

Pelatihan Optimasi Media Promosi Bagi Pengelola Desa Wisata Pulau Mubut

Yeni Rokhayati^{1*}, Metta Santiputri¹, Sartikha¹, Afdhol Dzikri¹, Mira Chandra Kirana¹,
Supardianto¹, Siskha Handayani¹, Dwi Amalia Purnamasari¹

¹ Politeknik Negeri Batam, Jl. Ahmad Yani, Batam Kota, Indonesia

* Email: yeni@polibatam.ac.id

Abstract— Mubut Island needs to carry out promotional activities through social media, not only conventionally by word of mouth. This is done so that the Pulau Mubut Tourism Village is increasingly known and visited by many people. Considering the age of the managers and their activity, as well as the target of visitors from Mubut Island, it was decided that the promotional media that was optimized in 2022 was Facebook social media. Because in the future it will be the managers who will manage the promotional media for this Tourism Village, it is important to train these managers to be able and proficient in optimizing their Facebook social media. The training activities will be evaluated by measuring the managers's ability to optimize the Facebook media of Mubut Island. As a result, the managers was able to optimize the promotional activities of Mubut Island through social media Facebook, namely by looking at the manager's activity in posting and the increasing number followers.

Kata Kunci— Facebook, Promotion Media, Training, Community Service, Social Media Optimization.

Abstrak— Desa Wisata Pulau Mubut perlu melakukan kegiatan promosi melalui media sosial, tidak hanya secara konvensional dari mulut ke mulut. Ini dilakukan agar Desa Wisata Pulau Mubut semakin diketahui dan dikunjungi banyak orang. Menimbang usia pengelola dan keaktifannya, serta target pengunjung dari Pulau Mubut ini, maka diputuskan media promosi yang dioptimasi pada tahun 2022 ini adalah media sosial Facebook. Oleh karena ke depannya yang akan mengelola media promosi Desa Wisata ini adalah pengelolanya, maka sangat penting untuk melatih pengelola ini agar bisa dan mahir dalam mengoptimasi media sosial Facebooknya. Kegiatan pelatihan akan dievaluasi dengan mengukur kemampuan pengelola dalam mengoptimasi media Facebooknya. Hasilnya, pengelola mampu mengoptimalkan kegiatan promosi Desa Wisata Pulau Mubut melalui media sosial Facebook, yaitu dengan melihat keaktifan pengelola dalam memposting dan semakin bertambahnya jumlah followernya.

Kata Kunci— Facebook, Media Promosi, Pelatihan, Pengabdian, Optimasi Sosial Media.

I. PENDAHULUAN

Pulau Batam tercatat sebagai salah satu daerah kota terbesar di Provinsi Kepulauan Riau, yang mulai dikenal sebagai tujuan destinasi wisata serta pintu gerbang utama wisatawan asing memasuki wilayah Indonesia di samping Jakarta dan Bali (Nurdie, 2019). Salah satu destinasi wisata yang sedang berkembang adalah Pulau Mubut. Pulau Mubut adalah merupakan salah satu pulau eksotis yang terletak di Kota Batam, Kepulauan Riau yang cocok untuk dijadikan sebagai destinasi wisata akhir pekan. Dari sekian banyak objek wisata yang dapat dinikmati di Kota Batam, Pulau Mubut seperti kebanyakan objek wisata pantai lainnya menawarkan suasana keindahan pantai yang eksotis lengkap dengan pasir putih, pohon kelapa yang melambai dan berbaris rapi di

pinggir pantai. Untuk transportasi biasanya pengunjung menggunakan jasa perahu pempong untuk mengantarkan dan menjemput kembali pengunjung dari dermaga Sembulang langsung menuju ke Pulau Mubut Darat (Wiranata, 2018).

