

OPTIMALISASI LUBUK LARANGAN SEBAGAI DAYA TARIK WISATA MELALUI PROMOSI MEDIA SOSIAL DESA TAMBANGAN JAE

Enni Sari Siregar^{1*}, Nurintan Siregar², Nurliana Hutagalung³, Ainun Nisa Btr⁴

^{1 2 3 4}Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Mandailing Natal

Email: ennisari056@gmail.com *

ABSTRAK

Lubuk Larangan saat ini dijadikan sebagai salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi besar dan banyak pengunjung menganggapnya sebagai tempat wisata sekaligus lokasi pemeliharaan ikan. Melakukan promosi pariwisata melalui berbagai cara dan media, potensi destinasi wisata ini dapat dikembangkan lebih luas, guna membangun citra dan daya tarik wisata tersebut. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi wisata sangat efektif dalam menjangkau lebih banyak wisatawan. Kegiatan PKM ini bertujuan untuk memperkenalkan Lubuk Larangan melalui sosialisasi kepada masyarakat, khususnya anggota Karang Taruna Desa Tambangan Jae dan dilaksanakan di Lubuk Larangan. Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini melalui sosialisasi dan diskusi langsung dengan Karang Taruna. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa anggota Karang Taruna Desa Tambangan Jae mendapatkan pemahaman mengenai pentingnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan objek wisata agar lebih dikenal dan menarik lebih banyak pengunjung. Selanjutnya, peserta diajarkan untuk membuat konten menarik, seperti foto dan video, yang dapat dibagikan melalui berbagai media sosial yang digunakan.

Kata Kunci: *Daya tarik wisata, media sosial, promosi*

ABSTRACT

Lubuk Larangan is currently used as one of the tourist destinations that has great potential and many visitors consider it as a tourist spot as well as a fish farming location. By promoting tourism through various methods and media, the potential of this tourist destination can be developed more widely, in order to build the image and appeal of the tourist attraction. The use of social media as a means of tourism promotion is very effective in reaching more tourists. This community service activity aimed to introduce Lubuk Larangan through socialization to the community, especially members of the Karang Taruna of Tambangan Jae Village and was carried out in Lubuk Larangan. The method of implementing this community service activity is through socialization and direct discussion with Karang Taruna. The results of this activity showed that members of the Karang Taruna of Tambangan Jae Village gain an understanding of the importance of using social media as a means of promotion to introduce tourist attractions to make it better known and attract more visitors. Furthermore, participants are taught to create interesting content, such as photos and videos, which can be shared through various social media used.

Key Words: *Promotions, social media, tourist attractions*

PENDAHULUAN

Lubuk Larangan adalah salah satu praktik konservasi tradisional yang dilakukan masyarakat pada wilayah perairan tertentu, biasanya sungai atau kolam, yang "dilarang" atau dilindungi masyarakat untuk tidak dieksploitasi dalam jangka waktu tertentu.

Setelah jangka waktu larangan selesai, masyarakat diizinkan memanen ikan secara massal, yang bertujuan memberikan waktu dan ruang bagi ikan serta ekosistem disekitarnya untuk berkembang dan pulih secara alami. Lubuk Larangan dapat dijadikan sebagai destinasi wisata yang berpotensi besar, terlihat dari banyak pengunjung yang menganggap Lubuk Larangan sebagai tempat wisata dan pemeliharaan ikan. Hal ini juga didukung dengan peraturan daerah serta perlakuan kebijakan di masyarakat untuk menjaga kekayaan alam dan sumber plasma nutfah sebagai lokasi taman wisata (Turmuzi., dkk., 2022).

