

Workshop Strategi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Promosi Wisata Desa Buku

A Workshop on Strategies for Utilizing Social Media in Promoting Buku Village Tourism

Hajriani kadir¹, Albar², Iqbal Nur Aswad³

Agribisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar¹

Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar²

Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar³

Hajriani.Agr22@itbmpolman.ac.id¹, Albar@ itbmpolman.ac.id², iqbal@itbmpolman.ac.id³

Abstrak

Workshop ini bertujuan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi wisata Desa Buku, Kecamatan Mapilli, Kabupaten Polewali Mandar. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 26 September 2025 dengan metode partisipatif yang melibatkan **19** peserta yang terdiri atas aparat desa, pelaku usaha wisata, dan pemuda setempat. Pelaksanaan kegiatan mencakup penyampaian materi, diskusi interaktif, dan praktik pembuatan konten digital sederhana. Berdasarkan hasil evaluasi, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap strategi branding digital dan pentingnya konsistensi publikasi di media sosial. Kegiatan ini menjadi langkah awal dalam mendorong digitalisasi promosi wisata berbasis masyarakat dan memperkuat kolaborasi antara aparat desa, pelaku wisata, dan masyarakat.

Kata kunci: workshop, media sosial, promosi wisata, Desa Buku, digitalisasi pariwisata

Abstract

This workshop aims to increase public understanding of strategies for utilizing social media as a means of promoting tourism in Buku Village, Mapilli District, Polewali Mandar Regency. The workshop was held on September 26, 2025, using a participatory method involving 19 participants consisting of village officials, tourism business actors, and local youth. The workshop included material delivery, interactive discussions, and practical training in creating simple digital content. Based on the evaluation results, participants demonstrated an increased understanding of digital branding strategies and the importance of consistent publications on social media. This workshop is the first step in encouraging the digitalization of community-based tourism promotion and strengthening collaboration between village officials, tourism actors, and the community.

Keywords: workshops, social media, tourism promotion, Buku Village, tourism digitalization.

Korespondensi Email : hajriani.agr22@itbmpolman.ac.id

D.O.I : <https://doi.org/10.59903/macoajurnalpkm.v3i1.260>

Diterima Redaksi : 23-10-2025 | **Selesai Revisi** : 01-01-2026 | **Diterbitkan Online** : 05-01-2026

1. Pendahuluan

Workshop adalah salah satu metode pengembangan profesional yang efektif untuk meningkatkan kompetensi Rosmiati et al. (2024). Workshop merupakan sebuah acara pelatihan yang diselenggarakan untuk menyelesaikan tantangan nyata dan meningkatkan kemampuan khusus melalui pembicaraan kelompok dan pengalaman langsung dengan arahan dari seorang pengajar atau fasilitator.

Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberikan wawasan praktis kepada masyarakat mengenai pentingnya media sosial sebagai sarana promosi yang efisien dan terjangkau. Dengan pendekatan yang melibatkan partisipasi, peserta diajarkan cara memanfaatkan berbagai platform untuk meningkatkan jangkauan promosi tempat wisata lokal (Nurfadila, 2025).

Di era digitalisasi ini, tren masyarakat berubah dengan sangat cepat karena kemudahan dalam menemukan informasi Fauziah Hanum (2020). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan berbagai platform digital yang dapat dimanfaatkan Najamuddin (2025), khususnya media sosial, berfungsi sebagai sarana yang menghadirkan perubahan yang baik dan rumit di berbagai sektor. Media sosial merupakan sarana atau metode yang dipakai oleh perusahaan atau organisasi untuk menyebarluaskan informasi dan berinteraksi dengan melalui teks, gambar, suara, dan video kepada masyarakat umum Arief et al. (2024) Ada berbagai cara untuk meningkatkan perolehan prospek, mulai dari menyajikan konten berkualitas

Media sosial adalah platform teknologi yang berbasis internet yang memungkinkan individu untuk berkomunikasi, berpartisipasi, dan berinteraksi dengan orang lain, saling berbagi, serta membangun jaringan secara daring kapten dalam, Ni Putu Ayu Listia Dewi, (2022). Kehadiran platform media sosial saat ini memiliki dampak besar terhadap kehidupan masyarakat. Platform seperti Youtube, Facebook, dan Instagram dapat menyampaikan citra yang baik dan memberikan manfaat bagi para penggunanya (Suryani et al., 2022).