Politeknik Negeri Batam sebagai instansi pendidikan tinggi di Kota Batam telah melakukan kegiatan pengabdian di banyak tempat di Batam (Rokhayati, 2021). Sejak tahun 2021, Politeknik Negeri Batam telah berkomitmen untuk membantu pengembangan Desa Wisata di Pulau Mubut. Kegiatan ini dikemas dalam bentuk pengabdian yang telah mulai dilaksanakan awal tahun 2021 dengan tema Penguatan Kecerdasan Linguistik Sebagai Penunjang Bisnis dan *Financial Sustainability* Pada Usaha Mikro Desa Wisata Pulau Mubut (Sibagariang et al., 2021). Beberapa judul pengabdian di tahun 2021 ini adalah pembuatan media promosi, diantaranya website dan media sosial. Oleh karena beberapa media promosi telah selesai dibuat, maka harapannya target pada tahun 2022 ini adalah fokus kepada implementasi media promosi ini. Ketika media promosi telah diimplementasikan, maka salah satu hal yang penting untuk dilakukan adalah untuk mengetahui bagaimana cara mengoptimasinya (Harsani, 2020; Purbojati & Pratama, n.d.).

Pengelola Desa Wisata Pulau Mubut saat ini belum atau bahkan tidak gencar dalam melakukan promosi digital khususnya melalui sosial media. Kemampuan penggunaan teknologi mereka juga sebatas menggunakan whatsapp serta sesekali menggunakan media sosial Facebook. Sehingga promosi Desa Wisatanya hanya melalui mulut ke mulut. Jika ada sebagian pengunjung yang mengetahui informasi Pulau Mubut melalui sosial media, itu adalah dari postingan pengunjung lainnya yang menyebutkan mereka sedang di Pulau Mubut. Tentu saja kondisi ini berpengaruh pada jumlah pengunjung Pulau Mubut yang terbatas dan sedikit. Untuk itu pengelola perlu dilatih untuk mengoptimasi media promosinya, khususnya sosial media.

Menimbang keaktifan pengelola Desa Wisata Pulau Mubut di media sosial adalah di Facebook, serta target pasarnya masyarakat menengah ke bawah, maka diputuskan bahwa optimasi yang akan dilatihkan di sini fokus ke media promosi sosialnya, yaitu Facebook. Facebook merupakan media sosial yang dinilai stabil kepopulerannya (Antoniadis et al., 2019; Chugh & Ruhi, 2018; Dollwet, 2020). Selain itu, Facebook juga dikenal sebagai sarana pemasaran yang sesuai untuk destinasi Pariwisata, yang mana postingan Facebook dapat mempengaruhi minat orang yang mencari destinasi wisata (Kanat-Maymon et al., 2018; Villamediana et al., 2019). Sehingga, pada pelatihan ini ditimbang sangat penting untuk melatih pengelola Desa Wisata Pulau Mubut untuk dapat mengoptimasi media sosial Facebooknya untuk menarik minat calon pengunjungnya.

Untuk itu, usulan kegiatan pengabdian ini adalah mengadakan pelatihan bagaimana cara mengoptimasi media promosi, yaitu dipilih media sosial Facebook agar dapat disebarluaskan sebanyak mungkin dan mendapat ketertarikan calon pengunjung yang lebih banyak lagi. Sehingga Desa Wisata Pulau Mubut semakin dikenal dan semakin banyak dikunjungi. Sebagai evaluasinya,

dilakukan peninjauan terhadap ketrampilan peserta pelatihan dalam mengoptimasi media sosialnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