Desa Tambangan Jae adalah desa di Kec. Tambangan Kab. Mandailing Natal yang memiliki Lubuk Larangan, dengan eksistensi cukup besar dikalangan masyarakat Desa Tambangan Jae maupun desa sekitar. Hal ini berpotensi untuk kemajuan desa Tambangan Jae jika dikenal wisatawan. Dukungan pariwisata dapat meningkatkan citra destinasi dan daya tarik pariwisata. Permasalahan yang dihadapi mitra berkaitan dengan kurangnya eksposur, keterbatasan fasilitas informasi, dan manajemen destinasi wisata yang belum optimal. Destinasi Wisata Lubuk Larangan kurang dikenal karena tidak ada promosi yang efektif, bahkan informasi tentang daya tarik, keunikan, dan potensi wisata hanya tersebar dari mulut ke mulut. Mempromosikan pariwisata dengan berbagai cara dan media dapat memperluas potensi wisata dengan membangun *image* dan daya tarik wisata tersebut. Penggunaan media sosial dalam promosi wisata berupa konten pada *platform online* perlu dipertimbangkan. Selain itu, sosialisasi promosi terkait program dan destinasi pariwisata perlu dikembangkan secara berkelanjutan (Awza., dkk., 2023). Pengembangan potensi wisata harus didukung dari berbagai aspek, baik sumber daya wisata maupun SDM yang mengelola potensi wisata selanjutnya. Banyaknya potensi yang dapat dikembangkan, langkah awal yang dapat dilakukan adalah meningkatkan SDM (Ramadani ., dkk., 2023).

Konten budaya dan wisata di era digital dan globalisasi berperan penting dalam mempromosikan serta melestarikan warisan budaya daerah. Desa memiliki potensi besar dalam hal ini, namun belum tereksplorasi. Melibatkan generasi muda dalam penciptaan konten budaya dan wisata menjadi krusial. Perkembangan teknologi dan digitalisasi mengubah cara berinteraksi dan berkomunikasi (Pahlevi., dkk., 2024). Optimalisasi Lubuk Larangan sebagai daya tarik wisata melalui promosi media sosial menjadi meningkatkan popularitas dan daya tarik lokasi Lubuk Larangan, tidak hanya

sebagai kawasan konservasi tetapi destinasi ekowisata yang menarik bagi wisatawan. Media sosial bisa menjadi sarana efektif untuk mengenalkan keunikan, keindahan, serta nilai budaya dari Lubuk Larangan kepada khalayak luas, baik domestik maupun internasional. Purba (2022) menyatakan bahwa media sosial yang digunakan untuk promosi dan berbagi informasi secara digital merupakan produk dari perkembangan Teknologi, Informasi, dan Komunikasi (TIK) yang didukung dengan jaringan internet.

Media sosial menjadi alat promosi efektif dalam industri pariwisata. *Platform* seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube memungkinkan destinasi wisata menjangkau audiens lebih luas secara personal dan interaktif. Penggunaan media sosial dalam promosi dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi wisata. Keberhasilan promosi melalui media sosial bergantung pada strategi kontennya. Konten yang menarik, informatif, dan relevan dengan minat audiens dapat meningkatkan *engagement* dan interaksi dengan calon wisatawan (Wahdiniawati., Apriani., 2024). Fauziah, dkk. (2018) menjelaskan bahwa media sosial mampu menyebarkan informasi dengan cepat dan daya jangkauan yang luas dibandingkan media lain.

Langkah-langkah yang bisa diambil dalam optimalisasi ini seperti pembuatan konten visual dan informatif, menggunakan *platform* yang tepat, pemberdayaan *influencer* lokal atau wisata, mengadakan kampanye atau tantangan online, dan penyebaran informasi edukasi tentang konservasi dan budaya lokal. Strategi promosi berpindah menggunakan jaringan internet dengan alasan internet memiliki jangkauan luas, sehingga dapat menyebarkan informasi terkait barang yang ditawarkan secara cepat, mudah digunakan dan diakses siapa saja, kapan saja selama terhubung dengan jaringan internet, dan tidak mengeluarkan biaya besar, yang menguntungkan pemilik usaha dalam melakukan promosi (Ariyani., dkk., 2022). Adanya kemudahan dalam mengakses internet, membuat informasi tersebar luas dan cepat ke pengguna. Kemudahan ini ditambah dengan keunggulan internet yang dapat memberikan beragam informasi untuk pengguna secara khusus. Keunggulan internet dapat dimaksimalkan dengan penggunaan media sosial yang interaktif sehingga promosi menjadi lebih efektif (Gumi., Mahyun., 2021).

