

AKSELERASI LITERASI DIGITAL SEBAGAI PENGEMBANGAN KOMUNIKASI PARIWISATA PADA KAWASAN *GEOPARK* BANDUNG

Evi Novianti¹, Yustikasari², Susie Perbawasari³

^{1,2,3} Fakultas Ilmu Komunikasi

Magister Pariwisata Berkelanjutan Sekolah Pascasarjana Universitas Padjadjaran

Korespondensi email : evi.novianti@unpad.ac.id

ABSTRAK. Perkembangan teknologi digital turut berdampak pada perubahan informasi dan komunikasi secara digital. Penggunaan teknologi digital ini semakin meningkat dengan keberadaan Pandemi Covid-19 yang membatasi interaksi secara massal. Selain itu teknologi digital melalui internet pun dimanfaatkan oleh siswa-siswa yang belajar secara *online*. Sebagai pengguna internet tentunya perlu memiliki kecakapan dan keterampilan dalam memilah-milah suatu informasi yang memiliki validitas. Banyak dari pengguna internet yang masih belum bijak menerima informasi dan berkomunikasi melalui internet. Oleh sebab itu, melalui Kegiatan PPM yang bertajuk “Sosialisasi Pengembangan Kawasan *Geopark* Melalui Literasi Digital” dilaksanakan di SMK Pariwisata Telkom Bandung. Kegiatan ini dilakukan dengan metode *hybrid* melalui *platform Zoom Meeting* dengan tujuan mengedukasi masyarakat dan para siswa mengenai pentingnya kemampuan literasi digital dan bagaimana perkembangan teknologi digital melalui internet dapat menjadi sarana dalam melakukan komunikasi pariwisata. Pengetahuan tentang literasi digital perlu dipahami masyarakat sebagai pengguna internet. Kemampuan literasi digital juga dapat meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi melalui media digital atau internet. Dengan memanfaatkan perkembangan digital yang pesat dengan kegiatan pariwisata terutama pada dapat berdampak pada pengembangan komunikasi wisata. Pemanfaatan digital sebagai wadah komunikasi pariwisata ini diharapkan agar masyarakat lebih mengenal mengenai *Geopark* yang berada di wilayah Bandung.

Kata kunci: literasi digital; komunikasi pariwisata: *geopark* Bandung.

ABSTRACT. The development of digital technology also has an impact on changes in digital information and communication. The use of digital technology is increasing with the existence of the Covid-19 Pandemic which limits mass interaction. In addition, digital technology through the internet is also used by students who study online. As internet users, of course, you need to have skills and skills in sorting out information that has validity. Many internet users are still not wise enough to receive information and communicate via the internet. Therefore, through the PPM activity entitled "Socialization of *Geopark* Area Development Through Digital Literacy" it was held at the Telkom Bandung Tourism Vocational School. This activity was carried out using a hybrid method through the Zoom Meeting platform with the aim of educating the public and students about the importance of digital literacy skills and how the development of digital technology via the internet can be a means of conducting tourism communication. Knowledge of digital literacy needs to be understood by the public as internet users. Digital literacy skills can also improve the ability to communicate through digital media or the internet. By taking advantage of rapid digital developments with tourism activities, especially in tourism, it can have an impact on the development of tourist communication. It is hoped that digital utilization as a forum for tourism communication will make people more familiar with *Geopark* in the Bandung area.

Keywords: digital literacy; tourism communication: *geopark* Bandung.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi digital tentunya akan memberikan pengaruh pada laju keluar dan masuknya suatu informasi ke berbagai lapisan masyarakat, mulai masyarakat di kota hingga masyarakat di pelosok. Revolusi Industri 4.0 juga mengakibatkan semakin mudahnya komunikasi jarak jauh untuk dilakukan sehingga informasi dengan mudah didapatkan yang kemudian menyebabkan pengguna internet bertambah banyak. Hal ini tidak serta merta memberikan dampak positif bagi pengguna internet yang tidak bijak dalam mengkurasi suatu informasi. Pengguna internet yang semakin bertambah tidak dibarengi oleh kemampuan dan kecakapan menerima informasi yang benar. Oleh sebab itu, banyak pengguna internet yang secara mudah menerima maupun menyebarkan informasi yang tidak valid dan dapat menimbulkan permasalahan.

Kemudahan akses informasi saat ini sangat berkembang berkat keberadaan internet. Keberadaan internet telah mengubah cara pandang dan pembelajaran menjadi lebih luas dalam segala bidang. Namun, dalam perkembangannya kemudahan akses informasi melalui internet juga dapat berdampak buruk. Oleh sebab itu, dalam penggunaannya perlu diimbangi dengan kecakapan dalam memahami informasi yang didapat. Kemampuan ini dinamakan dengan kemampuan literasi digital.

