi kemajuan teknologi komunikasi saat ini menuntun industri pariwisata dapat selaras memanfaatkan strategi promosi melalui sarana digital. Kemudahan akses dalam pariwisata adalah hal yang ditunggu guna mendukung pemenuhan kebutuhan tersier manusia Hal ini dapat kita sesuaikan dengan perilaku ketergantungan masyarakat akan *smartphone*. Dilansir dari [Databoks.katadata.co.id](http://Databoks.katadata.co.id) menunjukkan peningkatan penetrasi pengguna *smartphone* di Indonesia dari tahun 2017 hingga 2019. Berdasarkan data Statista diproyeksikan pengguna *smartphone* mencapai 28% dari total seluruh penduduk Indonesia tahun 2019 dan akan terus meningkat 2% setiap tahunnya. Angka ini akan merayap pelan hingga empat tahun ke depan yang diramal sekitar 33 % dari total penduduk Indonesia.(Nafi, 2019)

**Gambar 1**



Sumber : kata data, 2019

Melihat fenomena tersebut, sudah selayaknya penyelenggara industri pariwisata mulai melirik E-tourism untuk dijadikan ujung tombak dalam menangkap wisatawan secara menyeluruh baik luar negeri maupun dalam negeri. Wisatawan akan dapat dengan mudah mengatur pembiayaan berpariwisata dengan kepastian harga yang harus mereka persiapkan saat perjalanan wisata. Masyarakat sekarang ini cenderung lebih memilih mengunjungi wisata setelah melihat beberapa posting-an di media sosial yang menjadi "hitz" dan kekinian. Banyak tempat-tempat wisata yang sebelumnya belum terjamah, namun setelah beredar posting-an tempat tersebut menjadi nge-hitz. Hal ini dapat dijadikan sarana dalam mengembangkan potensi wisata pada tempat-tempat tersebut sehingga dapat menggerakkan perekonomian masyarakat daerah wisata setempat.

Sudah selayaknya pemerintah memberikan perhatian lebih untuk mengembangkan *e-tourism* sehingga dapat lebih menarik pengunjung lebih banyak. Dusun Pulau Belimbing Desa Kuok menjadi salah satu dusun di Kabupaten Kampar yang memiliki potensi wisata yang apabila publikasi dengan kemasan digital akan lebih menarik mampu meningkatkan kunjungan wisatawan sehingga diharapkan berimbas pada pendapatan masyarakat setempat. Pemerintah Kampar sudah aktif dengan membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di beberapa desa bahkan mulai menggarap publikasi potensi wisatanya melalui media sosial meskipun tidak terus menerus hingga terkesan kurang serius namun Pokdarwis desa tersebut menjadi desa yang paling siap diantara desa lain di Kecamatan Kuok.

Potensi daya tarik wisata yang ada di Kecamatan Kuok sangat tinggi dengan adanya rumah lontiok yang merupakan rumah adat khas Kabupaten Kampar. Rumah adat ini membawahi unsur-unsur budaya masyarakat Ocu sebagai penduduk asli Kampar. Tingkat kunjungan menuju destinasi wisata ini sudah mulai naik, tetapi masyarakat desa dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) belum mampu mengoptimalkan potensi-potensi perekonomian yang bersumber dari kegiatan pariwisata tersebut. Potensi yang ada di dalam kawasan Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar sangatlah layak untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata pedesaan.

Dalam artikel ini tim mencoba menyampaikan kegiatan dalam memberdayakan masyarakat desa di Kecamatan Kuok karena tim percaya bahwa kemajuan pembangunan suatu negara idealnya juga tercermin pada kemajuan suatu desa. Dalam konteks peningkatan kesejahteraan masyarakat dimasa modernisasi saat ini, kemampuan desa dalam menggali dan mengembangkan potensi wilayahnya tentunya akan menjadi sorotan

juga. Kemampuan seperti ini dianggap penting dalam rangka untuk menumbuhkan kembangkan kreatifitas dan perekonomian masyarakat desa tersebut.(Yesicha, 2018)

### **Gambar 2.**

#### **Potensi Wisata di Kecamatan Kuok**



Promosi merupakan variabel kunci dalam rencana strategi pemasaran dan dapat dipandang sebagai unsur untuk menciptakan kesempatan menguasai pasar. Unsur promosi idealnya dirancang oleh lingkungan masyarakat mengutamakan keadaan atau kondisi sesuai permintaan wisatawan sehingga promosi menjadi katalisator dalam pemasaran dan kekuatan yang tidak terawasi namun wajib diperhitungkan, maka promosi digunakan untuk mengganti permintaan dan mempercepat proses keputusan dalam melakukan perjalanan wisata (Yoeti, 2005).

