

Workshop Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Popularitas Pantai Garassi

Reski Ani¹, Resky Faradibah Suhab²

Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar¹

Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar²
reski.kwu21@itbmpolman.ac.id¹, reskyfaradibah@itbmpolman.ac.id²

Abstrak

Media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling signifikan di era digital saat ini. Penggunaannya tidak hanya terbatas pada komunikasi pribadi tetapi juga mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti bisnis, pendidikan, hiburan, dan promosi. Pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi telah menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan popularitas destinasi wisata, termasuk pantai. Media sosial memungkinkan pengelola destinasi wisata untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui konten visual, ulasan pengunjung, dan kampanye promosi interaktif. Workshop ini bertujuan meningkatkan popularitas Pantai Garassi melalui pelatihan pemanfaatan media sosial secara strategis. Peserta diajarkan teknik pembuatan konten kreatif, seperti foto, video, dan caption menarik, serta pemahaman algoritma media sosial untuk memperluas jangkauan promosi. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan keterampilan peserta dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan, pemahaman yang lebih baik tentang branding, serta motivasi masyarakat untuk mempromosikan destinasi wisata secara mandiri. Workshop ini diharapkan mampu meningkatkan eksposur Pantai Garassi, menarik lebih banyak wisatawan, serta memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal. Pendekatan berbasis teknologi ini juga dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat yang diterapkan pada destinasi wisata lainnya.

Kata kunci: Workshop, Media Sosial, Promosi, Wisata Pantai

Korespondensi Email : reski.kwu21@itbmpolman.ac.id

Diterima Redaksi : 21-01-2025 | **Selesai Revisi** : 27-01-2025 | **Diterbitkan Online** : 31-01-2025

1. Pendahuluan

Pariwisata adalah sector industri kreatif yang saat ini mengalami perkembangan. Pariwisata merupakan sebuah alternative tepat untuk melepaskan kejenuhan baik yang dilakukan oleh pribadi maupun kelompok Dalam (Susanto, 2020). Di era digital saat ini, media sosial menjadi alat pemasaran yang sangat efektif untuk mempromosikan destinasi wisata. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan informasi tersebar dengan cepat dan meluas, menjangkau audiens yang beragam. Konten kreatif seperti foto, video, dan kisah perjalanan dapat menciptakan kesan positif yang mengajak para calon wisatawan untuk berkunjung. Namun, untuk mengoptimalkan media sosial, dibutuhkan keterampilan khusus dalam menciptakan konten yang menarik, memahami algoritma yang ada, dan merancang strategi pemasaran digital yang sesuai dengan target audiens. Media social adalah alata tau Teknik yang digunakan Perusahaan atau organisasi untuk menyebarkan dan berkomunikasi dengan pelanggan dalam bentuk teks, foto, audio dan video ke Masyarakat umum (Dalam , Sutoyo Et al., 2024)

Sebagai respons terhadap tantangan ini, diadakan Workshop Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Popularitas Pantai Garassi. Kegiatan ini bertujuan memberdayakan masyarakat lokal, pelaku usaha pariwisata, dan pengelola destinasi agar dapat memahami dan memanfaatkan media sosial secara efektif untuk promosi wisata. Melalui pelatihan ini, peserta diharapkan mampu mengembangkan keterampilan dalam menciptakan konten kreatif, mengelola akun media sosial dengan baik, dan merancang kampanye promosi digital yang berkelanjutan. Workshop ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, komunitas setempat, dan praktisi pemasaran digital. Materi yang disampaikan meliputi teknik dasar fotografi dan videografi, penulisan narasi promosi, hingga analisis data media sosial untuk meningkatkan efektivitas kampanye. Selain itu, peserta diberikan kesempatan

untuk langsung mempraktikkan pembuatan konten di lokasi Pantai Garassi, sehingga hasil yang diperoleh dapat segera diaplikasikan untuk mendukung promosi destinasi tersebut.

Pantai Garassi, yang terletak di Desa Nepo, Kec. Wonomulyo. Kab. Polewali Mandar, Sulawesi Barat , adalah Pantai tersembunyi yang menawarkan keindahan alam yang luar biasa. Namun, meskipun pesonanya, Pantai Garassi masih berjuang untuk mencapai tingkat popularitas yang layak, dengan kunjungan wisatawan yang belum optimal. Salah satu faktor yang menghambat adalah kurangnya strategi promosi yang efektif dan terbatasnya pemanfaatan teknologi digital, terutama media sosial, untuk menarik perhatian pengunjung lokal dan mancanegara.