Pengertian dari literasi digital salah satunya diutarakan oleh UNESCO, yaitu literasi bukan hanya sekedar membaca dan menulis, namun mencakup keterampilan dalam dunia digital yang dikenal dengan istilah literasi digital. Dengan kata lain, literasi digital adalah suatu pengetahuan dan kecakapan dalam menggunakan media digital, alat komunikasi digital secara cermat, bijak dan tepat sasaran (UNESCO, 2011). Kecakapan dalam hal ini adalah kemampuan dalam memahami, menganalisis, mengevaluasi, mengelola, menggunakan dan memanfaatkan informasi dari media berbentuk digital. Kemampuan ini diperlukan bagi masyarakat agar lebih bijak memahami informasi yang dihadirkan melalui konten digital. Kemampuan ini termasuk dalam mengkomunikasikan ulang suatu informasi kepada para pengguna teknologi digital yang lain.

Urgensi literasi digital sendiri perlu disosialisasikan pada masyarakat luas terutama siswa-siswa sekolah sebagai pengguna internet. Sebagai pengguna internet yang dianggap belum dewasa, sangat penting untuk memberikan edukasi mengenai literasi digital. Sosialisasi mengenai literasi digital pada siswa-siswa sekolah diharapkan dapat memberikan pengertian bahwa penggunaan internet harus dibarengi oleh kemampuan mengkurasi informasi dan berkomunikasi secara bijak. Peran lain dari literasi digital ini adalah dalam berkomunikasi atau bertukar informasi melalui teknologi digital. Penggunaan literasi digital ini dapat juga dimanfaatkan dalam suatu komunikasi pariwisata.

Perkembangan bentuk komunikasi pada era globalisasi ini adalah komunikasi digital. Oleh sebab itu, literasi digital dibutuhkan juga dalam komunikasi pariwisata dengan tujuan penyampaian informasi secara digital mengenai hal-hal kepariwisataan kepada masyarakat. Dengan penyelenggaraan PPM (Pengabdian pada Masyarakat) yang dilakukan dengan mengangkat topik pembahasan mengenai *Geopark* yang terdapat di wilayah Bandung Provinsi Jawa Barat. Kegiatan PPM yang diselenggarakan ini bertujuan guna mengedukasi dan mensosialisasikan tentang *Geopark* terutama yang terdapat di wilayah Bandung. Penyampaian topik ini dilakukan dengan menggunakan konten digital dengan tujuan mengembangkan kemampuan literasi digital siswa-siswa yang mengikuti PPM sebagai pengguna sekaligus penerima informasi digital.

METODE

Metode yang digunakan dalam penyelenggaraan PPM kali ini adalah dengan memberikan penyuluhan kepada masyarakat khususnya siswa SMK Pariwisata Telkom Bandung. Penyuluhan ini dilakukan dengan cara memaparkan melalui beberapa sesi yaitu presentasi, penayangan video, dan sesi tanya jawab. Presentasi yang diberikan menguraikan pemahaman materi terkait literasi digital dan edukasi mengenai *Geopark* yang berada sekitar wilayah Bandung. Pemberian materi ini bertujuan guna meningkatkan pemahaman para siswa tentang literasi digital dan menambah

pengetahuan mengenai apa itu *Geopark* terutama yang berada di wilayah Bandung. Materi ini dipaparkan secara interaktif oleh narasumber-narasumber yang mumpuni dibidang kepariwisataan. Pemaparan dilakukan oleh narasumber-narasumber yang ahli dibidang kepariwisataan baik berasal dari Kampus Universitas Padjadjaran maupun dari mahasiswa yang mengikuti program PPM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Kegiatan PPM

Kegiatan ini dilakukan melalui 3 (tiga) tahapan meliputi persiapan, pelaksanaan, dan pasca pelaksanaan. Ketiga tahapan ini akan dijabarkan sebagai berikut:

1) Tahap Persiapan

Tahap ini dilakukan pada tanggal 12-31 Juli 2022. Dalam proses diskusi para mahasiswa beserta dosen terkait membahas terkait tempat penyelenggaraan PPM, perijinan pelaksanaan kegiatan, dan tata laksana kegiatan. Mahasiswa yang mengikuti program PPM ini dibagi kedalam beberapa bagian kepengurusan dimulai dari ketua, wakil ketua, publikasi, dokumentasi, humas dan logistik. Masing masing divisi melakukan tugas yang berbeda-beda guna terselenggaranya kegiatan PPM ini.

2) Tahap Pelaksanaan

Setelah tahap persiapan telah selesai dilakukan, maka pada Senin, 1 Agustus 2022 melalui metode *hybrid* yaitu dengan menggunakan aplikasi *Zoom Meeting*. Kegiatan PPM bertajuk “Sosialisasi Pengembangan Kawasan Geopark Melalui Literasi Digital”. Kegiatan dilaksanakan di SMK Pariwisata Telkom yang beralamat di Jalan Palasari No.1, Lingkar Selatan, Kecamatan Lengkon, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat dengan metode *hybrid*. Dengan jumlah peserta yang mengikuti kegiatan ini sekitar 132 orang siswa baru SMK Pariwisata Telkom dan 50 orang gabungan masyarakat sekitar. Pemaparan materi dilakukan oleh beberapa narasumber dari Universitas Padjadjaran maupun dari luar. Materi yang dipaparkan memuat dua materi yaitu mengenai “Literasi Digital” dan “Pengembangan Kawasan *Geopark* Di Wilayah Bandung”.