Potensi desa wisata harus dioptimalkan dengan persiapan berbagai faktor, seperti aksesibilitas, objek wisata menarik, partisipasi masyarakat, jaminan keamanan, akomodasi dan sarana telekomunikasi, suasana desa yang sejuk dan asri, serta integrasi tempat wisata. Perlu adanya frekuensi rutin terkait waktu dalam *upload* konten promosi dengan media sosial, karena jika tidak rutin melakukan *update* konten, berpengaruh pada keberhasilan promosi (Aprilina., Hanifa., 2024). Pemanfaatan *platform* media sosial, membuat destinasi wisata dapat memposting konten menarik yang menonjolkan keunikan tempat wisata, seperti foto dan video berkualitas tinggi, serta membagikan ulasan positif dari pengunjung sebelumnya. Strategi ini meningkatkan kesadaran masyarakat tentang destinasi dan menarik wisatawan untuk berkunjung (Dewi., dkk., 2023).

Optimalisasi Lubuk Larangan sebagai daya tarik wisata melalui media sosial berdampak positif, baik dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Adanya strategi promosi yang tepat, Lubuk Larangan dapat dikenal sebagai destinasi ekowisata yang tidak hanya menawarkan keindahan alam tetapi pengalaman budaya yang unik dan edukasi lingkungan. Melalui media sosial, daya tarik dan nilai Lubuk Larangan dapat tersebar luas, mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, serta melestarikan budaya dan lingkungan alamnya. Tujuan pelaksanaan kegiatan PKM ini untuk mensosialisasikan pengoptimalisasian Lubuk Larangan agar menjadi daya tarik wisata melalui promosi pada media sosial, sehingga berkembang dan berdampak positif terhadap pengembangan desa. Selain itu, kegiatan ini dapat meningkatkan keterlibatan dan keterampilan masyarakat setempat dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi objek wisata.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PKM ini dilakukan di Lubuk Larangan Desa Tambangan Jae, Mandailing Natal. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui sosialisasi dan pendampingan kepada masyarakat khususnya Karang Taruna Desa Tambangan Jae sebagai generasi muda yang mengikuti perkembangan teknologi di era digitalisasi seperti pemanfaatan media sosial. Media sosial dapat dijadikan media paling efektif untuk menyebarkan informasi ke berbagai daerah tanpa hambatan jarak dan waktu, sehingga upaya untuk memperkenalkan Desa Tambangan Jae melalui optimalisasi Lubuk Larangan terlaksana.

Kegiatan diawali dengan survei untuk melihat potensi lubuk larangan dan kondisi Desa Tambangan Jae yang cukup indah, sejuk, dan kental dengan kondisi pedesaan. Lalu, sosialisasi melalui ceramah serta tanya jawab tentang efektifitas media sosial dalam mempromosikan Lubuk Larangan dengan konten yang menarik sehingga wisatawan tertarik melakukan kunjungan wisata. Selanjutnya, melakukan evaluasi kegiatan PKM. Adapun agenda kegiatan PKM sebagai berikut:

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pengabdian

Hari/Tanggal	Pukul	Uraian Kegiatan
Kamis/ 14 Maret 2024	07.00 - 07.30	Tim pelaksana kegiatan berangkat ke lokasi PKM
	08.30 – 9.30	Tim pelaksana kegiatan tiba di lokasi dan melakukan koordinasi dengan mitra
	10.00 – 12.00	Kegiatan diskusi dengan mitra
	12.00 – 13.30	Istirahat
	14.00 - selesai	Pembuatan video konten hasil dari kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lubuk Larangan menjadi salah satu daya tarik wisata Desa Tambangan Jae Kec. Tambangan Mandailing Natal. Lubuk Larangan adalah bentuk konservasi perikanan berbasis masyarakat yang fokus pada pelestarian dan keberlanjutan sumber daya air. Lubuk Larangan ditetapkan oleh masyarakat adat atau komunitas setempat didukung oleh aturan adat yang melarang penangkapan ikan selama periode tertentu. Namun, setelah jangka waktu larangan selesai, masyarakat diizinkan untuk memanen ikan secara massal.

Kegiatan PKM ini dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Mandailing Natal di Lubuk Larangan Desa Tambangan Jae. Tahap awal kegiatan ini, tim pelaksana melakukan kunjungan ke Desa Tambangan Jae untuk melihat langsung Lubuk Larangan serta mengenal lebih dekat masyarakat Desa Tambangan Jae, khususnya karang taruna yang menjadi objek dalam kegiatan ini.