Dengan program ini, diharapkan Pantai Garassi dapat semakin dikenal baik di tingkat nasional maupun internasional, menarik lebih banyak wisatawan, dan memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat setempat. Keberhasilan inisiatif ini juga diharapkan menjadi model yang dapat diadaptasi untuk destinasi wisata lainnya di Indonesia yang menghadapi tantangan serupa dalam hal promosi dan popularitas.

Dalam Ismail M. et al., 2024 Siapapun yang menguasai informasi, akan berada selangkah di depan dibandingkan dengan yang lain. Hal ini juga berdampak pada dunia pariwisata dimana melakukan promosi menggunakan teknologi khususnya media sosial akan lebih efektif karena hampir semua orang menggunakan media sosial. Selain itu promosi dengan menggunakan media sosial memerlukan dana yang lebih sedikit dibandingkan promosi melalui surat kabar, televisi ataupun dengan selebaran, spanduk, dan sejenisnya. Namun, meskipun media sosial memiliki potensi besar, pemanfaatannya yang optimal membutuhkan strategi yang tepat. Tidak hanya sekedar memposting foto atau video, tetapi juga memahami audiens, membangun narasi yang menarik, memanfaatkan tren terkini, dan memaksimalkan fitur-fitur yang tersedia di platform tersebut.

Di Era revolusi industri saat ini, dunia bisnis dan ekonomi menghadapi tantangan yang besar. Kemajuan teknologi menjadi hal yang tidak dapat dihindari. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini (dalam Naimah, Agustini R.S. et al., 2023)

2. Metode Pelaksanaan

Workshop Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Popularitas Pantai Garassi dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan interaktif, guna memastikan transfer pengetahuan yang efektif kepada para peserta. Berikut adalah langkah-langkah pelaksanaan yang dirancang secara sistematis:

1. Persiapan Kegiatan

Persiapan dilakukan dengan melakukan rapat dan penyusunan teknis acara serta program yang dilakukan secara bersama dengan seluruh anggota kelompok kemudian ditelaah kembali sesuai dengan kesepakatan subkelompok selaku pelaksana program kemudian pembagian tugas untuk pelaksanaan program tersebut. Tidak lupa melakukan koordinasi dengan Desa berkaitan untuk perizinan, format serta keikutsertaan dalam pelaksanaan program

Persiapan kegiatan melibatkan beberapa langkah penting sebagai berikut:

- Identifikasi Peserta: Peserta workshop terdiri dari masyarakat lokal, pelaku usaha wisata, pengelola destinasi, serta pihak terkait lainnya, yang dipilih berdasarkan kontribusi mereka dalam pengembangan Pantai Garassi.
- Koordinasi Narasumber: Narasumber yang kompeten dalam bidang pemasaran digital dan pengelolaan media sosial diundang untuk memberikan pelatihan.



Gambar 1.2 Rapat Persiapan Workhsop

2. Tahapan Pelaksanaan

Workshop dilaksanakan pada tanggal 12 November 2024 di Kator Desa Nepo. Yang dihadiri oleh Beberapa aparat Desa serta warga yang turut hadir. Adapun Tujuan dari workshop ini adalah untuk meningkatkan popuaritas pantai dan memberikan wawasan dan keterampilan kepada peserta dalam menggunakan berbagai platform media sosial secara efektif untuk mempromosikan pantai dan destinasi wisata. manfaat dari workshop ini adalah memberikan beberapa pengetahuan terkait penggunaan media sosial kepada peserta agar dapat mempromosikan tempat wisata. media sosial memungkinkan pantai lebih dikenal oleh masyarakat luas melalui foto, video, dan cerita yang menarik. Workshop ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang cara memanfaatkan media sosial secara efektif dalam mengembangkan tempat wisata. Peserta akan diajak untuk mempelajari strategi pemasaran digital, teknik pembuatan konten kreatif, analisis data media sosial, serta studi kasus dari destinasi wisata yang telah berhasil menggunakan media sosial untuk meningkatkan popularitas mereka.

Selanjutnya materi yang disampaikan dalam format presentasi inteaktif, menggunakan media visual seperti slide dan video. Adapun pokok pembahasan meliputi : Pengenalan media social untuk promosi : penjelasan tentang pentingnya media social dalam mempromosikan destinasi wisata, Teknik pembuatan konten kreatif : memaparkan beberapa Teknik dalam pembuatan atau pengeditan video agar menarik banyak penonton sehingga postingan bisa Fyp, Strategi pengelolaan media social: panduan tentanf pengaturan akun, pengelolaan jadwal posting dan interaksi dengan audiens.