3) Tahap Pasca Pelaksanaan Kegiatan

Setelah kegiatan PPM selesai dilaksanakan, para mahasiswa sebagai panitia penyelenggara melakukan evaluasi dan menyampaikan laporan kegiatan. Evaluasi dilakukan bertujuan merekap hasil dari kegiatan PPM. Kemudian para mahasiswa diharuskan membuat laporan berisi *resume* kegiatan dan materi-materi yang didapat dalam pelaksanaan kegiatan PPM.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan PPM di SMK Pariwisata Telkom (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)



Gambar 2. Pendaftaran Peserta Kegiatan PPM (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)

2. Materi Pembahasan Pada Kegiatan PPM

A. Literasi Digital

Istilah literasi digital bukan hal yang baru di dunia pendidikan, istilah literasi digital dikemukakan pertama kali oleh Paul Gilster (1997) sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber sehari-hari (Kemendikbud, 2017:7). Belshaw (dalam Tsaniyah & Juliana, 2019) merumuskan delapan elemen esensial literasi digital yaitu *cultural* (memahami konteks), *cognitive* (meluaskan pikiran), *constructive* (menciptakan hal positif), *communicative* (cakap berkomunikasi dan berjejaring), *confident* (percaya diri dan bertanggung jawab), *creative* (menemukan hal baru), *critical* (kritis menyikapi konten), dan *civic* (mendukung terwujudnya *civil society*). Selain itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika (dalam Santoso dkk, 2020) menambahkan satu kemampuan dalam bentuk *digital security* dengan menggabungkan kemampuan kultural dan sosial sehingga didapatkan delapan indikator literasi digital yaitu kemampuan fungsional, kreatif, kolaborasi, komunikasi, memahami budaya dan lingkungan sosial, berpikir kritis dan evaluatif, kemampuan memilih dan menemukan informasi, dan keamanan elektronik.

Menurut Paul Gilster dalam (Nasionalita: 2020) terdapat 4 kompetensi yang dimiliki oleh seseorang yang telah mampu melakukan literasi digital diantaranya:

- a. **Pencarian di Internet (*Internet Searching*)** Kemampuan menggunakan internet memiliki beberapa komponen seperti pencarian dalam internet melalui Search engine serta melakukan berbagai kegiatan didalamnya.
- b. **Pandu Arah *Hypertext* (*Hypertextual Navigation*)** Pengguna internet dituntut untuk memahami panduan arah *hypertext/hyperlink* dalam *web browser*. Biasanya cara kerja *web* yang akan di akses meliputi http, html, url dsb.
- c. **Evaluasi konten Informasi (*Content Evaluation*)** Kompetensi ini dilakukan untuk para pengguna

internet agar memiliki kemampuan evaluasi dan berpikir kritis. Kemampuan menganalisis suatu dasar informasi yang ditemukan dikumpulkan dan evaluasi fakta opini dengan baik tanpa berprasangka.

- d. **Penyusunan Pengetahuan (*Knowledge Assembly*)** Kemampuan penyusunan dari penemuan suatu informasi yang dijadikan sebagai ilmu pengetahuan untuk kepentingan tertentu baik pengetahuan ataupun pekerjaan.

Komponen utama literasi digital berkaitan dengan keahlian yang harus dimiliki para pengguna teknologi digital dalam menerima informasi dan melakukan komunikasi. Steve Wheeler dalam tulisannya yang berjudul *Digital Literacies for Engagement in Emerging Online Cultures*, mencatat ada sembilan komponen utama dalam dunia literasi digital (Maulana: 2020), meliputi:

a. *Social Networking*

Kemunculan berbagai macam media sosial merupakan salah satu gambaran terdapatnya *Social Networking* atau sering disebut juga fenomena social online. Saat ini setiap manusia yang bersinggungan dalam kehidupan maya akan selalu bertemu dengan fasilitas tersebut. Gawai yang dimiliki oleh seseorang bisa dipastikan mempunyai berbagai macam akun sosial media, misalnya: *Google+*, *Instagram*, *Path*, *Linkedin*, *Twitter*, *Facebook*, dll. Dalam penggunaan fasilitas social media diharapkan memiliki sifat selektif dan berhati-hati. Oleh sebab itu perlu memahami dan menguasai tujuan-tujuan dari setiap tampilan yang dimiliki.

b. *Transliteracy*

Transliteracy dimaknai sebagai keahlian menggunakan semua yang berlainan terutama untuk menciptakan konten, menghimpun, menyebarkan sampai membicarakan lewat beberapa media sosial, kelompok diskusi, gadget dan semua fasilitas *online* yang ada.

c. *Maintaining Privacy*.