Gambar 1. Lubuk Larangan Desa Tambangan Jae

Sumber: Tim Pelaksana PKM, 2024

Kunjungan langsung dilakukan tim pelaksana kegiatan pada tanggal 14 Maret 2024 serta melakukan sosialisasi promosi menggunakan media sosial untuk memperkenalkan lebih luas agar menarik lebih banyak lagi wisatawan berkunjung ke desa ini.



Gambar 2. Diskusi Ringan Tim Pelaksana Kegiatan dengan Karang Taruna
Sumber: Tim Pelaksana PKM, 2024

Sosialisasi yang dilakukan tim pelaksana PKM dengan karang taruna melalui diskusi ringan dan membaaur agar suasana keakraban tercipta, sehingga *sharing* berlangsung natural dan membuka kesempatan untuk semua memberikan pendapat atau masukan. Model diskusi seperti ini ditetapkan tim pelaksana dan dijadikan model konten. Diskusi tentang pembuatan konten yang menarik menjadi salah satu materi diskusi kegiatan ini.



Gambar 3. Tim Pelaksana Melihat Langsung Lubuk Larangan
Sumber: Tim Pelaksana PKM, 2024

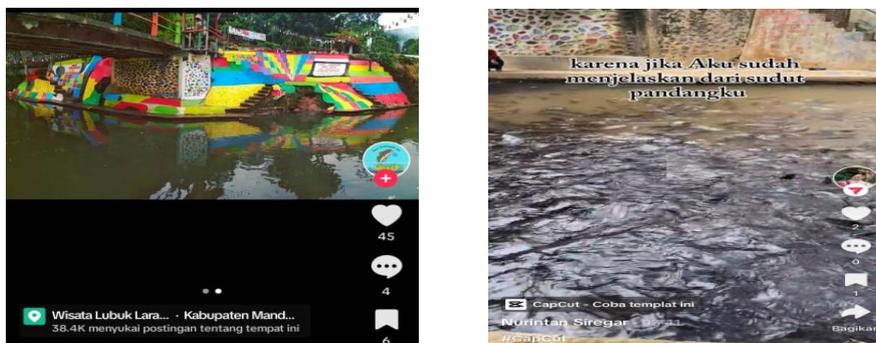
Selanjutnya, tim pelaksana kegiatan dan peserta PKM menuju lokasi Lubuk Larangan untuk melihat ikan-ikan besar berjumlah banyak serta mengambil beberapa video dan foto untuk konten media sosial yang akan di *share* di media sosial masing-masing sebagai tindak lanjut dari sosialisasi. Lubuk Larangan di Desa Tambangan Jae diharapkan dapat menjadi daya tarik wisatawan, baik lokal maupun nasional untuk berkunjung ke desa ini. Hal ini merupakan potensi besar yang berdampak positif terhadap masyarakat desa, misalnya masyarakat desa dapat berjualan di sekitar Lubuk Larangan.



Gambar 4. Foto Bersama

Sumber: Tim Pelaksana PKM, 2024

Kegiatan selanjutnya, tim pelaksana melakukan kolaborasi membuat konten video yang akan diposting diberbagai media sosial. Postingan video yang dilakukan dengan membuat *caption* menarik berupa penjelasan tentang Lubuk Larangan tersebut serta membuat lokasi pengambilan video yang dikenal dengan *tag loc* agar *viewers* mendapat informasi yang jelas dan merasa tertarik untuk melakukan kunjungan.



Gambar 5. Postingan di Media Sosial TikTok

Setelah semua kegiatan selesai, dilakukan refleksi dan peserta terlihat senang dengan adanya kegiatan ini khususnya Karang Taruna Desa Tambangan Jae, serta menyarankan agar kegiatan-kegiatan untuk pengembangan Desa Tambangan Jae terus dilakukan. Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, diperoleh bahwa pemahaman peserta sebagai mitra meningkat, dibuktikan dengan selesainya masing-masing video konten yang dibuat peserta dan diposting di media sosial pribadinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari pelaksanaan kegiatan PKM ini disimpulkan bahwa Lubuk Larangan adalah bentuk kearifan lokal yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan, terutama menjaga keberlanjutan sumber daya perikanan. Optimalisasi melalui promosi media sosial menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung, sehingga eksistensi Lubuk Larangan terus berkembang dan bermanfaat jangka panjang bagi kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan PKM yang dilaksanakan di Lubuk Larangan Desa Tambangan Jae Kec. Tambangan Kab.