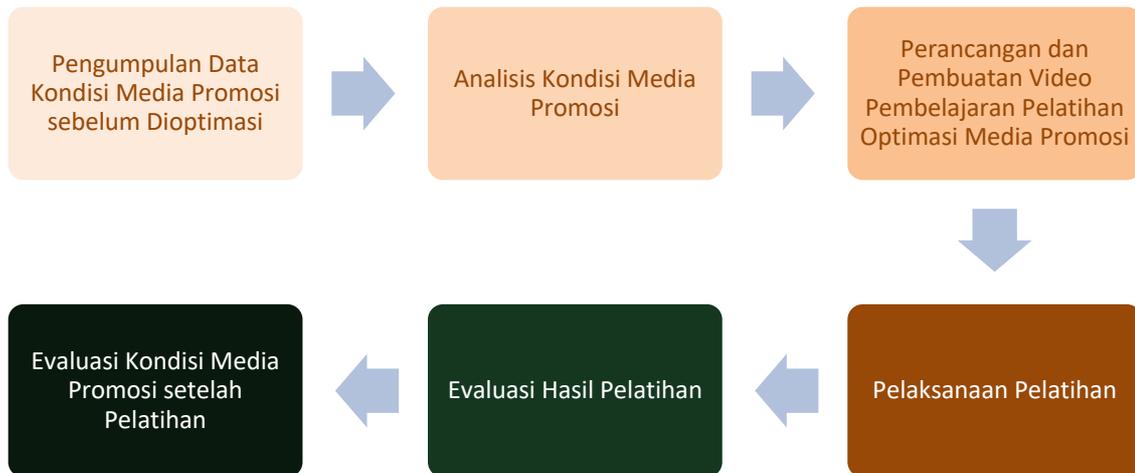
Penelitian (Kiswanto et al., 2021) membahas Facebook sebagai media untuk mempromosikan pariwisata di Indonesia. Penelitian ini menyajikan ulasan tentang penggunaan Facebook sebagai platform untuk promosi pariwisata yang dilakukan oleh banyak orang berpendidikan di Indonesia. Metode yang diterapkan pada penelitian ini dengan mereview 33 artikel terkait promosi pariwisata di Indonesia yang menggunakan Facebook. Hasilnya, bahwa Facebook adalah salah satu sarana promosi yang handal untuk digunakan untuk bidang pariwisata. Melalui foto atau video yang terlihat riil mampu menarik minat orang yang melihatnya.

Penelitian lainnya (Gupta et al., 2018) bertujuan untuk menyelidiki jenis konten, media, dan hari posting mana yang mengikat konsumen di Facebook. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati dan mengumpulkan data dari 3 Facebook pariwisata nasional di India, lalu membandingkannya. Keterikatan konsumennya diukur dari jumlah suka, komen, dan share. Hasilnya menunjukkan bahwa jumlah pengikut yang besar tidak serta merta menghasilkan indeks keterlibatan yang lebih tinggi. Postingan yang menunjukkan atraksi memiliki tingkat keterlibatan tertinggi. Selain itu, ditetapkan bahwa satu gambar memiliki indeks keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan beberapa gambar dan video. Namun, tidak ada hubungan yang ditemukan antara hari posting dan indeks keterlibatan.

Menyimpulkan dari 2 tinjauan pustaka di atas, diputuskan bahwa Facebook merupakan media sosial yang handal untuk mempromosikan pariwisata. Untuk itu, pada kegiatan pengabdian ini dipilih Facebook dari Desa Wisata Pulau Mubut yang akan dioptimasi.

III. METODE

Metode pengabdian ini terdiri dari 7 tahapan yaitu pengumpulan data kondisi sebelum media promosi dioptimasi, analisis kondisi media promosi, perancangan video pembelajaran pelatihan optimasi media promosi, pembuatan video pembelajaran pelatihan optimasi media promosi, pelaksanaan pelatihan, evaluasi kegiatan pelatihan, dan terakhir evaluasi kondisi media promosi setelah pelatihan. Adapun tahapan ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan pengumpulan data kondisi media promosi, yaitu media sosial Facebook Pulau Mubut sebelum dioptimasi. Lalu dari data yang dikumpulkan ini akan dianalisa terlebih dahulu kondisinya. Kemudian sebuah media pembelajaran dirancang dan dibuat. Dalam perancangan dan pembuatan video pembelajaran ini akan dibantu oleh mahasiswa *Project Based Learning* (PBL). Setelah itu dilanjutkan dengan kegiatan intinya yaitu melaksanakan kegiatan pelatihannya. Setelah kegiatan pelatihan selesai, dievaluasi hasilnya dengan melihat kemampuan pengelola dalam mengoptimasi media sosial Facebooknya. Selain kemampuan pengelolanya, juga dilakukan evaluasinya (Arman & Sidik, 2019; Mahmudah & Rahayu, 2020) dengan melihat kondisi media sosial Facebooknya setelah dilakukan pelatihan, apakah sudah memenuhi semua yang telah diajarkan di pelatihan.