Hal utama dari literasi digital yaitu tentang menjaga diri dalam kehidupan *online*. Mempelajari dari semua *cybercrime* seperti

kejahatan di dunia maya melalui kartu ATM dan kartu kredit, memahami karakteristik situs yang tidak nyata (palsu), kejahatan melalui email dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, konsep ini ingin memberitahukan bahwa jangan sembarangan memberikan informasi pribadi melalui media sosial.

d. Managing Digital Identity

Konsep ini berhubungan dengan bagaimana prosedur memakai tanda pengenal yang sesuai di beberapa situs media sosial dan platform yang lain.

e. Creating Content

Suatu keahlian tentang prosedur menciptakan isi di beberapa fasilitas situs dunia maya dan platformnya, sebagai contoh: Blog, Prezi, Wikis, PowTon.

f. Organising and Sharing Content

Mengelola dan mendistribusikan isi berita supaya lebih gampang dibagikan dan diterima.

g. Reusing/repurposing Content

Kemampuan menciptakan isi dari berbagai jenis informasi yang tersedia hingga memproduksi konten baru dan bisa dipakai kembali untuk beberapa kebutuhan.

h. Filtering and Selecting Content

Kemampuan menelusur, memilah dan menyaring berita secara pas sesuai dengan hal-hal yang diinginkan dan dibutuhkan, seperti melalui beberapa alamat URL di situs internet.

i. Self Broadcasting

Bertujuan untuk mendistribusikan gagasan-gagasan yang baru atau ide personal di dunia multimedia, seperti lewat *Wikis*, forum atau blog. Hal tersebut merupakan jenis partisipasi di dunia maya.

B. Komunikasi Pariwisata Melalui Literasi Digital.

Komunikasi merupakan elemen penting yang ada di bidang pariwisata khususnya untuk memasarkan dan membangun lembaga pariwisata. Baik komunikasi secara persuasif, personal, komunikasi massa, ataupun komunikasi lainnya. Disiplin ilmu komunikasi banyak ditemukan dan mulai berkembang pesat setelah reformasi, salah satunya yaitu komunikasi pariwisata (Bungin, 2017). Komunikasi pariwisata merupakan aktivitas seseorang yang memiliki tujuan rekreasi untuk mengirim pesan

dari pengirim kepada penerima saat sedang melakukan kegiatan pariwisata. Proses komunikasi berperan penting bagi wisatawan dan penduduk setempat sehingga dapat bertukar pesan mengenai kebudayaan masing-masing (Paramitha, 2015).

Menurut Arifin (2011) terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan dalam strategi komunikasi, yaitu:

a. Metode Redundancy (Repetition).

Teknik *redundancy* atau *repetition* adalah teknik memengaruhi khalayak dengan cara pengulangan penyampaian pesan kepada khalayak. Dengan teknik ini terdapat banyak manfaat yang dapat disimpulkan. Manfaat tersebut antara lain adalah khalayak akan lebih mencerna pesan yang disampaikan karena hal tersebut berbeda kontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang sehingga pesan akan lebih banyak mengikat perhatian.

b. Metode canalizing.

Teknik *canalizing* merupakan kemampuan untuk memahami dan meneliti pengaruh sebuah kelompok terhadap individu dan khalayak. Untuk keberhasilan komunikasi ini maka yang harus diperhatikan dari memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok masyarakat dan secara pelan dapat mengubahnya ke arah yang dikehendaki. Akan tetapi, jika hal ini kemudian tidak dapat dijalankan dengan baik maka kelompok tersebut secara pelan akan dipecahkan sehingga khalayak dalam kelompok itu sudah tidak memiliki lagi hubungan yang dekat. Dengan demikian, pengaruh di kelompok akan menyusut dan akhirnya akan tidak ada sama sekali. Dalam situasi itulah pesan-pesan akan mudah tersampaikan oleh komunikator.

c. Metode informatif.

Metode informatif merupakan suatu bentuk isi pesan yang bertujuan memengaruhi khalayak dengan cara memberikan penerangan. Penerangan artinya menyampaikan pesan apa adanya dan yang sesungguhnya yang didukung oleh fakta-fakta juga data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar. Jika memakai metode informatif ini lebih ditujukan pada penggunaan akal-pikiran khalayak dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, keyakinan, berita dan lain-lain.

Metode persuasif.

Metode persuasif adalah memengaruhi melalui cara bujukan. Dalam hal ini khalayak dapat dipengaruhi baik pikirannya atau dipengaruhi perasaannya. Sehingga perlu diingat bahwa situasi pendengar terkena sugesti ditentukan oleh kecakapan untuk mensugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (sugestivitas), dan pendengar itu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh pembicara (sugesti).

d. Metode edukatif.

Teknik edukatif merupakan salah satu usaha dalam memengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang diucapkan dan kemudian dapat diwujudkan melalui bentuk pesan yang akan berisi pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman. Dalam teori edukatif artinya memberikan sebuah ide kepada khalayak mengenai hal yang sesungguhnya yang diikuti fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggung jawabkan dari segi kebenaran yang disengaja, teratur dan terencana dengan tujuan mengubah tingkah laku pendengar ke arah yang diinginkan.

e. Metode Koersif.