Promosi dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan satu produk agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli sehingga promosi harus dipublikasikan. Tujuan tersebut dapat berupa, informasi, mempengaruhi, membujuk atau bahkan sekedar mengingatkan saja. Tak dapat dipungkiri terdapat hubungan masyarakat dan publisitas yang saat ini dinilai penting dimana perilaku bermedia sosial masyarakat yang selalu terstimulasi dalam bentuk massa, kebutuhan produk, servis atau permintaan informasi dan sebaliknya dalam menyampaikan informasi membuka peluang mereka dalam upaya presentasi diri. Morisson (2010:29) menyampaikan, publisitas merupakan tanggapan positif secara lebih luas dari masyarakat atau publikasi yang disebarluaskan melalui berbagai media tentang aktivitas dan kegiatan perusahaan yang pantas diketahui oleh publik.

Magnet hubungan masyarakat dengan publisitas didasarkan pada tiga sifat yaitu: a).

Kredibilitas tinggi : informasi dan gambar yang otentik dan dapat dipercaya. b) Kemampuan menjangkau pembeli: hubungan penyelenggara dapat menjangkau calon wisatawan namun tetap menghindari kesan bisnis dan iklan. Pesan yang dikemas lebih bersifat informatif, bebas dari tujuan penjualan. c) Dramatisasi layaknya iklan, kemampuan mendramatisasi suatu perusahaan, jasa atau produk.

Hubungan diatas memberikan peluang solusi promosi yang selaras pengembangan pariwisata sehingga bisa diakses kapan, dimana, serta oleh siapa saja. Peluang yang memberikan manfaat secara tidak langsung dalam sektor pariwisata dapat disebut dengan e-tourism. E-tourism sebuah usaha penyelenggaraan pemasaran pariwisata yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, mengutamakan tourism dan bisnis dalam menawarkan jasa layanan pariwisata kepada wisatawan secara *online*. E-tourism memiliki prinsip selaras dalam memanfaatkan teknologi untuk peningkatan pembangunan pariwisata tetapi segala sesuatunya diperlukan optimalisasi keterlibatan pemerintah dalam program.

Pada saat perjalanan wisata dimulai pada umumnya hanyalah membeli informasi di komputer melalui *reservation system*-nya, yang dibeli oleh wisatawan hanyalah “hak” untuk suatu produk, jasa penerbangan ataupun hotel. Maka kebutuhan dalam melakukan perjalanan wisata sangat mudah tanpa melalui birokrasi yang berbelit. Kemudahan akses menjadi hal yang sangat penting dalam pariwisata era ini, *if you are not online, then you are not on-sale. If your destination is not on the Web then it may well be ignored by the millions of people who now have access to the internet and who expect that every destination will have a comprehensive presence on the Web. The Web is the new destination marketing battleground and if you are not in there fighting then you cannot expect to win the battle for tourist dollars.*” (Susanto, 2004)

Dalam penyusunan sistem *e-tourism* dibutuhkan 3 tingkatan yaitu : 1) Bagian koleksi data, dengan tujuan utama melakukan standarisasi dan konsolidasi elemen-elemen seperti hotel, tempat rekreasi, serta event-event penting yang bisa diakses oleh konsumen; 2) manajemen dan *follow-up*, mencakup merancang sistem dan menyusun berdasarkan bagian data standarisasi dan konsolidasi tahap pertama; 3) aplikasi atau penerapan sistem pemasaran, kemudahan penggunaan aplikasi dalam penyampaian dan penyebaran informasi kepada wisatawan.