Setelah pemaparan materi kemudian dilanjutkan dengan diskusi tanya jawab. Serta evaluasi antara pemateri dan peserta. Dalam hal ini tentunya membantu Masyarakat untuk menyampaikan beberapa pendapat serta sharing tentang bagaimana bijak dalam bermedia social.



Gambar 1.2 Pelaksanaan Workshop

3. Hasil dan Pembahasan

Adapun beberapa hasil dari kegiatan Workshop ini adalah : Pengetahuan Baru Peserta memahami pentingnya media sosial sebagai alat promosi dan bagaimana memanfaatkannya secara maksimal. Keterampilan Membuat Konten Peserta mampu menghasilkan konten visual seperti foto, video, dan caption yang menarik. Strategi Promosi Peserta menguasai penggunaan hashtag, kolaborasi dengan influencer, dan cara memanfaatkan fitur platform seperti Instagram Reels dan TikTok. Peningkatan Partisipasi Masyarakat Masyarakat lokal termotivasi untuk mempromosikan pantai secara mandiri melalui akun media sosial mereka. Dan Hasil Praktik Peserta berhasil membuat konten yang langsung dipublikasikan di platform media sosial, menghasilkan interaksi yang cukup baik dalam waktu singkat.

Menurut Boyd dalam Warpindyastuti (2018) , media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berkolaborasi, berkomunikasi, dan bermain bersama dalam kasus yang relevan . Dengan mengikuti workshop ini, diharapkan para peserta, khususnya pengelola tempat wisata, dapat meningkatkan daya saing destinasi mereka di era digital, menarik lebih banyak wisatawan, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi lokal

Media social tiktok dan Instagram merupakan media social yang paling banyak digunakan saat ini dan tidak dapat di pungkiri bahwasanya media social menjadi kegiatan keseharian Masyarakat terutama anak anak muda. Dengan adanya sistem informasi ini banyak hal yang telah penulis dapatkan dan pelajari salah satunya konten di tiktok lebih mudah mendapatkan audiens dari pada konten di Instagram, namun konten di tiktok tidak stabil seperti di Instagram, konten di tiktok saat adanya tren akan mudah mendapatkan viewers atau bisa dikatakan naik daun namun saat konten tidak mengikuti perkembangan tren maka konten di tiktok akan stuck sampai disana saja. Tiktok memiliki alur algoritma yang menarik sehingga tidak bisa ditebak konten mana yang akan mendapat viewers paling banyak. Dalam Wulandari, D et al., (2024). Digitalisasi sebagai istilah yang menggambarkan sebuah proses peralihan dari bentuk cetak audio maupun media berubah menjadi bentuk digital. Digitalisasi ditandai dengan mengelobalnya media baru yang difasilitasi berbagai fitur dengan peran membantu kinerja manusia secara lebih efisien dan efektif. (Arifin.S et al., 2023).

Sadar wisata adalah suatu kondisi yang menggambarkan adanya partisipasi dan dukungan dari segenap komponen masyarakat dalam mendorong terwujudnya suatu iklim bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan baru di suatu destinasi atau wilayah. Sadar wisata berkaitan dengan dukungan dan peran masyarakat dalam upaya untuk memperkenalkan daerahnya sebagai destinasi wisata melalui media sosial internet yang tujuannya untuk meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. (Nurjannah, 2018).

a. Efektivitas Media Sosial dalam Promosi Wisata

Hasil workshop ini menegaskan bahwa media sosial merupakan alat yang sangat efektif untuk meningkatkan popularitas destinasi wisata. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram dan TikTok, Pantai Garassi berhasil menjangkau audiens yang lebih luas, terutama di kalangan generasi muda yang aktif di media sosial.

b. Keterlibatan Masyarakat Lokal

Pemberdayaan masyarakat lokal melalui pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan rasa memiliki terhadap destinasi wisata. Masyarakat menjadi lebih aktif mendukung promosi Pantai Garassi melalui akun pribadi mereka.

Dampak: Workshop mengenai pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan popularitas Pantai Garassi berpotensi memberikan dampak positif yang luas, mencakup aspek lingkungan, ekonomi lokal, serta promosi wisata. Secara keseluruhan, workshop ini dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi Pantai Garassi, dari peningkatan popularitas hingga pelestarian lingkungan dan pendapatan ekonomi yang lebih baik.