Teknik koersif adalah memengaruhi khalayak dengan jalan yang "memaksa" Teknik koersif ini biasanya diumpamakan dalam bentuk peraturan, perintah dan hal lain yang serupa. Untuk praktiknya yang lebih lancar biasanya dipelopori suatu kekuatan yang cukup tangguh.

Menurut Bungin, kajian komunikasi pariwisata akan berubah-ubah seiring perkembangan kompleks kajian pariwisata, diantaranya (Bungin, 2017):

a. Komunikasi Pemasaran Pariwisata

Pada bidang komunikasi pemasaran mengkaji dan menjelaskan tentang 4P, 7P, *communication mix*, *marketing mix*, serta keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran pariwisata.

b. Brand Destinasi

Brand destinasi memiliki konteks yang mengkaji proses komunikasi melalui media dan pesan pemasaran secara umum khususnya mengenai pemasaran pariwisata.

c. Manajemen Komunikasi Pariwisata

Pada manajemen komunikasi pariwisata membahas penerapan manajemen, destinasi, aksesibilitas, dan SDM kelembagaan pariwisata.

d. Komunikasi Transportasi Pariwisata

Informasi seputar aksesibilitas pariwisata sangat diperlukan oleh masyarakat.

e. Komunikasi Visual Pariwisata

Komunikasi visual pariwisata merupakan visual pariwisata yang bergerak di lingkup industri pariwisata yang memiliki konsep kreatif yang menghasilkan oleh-oleh yang dapat menjadi *brand touch point*.

f. Komunikasi Kelompok Pariwisata

Komunikasi kelompok pariwisata merupakan bisnis yang mementingkan keterampilan berkomunikasi secara berkelompok.

g. Komunikasi Online Pariwisata

Di era modern ini teknik pemasaran mengalami perkembangan yang pesat. Media online merupakan dampak dari perkembangan teknologi yang dimanfaatkan untuk pemasaran pariwisata karena memiliki berbagai kemampuan, yaitu menyimpan informasi, mengolah informasi, menyebarkan komunikasi dan kemampuan mengkonstruksi citra informasi, yang dikaji dalam ilmu komunikasi.

h. Public Relations dan MICE

Dalam bidang ini peran Public Relations diperlukan dalam komunikasi pariwisata untuk mengatur, merencanakan, merumuskan program MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*), *finding explore, sponsorship*, pemasaran MICE, akomodasi MICE, sampai pelaksanaan MICE, evaluasi dan perencanaan *event* di MICE

i. Riset Komunikasi Pariwisata

Merupakan akhir dari pengembangan riset kajian komunikasi pariwisata yang mengambil objek riset.

Pemanfaatan teknologi dalam menyebarkan pesan perlu diikuti strategi komunikasi termasuk dalam halnya promosi sebuah destinasi pariwisata. Model dan pilihan strategi melihat bagaimana seorang komunikator memilih diantara berbagai strategi pesan agar pesan mencapai suatu tujuan, sedangkan untuk desain

pesan memberikan fokus bagaimana seorang komunikator membangun kalimat pesan untuk mencapai tujuan. Proses tersebut kemudian menjadi langkah untuk menentukan strategi komunikasi. Yaitu dengan cara menyusun pesan. Syarat-syarat yang perlu dilihat dalam menyusun pesan yaitu: Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran, Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang merujuk pada pengalaman yang sama antara subjek dan sasaran sehingga sama-sama dapat dimengerti kedua pihak. Pesan harus memotivasi pikiran pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu. Pesan harus menyarankan suatu solusi untuk memperoleh suatu kebutuhan yang layak bagi situasi sasaran, dimana sasaran pada saat mendengar sebuah pesan mendapatkan jawaban yang dikehendaki.

Selain itu, yang tak kalah penting untuk diperhatikan dalam menetapkan metode promosi sebuah pesan yaitu dengan memilih media yang digunakan. Dalam menciptakan efektivitas dalam berkomunikasi, selain keabsahan dalam penyampaian isi pesan juga diikuti dengan kondisi khalayak dan sebagainya. Maka metode komunikasi yang dibawakan akan dapat memengaruhi penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam menciptakan komunikasi yang bernilai efektif, pemilihan media memiliki peran penting dalam pemanfaatan teknologi informasi di pariwisata. Terdapat empat ciri-ciri utama dalam komunikasi melalui media terutama bagi media massa yaitu: bersifat tidak langsung, artinya dapat melalui media teknis yang sifatnya satu arah, artinya tidak ada reaksi antara komunikator dalam khalayak yang mendengarkan komunikator. Lalu bersifat terbuka artinya ditujukan kepada publik yang terbatas bahkan anonim dan mempunyai *engagement* publik yang terjangkau lebih besar.

