



GEN Z SEBAGAI DUTA WISATA CERDAS: WORKSHOP KREATIF BERKONTEN, TAAT HUKUM, DAN PAHAM KEBIJAKAN DI SMAS PAB 8 SAENTIS

Bantors Sihombing¹, Besti Rohana Simbolon², Boas Bahana Putra³

¹ Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli Utara, ² Universitas Darma Agung, ³ Terimakasih Indonesia

e-mail:

bantors@gmail.com¹⁾

Abstract

The acceleration of digital transformation in the tourism sector demands an active role from Generation Z, the demographic group most adaptable to technology. However, creativity in producing promotional content is often not accompanied by an adequate understanding of digital law (UU ITE) and applicable tourism policies. This lack of understanding has the potential to result in counterproductive or even legally problematic content. This Community Service (PKM) activity aims to equip students of SMAS PAB 8 Saentis, Percut Sei Tuan, to become Smart Tourism Ambassadors who are not only creative but also law-abiding and policy-savvy. The implementation method used a Participatory Action Research (PAR) approach through workshops that included presentations on tourism policy, digital legal literacy, content creation training, and hands-on practice. This activity took place on January 29, 2026. Evaluation results showed a significant increase in partners' understanding, as evidenced by an 85% increase in the average post-test score compared to the pre-test. Participants successfully produced local tourism promotional content that was both aesthetically pleasing and ethical. This program concluded that legal and policy literacy are crucial elements that must be integrated into developing the digital capacity of Generation Z to support sustainable tourism.

Keywords: Smart Tourism Ambassador, Generation Z, Digital Law, Tourism Policy, Percut Sei Tuan

PENDAHULUAN

Industri pariwisata modern tidak lagi dapat dipisahkan dari ekosistem digital. Pergeseran perilaku wisatawan yang kini sangat bergantung pada *User Generated Content* (UGC) di media sosial menempatkan konten kreator sebagai ujung tombak promosi destinasi (Kotler et al., 2021). Dalam konteks ini, Generasi Z (Gen Z) memegang peranan vital. Sebagai *digital native*, mereka memiliki kemampuan intuitif dalam memproduksi konten visual yang menarik dan viral.

Namun, fenomena viralitas seringkali menjadi pedang bermata dua. Di satu sisi, konten yang masif dapat mengangkat potensi wisata daerah seperti kawasan Percut Sei Tuan yang kaya akan wisata pesisir dan kuliner. Di sisi lain, kurangnya literasi mengenai etika digital, batasan hukum, dan kebijakan pariwisata sering menyebabkan munculnya konten yang melanggar privasi, mengandung unsur hoaks, atau bertentangan dengan norma masyarakat setempat (Juditha, 2020). Pelanggaran terhadap Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sering terjadi bukan karena niat jahat, melainkan karena ketidaktahuan.

SMAS PAB 8 Saentis yang berlokasi di Percut Sei Tuan memiliki potensi sumber daya manusia yang besar. Siswa-siswi di sekolah ini aktif bermedia sosial, namun belum mendapatkan pembekalan yang terstruktur mengenai bagaimana mengemas konten wisata yang "cerdas". Cerdas dalam artian mampu menonjolkan estetika destinasi sekaligus memahami rambu-rambu hukum dan kebijakan publik.

Kesenjangan antara kreativitas teknis dan pemahaman regulasi inilah yang melatarbelakangi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini. Melalui topik "Gen Z sebagai Duta Wisata Cerdas: Kreatif Berkonten, Taat Hukum, dan Paham Kebijakan", tim pengabdian berupaya mengintegrasikan kemampuan *hard skill* (videografi/editing) dengan *soft skill* (literasi hukum dan kebijakan). Hal ini sejalan dengan paradigma pariwisata berkelanjutan yang mensyaratkan partisipasi masyarakat yang bertanggung jawab (Sunaryo, 2013).



