

PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN PROMOSI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN POTENSI WISATA DI PANTAI GASENG TANJUNGPINANG

**Rifaldi Herikson¹, Marisha Pertiwi^{2*}, Novrizal Fattah Fahmitra³,
Sepli Yandri⁴, Aria Bagiasa Chidmahdjati⁵**

^{1,2,3)} Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Teknologi Kemaritiman, Universitas Maritim Raja Ali Haji

^{4,5)} Teknik Perkapalan, Fakultas Teknik dan Teknologi Kemaritiman, Universitas Maritim Raja Ali Haji

e-mail: marishapertiwi@umrah.ac.id

Abstrak

Pariwisata memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian, melestarikan budaya, dan memberdayakan masyarakat, khususnya negara Indonesia yang kaya akan destinasi wisata. Sektor pariwisata saat ini masih menghadapi tantangan terutama pada kurangnya minat untuk membuat konten media sosial sebagai sarana promosi wisata. Tantangan ini bisa diatasi dengan solusi edukasi dan promosi wisata berbasis digital. Tujuan penelitian ini untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pariwisata lokal dan memperkuat daya tarik destinasi wisata melalui pelatihan pembuatan konten media sosial. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ditujukan kepada warga setempat di Pantai Gaseng Tanjungpinang, Kepulauan Riau dengan memberikan pelatihan pembuatan konten media sosial untuk promosi pariwisata Pantai Gaseng. Hasil dari kegiatan PKM ini menunjukkan antusiasme tinggi dari peserta yang aktif berdiskusi dan menghasilkan konten media sosial. Program ini berhasil meningkatkan wawasan peserta terkait potensi pariwisata lokal dan teknologi digital sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif yang berkelanjutan. Meski demikian, sinergi dan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan Masyarakat juga diperlukan untuk dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital yang mendukung pariwisata di Kota Tanjungpinang.

Kata kunci: Konten Digital, Media Sosial, Pariwisata, Promosi

Abstract

Tourism plays a vital role in supporting the economy, preserving culture, and empowering communities, especially in Indonesia, a country rich in tourist destinations. However, the tourism sector currently faces challenges, particularly the lack of interest in creating social media content as a means of promoting tourism. This challenge can be addressed through digital-based education and tourism promotion solutions. This study aims to enhance public understanding of the importance of local tourism and strengthen the appeal of tourist destinations through social media content creation training. The Community Service Program (PKM) targeted local residents at Gaseng Beach, Tanjungpinang, Riau Islands, by providing training on creating social media content to promote Gaseng Beach tourism. The results of the PKM activities demonstrated high enthusiasm among participants, who actively engaged in discussions and produced social media content. This program successfully improved participants' awareness of local tourism potential and digital technology while simultaneously promoting inclusive and sustainable economic growth. Nevertheless, synergy and collaboration among the government, businesses, and the community are essential to optimize the utilization of digital technology to support tourism in Tanjungpinang City.

Keywords: Digital Content, Social Media, Tourism, Promotion

PENDAHULUAN

Pariwisata memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian, melestarikan budaya, dan memberdayakan masyarakat. Dengan adanya pariwisata menjadi salah satu pilar strategis pembangunan yang dapat menciptakan peluang kerja, mendukung pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) masyarakat, dan memperkuat *brand* lokal maupun nasional. Indonesia yang dikenal sebagai negara dengan kekayaan budaya dan keragaman hayati menjadikan pariwisata sebagai potensi terhadap kemajuan perekonomian. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sektor pariwisata telah menyumbang sekitar 2.30% dari Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2021, dan jumlah ini diprediksi akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah wisatawan domestik dan internasional. Akan tetapi masih ada tantangan yang harus dihadapi seperti

persaingan destinasi dan perubahan perilaku dari konsumen yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi (Alfina et al, 2022).

Penggunaan teknologi digital untuk edukasi dan promosi potensi pariwisata menjadi sangat penting (Aziz, 2022). Teknologi digital tidak hanya memberikan kemudahan dalam mengakses informasi tetapi juga mendukung interaksi yang lebih baik antara penyedia layanan pariwisata dan konsumen. Sebagai contoh, media sosial telah terbukti menjadi alat promosi yang efektif untuk menarik wisatawan (Hamzah et al, 2022), dengan data menunjukkan bahwa 75% wisatawan menggunakan media sosial sebagai sumber inspirasi perjalanan. Selain itu, edukasi melalui platform digital dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi pariwisata lokal dengan menyediakan informasi tentang sejarah, budaya, dan keunikan destinasi wisata di sekitar mereka (Jaelani & Hanim, 2021). Hal ini tidak hanya memperluas wawasan masyarakat tetapi juga membangun rasa kepemilikan terhadap destinasi tersebut.

