

Inti Sari

Digitalisasi pariwisata merupakan sebuah tren yang sedang berkembang pada beberapa dekade tahun terakhir. Fenomena *Fear-of-Missing-Out on Travel Intention* atau perasaan cemas atau takut tertinggal yang muncul karena melihat orang lain sedang menikmati liburan yang menarik, terutama melalui media sosial dan Pembatasan mobilitas sosial saat pandemi COVID-19 secara tidak langsung mempercepat laju perkembangan digitalisasi pada pariwisata berbasis masyarakat. Letak Kalurahan Pagerharjo yang berada pada ketinggian 700–1000 MDPL menjadikan kawasan tersebut sering kali mengalami *blind spot* internet, sehingga hal tersebut menjadi tantangan bagi pengelola untuk mengembangkan pariwisata digital berbasis masyarakat.

Penelitian ini menggunakan dua konsep utama yaitu digitalisasi pariwisata dan dampak sosial sebagai pisau analisis dalam melihat bagaimana pengembangan pariwisata digital memberikan dampak sosial bagi masyarakat. Pada konsep digitalisasi pariwisata, berfokus pada tiga aspek utama yang meliputi: (1) *Visualization* (2) *Digitisation* and (3) *Internetisation*. Pada konsep dampak sosial berfokus pada dampak sosial yang diterima oleh masyarakat yang tinggal daerah tujuan wisata yang meliputi: (1) Dampak sosial ekonomi dan (2) Dampak sosial budaya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata digital berbasis masyarakat di Pagerharjo berfokus pada *digital marketing* dengan mengkomodifikasi potensi desa yang meliputi: (1) Kebun Teh Nglinggo, (2) Trajumas Java Coffee, (3) Seni pertunjukan Lengger Tapeng. Pada proses digitalisasi penulis melihat terdapat 3 tiga tahap yang meliputi: (1) Produksi Visual Pariwisata dengan melibatkan masyarakat dalam proses produksi konten, mengkomodifikasi keindahan alam, mengkomodifikasi kebiasaan sehari-hari masyarakat Pagerharjo, kesenian masa lampau yang melekat hingga saat ini, dan memanfaatkan aspek ke tokohhan yang ada di Pagerharjo. (2) Distribusi Visual Pariwisata yang dilakukan melalui berbagai *platform* sosial media dan *web hosting* yang dilakukan secara mandiri maupun dilakukan oleh pihak otoritas seperti pemerintah desa, pemerintah kabupaten hingga pada tingkat kementerian. (3) Konsumsi Visual Pariwisata melalui pola wisatawan yang berkunjung ke Pagerharjo yang meliputi rasa penasaran wisatawan terkait informasi yang di peroleh melalui sosial media, wisatawan secara tidak langsung melakukan unggahan foto ke sosial media mereka. Berbagai proses digitalisasi tersebut menjadikan Kalurahan Pagerharjo secara perlahan bergeser menuju industri pariwisata, sehingga fenomena ini memberikan dampak sosial bagi masyarakat yang meliputi: (1) Dampak sosial ekonomi yang berupa penggambaran penghasilan masyarakat dalam sebuah akumulasi, distribusi manfaat pada generasi muda. (2) Dampak sosial budaya yang berupa pergeseran adat istiadat, pergeseran tren budaya pekerjaan masyarakat dan distribusi kekuasaan melalui alih fungsi lahan.

Kata Kunci: Pariwisata Digital & Pariwisata Berbasis Masyarakat

Abstract

Tourism digitalization is a growing trend in recent decades. The Fear-of-Missing-Out phenomenon on Travel Intention, or the feeling of anxiety or fear of being left behind that arises from seeing others enjoying interesting vacations, especially through social media and social mobility restrictions during the COVID-19 pandemic, indirectly accelerated the pace of digitalization in community-based tourism. The location of Pagerharjo village in a hilly area with an altitude of 700-1000 MDPL makes the area often experience internet blind spots, so this is a challenge for managers to develop digitalization in community-based tourism

This study uses two main concepts, namely tourism digitalization and social impact, as analytical tools in seeing how digital tourism development has a social impact on society. In the concept of tourism digitalization, it focuses on three main aspects which include: (1) Visualization (2) Digitization and (3) Internetization. The concept of social impact focuses on the social impact received by the community living in tourist destination areas which include: (1) Socio-economic impact and (2) Socio-cultural impact.

The results of this study indicate that the development of community-based digital tourism in Pagerharjo focuses on digital marketing by commodifying village potentials which include: (1) Nglinggo Tea Plantation, (2) Trajumas Java Coffee, (3) Lengger Tapeng performing arts. In the digitalization process, the author sees 3 stages which include: (1) Production of Tourism Visuals by involving the community in the content production process, commodifying natural beauty, commodifying the daily habits of the Pagerharjo community, past arts that are still present today, and utilizing aspects of existing figures in Pagerharjo. (2) Distribution of Tourism Visuals carried out through various social media platforms and web hosting which are carried out independently or carried out by authorities such as village governments, district governments up to the Ministry level. (3) Visual Consumption of Tourism through the patterns of tourists visiting Pagerharjo which include tourists' curiosity regarding information obtained through social media, tourists indirectly upload photos to their social media. Various digitalization processes have made Pagerharjo village slowly shift towards tourism industrialization, so that this phenomenon has a social impact on the community which includes: (1) Socio-economic impacts in the form of depictions of community income in an accumulation, distribution of benefits to the younger generation. (2) Socio-cultural impacts in the form of shifts in customs, shifts in cultural trends in work and the distribution of power through land conversion.

Key Word: Digital Tourism & Community-based tourism