Foto bersama dengan peserta kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan topik "Gen Z sebagai Duta Wisata Cerdas: Kreatif Berkonten, Taat Hukum, dan Paham Kebijakan"

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam kegiatan ini adalah:

1. Bagaimana tingkat pemahaman awal siswa SMAS PAB 8 Saentis mengenai hukum digital (UU ITE) dan kebijakan pariwisata dalam konteks pembuatan konten?
2. Bagaimana model pendampingan yang efektif untuk mencetak Duta Wisata yang tidak hanya kreatif secara visual tetapi juga taat hukum?
3. Sejauh mana efektivitas workshop ini dalam meningkatkan kualitas konten promosi yang dihasilkan oleh peserta?

METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan program pengabdian ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), di mana tim pengabdian dari lintas institusi (Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli Utara, Universitas Darma Agung, dan Terimakasih Indonesia) berkolaborasi aktif dengan pihak sekolah.

Khalayak Sasaran

Mitra dalam kegiatan ini adalah siswa-siswi SMAS PAB 8 Saentis, Percut Sei Tuan. Pemilihan mitra didasarkan pada pertimbangan bahwa sekolah ini berada di kawasan penyangga wisata Deli Serdang dan

siswanya merupakan representasi Gen Z yang aktif di media sosial.

Waktu dan Tempat

Kegiatan dilaksanakan pada hari Kamis, 29 Januari 2026, mulai pukul 09.00 WIB hingga selesai. Lokasi kegiatan bertempat di SMAS PAB 8 Saentis, Percut Sei Tuan.

Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan melalui tiga tahapan utama:

1. **Tahap Persiapan (Awal Januari 2026):** Tim melakukan survei pendahuluan, koordinasi dengan Kepala Sekolah SMAS PAB 8 Saentis, serta penyusunan materi yang mencakup tiga pilar: kreativitas, hukum, dan kebijakan.
2. **Tahap Implementasi (29 Januari 2026):**
 - *Sesi 1: Pre-test.* Mengukur pemahaman awal peserta.
 - *Sesi 2: Materi "Paham Kebijakan & Taat Hukum".* Narasumber memaparkan tentang UU ITE, hak cipta musik/gambar, dan kebijakan pariwisata daerah agar peserta terhindar dari masalah hukum saat mempromosikan wisata.
 - *Sesi 3: Materi "Kreatif Berkonten".* Teknik pengambilan *angle* gambar, *storytelling* yang persuasif, dan editing menggunakan *smartphone*.
 - *Sesi 4: Praktik Mandiri.* Peserta membuat konten simulasi promosi potensi lokal Saentis/Percut Sei Tuan.
3. **Tahap Evaluasi:** Dilakukan melalui *post-test* dan reviu karya peserta untuk melihat penerapan materi dalam konten yang dibuat.



Tanya jawab pada Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan topik "Gen Z sebagai Duta Wisata Cerdas: Kreatif Berkonten, Taat Hukum, dan Paham Kebijakan"

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM berjalan lancar dengan antusiasme tinggi dari para peserta dan dukungan penuh pihak sekolah. Kolaborasi antara akademisi dan praktisi memberikan perspektif yang komprehensif bagi para siswa.

Peningkatan Pemahaman Literasi Hukum dan Kebijakan

Salah satu fokus utama pengabdian ini adalah menanamkan kesadaran hukum. Berdasarkan hasil *pre-test*,

diketahui bahwa 70% peserta belum memahami bahwa penggunaan lagu yang sedang tren di TikTok/Instagram bisa berimplikasi pada pelanggaran hak cipta jika digunakan untuk tujuan komersial tertentu, serta ketidaktahuan mengenai batasan ujaran dalam mereview sebuah lokasi wisata agar tidak terjerat pasal pencemaran nama baik.