Namun demikian, penerapan teknologi digital dalam pengembangan pariwisata menghadapi berbagai kendala. Masalah konten media sosial masih menjadi tantangan, terutama bagi masyarakat di daerah terpencil yang menjadi lokasi banyak destinasi unggulan (Jamilati et al, 2023). Selain itu, kurangnya koordinasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat sering kali menghambat optimalisasi teknologi digital untuk pengembangan pariwisata. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang terstruktur dan menyeluruh untuk mengatasi tantangan ini.

Edukasi dan promosi berbasis teknologi digital dalam bentuk pembuatan konten media sosial menawarkan solusi strategis untuk mengatasi tantangan ini. Melalui pendekatan ini, masyarakat tidak hanya diberdayakan sebagai pengelola utama destinasi wisata tetapi juga dibekali kemampuan untuk menggunakan teknologi sebagai alat promosi yang efektif (Magfira et al, 2024). Langkah-langkah seperti pelatihan literasi digital, pembuatan konten promosi yang menarik, dan pemanfaatan analitik data untuk memahami preferensi wisatawan menjadi bagian dari strategi ini (Pertiwi et al, 2024). Dalam Pengabdian PKM yang telah dilakukan berfokus pada pembuatan konten promosi menggunakan media sosial. Adapun tujuan pengabdian ini untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya potensi pariwisata lokal, memperkuat daya tarik destinasi wisata, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif serta berkelanjutan dengan menjadikan teknologi digital sebagai komponen utama pengembangan pariwisata (Murti et al, 2022) khususnya di Pantai Gaseng Kota Tanjungpinang.

METODE

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan di Pantai Gaseng adalah dengan memberikan edukasi masyarakat tentang pentingnya media sosial sebagai sarana promosi, pemberian contoh konten media sosial yang menarik dan mudah dipahami, dan diakhiri dengan sesi diskusi untuk menambah pemahaman dan pendalaman materi.

Program pengabdian dilaksanakan dengan beberapa tahapan kegiatan yang dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Rencana Kegiatan Pengabdian

No	Nama Tahapan	Keterangan
1	Jenis Kegitan	Sosialisasi dan pengembangan potensi pariwisata melalui edukasi dan promosi berbasis teknologi digital
2	Penentuan Lokasi Pelatihan	Pantai Gaseng Dompak, Tanjungpinang, Kepulauan Riau
3	Peserta	Warga Sekitar Pantai Gaseng
4	Lama Kegiatan	1 Hari

Rencana pemaparan materi pengembangan potensi pariwisata melalui pelatihan untuk pembuatan konten promosi melalui media sosial yang dilaksanakan di Pantai Gaseng Tanjungpinang yang dijelaskan pada tabel 2.

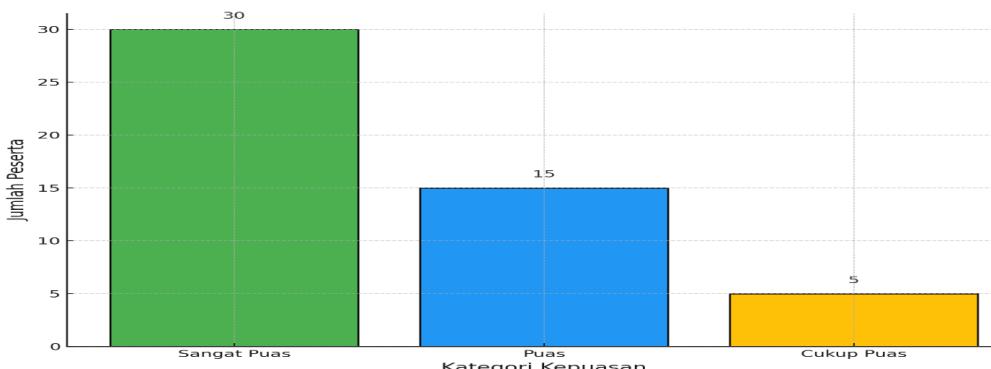
Tabel 2. Rencana Pemaparan Materi Pelatihan