Platform digital e-tourism menghubungkan seluruh *stakeholder* pariwisata dalam mempermudah proses perizinan berintegrasi dengan seluruh kegiatan pariwisata bagi wisatawan sekaligus mendukung program Pesona Indonesia. Pemerintah selaku stakeholder

sudah seharusnya mulai serius menggarap *e-tourism* agar kunjungan wisatawan dalam rangka tercapainya peningkatan devisa negara sesuai upaya pengoptimalan program kerja Nawacita. Optimalisasi potensi pariwisata tidak seharusnya terfokus dari segi akses, lokasi maupun objek wisata namun juga harus diikuti dengan pembenahan fasilitas dan sarana teknologi internet agar digitalisasi promosi benar-benar dapat terrealisasi dengan baik.

Penggunaan *augmented reality* (arthur) sebagai pengkombinasian dunia maya dan nyata dalam industri pariwisata dengan menghadirkan *Virtual Reality (VR)*. Konsep AR dasarnya membawa dunia maya ke dunia nyata, kebalikan dari VR yang membawa dunia maya ke dalam dunia nyata. Belakangan ini arthur telah memasuki beberapa aspek kehidupan misalnya *e-commerce*, pemasaran, hiburan juga aspek pariwisata. Penggunaan *Augmented Reality* dapat meningkatkan minat masyarakat karena termasuk dalam media mobile marketing yang sangat ampuh untuk memikat minat masyarakat, seperti yang dikatakan Rohmetal (dalam Utama, 2017) bahwa *mobile marketing* mempunyai potensi tinggi untuk memikat minat pengguna, karena Arthur memungkinkan pengguna berinteraksi dalam semua konteks kehidupan sehari-hari.

## **2. MASALAH**

Ketidakmampuan untuk memperkenalkan dan memasarkan produk wisatanya kepada calon wisatawan dikarenakan rendahnya pengetahuan di bidang pariwisata dan pemasaran, masyarakat kesulitan untuk mengakses sumber daya-sumber daya pemasaran, seperti jejaring media sosial dan alat bantu pemasaran manual, sebab keterbatasan akses internet, kemampuan menggunakan dan memiliki alat komunikasi berteknologi tinggi. Sehingga tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mensosialisasikan bentuk-bentuk *e-tourism* dan persiapan masyarakat dalam pengelolaan *e-tourism* sebagai destinasi wisata di Kecamatan Kuok. Ini menjadi alasan penulis lebih memfokuskan pembahas pada desa tersebut.

## **3. METODE**

Tim pengabdian menerapkan metode ceramah dilakukan dengan media visual LCD *power point* tentang pengenalan teknologi informasi yang dapat digunakan dalam sector wisata dan menanamkan pemahaman kemudahan dalam pengelolaan publikasi wisata didaerah tersebut. Kegiatan sosialisasi diberikan kepada camat dan lurah / kepala desa se-Kecamatan, tokoh masyarakat, tokoh adat, Lembaga Swadaya, masyarakat pemilik *home*

industry/kuliner dan yang terutama Pokdarwis. Metode diskusi dalam kegiatan digunakan untuk menggali lebih jauh tentang keingintahuan masyarakat lokal dan aparat desa membahas materi pemanfaatan teknologi guna memperkenalkan potensi desa dikaitkan ciri khas desa yang akan dimunculkan dalam mendukung pengembangan desa wisata. Diskusi akan mengembangkan kompetensi interaksi dan komunikasi efektif dalam menyatukan pendapat. Masyarakat, Pokdarwis, masyarakat pengusaha *home industry*. Metode tersebut dipilih saat menyampaikan konsep-konsep penting dan contoh penggunaan teknologi agar mudah dimengerti peserta penyuluhan. Metode ceramah digunakan dengan pertimbangan seksama tim agar dapat dikombinasikan dengan gambar dan animasi sehingga materi yang relatif banyak menjadi padat, cepat dan mudah dipahami.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Gambaran Umum Masyarakat Sasaran**