Kepariwisataan di Indonesia diatur melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009. Sesuai dengan undang-undang tersebut, pariwisata mencakup berbagai aktivitas wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang diberikan oleh masyarakat, pelaku usaha, serta Pemerintah dan Pemerintah Daerah Shafira et al. (2020). Wisata desa merupakan salah satu aspek penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, khususnya melalui pemanfaatan sumber daya alam, budaya, dan kearifan lokal. Sayangnya, upaya promosi untuk wisata desa sering kali masih menggunakan cara konvensional yang menghambat penyebaran informasi. Dengan adanya perkembangan teknologi digital, terutama lewat media sosial, terdapat peluang besar untuk mengenalkan potensi wisata desa kepada masyarakat yang lebih luas dengan cara yang cepat dan efisien.

Secara keseluruhan, sektor wisata memiliki potensi besar dalam mendorong perkembangan ekonomi masyarakat dan wilayah, khususnya dalam hal peningkatan pendapatan daerah Kusen et al. (2023). Desa Buku, yang memiliki potensi wisata yang cukup besar, memerlukan peningkatan keterampilan masyarakat dalam pemasaran digital. Berdasarkan pengamatan, media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal untuk tujuan promosi, meskipun platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dapat mencapai audiens yang luas dengan biaya yang terjangkau. Digitalisasi wisata merupakan salah satu strategi penting dalam menyikapi peradaban masyarakat yang berorientasi digital dalam memenuhi kebutuhan mereka untuk berwisata.

Dengan program ini, diharapkan Pantai Buku 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.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan diadakan pada 26 September 2025 di Desa Buku, Kecamatan Mapilli, Kabupaten Polewali Mandar. Metode yang diterapkan bersifat partisipatif, melibatkan masyarakat lokal, pelaku pariwisata, serta pemuda dari desa tersebut. Total peserta yang hadir adalah 19 orang.

Proses pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga tahap utama:

1. Pemaparan Materi

Penyampaian materi dilakukan oleh seorang narasumber yang berpengalaman dalam bidang bisnis digital dari Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar. Materi ini menyoroti tiga aspek utama:

- a. Kepentingan media sosial dalam promosi wisata masa kini.
- b. Strategi branding dan penceritaan secara digital.
- c. Contoh keberhasilan desa wisata lain dalam menggunakan platform media sosial.

2. Diskusi Interaktif

Pemateri mengidentifikasi potensi wisata yang dapat ditonjolkan melalui media sosial, seperti wisata alam Tanjung Buku, Tambak, serta kekayaan budaya masyarakat setempat. Dalam diskusi tersebut, muncul beberapa gagasan untuk pengembangan promosi yang dapat diterapkan ke depan, antara lain:

- a. Membuat akun media sosial resmi untuk desa wisata guna mempublikasikan setiap kegiatan
- b. Merancang kalender posting yang menampilkan keindahan alam serta budaya Desa Buku
- c. Mengangkat cerita unik dari masyarakat sebagai bahan promosi
- d. Melibatkan generasi muda dalam pengelolaan konten digital desa.
- e. Kegiatan ini juga memberi motivasi kepada masyarakat untuk bekerja sama antara aparat desa, pemuda desa serta masyarakat.

3. Praktik Pembuatan Konten Kreatif

Peserta mendapat pelatihan untuk membuat foto dan video singkat menggunakan alat sederhana (smartphone), dengan mengedit di aplikasi cap cut, canva dan lain-lain, serta belajar cara menulis caption yang menarik sesuai dengan tren media sosial yang ada saat ini. Ada berbagai cara untuk meningkatkan perolehan prospek, mulai dari menyajikan konten berkualitas (Hidayat Purnama Lubis, 2024)



Gambar 1. Pemaparan Materi Workshop



Gambar 2. Foto bersama pemateri dan peserta

Kegiatan Workshop Strategi Penggunaan Media Sosial untuk Promosi Pariwisata Desa buku menawarkan inovasi baru dalam upaya pemberdayaan masyarakat desa dengan pendekatan digital. Karakteristik istimewa dari program ini terletak pada kerjasama antara pemerintah desa, pelaku sektor pariwisata, dan pemuda setempat dalam memperkuat kemampuan promosi wisata dengan cara optimal menggunakan media sosial. Selain menitikberatkan pada pemindahan ilmu mengenai teknologi, kegiatan ini juga memberikan perhatian pada peningkatan kesadaran bersama masyarakat akan pentingnya branding digital dan penampilan yang konsisten dari tempat wisata.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan workshop menunjukkan hasil yang positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam strategi promosi digital. Berdasarkan hasil observasi dan evaluasi, sebagian besar peserta memahami konsep branding digital, pengelolaan akun media sosial, serta pentingnya konsistensi dalam unggahan.