3. Simpulan

Workshop Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Popularitas Pantai Garassi telah memberikan hasil yang sangat positif. Pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam menciptakan konten kreatif seperti foto, video, dan caption menarik. Selain itu, para peserta juga memahami strategi pengelolaan media sosial dan pentingnya branding untuk promosi destinasi wisata. Efektivitas media sosial sebagai alat promosi terlihat dari meningkatnya eksposur Pantai Garassi di platform digital, yang diharapkan dapat menarik lebih banyak wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Workshop ini juga berhasil memberdayakan masyarakat lokal untuk secara aktif berpartisipasi dalam promosi destinasi wisata mereka.

Dengan pendekatan berbasis teknologi, kegiatan ini berpotensi menjadi model pemberdayaan masyarakat yang dapat diterapkan di destinasi wisata lainnya. Untuk langkah selanjutnya, disarankan peningkatan fasilitas wisata serta pengelolaan akun media sosial resmi secara profesional guna mendukung keberlanjutan promosi Pantai Garassi. Diharapkan kegiatan ini menjadi awal dari upaya kolaboratif untuk menjadikan pantai sebagai destinasi wisata yang lebih dikenal dan diminati. Adapun rencana tindak lanjut dari kegiatan ini adalah Peningkatan Fasilitas Wisata Fasilitas pantai perlu ditingkatkan untuk mendukung promosi yang dilakukan dan Pemeliharaan Akun Resmi Disarankan untuk mengelola akun media sosial resmi pantai secara profesional dengan jadwal unggahan rutin.

4. Ucapan Terima Kasih

Dengan Ucapan Alhamdulillah serta segala Puji dan Syukur atas Kehadirat Allah SWT yang selalu memberikan kami Kesehatan dan Rahmat selama melaksanakan kegiatan serta berjalannya kegiatan dengan baik. Dan juga saya mengucapkan Terima Kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan, atas arahan dan masukan yang dari awal selalu kami terima selama menjalankan Amanah kami dalam mengabdikan di Desa Nepo. Serta Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan *Workshop Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Popularitas Pantai Garassi*. Terima kasih kami sampaikan kepada pemerintah Desa Nepo, Kecamatan Wonomulyo, Kabupaten Polewali Mandar, atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan selama kegiatan berlangsung. Kami juga mengapresiasi keterlibatan masyarakat lokal, pelaku usaha pariwisata, dan peserta workshop yang antusias mengikuti pelatihan ini. Ucapan terima kasih juga kami tujukan kepada Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar yang memberikan kesempatan serta dukungan penuh untuk melaksanakan program ini. Semoga kegiatan yang kami laksanakan dapat memberikan manfaat dan Dampak di Desa Nepo Khususnya tempat Wisata Pantai Garassi.

4. Daftar Rujukan

- [1] **Arifin, Syamsul, et al.** "Digitalisasi Wisata Pantai Ekasoghi Sumenep Melalui Media Sosial." *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata* 2.1 (2023): 110-118.
- [2] **Agustini, Silvia Rianti, et al.** "Workshop "Strategi Digital Marketing dan Sosial Media Sebagai Media Promosi Produk dan Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha di SMK N 4 Kota Jambi." *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA* 2.1 (2023): 58-66.
- [3] **Ismail, Muhammad, et al.** "WORKSHOP PEMBUATAN KONTEN & PROMOSI WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL PADA DESA WISATA KAMPUNG LAUT." *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA* 3.1 (2024): 8-13.
- [4] **Mahsya, Fitri Audhyna.** Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Tempat Wisata di Kota Ternate oleh Dinas Pariwisata Kota Ternate. Diss. Universitas Islam Indonesia, 2024.
- [5] **Nurjanah, Nurjanah.** "Pemanfaatan media sosial masyarakat sadar wisata dalam mempromosikan potensi wisata baru." *Medium* 6.2 (2018): 39-50.
- [6] **Nisa, Alpani Zahrotun.** Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Komunikasi Pemasaran Pada Objek Wisata Situ Mustika. Diss. Universitas Komputer Indonesia, 2023.
- [7] **Setiawan, Roby, et al.** "WORKSHOP PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA DAN SENI TRADISIONAL PADA DESA MUARO PIJOAN PROVINSI JAMBI." *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA* 3.1 (2024): 82-86.
- [8] **Susanto, Budi, and Puji Astutik.** "Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung." *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi* 1.1 (2020): 36-46.
- [9] **Warpindyastuti, Lady Diana, and Meiva Eka Sri Sulistyawati.** "Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi Pada MIN 18 Jakarta." *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen* 2.1 (2018): 91-95.
- [10] **Wulandari, Diestha, et al.** "Implementasi Sistem Informasi Wisata Berbasis Media Sosial untuk Meningkatkan Promosi Destinasi Pariwisata di Muara Enim." *Jurnal Komputer dan Elektro Sains* 2.1 (2024): 23-29.