Evaluasi pelaksanaan program pengabdian dilakukan dengan melihat:

- Keterampilan yang memadai pengelola dalam mengoptimasi media sosial Facebook Desa Wisata Pulau Mubut
- Mencapai peningkatan jumlah konten dan follower Facebook Desa Wisata Pulau Mubut

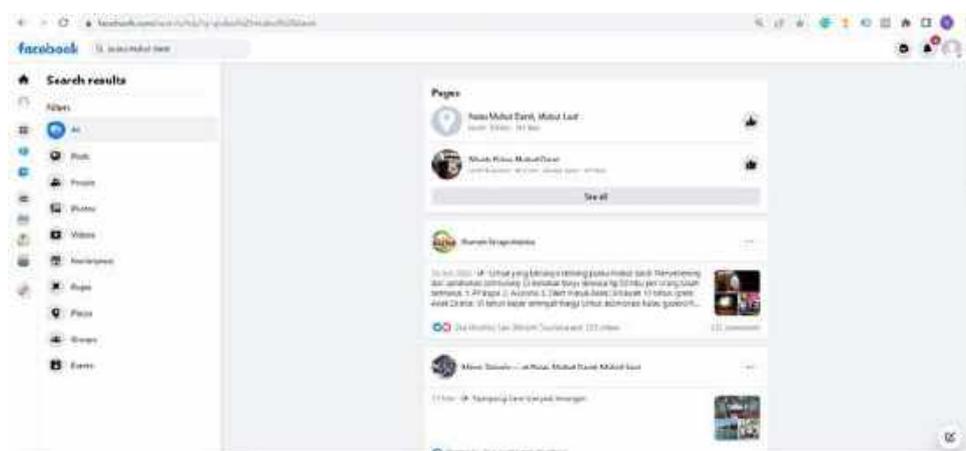
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dijabarkan pada bagian ini mengikuti tahapan yang telah dijelaskan di bagian metode, yaitu mengumpulkan dan menganalisa data sebelum media sosial Facebooknya dioptimasi, lalu merancang dan membuat video pembelajarannya, kemudian dilanjutkan dengan

kegiatan pelatihan dan evaluasinya, dan yang terakhir melihat dan menganalisa kondisi media promosi facebooknya setelah dilakukan pelatihan.

4.1. Kondisi Media Promosi sebelum Dioptimasi

Kondisi ini diambil pada bulan Juli 2022, dimana ketika dilakukan pencarian di facebook dengan kata kunci 'pulau mubut darat', maka tidak ada akun Facebook maupun grupnya (Facebook, 2022). Ada 3 page yang ditemukan, yaitu atas nama Pulau Mubut Dara, Wisata Pulau Mubut Darat, dan Pulau Mubut Island Batam Kepri, yang mana ketiga pages ini tidak resmi yang merupakan hasil buatan orang yang tidak dikenal. Lalu dalam pengelolaannya juga tidak secara konsisten dikelola.



Gambar 2. Hasil Pencarian Pulau Mubut di Facebook

Dilihat lagi juga dari Instagram, ada akun instagramnya, namun juga hasil buatan orang lain serta tidak dikelola karena terekam terakhir 18 Agustus 2021. Kondisi ini menunjukkan bahwa dari pengelola Pulau Mubut sendiri belum pernah melakukan promosi desa wisatanya di media sosial.

4.2. Perancangan dan Pembuatan Video Pembelajaran

Video pembelajaran optimasi media sosial ini untuk mengenalkan metode sosial media optimization pada pengelola Pulau Mubut agar pengelola Pulau Mubut nantinya dapat mengelola media sosialnya dengan baik dan dapat menaikkan intensitas pengunjung yang datang ke Pulau Mubut. Beberapa dokumentasi ketika membuat video pembelajarannya seperti tertera pada Gambar 3.



Gambar 3. Dokumentasi Pembuatan Video Pembelajaran

Adapun video pembelajarannya yang sudah jadi dapat dilihat pada link <https://www.youtube.com/watch?v=kNpK7R49nco>.

4.3. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 8 Oktober 2022, di Pulau Mubut. Peserta pelatihan terdiri dari 3 orang pengelola Desa Wisata Pulau Mubut, yaitu Pak Atan, anaknya, dan cucunya. Gambar 4 adalah beberapa dokumentasi ketika pelaksanaan pelatihan ini.



Gambar 4. Dokumentasi kegiatan pelatihan

Adapun link video kegiatan pengabdian ini dapat dilihat di <https://www.youtube.com/watch?v=T6qJLLFtaqI>.