Desa Kuok secara administratif berbatasan langsung dengan Desa Empat Balai Kecamatan Kuok di sebelah utara, Desa Bukit Melintang Kecamatan Kuok di sebelah selatan, Desa Pulau Terap/Desa Lereng Kecamatan Kuok di sebelah barat, dan Desa Titian Toghe/Desa Ganting Kecamatan Salo di sebelah timur. Lokasi strategis terlihat dari keberadaannya di pinggir jalan raya yang menghubungkan Pekanbaru menuju provinsi Sumatera Barat. Selain itu, lokasinya sangat dekat dengan pusat kota Kabupaten Kampar, yaitu 10 km. Sedangkan dari Pekanbaru, Desa Kuok dapat dicapai dengan perjalanan sejauh 75 km. Tambahan pula, desa ini merupakan ibukota Kecamatan Kuok. (Sulistiyani, 2017)

Dusun Pulau Belimbing merupakan kawasan permukiman subur di tepian sungai Kampar. Kawasan ini merupakan wilayah lahan pertanian. Masyarakat menggunakan lahan mereka untuk bercocok tanam. Penggunaan lahan di desa ini terbagi menjadi 770 ha lahan sawah, 500 ha lahan ladang, 920 ha lahan perkebunan, 35 ha lahan peternakan. Komoditas unggulan yang dihasilkan berupa karet, padi dan jeruk. Adapaun komoditas unggulan berdasarkan nilai ekonomi terbanyak dihasilkan oleh perkebunan karet dan jeruk khas dari wilayah ini, atau yang lebih dikenal sebagai Jeruk Kuok.

Dusun Pulau Belimbing dalam beberapa tahun terakhir terkenal sebagai kawasan desa wisata. Wilayah Kuok dikenal sebagai penghasil jeruk kuok yang manis dan berkualitas baik. Namun sayangnya, kualitas baik ini tidak diimbangi dengan kemampuannya menembus pasar retail besar, seperti pasar modern dan supermarket. Ciri khas jeruk kuok adalah berwarna

hijau tua dengan sedikit semburat kuning, berbiji besar, buahnya besar, dengan kandungan air yang banyak di dalamnya. Selain itu, terdapat varian tanaman agro baru yang mulai dikenalkan kepada wisatawan, yaitu varietas jambu citra. Jambu jenis ini memiliki kulit buah tipis berwarna hijau muda, bentuk buah yang besar dengan daging buah tebal, dan biji yang sangat kecil. Beberapa pokok jambu citra bahkan mampu menghasilkan buah tanpa biji. Kebanyakan warga masih memasarkan produk pertanian ini secara manual, yaitu dengan pemasaran langsung di tepi jalan. Itu sebabnya ketika wisatawan memasuki kawasan Pulau Belimbing, mereka akan disambut dengan lapak-lapak berhias buah jeruk dan jambu yang tergantung di atapnya. Hal ini merupakan ciri khas yang mudah dikenali wisatawan akan Pulau Belimbing.

Lokasi Pulau Belimbing tepat berada di bawah bendungan PLTA Koto Panjang yang sangat potensial untuk budidaya perikanan. Aliran airnya memiliki variasi kedalaman antara 50—300 cm di beberapa sisi. Masyarakat banyak memanfaatkan aliran sungai ini untuk lokasi membuat karamba ikan. Jenis ikan yang dipelihara adalah nila dan patin.

Selain itu, nelayan juga mencari jenis ikan air tawar liar di sungai lainnya seperti lele, ikan baung, ikan silais, dan ikan pantau. Ikan pantau sendiri dikenal karena kelezatannya, sehingga banyak dicari pengunjung sebagai oleh-oleh khas Kampar. Sedangkan untuk khas Kuok, wisatawan akan menemukan olahan ikan kapiék dengan duri lunak atau dicabut dalam varian menu ikan bakar/gulai. Selain itu, menu masakan ikan yang khas lainnya adalah ompok, yaitu semacam gulai ikan tanpa kuah (gulai kering) berbahan baku ikan baung ataupun patin.