C. Geopark di Wilayah Bandung

Geopark atau taman bumi merupakan sebuah kawasan atau situs warisan geologi (*geological heritages*) yang mempunyai nilai ekologi dan warisan budaya (*cultural heritages*) dan berfungsi sebagai daerah konservasi, edukasi, *sustainable development* serta pembangunan ekonomi dan *local involvement*

(UNESCO, 2010). *Geopark* dapat dipahami melalui arti, fungsi dan implementasinya sebagai komponen yang berkaitan dengan alam dan kehidupan di Bumi. Oleh sebab itu konsep *Geopark* memiliki tiga pengertian dasar, yaitu:

- a. Merupakan Kawasan yang memiliki makna sebagai suatu warisan geologi (sehingga perlu dilestarikan), dan juga sebagai Kawasan yang mengaplikasikan strategi pengembangan ekonomi berkelanjutan.
- b. *Geopark* memberi peluang bagi penciptaan lapangan pekerjaan untuk Masyarakat setempat Kawasan Ciletuh dalam hal memperoleh keuntungan ekonomi secara nyata (biasanya melalui kegiatan Pariwisata).
- c. Di dalam kerangka, objek warisan geologi dan pengetahuan geologi berbagi dengan Masyarakat umum. Unsur Geologi dan bentangalam yang ada berhubungan dengan aspek lingkungan alam dan budaya.

Geopark adalah sebuah kawasan yang memiliki unsur-unsur geologi di mana masyarakat setempat diajak berperan serta untuk melindungi dan meningkatkan fungsi warisan alam, termasuk nilai arkeologi, ekologi dan budaya yang ada di dalamnya. Istilah *Geopark* merupakan singkatan dari “*Geological Park*” yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia sebagai Taman Geologi atau taman bumi (Kusuma, 2019). Konsep *Geopark* merujuk pada pengembangan kawasan yang berdasarkan pada aktifitas konservasi, edukasi dan pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui pengembangan destinasi pariwisata berbasis tiga keragaman, yaitu keragaman geologi, keragaman hayati dan keragaman budaya, yang dapat berimplikasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat (*community welfare*) setempat. Keragaman geologi (*geodiversity*) terdiri atas sejumlah fitur geologi yang memiliki kepentingan ilmiah khusus, kelangkaan dan keindahan, yang dikenal dengan warisan geologi, serta juga lokasi yang mempunyai nilai nilai arkeologi, ekologi, nilai sejarah atau budaya. Sementara itu, keragaman biologi atau hayati, meliputi kekayaan flora dan

fauna, khususnya yang memiliki status perlindungan secara nasional maupun internasional. Lebih jauh, keragaman budaya terdiri atas budaya berupa benda dan tak benda (Catana & Brilha, 2020a; Gray, 2019; Unesco, 2016).

Kegiatan PPM yang diselenggarakan sebagai salah satu bentuk implementasi dari perkembangan literasi digital yang ditujukan kepada siswa SMK Pariwisata Telkom dan masyarakat setempat serta sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Topik yang diangkat adalah membangun edukasi dan sosialisasi mengenai *geopark* di wilayah Bandung terhadap masyarakat melalui literasi digital dengan fokus komunikasi pariwisata. *Global Geopark Network* dan *European Geopark Network* mendeskripsikan *geopark* merupakan area luas dimana pembangunan lokal berkelanjutan dimungkinkan dari segi sosial, ekonomi, budaya dan lingkungan.

Di wilayah Bandung terdapat beberapa *geopark* antara lain:

- a. *Stone Garden Citatah*
- b. Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda
- c. *Indiana Camp*
- d. Sanghyang Heuleut
- e. Gua Pawon
- f. Danau Cinta (*Lake Of Love*)
- g. *Sirto Island Saguling*

Pembahasan dalam kegiatan PPM memfokuskan pada Geopark Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda (Tahura). Geopark Tahura terletak Kompleks Tahura, Jl. Ir. H. Juanda No.99, Ciburial, Kec. Cimencyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Tahura merupakan Kawasan konservasi yang terpadu antara alam sekunder dengan hutan tanaman dengan jenis Pinus yang terletak di daerah aliran Sungai Cikapundung dan Citarum yang membentang mulai dari Curug Dago, Dago Pakar sampai Curug Maribaya yang mana merupakan bagian dari kelompok hutan Gunung Pulosari. Taman ini awalnya merupakan bagian areal dari kelompok Hutan Lindung Gunung Pulosari yang berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pertanian Nomor 575/Kpts/Um/8/1980 dirubah fungsinya menjadi Taman Wisata Alam Curug Dago. Pada tanggal 14 januari 1985 bertepatan dengan kelahiran

Bapak Ir. H. Djuanda, Curug Dago secara resmi berubah fungsi menjadi Hutan Raya Ir. H. Djuanda yang mana sekaligus merupakan Tahura pertama di Indonesia, berdasarkan Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1985 (Maulana, dkk: 2020).