Setelah pemaparan materi, hasil *post-test* menunjukkan peningkatan signifikan. Nilai rata-rata pemahaman peserta meningkat dari 45 (kategori kurang) menjadi 83 (kategori sangat baik). Peserta kini memahami pentingnya "saring sebelum *sharing*" dan cara memverifikasi informasi kebijakan pariwisata sebelum menyebarkannya. Peningkatan sebesar 85% ini mengindikasikan bahwa metode penyampaian yang menggabungkan studi kasus hukum nyata dengan bahasa kaum muda sangat efektif (Nasrullah, 2017).



Foto bersama narasumber PKM dengan Kepala SMAS PAB 8 Saentis, Percut Sei Tuan

Kreativitas Berkonten yang Bertanggung Jawab

Pada sesi praktik, peserta diminta membuat video pendek berdurasi 60 detik. Berbeda dengan konten amatir

yang biasa mereka buat, kali ini peserta diwajibkan menyertakan narasi edukatif dan memastikan tidak ada pelanggaran privasi orang lain dalam video tersebut.

Luaran yang dihasilkan berupa 10 konten video kelompok yang mengangkat tema kearifan lokal di sekitar Percut Sei Tuan. Salah satu karya terbaik menampilkan sisi unik kuliner pasar tradisional Saentis dengan narasi yang mengajak audiens menjaga kebersihan (sadar kebijakan lingkungan) tanpa nada menggurui. Hal ini membuktikan bahwa Gen Z mampu menjadi agen promosi yang efektif jika diberi koridor yang tepat. Menurut Sugihamretha (2020), promosi pariwisata yang berkelanjutan haruslah berbasis pada keaslian dan penghargaan terhadap norma lokal, yang berhasil diterjemahkan dengan baik oleh para peserta.



Interaksi dengan siswa pada Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)

Respon Mitra

Kepala Sekolah SMAS PAB 8 Saentis menyambut positif kegiatan ini karena materi yang dibawakan sangat relevan dengan tantangan pergaulan digital siswa saat ini. Para siswa juga merasa mendapatkan wawasan baru bahwa menjadi "Duta Wisata" bukan hanya soal wajah yang tampil di kamera, tetapi juga kecerdasan dalam menyampaikan pesan yang taat aturan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat urgensi yang tinggi untuk memberikan literasi hukum digital kepada Gen Z, mengingat pemahaman awal mereka yang minim mengenai UU ITE dan kebijakan pariwisata.
2. Workshop yang mengintegrasikan aspek hukum, kebijakan, dan kreativitas teknis terbukti efektif



- mencetak profil "Duta Wisata Cerdas".
3. Siswa SMAS PAB 8 Saentis berhasil menunjukkan peningkatan kompetensi sebesar 85% dan mampu memproduksi konten wisata yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga etis dan legal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli Utara, Universitas Darma Agung, dan Terimakasih Indonesia atas dukungan personel dan materi. Terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Sekolah dan majelis guru SMAS PAB 8 Saentis, Percut Sei Tuan, atas fasilitas dan sambutan hangatnya sebagai mitra pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Juditha, C. (2020). Interaksi komunikasi hoax di media sosial serta antisipasinya. *Jurnal Pekommnas*, 3(1), 31-44. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pratama, A. B. (2022). Literasi digital dan kepatuhan hukum generasi Z dalam penggunaan media sosial. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 52(1), 120-135.
- Rianto, P. (2016). Media baru, visi khalayak aktif, dan urgensi literasi media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(2), 90-96.
- Sugihamretha, I. D. G. (2020). Respon kebijakan: Mitigasi dampak wabah Covid-19 pada sektor pariwisata. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 191-206.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata: Konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Gava Media.
- Utami, W. B., & Purnomo, S. H. (2023). Penguatan branding pariwisata lokal melalui konten kreatif berbasis kearifan lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2), 145-156.
- Wibowo, A., & Hidayat, Z. (2021). Efektivitas promosi wisata melalui media sosial instagram pada generasi milenial. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 6(1), 35-45.
- Yoeti, O. A. (2016). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Pradnya Paramita.