4.4. Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Evaluasi yang dilakukan pada kegiatan pelatihan ini adalah dari skill pesertanya. Tabel 1 ini merupakan instrument evaluasi beserta hasilnya.

Tabel 1. Evaluasi Kegiatan Pelatihan

No	Skill dan parameter yang dievaluasi	Hasil
1	Pengenalan Fitur Kamera HP	Pengelola sudah menguasai fitur2 kamera HP yang digunakan untuk foto & video.
2	Konsep a. Kebutuhan Foto (Layout Untuk Feed, Cover, Youtube , Facebook, dll) b. Dokumentasi Moment (waktu, dengan orang atau tanpa orang)	Pengelola sudah memahami layout untuk cover, layout untuk posting di facebook. Pengelola sudah memahami tentang moment moment yang menarik untuk pengambilan foto & video baik dengan orang ataupun tanpa orang.
3	Teknik dasar pengambilan foto & video menggunakan kamera HP (Lighting, komposisi, dan sudut pengambilan)	Pengelola sudah memahami teknik dasar fotografi dan video menggunakan kamera HP yang cukup untuk menarik minat untuk di klik.
4	Membuat Group Facebook	Group facebook WISATA PULAU MUBUT DARAT BATAM sudah dibuat pada hari Sabtu, 8 Oktober 2023.
5	Mensetting akun group yang SEO friendly sehingga mudah ditemukan pencari atau disarankan oleh facebook ke audience	Deskripsi, url sudah diubah menjadi yang lebih SEO Friendly sehingga mudah ditemukan dalam pencarian.
6	Memposting Foto, membuat caption sederhana yang mengandung kata kunci dan kalimat promosi sederhana dan kontak.	Pengelola sudah aktif memposting foto secara konsisten tiap hari (pagi – siang – sore – malam) ke facebook grup Wisata Pulau Mubut Batam (sesuai kaidah SEO) dan kemudian menshare ke group group info Batam lainnya yang sudah mempunyai member besar sejak group dibuat pada hari Sabtu 8 Oktober 2022.
7	Memposting video, membuat caption sederhana yang mengandung kata kunci, kalimat promosi sederhana, dan kontak.	Pengelola sudah aktif memposting video (sesuai kaidah SEO) secara konsisten tiap hari (pagi – siang – sore – malam) ke facebook grup Wisata Pulau Mubut Batam dan kemudian menshare ke group group info Batam lainnya yang sudah mempunyai member besar sejak group dibuat pada hari Sabtu 8 Oktober 2022.
8	Konsistensi Posting	Pengelola sudah bisa secara konsisten memposting foto & video dengan caption sederhana yang mengandung kata kunci + artikel promosi singkat + kontak. Sejak group dibuat pada hari Sabtu, 8 Oktober 2022 hingga hari ini Tanggal 11 Oktober 2022
9	Share postingan yang ada di group wisata pulau Mubut Darat Batam ke group group lain yang lebih besar atau posting di group group lain	Beberapa kali sudah dilakukan oleh Pengelola.
10	Pertumbuhan Group. Diharapkan group punya member +-100 orang 30 hari sejak group dibuat.	Group di buat pada tanggal 8 Oktober 2022, dengan admin Surya, Pak Adi, dan Yusuf. Member Meyani dan ibu Yeni. Atau total member awal adalah 5 orang. Namun baru di tanggal 11 Oktober 2022, group member sudah mencapai 122 orang.
11	Interaksi member di dalam group. Diharapkan group bisa menjadi media untuk berbagi info mengenai pulau mubut – dan terjadi interaksi (tanya jawab) antara Member – Calon Pengunjung – Dengan admin	Sampai hari ini tanggal 11 Oktober 2022 (4 hari sejak group dibuat), sudah terjadi interaksi yang bagus. Baik itu menanyakan info tentang pulau mubut, berbagi foto bagi yang telah berkunjung.
12	Menghubungi HP Admin (HP/WA Surya)	Sudah ada beberapa leads (calon pengunjung) yang menghubungi nomer HP Pengelola. Dan salah satunya berminat untuk booking camping.