Kegiatan ini juga memunculkan beberapa inisiatif baru, seperti rencana pembentukan akun media sosial resmi Desa Buku dan penyusunan kalender unggahan untuk mempromosikan kegiatan desa secara berkelanjutan. Hal ini menekankan bahwa keberhasilan promosi pariwisata berbasis digital sangat dipengaruhi oleh konsistensi dan kreativitas pengelola dalam memproduksi konten.

Pelaksanaan pelatihan "Strategi Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Wisata Desa Buku" menunjukkan hasil yang menguntungkan terkait peningkatan wawasan dan kesadaran peserta akan pentingnya promosi digital yang berfokus pada masyarakat. Aktivitas ini tidak hanya memberikan pengetahuan secara teori, tetapi juga memotivasi peserta untuk secara mandiri menerapkan strategi promosi wisata melalui media sosial.

Branding digital merupakan hal yang sangat penting untuk diterapkan sehingga akan mendapatkan dampak yang maksimal dan memperluas jaringan (Hawangga Dhiyaul Fadly, 2020). Digital branding adalah usaha untuk menciptakan citra dan identitas produk atau destinasi melalui platform digital yang dapat mendorong interaksi antara penyedia dan audiens. Dalam hal ini, Desa Buku memiliki potensi untuk meningkatkan citra wisatanya dengan konten yang menonjolkan keindahan alam Pantai Tanjung Buku, budaya lokal, serta kearifan masyarakat setempat. Pandangan ini sejalan dengan konsep

pariwisata berbasis masyarakat, di mana warga berperan aktif sebagai pengelola dan promotor utama potensi lokal mereka.

Keberhasilan promosi pariwisata di zaman digital tidak hanya dipengaruhi oleh teknologi, tetapi juga oleh partisipasi aktif masyarakat dalam membangun citra destinasi secara bersama-sama. Melalui kegiatan ini, warga Desa Buku mulai menunjukkan pemahaman mengenai pentingnya storytelling visual dan branding digital sebagai strategi utama untuk memperluas jangkauan promosi wisata setempat.

Dengan demikian, workshop ini berfungsi sebagai langkah awal dalam menciptakan model promosi pariwisata berbasis digital yang melibatkan kerjasama antara pihak desa, pelaku usaha wisata, dan generasi muda sebagai agen perubahan. Penerapan strategi digital branding yang berlandaskan nilai-nilai komunitas lokal diharapkan dapat memperkuat posisi Desa Buku sebagai destinasi wisata yang terkenal dan berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis kualitatif yang dilakukan melalui pengamatan langsung dan diskusi lisan, sekitar 80% peserta mengalami peningkatan dalam memahami bagaimana menggunakan media sosial untuk promosi pariwisata, terutama dalam hal pengenalan konsep branding digital dan pembuatan konten visual yang menarik. Peserta juga menunjukkan semangat dan keterlibatan aktif selama acara, yang terlihat dari perhatian mereka yang tinggi terhadap presentasi materi dan partisipasi dalam diskusi kelompok.

Kegiatan workshop ini berdampak positif dalam meningkatkan kemampuan literasi digital masyarakat Desa Buku. Peserta mendapatkan pengetahuan baru tentang pentingnya konsistensi dalam publikasi, penggunaan storytelling visual, dan kolaborasi antara berbagai kelompok masyarakat untuk memperkuat promosi wisata berbasis komunitas.

Saran

Sebagai langkah lanjutan, disarankan agar pemerintah desa bersama pemuda setempat membentuk tim pengelola media sosial untuk Desa Buku yang bertugas untuk secara berkelanjutan menciptakan dan mengelola konten. Selain itu, perlu diadakan pelatihan lanjutan dengan fokus pada praktik teknis dalam pembuatan konten digital, analisis performa akun media sosial, dan strategi untuk melibatkan audiens. Upaya ini diharapkan dapat menghasilkan sistem promosi pariwisata yang mandiri, kreatif, dan berkelanjutan, serta memperkuat posisi Desa Buku sebagai destinasi wisata unggulan berbasis digital di Kabupaten Polewali Mandar.