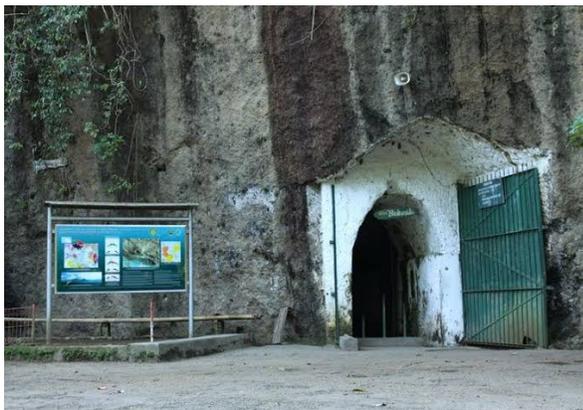
Sebagai tempat konservasi, Tahura Djuanda memiliki beragam flora dan fauna, dimana untuk tipe vegetasi alam didominasi oleh jenis pohon pinus (*Pinus merkusii*), kaliandra (*Calliandra calothyrsus*), bambu (*Bambusa sp.*) dan berbagai jenis tumbuhan bawah seperti tumbuhan teklan (*Eupatorium sp.*). Pada tahun 1963 berbagai jenis tanaman kayu asing yang berasal dari luar daerah maupun luar negeri, ditanam pada lahan seluas 30 ha, yang terdiri dari 40 famili, 112 species dengan jumlah perkiraan 2.500 pohon. Berdasarkan hasil pendataan yang telah dilakukan di tahun 2003, yaitu pendataan fauna hewan primata dan burung, maka jenis fauna yang dapat dilihat di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda yaitu jenis primata antara lain Kera Ekor Panjang (*Zoeterops palpebrosus*), Prenjak Jawa (*Prinia flaviventris*), Burung Udang (*Alcedinidae sp.*), Lutung Jawa (*Lonchura leucogastroides*), Burung Cinenen Pisang (*Orthotomus sutorius*), dan juga Ayam Hutan (*Galus-galus banvira*), Musang (*Paradoxurus hermaproditus*), Tupai (*Collosciurus notalus*), dan berbagai jenis mamalia mamalia kecil lainnya. Kemudian terdapat jenis serangga yaitu kupu-kupu dan capung.

Taman hutan raya adalah kawasan pelestarian dan perlindungan alam yang memiliki fungsi sebagai sumber koleksi tumbuhan dan satwa, baik jenis asli maupun yang lainnya. Sebagai salah satu bentuk pengelolaan kawasan pelestarian alam, Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda diharapkan mempunyai fungsi perlindungan sistem penyangga kehidupan ekosistem liar, pelestarian keanekaragaman jenis serta pelestarian pemanfaatan sumber daya alam. Pemanfaatan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda jika dapat dilestarikan dengan cara optimal akan memberikan pengaruh positif terhadap perlindungan flora fauna dan pengembangan ekonomi masyarakat di sekitar kawasan hutan maupun sesar Lembang pada umumnya.

Kawasan yang disebut Taman Hutan Raya Djuanda ini memiliki luas lahan hingga 590 hektar yang membentang dari Dago Pakar sampai

Maribaya Lembang. Bukan hanya tempat pelestarian *flora* maupun *fauna* Tahura juga memiliki situs bersejarah yaitu Gua Belanda dan Gua Jepang. Usia gua ini kira kira mencapai 111 tahun. Adapun dengan gua lain pada umumnya, suasana dari gua ini terasa lembab dan dingin. Dalam gua ini ada terdapat beberapa lorong dalam gua yang saling terhubung satu sama lain. Di sebelah kiri, ada ruang tahanan lama dan terdapat tempat penyimpanan logistik. Sekitar jarak 300m dari Gua Belanda, ada sebuah gua lagi yang zaman lampau sempat pernah menjadi markas tentara Jepang. Gua Jepang ini memiliki lima buah pintu dan memiliki dua lubang penjagaan di sisi gua Jepang. Sejarahnya zaman dulu saat membangun gua ini, tentara Jepang mengerahkan ratusan romusha (kerja paksa) untuk menggali dan membangun galian tersebut untuk menjadi sebuah gua. Fungsi utama gua ini bukan sebagai ruang tahanan, melainkan sebagai tempat untuk berlindung dari serangan musuh tentara sekutu.

Gua ini pun berperan sebagai gudang penyimpanan senjata dan alat perang. Ketika pengunjung memasuki bagian dalam gua, Pengunjung akan menjumpai beberapa gua kecil. Gua-gua berukuran kecil ini rupanya digunakan sebagai ruang penjara, ruang pertahanan, serta tempat persembunyian.