No	Sesi	Waktu	Materi
----	------	-------	--------

1	Pertama	45 Menit	Pengenalan teknologi media sosial
2	Kedua	60 Menit	Membuat konten media sosial yang menarik
3	Diskusi	60 Menit	Diskusi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya teknologi digital dalam mengembangkan potensi pariwisata lokal. Berdasarkan hasil evaluasi, dihasilkan 85% peserta merasa terbantu dengan materi yang disampaikan dan mampu mengaplikasikan keterampilan baru dalam promosi pariwisata. Peserta juga menunjukkan peningkatan keterampilan digital yang signifikan. Mereka berhasil membuat konten digital berupa foto, video, dan narasi promosi untuk destinasi wisata lokal.



Gambar 1. Hasil Survei Kepuasan Peserta Pelatihan

Kegiatan PKM yang dilaksanakan di Pantai Gaseng Tanjungpinang dengan melibatkan warga sekitar Pantai Gaseng. Program ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya nilai pariwisata lokal, memperkuat daya tarik destinasi wisata, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan dengan menjadikan teknologi digital sebagai inti dari upaya pengembangan pariwisata melalui penyampaian materi dan diskusi yang interaktif (Ratna Sari, 2021).

Rangkaian kegiatan diawali dengan pemaparan materi tentang pengenalan teknologi media sosial, dan dilanjutkan dengan pemaparan materi tentang bagaimana cara membuat konten media sosial yang menarik untuk meningkatkan wisatawan (Rukmana Syafrin et al, 2023). Pemateri menyampaikan materi secara terstruktur, memungkinkan peserta untuk memahami konsep yang disampaikan dengan mudah, sehingga banyak peserta menunjukkan minat yang tinggi dan berpartisipasi secara aktif. Mereka mendengarkan dengan saksama materi yang disampaikan, mencatat isu penting, dan melakukan sesi diskusi untuk menggali lebih dalam tentang topik yang belum sepenuhnya dipahami. Berikut sesi materi yang disampaikan oleh pemateri 1 dan pemateri 2 dapat dilihat pada gambar 2 dan gambar 3.



Gambar 2. Pemateri 1 tentang Pengenalan Teknologi Media Sosial



Gambar 3. Pemateri 2 tentang Pembuatan Konten Promosi

Materi yang telah disampaikan dengan lancar dan kemudian dilanjutkan dengan diskusi, beberapa pertanyaan yang muncul dari peserta diskusi antara lain:

1. Konten yang paling menarik bagi wisatawan?
2. Tips untuk membuat foto dan video promosi pariwisata dengan baik?
3. Bagaimana mengatasi tantangan seperti terbatasnya akses internet pada daerah terpencil?
4. Bagaimana kita dapat mengetahui berhasilnya promosi melalui media sosial?
5. Bagaimana membuat desain untuk konten di media sosial?
6. Apakah perlu keahlian khusus untuk menjadi *content creator* di media sosial?

Pertanyaan dari peserta sangat menarik dan langsung dijawab oleh narasumber sehingga peserta dapat memahami topik diskusi dengan baik. Setelah sesi materi dan diskusi telah dilaksanakan dilanjutkan dengan sesi foto bersama dengan seluruh peserta pelatihan. Sesi foto bersama dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Sesi foto bersama dengan seluruh peserta PKM

Dari pertanyaan peserta, terdapat tantangan yang saat ini dihadapi yaitu terbatasnya akses internet di beberapa wilayah terpencil yang menghambat penggunaan media sosial. Kurangnya pemahaman tentang teknologi digital pada sebagian peserta menjadi kendala yang membutuhkan penyesuaian dengan metode pelatihan.

SIMPULAN

Pariwisata menjadi pilar strategis untuk pembangunan yang memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian, melestarikan budaya, serta memberdayakan masyarakat. Pemanfaatan teknologi digital melalui edukasi dan promosi menjadi solusi efektif untuk mengembangkan potensi pariwisata, meskipun masih terdapat tantangan, seperti terbatasnya akses internet, kesenjangan literasi digital, dan kurangnya koordinasi dan kolaborasi antar berbagai pihak terkait.