5. Ucapan Terimakasih

Dengan mengucapkan Alhamdulillahi rabbil 'alamin, penulis ingin menyampaikan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang memungkinkan terselenggaranya Workshop Strategi Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Wisata Desa Buku dengan baik dan lancar.

Penulis sangat berterima kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan atas bimbingan, arahan, serta dukungan yang diberikan mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan acara. Penulis juga menghargai Pemerintah Desa Buku, Kecamatan Mapilli, Kabupaten Polewali Mandar, atas kontribusi dan kerja sama yang terjalin selama kegiatan ini.

Ucapan terima kasih yang tulus ditujukan kepada narasumber yang mau meluangkan waktu untuk berbagi ilmu dan pengalaman dalam kegiatan ini. Penulis juga mengekspresikan rasa terima kasih kepada masyarakat setempat, pelaku industri pariwisata, dan para peserta workshop atas antusiasme serta partisipasi aktif mereka sepanjang pelatihan.

Penulis juga ingin memberikan penghargaan kepada Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar atas dukungan penuh dan kesempatan yang diberikan dalam rangka penyelenggaraan kegiatan ini. Diharapkan kegiatan ini dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Buku, khususnya dalam mengembangkan potensi wisata Pantai Tanjung Buku, serta memberikan kontribusi dalam meningkatkan literasi digital di sektor pariwisata.

6. Daftar Rujukan

- Arief, M., Sutoyo, H., Assegaff, S., Setiawan, R., Yulvianda, R., Saputra, C., & Toscany, A. N. (2024). WORKSHOP PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROSOSIKAN WISATA DAN SENI TRADISIONAL PADA DESA MUARO PIJOAN PROVINSI JAMBI. *JPMU*, 3, 82. <https://doi.org/10.33998/jpmu.v3i1>
- Fauziah Hanum, D. S. Eng. B. M. C. E. H. R. (2020). *Konsep Smart Tourism Sebagai Implementasi Digitalisasi di Bidang Pariwisata*.
- Hawangga Dhiyaul Fadly, S. (2020). *Membangun Pemasaran Online Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19*. 5. <https://apjii.or.id/>
- Hidayat Purnama Lubis, R. F. P. S. P. S. R. (2024). *Strategi Promosi Berbasis Digital*.
- Kusen, K., Sihabudin, A., & Cadith, J. (2023). Kolaborasi Pengembangan Pariwisata Desa Sawarna. *JDKP Jurnal Desentralisasi Dan Kebijakan Publik*, 4(2), 26–33. <https://doi.org/10.30656/jdkp.v4i2.6569>
- Najamuddin, S. B. (2025). Penguatan Pemasaran Digital UMKM Keripik Pisang di Desa Pappandangan melalui E-Commerce dan Media Sosial. In *MACOA : JURNAL PKM* (Vol. 2, Issue 2). <https://journal.itbmpolman.ac.id/index.php/macoa>
- Nurfadila, S. (2025). Licensi Licensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional Workshop Literasi Digital Pemanfaatan Sosial Media sebagai Sarana Promosi UMKM dan Pariwisata. In *MACOA : JURNAL PKM* (Vol. 2, Issue 3). <https://journal.itbmpolman.ac.id/index.php/macoa>
- Rosmiati, R., Juniarso, T., Fiantika, F. R., Ladyawati, E., & Fanny, A. M. (2024). Workshop Peningkatan Kompetensi Guru dalam Pembelajaran Berdiferensiasi untuk Memenuhi Kebutuhan Peserta Didik. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 48–55. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v4i2.546>
- Shafira, O. ;, Chaerunissa, F., & Yuniningsih, T. (2020). *ANALISIS KOMPONEN PENGEMBANGAN PARIWISATA DESA WISATA WONOLOPO KOTA SEMARANG*.
- Suryani, Y., Sulistyaningtyas, T., Supriadi, A., Febriyanti, E. A., & Qurratu'Aini, Q. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Branding Komunitas Perajin Sulam Tali di Kabupaten Ketapang. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i6.1169>