Enni Sari Siregar., dkk. -----

Mandailing Natal berlangsung sangat baik sesuai dengan harapan. Hal ini dibuktikan dengan selesainya video konten yang dibuat peserta dan diposting di media sosial pribadinya. Lalu, dapat terlihat antusias peserta, mulai dari pemahaman pemanfaatan media sosial, konten yang menarik, hingga pembuatan video dan foto sebagai konten yang akan di *share* di media sosial. Peserta juga menyarankan agar kegiatan untuk membangun Desa Tambangan Jae terus dilakukan agar kegiatan serupa dapat berkesinambungan.

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan setelah pelaksanaan kegiatan ini hendaknya dilakukan sosialisasi dengan materi lain, seperti promosi melalui komunitas *influencer* atau mengadakan *event* dan festival lokal untuk mengembangkan Lubuk Larangan agar semakin banyak wisatawan berkunjung, sehingga berdampak pada perekonomian masyarakat. Selain itu, adanya pendampingan secara berkala agar program yang telah diperkenalkan dilaksanakan masyarakat terutama Karang Taruna Desa Tambangan Jae.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan PKM ini sebagai salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, terutama kepada tim pelaksana kegiatan, baik dosen maupun mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Kepala Desa Tambangan Jae, masyarakat khususnya karang taruna serta pengelola Lubuk Larangan Desa Tambangan Jae, serta kontribusi semua pihak yang ikut mensukseskan kegiatan, semoga kegiatan ini bermanfaat bagi pengembangan Lubuk Larangan Desa Tambangan Jae.

REFERENSI

- Aprilina, R., Hanifa, F.H. 2024. *Peningkatan Kapabilitas melalui Pendampingan dan Pengembangan Promosi Berbasis Media Sosial di Desa Wisata Bumiwangi Kec. Ciparay Kab. Bandung*. Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan, Vol.4 No.4 Hlm.73-76.
- Ariyani, R.M., dkk. 2022. *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Waduk Setu Patok Kab. Cirebon*. Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen, dan Keuangan, Vol.6 No.2 Hlm.133-147.

- Awza, R., dkk. 2023. *Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Wisata Air Terjun Batu Dinding Kab. Kampar Provinsi Riau*. Menara Riau Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Pengembangan Masyarakat Islam, Vol.17 No.1 Hlm.23- 35.
- Dewi, K., dkk. 2023. *Strategi Meningkatkan Peran Media Sosial dalam Membranding Destinasi Wisata sebagai Media Pemasaran*. Waisya: Jurnal Ekonomi, Vol.2 No.1 Hlm.1-11.
- Fauziah, R., dkk. 2018. *Efektifitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar melalui Postingan Instagram Media Sosial*. Jurnal Komunikatio, Vol.4 No.1 Hlm.27-40.
- Gumi, K.A., dkk. 2021. *Pengembangan Wisata Kampung Jalak Bali di Desa Bongon dengan Pemanfaatan Media Sosial*. Jurnal Dinamika Pengabdian, Vol.7 No.1 Hlm.95-104.
- Pahlevi, R., dkk. 2024. *Workshop Pembuatan Konten Media Sosial untuk Publikasi Objek Budaya dan Wisata pada Desa Muaro*. Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA (JPMU), Vol.3 No.1 Hlm.14-20.
- Purba, H., Irwansyah. 2022. *User Generated Content dan Pemanfaatan Media Sosial dalam Perkembangan Industri Pariwisata: Literature Review*. Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik, Vol.9 No.2 Hlm.229-238.
- Ramadani, Y., dkk. 2023. *Pengembangan Daya Tarik Wisata Desa Pungut Mudik, Kec. Air Hangat Timur*. BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol.4 No.1 Hlm.393-399.
- Turmuzi, M., dkk. 2022. *Pengelolaan Integrasi Ekologi Lubuk Larangan Tambangan Jae Kabupaten Mandailing Natal*. Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol.4 No.4 Hlm.1225-1231.
- Wahdiniawati, S.A., Apriani, A. 2024. *Strategi Pemasaran Digital untuk Peningkatan Daya Tarik Pengunjung pada Objek Wisata Pemandian Air Panas di Desa Cogreg Kab. Bogor*. Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Terapan (JPMPT), Vol.2 No.3 Hlm.102-112.