### **Potensi Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat**

Secara demografis, masyarakat Kecamatan Kuok mayoritas bekerja sebagai petani, yaitu sejumlah 908 orang, pedagang sejumlah 808 orang, dan sedikit nelayan yaitu 20 orang. Selain itu, sebagai akibat kedekatannya dengan pusat kota, kebanyakan warga juga bekerja sebagai karyawan swasta, PNS, maupun TNI/Polri sebanyak 770. Jenis komoditi utama pertanian dalam Profil Desa Kuok Tahun 2016 adalah karet dan jeruk adapun untuk tanaman pangan, padi sawah dan jagung menjadi tumpuan masyarakat Desa Kuok di lahan basahnya. Sehingga potensi wisata menjadi peluang lahan pekerjaan yang potensial bagi masyarakat apalagi jika dikelola secara mandiri.

Fenomena digitalisasi bukanlah yang baru namun perlu pendampingan khusus dan

sosialisasi dalam pengemasan produk tentunya untuk memperkenalkan dan mempromosikan pariwisata ke berbagai negara tentu saja hal ini menjadi upaya pengembangan pariwisata nasional berbasis teknologi informasi. Segegap potensi wisata telah ditawarkan oleh berbagai aplikasi yang tersebar namun diperlukan pengelolaan secara khusus bagi masyarakat desa agar lebih terarah selain menciptakan peluang pekerjaan dan peningkatan penghasilan untuk itu sarana dan prasarana pendukung, kemudahan akses dan transportasi harus lah tersaji dalam satu paket wisata dan ditawarkan sesuai biaya, rute, jarak serta hal khusus yang dikondisikan dengan objek wisata di masing-masing daerah. Informasi yang dikemas tidak sekedar jumlah maupun jenis objek wisata yang ada, konten visualisasi objek dan fasilitas menjadi satu factor penting yang dapat dimanfaatkan oleh penyelenggara sehingga informasi yang sampai pada wisatawan semakin menarik dan jelas dalam menentukan destinasi tujuan wisatanya. Jika hal tersebut berupa event wisata maka jadwal kegiatan wisata harus ditampilkan dalam bentuk kalender, tawaran paket wisata yang dipilih kesesuaian waktu yang diperlukan hingga biaya yang menjadi modal yang akan digunakan serta kemudahan transaksi lainnya.

Dengan pemanfaatan teknologi informasi sector pariwisata, *e-tourism* lebih difokuskan pada sistem *online booking*. Penerapan *e-tourism* melalui aplikasi dengan menawarkan objek wisata serta paket wisata lengkap dengan fasilitas pendukung lainnya melalui website pariwisata bersifat interaktif wisatawan yang memerlukan informasi. Konten dan tampilan menarik lengkap dengan informasi yang akurat dan senantiasa terbaru menjadi faktor utama daya tarik dan meningkatkan kepercayaan bagi wisatawan untuk selalu mengakses website mengenai objek wisata yang dihadirkan. Pihak pengelola sebagai penyedia informasi harus memiliki kemampuan dan kemampuan dalam berinteraksi karena ia merupakan kunci operator pariwisata mulai dari mengakses kebutuhan penginapan, tiket perjalanan, tiket pertunjukan dan segala kebutuhan informasi pariwisata lainnya agar efektif dan efisien.

Beberapa kendala yang ditemukan di lapangan disampaikan oleh wakil sekretaris Pokdarwis desa Pulau Belimbing, Syamsulrizal. Desa Pulau belimbing menjadi Pokdarwis yang paling aktif di kecamatan kuok, Kabupaten Kampar. Bahkan masih ada desa di kecamatan tersebut yang belum memiliki Pokdarwis. Kabupaten kampar menjadi penyumbang utama pariwisata Riau keindahan alam dan budaya sejarahnya sudah dilirik bahkan menjadi sasaran liputan media nasional. Bahkan kabupaten kampar sendiri sudah ada

infrastruktur sudah baik. Publikasi kampar di media sosial oleh Pokdarwis desa Pulau Belimbing juga sudah banyak melalui Youtube, IG dan facebook. Namun publikasi tersebut tidaklah secara *continue* dan hanya diisi dengan beberapa *posting* yang bersumber dari admin sendiri. Hal lain yang menjadi lemahnya motivasi Pokdarwis salah kurangnya kepercayaan diri masyarakat setempat akan potensi yang mereka miliki, rasa malu membuat mereka enggan bergerak dalam promosi, hal tersebut justru disampaikan Kasmir tokoh adat setempat.