V. KESIMPULAN

Menjawab permasalahan yang diungkapkan di bagian pendahuluan, bahwasanya belum optimalnya media sosial dari Desa Wisata Pulau Mubut, maka setelah kegiatan pelatihan di pengabdian ini dapat disimpulkan bahwa hasilnya bisa menjawab permasalahan di awal, yaitu pengelola Desa Wisata Pulau Mubut sudah bisa melakukan promosi melalui media sosial Facebook dan Desa Wisata ini menjadi semakin dikenal oleh banyak orang, khususnya di Batam.

Kegiatan pengabdian berjalan lancar, tidak ada kendala berarti, hanya terkait timeline saja yang agak mundur dari awal perencanaan di awal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terlaksananya kegiatan pengabdian ini kami haturkan terimakasih kepada pemberi dana, yaitu Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Selain itu, ucapan terimakasih juga kami ucapkan kepada Politeknik Negeri Batam, khususnya Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) serta Jurusan Teknik Informatika yang telah memberikan dukungan, fasilitas, dan pendampingan kegiatan pengabdian ini. Kepada seluruh tim dosen dan mahasiswa yang membantu baik di kampus maupun di lapangan juga kami ucapkan terimakasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Antoniadis, I., Paltsoglou, S., & Patoulidis, V. (2019). Post popularity and reactions in retail brand pages on Facebook. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Chugh, R., & Ruhi, U. (2018). Social media in higher education: A literature review of Facebook. *Education and Information Technologies*, 23(2), 605–616.
- Dollwet, S. (2020). *Social Media Marketing 2019: How to Reach Millions of Customers Without Wasting Your Time and Money-Proven Ways to Grow Your Business on Instagram, YouTube, Twitter, and Facebook*. Alakai Publishing LLC.
- Facebook. (2022). *Facebook*. [https://www.facebook.com/search/top?q=pulau mubut darat](https://www.facebook.com/search/top?q=pulau+mubut+darat)
- Gupta, A., Bakshi, S., & Dogra, N. (2018). Engaging consumers in the digital era: An analysis of official tourism Facebook pages in India. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 66(1), 63–77.
- Harsani, P. (2020). Empowerment of Gunung Sari Village Community Groups, to optimize the potential of the village towards the Tourism Independent Village. *International Journal of Quantitative Research and Modeling*, 1(2), 93–99.
- Kanat-Maymon, Y., Almog, L., Cohen, R., & Amichai-Hamburger, Y. (2018). Contingent self-worth and Facebook addiction. *Computers in Human Behavior*, 88, 227–235.
- Kiswanto, A., Sarina, E., Azahari, A., & Rohman, N. (2021). Facebook-based Tourism

- Promotion in Indonesia. *IJISTECH (International Journal of Information System and Technology)*, 4(2), 602–614.
- Nurdie, E. (2019). <https://www.localguidesconnect.com/t5/General-Discussion/Wisata-Pulau-Mubut-Batam-Kepulauan-Riau-Indonesia/td-p/2095573>. Local Guides Connect. <https://www.localguidesconnect.com/t5/General-Discussion/Wisata-Pulau-Mubut-Batam-Kepulauan-Riau-Indonesia/td-p/2095573>
- Purbojati, R. D., & Pratama, B. C. (n.d.). *Micro Small Medium Enterprise as A Media to Optimize Tourism Resources (Case Study in Kubangkangkung Resevior, Cilacap, Central Java, Indonesia)*.
- Rokhayati, Y. (2021). Pembuatan Video Dokumenter Kegiatan Pengabdian Masyarakat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1).
- Sibagariang, S., Rokhayati, Y., Dzikri, A., Handayani, S., Santiputri, M., Riyadi, A., Janah, N. Z., & Nizan, M. S. (2021). Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Wisata Pulau Mubut. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (AbdiMas)*, 3(2), 133–145.
- Villamediana, J., Küster, I., & Vila, N. (2019). Destination engagement on Facebook: Time and seasonality. *Annals of Tourism Research*, 79, 102747.
- Wiranata, R. (2018). *Eksotisnya Pulau Mubut, Destinasi Wisata Akhir Pekan di Kota Batam*. Batamnews. <https://www.batamnews.co.id/berita-34377-eksotisnya-pulau-mubut-destinasi-wisata-akhir-pekan-di-kota-batam.html>