Kegiatan pengabdian yang berfokus pada "Pelatihan Pembuatan Konten Promosi Media Sosial Untuk Meningkatkan Potensi Wisata" dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat, memperkuat daya tarik destinasi wisata, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Pelatihan yang telah dilaksanakan oleh tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat berhasil mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu meningkatkan pengetahuan peserta mengenai daya tarik destinasi wisata serta mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan dengan menjadikan teknologi digital sebagai inti dari pengembangan pariwisata khususnya di Pantai Gaseng Tanjungpinang.

SARAN

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Pantai Gaseng, ada beberapa saran yang diharapkan:

1. Pemerintah perlu menyediakan pelatihan literasi digital dan media sosial yang lebih luas terutama masyarakat lokal yang menjadi destinasi wisata
2. Dibutuhkannya sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat lokal untuk mengoptimalkan teknologi informasi dalam mempromosikan pariwisata di wilayahnya
3. Diperlukan upaya pengembangan potensi pariwisata berbasis teknologi informasi yang disertai dengan monitoring dan evaluasi (monev) untuk mengukur tingkat keberhasilan program dan keberlanjutan program pariwisata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Perangkat Desa Pantai Gaseng atas dukungan dan kerja samanya sebagai mitra dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Penghargaan juga disampaikan atas fasilitas yang telah disediakan sehingga kegiatan ini dapat berlangsung dengan lancar. Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada warga Desa Pantai Gaseng atas partisipasi dan dukungan mereka yang telah membantu menyukseskan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afina, R., Qatrunnada, H., Amabel Kirani, H., Kencana, W. H., Budilaksono, S., Febrianty, F., & Gantina, D. (2022). Strategi Marketing Desa Wisata Berbasis Informasi dan Teknologi. *IKRAITH-Teknologi*, 6(3), 7–17. <https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v6i3.2302>
- Aziz, M. H. (2022). Model Pariwisata Digital dalam Pengembangan Pariwisata Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 2279. <https://doi.org/10.33087/jiujb.v22i3.2246>
- Hamzah, Z., Hanafiah, A., Rusilawati, E., Ayu Purwati, A., Purnama Sari, T., & Luthfi Hamzah, M. (2022). Technology-Based Tourism Management on Fishing Tours in Mentulik Village. *Community Engagement & Emergence Journal*, 3(2), 162–169.
- Jaelani, A., & Hanim, T. F. (2021). Teknologi Digital, Keberlanjutan Lingkungan, Dan Desa Wisata Di Indonesia. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 237. <https://doi.org/10.24235/jm.v6i2.9613>
- Jamilati, N., Anshori, M. I., & Salsabila, S. N. (2023). Penggunaan Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Kinerja Pengelola Pariwisata Berkelanjutan Studi Kasus di Kabupaten Bangkalan. *Innovative : Journal Of Social Science Research*, 3(6), 154–169.
- Magfira, F., Matulatan, T., Fahmitra, N. F., Irawan, F., & Herikson, R. (2024). Implementation of Model View Controller Architecture in Designing Outcome-Based Education (OBE) Curriculum Management Information System. *BIO Web of Conferences*, 134. <https://doi.org/10.1051/bioconf/202413405002>
- Murti, D. C. W., Kusumastuti, Z. R., Handoko, V. S., & Wijaya, A. B. M. (2022). Peningkatan Digitalisasi Pariwisata di Wilayah Desa Purwoharjo, Kulon Progo. *Jurnal Atma Inovasia*, 2(1), 14–19. <https://doi.org/10.24002/jai.v2i1.5395>
- Pertiwi, M., Efranda, N., Slam, B. E., Ritha, N., & Bettiza, M. (2024). UI/UX Design of Web-Based for Outcome-based Education (OBE) Assessment Information System in Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH) Using Prototype Method. *BIO Web of Conferences*, 134. <https://doi.org/10.1051/bioconf/202413401006>
- Ratna Sari, D. (2021). E-Tourism Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTSI)*, 2(4), 62–67. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>
- Rukmana Syafrin, N. S., Risma Niswaty, & Andi Cudai Nur. (2023). Urgensi Manajemen Pariwisata Berbasis Teknologi Informasi dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Majene. *Ruang Komunitas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 60–67. <https://doi.org/10.24252/rkjpm.v1i2.41182>