Pokdarwis mengakui bahwa mereka telah mengandeng beberapa masyarakat yang rumahnya bersedia untuk dijadikan *homestay* bagi wisatawan namun belum agresifnya penawaran paket wisata tersebut membuat belum adanya wisatawan yang tertarik untuk datang dan menginap. Hal ini juga didukung dengan sifat malu dari masyarakat setempat yang akhirnya menerima semua apa adanya. Kasmir juga menyampaikan 5 dari 9 desa yang ada di Kuok merupakan punya potensi wisata, sehingga meminta pengaraian dari pihak universitas Riau. Dengan perlunya dokumentasi sejarah masing masing wisata yang terdapat di Kec. Kuok. Misalnya, potensi wisata yang perlu dikembangkan di Desa Pulau Belimbing dengan menghidupkan kembali paket wisata yang sebelumnya pernah berjalan di Desa Belimbing. Paket tersebut berdurasi satu atau dua hari di Desa Pulau Belimbing, (Sulistyani, 2017) meliputi acara: (1) Paket *menggelek tobu* (menggiling tebu) untuk dibikin manisan. Satu orang Rp.15.000,- kalau satu keluarga Rp.150.000,- (2) Paket makan *bejambau* satu hidangan Rp.150.000,- untuk lima orang. Makanan terdiri dari kapiék tidak bertulang, asam pedas patin, dengan sayuran yang oleh masyarakat setempat dinamakan gegabu. Ditambah dengan sambal belacan. (3) Paket satu hari di pulau Belimbing. Tergantung jumlah pengunjung. Ditargetkan 151 orang, minimal 30 orang. (4) Paket bagolek godang (pesta pernikahan). Paket ini berkisar Rp.8.000.000,- untuk satu hari.

### **Solusi Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat**

Publisitas merupakan tanggapan positif secara lebih luas dari masyarakat atau publikasi yang disebarluaskan melalui berbagai media tentang aktivitas dan kegiatan perusahaan yang pantas diketahui oleh publik. (Morissan 2010:29) Pemanfaatan media sosial menjadi bagian dalam teknologi informasi dalam menyimpan data menggunakan # dalam akun dikoneksikan dengan akun milik dari penyelenggara industry pariwisata desa setempat. Hal ini juga akan memudahkan mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, agar cara untuk menghasilkan informasi positif dan berkualitas menjadi relevan bagi

wisatawan karena menjadi review pengguna dan bagi penyelenggara hal ini menjadi sesuatu yang menguntungkan karena informasi lebih relevan, akurat sesuai dengan waktu.

Semakin kesini dunia pariwisata semakin banyak diminati, dan tidak dapat dipungkiri bahwa pariwisata adalah salah satu penggerak perekonomian terbesar di Indonesia. Dalam mempersiapkan pariwisata, kita membutuhkan sarana lain yang mendukung diantaranya akomodasi, restoran, dan fasilitas penunjang lainnya. Untuk itu tenaga kerja akan terserap guna menunjang berbagai macam kebutuhan hidup layanan yang diperlukan oleh wisatawan. Peluang muncul berbagai kios perbelanjaan, oleh-oleh dan kuliner khas daerah setempat menjadi poin penting dalam menghidupkan kesejahteraan masyarakat setempat, rantai ekonomi dari aktivitas pariwisata semakin berkembang bersifat *multilier effect*. Selain memperkenalkan daerah sendiri, wisata juga akan meningkatkan ekonomi masyarakat. Jadi, sebaiknya masyarakat sendiri yang mengelola wisata tentunya perlu penanaman sadar wisata pada masyarakat setempat.

Meski tak dapat dipungkiri akan ditemui kendala dan penghambat dalam menyukseskan tujuan tersebut. Kendala yang muncul pada awal ialah pengetahuan masyarakat akan teknologi informasi dan pengaplikasian teknologi tersebut yang belum menyeluruh, dan pengelolaan program kerja pokdarwis justru terkesan tidak maksimal atau bisa dikatakan *vakum* karena belum tertata dengan baik. Untuk menyokong perkembangan di bidang pariwisata maka mendorong Pemerintah kecamatan Kuok untuk menjadikan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Belimbing sebagai bagian dari percontohan bagi desa yang lain.