Gambar 3. Gua Belanda Dalam Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda (Sumber: NuBandung.id)



Gambar 4. Gua Jepang Dalam Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda (Sumber: NuBandung.id)



Gambar 5. Curug Dago Dalam Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda (Sumber: regional.kompas.com)



Gambar 6. Curug Omas Dalam Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda (Sumber: ragamtempatwisata.com)

Dilihat dari komponen pariwisata 6A (*Attraction, Amenities, Ancillary, Activity, Accessibilities dan Available Package*), Tahura sudah memiliki fasilitas yang memadai. Sudah terdapat fasilitas toilet, warung yang dibuka oleh

masyarakat sekitar, saung atau gazebo, mushola, menara pemantau burung dan juga kini terdapat area *camping ground* untuk berkemah di malam hari. Selain itu fasilitas pendukung didalam kawasan hutan *Geopark* sudah cukup lengkap, seperti pagar pengamanan di sekitar lokasi sudah dilengkapi dengan pagar yang kokoh. Salah satu pelaku kepentingan dalam sektor pariwisata yang memiliki kontribusi dan peran penting dalam pengelolaan objek wisata ini tidak lain adalah masyarakat sekitar. Oleh karena itu, diharapkan dengan adanya kegiatan ini, masyarakat dapat lebih peka dan peduli dengan keberadaan *Geopark* yang ada di sekitar mereka, khususnya *Geopark* yang ada di wilayah Kota Bandung.



Gambar 7. Curug Lalay Dalam Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda (Sumber: taurabandung.com)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PPM dengan tajuk tajuk “Sosialisasi Pengembangan Kawasan Geopark Melalui Literasi Digital” yang dilakukan di SMK Pariwisata Telkom dengan peserta para siswa dan masyarakat sekitar bertujuan untuk mensosialisasi dan mengedukasi terkait materi “Literasi Digital” dan “Pengembangan Kawasan Geopark Di Wilayah Bandung”. Kegiatan ini dilakukan melalui metode hybrid melalui aplikasi zoom meeting. Antusiasme para peserta sangat tinggi dengan konsep penyuluhan yang interaktif. Dengan dilakukan kegiatan PPM ini diharapkan

para peserta maupun masyarakat sekitar dapat mengerti dan mengimplementasikan mengenai konsep literasi digital dan Geopark. Kedua konsep tersebut sangat dibutuhkan terutama literasi digital pada era globalisasi saat ini diharapkan para pengguna teknologi digital lebih bijak dan terampil mengkurasi suatu informasi dan cara berkomunikasi. Selain itu, pengetahuan mengenai Geopark dapat diimplementasikan terkait pembangunan ekonomi dari bidang pariwisata, mapan melalui warisan geologi atau geotourism, juga memiliki tujuan dan sasaran untuk melindungi keragaman di bumi (geodiversity) dan konservasi lingkungan, pendidikan dan ilmu kebumian secara luas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Saya mengucapkan terima kasih kepada para panitia dan peserta PPM yang telah menyelenggarakan acara dengan baik, selanjutnya bagi SMK Pariwisata Telkom Bandung telah menyediakan tempat dan peserta untuk acara PPM serta memberikan masukan serta kritik terhadap kesalahan pada kalimat bahasa dan kandungan dalam artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. (2011). *Komunikasi Politik Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bungin, Burhan. (2017). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Catana, M. M., & Brillha, J. B. (2020). *The Role of UNESCO Global Geoparks in Promoting Geosciences Education for Sustainability*. *Geoheritage*: 12(1).
- Gray, M. (2019). *Geodiversity, geoheritage and geoconservation for society*. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 7(4), 226–236. Diakses pada 10 Agustus 2022 <https://gln.kemdikbud.go.id/glnsite/wp-content/uploads/2017/08/panduan-gln.pdf>

- Kemendikbud. (2017). *Membangun Gerakan Bersama untuk Memajukan Literasi*. Jakarta: Kemendikbud.
- Kusuma, D. W. (2019). *Geopark Silokek Sijunjung menuju UNESCO Global Geopark*. *Jurnal Pembangunan Negeri*, 4(1), 17–32.
- Maulana, Murad. (2015). *Definisi, Manfaat Dan Elemen Penting Literasi Digital*. Murad Maulana (blog). Diakses 10 Agustus 2022 dari <https://www.muradmaulana.com/2015/12/definisi-manfaat-dan-elemen-penting-literasi-digital.html>.
- Nasionalita, K., & Nugroho, C. (2020). *Indeks Literasi Digital Generasi Milenial di Kabupaten Bandung*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 32–47.
- Paramita, Sinta. (2015). *Entrepreneurship And Communications Tourism In Yogyakarta Indonesia. Proceeding The Fourth International Conference on Entrepreneurship and Business Management*. ICEBM .56-59.
- Santoso, I. A. P., Anwar, S., & Waluyo, S. D. (2020). *Peran siberkreasi dalam meningkatkan kemampuan literasi digital untuk mencegah aksi radikalisme*. *Jurnal Peperangan Asimetris*, 6(1), 43–64.
- Tsaniyah, N., & Juliana, K. A. (2019). *Literasi digital sebagai upaya menangkal hoaks di era disrupsi*. *Al Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 121–140.
- UNESCO. (2011). *“Digital Literacy In Education”*, Policy Brief. Diakses pada 10 Agustus 2022 dari <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002144/214485e.pdf2>
- UNESCO. (2016). *Monitoring and Coordinating Education Development*. Diakses pada Tanggal 10 Agustus 2022 dari <http://en.unesco.org/themes/monitoring-and-coordinating-educationdevelopment>