1. Masyarakat berkoordinasi dengan pemerintah untuk mengelola pariwisata selain mendorong aparatur desa untuk membuat akun resmi pemerintah seperti web [desabelimbing.id](http://desabelimbing.id) yang dapat di link dengan web penyelenggara sekaligus promosi wisata desa. Perlu adanya peningkatan kepercayaan diri dan menanamkan keyakinan kepada masyarakat dengan melaksanakan pendampingan dengan pihak Universitas Riau tim peneliti dan pengabdian. Ubah *mindset* masyarakat agar tidak malu lagi untuk memperkenalkan atau mempromosikan tempat wisata mereka. Kalau memang usaha wisata berhasil, yang lain juga akan ikut. Jadi, rasa malu itu akan berubah jadi rasa mau.
2. Pokdarwis harus dibentuk tiap desa terutama yang memiliki potensi wisata dan harus lebih agresif dalam memasarkan paket wisata dengan: Bekerjasama/*join* dengan aplikasi

traveloka, booking.id, tripadvisor, dll. Solusi lainnya, Pokdarwis Pulau Belimbing segera menyukseskan promosi paket wisata, menyiapkan *spot* foto untuk wisatawan mengabadikan moment wisatanya dan menyiapkan *homestay*. Hal ini akan memberikan motivasi dan meningkatkan kepercayaan diri masyarakat. Keuntungan lainnya tidak lain meningkatkan ekonomi masyarakat tempatan.

3. Pokdarwis harus memiliki satu anggota yang bertugas sebagai pengelola beberapa akun website dan media social agar *marketing online* dan informasi selalu diperbaharui. Ia juga bertindak sebagai pengontrol postingan media sosial sehingga dapat melakukan penawaran melalui secara terus menerus. Sebaiknya strategi ini melibatkan anak muda yang dikenal dengan kaum milenial.
4. Membuat publikasi menarik dengan menggunakan Artur sehingga dapat membuat calon wisatawan penasaran. Metode atau alat promosi destinasi atau apapun, saat ini yang paling banyak digunakan adalah media sosial.
5. Teknologi yang bisa digunakan untuk menarik minat wisatawan selain dengan promosi melalui gadget adalah menggunakan perangkat komputer atau PC yang terhubung dengan internet menampilkan pilihan tempat wisata kepada wisatawan dan ditampilkan dalam visual website, memberikan fasilitas monitor layar sentuh ditempat objek wisata untuk memberikan informasi kepada pengunjung atau wisatawan tentang tempat tersebut dalam bentuk visual (gambar, suara, maupun animasi) secara praktis dan menarik, juga menawarkan paket wisata dengan harga hemat bisa melalui teknologi media (seperti televisi, radio, videotron, dan lain sebagainya)". Kemudahan teknologi informasi dan komunikasi bagi calon turis umumnya ditawarkan dengan melihat informasi, membuka peta objek wisata, melihat objek wisata dengan 3D dengan maker.

Akhir-akhir ini trend wisata masyarakat berpindah dari dahulunya berwisata ketempat-tempat hiburan atau taman rekreasi sekarang masyarakat kebanyakan lebih suka berwisata ketempat yang banyak menyediakan spot-spot foto bagus. Dikarenakan bagi sebagian orang wisata ini sudah menjadi kebutuhan, di era teknologi informasi dan komunikasi ini orang lebih suka memamerkan foto-foto liburan yang bisa langsung diupload di media sosial mereka, dari pada itu masyarakat juga ingin merekam kenangan mereka kedalam bentuk visual.

Teknologi yang mungkin akan berkembang dimasa yang akan datang adalah

teknologi yang mampu memberikan informasi tentang apapun yang berada ditempat tersebut seperti nama tempat, nama gedung, alat navigasi, nama jalan, mentranslate bahasa dan lain sebagainya yang memudahkan wisatawan mengenal daerah tersebut. Teknologi ini hadir dalam bentuk mirip seperti kacamata, bedanya teknologi ini menggunakan koneksi internet yang akan langsung memberikan informasi tentang apa saja yang dilihat oleh wisatawan ditempat mereka berada.

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan ini, maka tim pengabdian mengajukan rekomendasi bahwa pelaksanaan program pembinaan peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam bidang teknologi informasi terutama yang berkaitan kepariwisataan lanjutan dari pihak pemerintah, akademisi, dan swasta lainnya. Tim juga mengajukan dukungan dan pendampingan dalam pengabdian masyarakat berkelanjutan di Kecamatan Kuok bagi para akademisi dan mahasiswa. Dengan demikian, sumbangan pemikiran baru tersebut tidak hanya akan terhenti sebagai wacana teoretis, tetapi mampu diaplikasikan dalam pembangunan kemasyarakatan secara luas.

## **5. KESIMPULAN**

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dapat dilakukan dengan sangat cepat, efisien dan akurat yang mampu *me-reduce* “*human error*” melalui aplikasi- android yang menyediakan informasi-informasi mengenai kepastian pemesanan kamar, pemesanan tiket transportasi, kepastian rekening tamu hotel, tempat-tempat wisata, dan masih banyak lagi. Informasi bisa didapat hanya dengan menjentikkan jari saja, hal ini tidak hanya memudahkan pengelola namun juga tamu yang akan berkunjung tingkat kepuasan dan saran juga *feedback* juga mudah kita dapatkan sebagai evaluasi melalui aplikasi tersebut. Kepuasan tamu akan menyebabkan tamu akan kembali lagi untuk berlibur.

Bentuk-bentuk *e-tourism* dalam memasarkan wisata di Kecamatan Kuok dengan mempersiapkan akun resmi desa baik menggunakan *desa.id*, aplikasi *smartphone*. Akun desa yang bersifat resmi juga berafiliasi dengan akun dan media sosial pokdarwis dan menyediakan arthur wisata dan kuliner sehingga menarik untuk dikunjungi. Mempersiapkan masyarakat dalam pengelolaan *e-tourism* sebagai destinasi wisata di Kecamatan Kuok, dengan menempatkan seorang milenial anggota Pokdarwis untuk mejadi pengelola akun media sosial agar efektif.

Menanamkan sadar wisata kepada masyarakat dan menyebarkan # pada IG atau @ pada facebook dengan tagline agar akun media sosial tidak hanya diisi oleh admin semata. Sehingga pendampingan dan pelatihan juga perlu dilakukan bagi masyarakat dalam pengelolaan promosi melalui teknologi tersebut dan menanamkan sadar wisata bagi masyarakat tempatan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Budiharjo. (2017). *Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Pariwisata : Analisis isi Laman Resmi Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau, Spirit Publik Volume 12*, Nomor 1
- Sulistiyani, Andri. (2017) Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat, *Pelatihan Strategi Branding Destinasi Wisata Pulau Belimbing Desa Kuok Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar*, FISIP UNRI.
- Utama, Aditya Yudha. (2017). *Penggunaan Augemented Reality sebagai Media Promosi Pariwisata di Kabupaten Karang Anyar*, Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yesicha, Chelsy. (2018) *Merangkai Desa Cagar Budaya Sentajo*, UR Press.
- Yoeti, Oka A. (2005). *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata, Jakarta ; PT. Pradnya Paramita.*
- Santosa, Setyanto P. (2002). *Pengetahuan Kepariwisataaan*, Bandung Alfabet.
- Morissan, AM. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta Penerbit Kencana.
- Fandi, Tjiptono dkk. (2002). *Strategi Pemasaran*, Cetakkan Keenam. Yogyakarta, Andi Offset.
- Hendriksen, Elden S. dan Michael F. Van Breda. (2000). *Accounting Theory. 5 edition* Herman Wibowo (Peterjemah) Interaksara. Jakarta.
- Nafi, Muhammad. (2019). *Penetrasi Smartphone terhadap Jumlah Penduduk Indonesia* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/05/penetrasi-smartphone-terhadap-jumlah-penduduk-indonesia>