
Strategi Optimalisasi Penggunaan Sosial Media sebagai Upaya dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Desa Wisata Bakau Serip

Ratih Anggraini¹⁾ | Sharon²⁾ | Dessy Aliandrina³⁾ | Agustinus Setyawan⁴⁾ | Lily Sudhartio⁵⁾
Ferdinand Nainggolan⁶⁾

^{1,2,3,4,5)}Universitas Internasional Batam

ratih@uib.ac.id | 2046006.sharon@uib.edu | dessy.aliandrina@uib.ac.id |
agustinus.setyawan@uib.ac.id | lily.sudhartio@uib.ac.id | ferdinan@uib.ac.id

Abstrak: Perkembangan desa wisata dari waktu ke waktu memang mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Perubahan minat wisata saat ini cenderung lebih mengarah pada wisata ekologis dibandingkan dengan wisata keramaian. Hal ini menjadi salah satu tantangan bagi sebuah Ekowisata untuk meningkatkan strategi pemasaran, terutama penggunaan sosial media agar para turis dapat mengenal desa wisata beserta produk yang ditawarkan. Tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini salah satunya adalah untuk memberikan kontribusi kepada desa wisata Kampung Tua Bakau Serip dalam hal pengelolaan media sosial dan konten-konten yang dapat dijadikan contoh untuk pengelolaan selanjutnya. Kegiatan ini dilakukan selama efektif selama 3 bulan yang melibatkan dosen, mahasiswa, serta pengelola desa wisata Kampung Tua Bakau Serip. Hasil dari kegiatan ini adalah mahasiswa dan dosen melakukan pembuatan Instagram dan *men-design* konten-konten yang menarik sebagai salah satu langkah awal dalam pengembangan digitalisasi desa wisata. Dengan adanya hasil dari kegiatan PkM ini akan memberikan semangat kepada pengelola desa wisata agar memperbaiki kualitas dari desa wisata dan melanjutkan pengembangan konten untuk sosial media agar menarik minat wisatawan tidak hanya di dalam negeri, tetapi juga dari luar negeri.

Kata Kunci: media sosial, desa wisata, *re-branding*

Pendahuluan

Wisata Mangrove Pandang Tak Jemu yang terletak Kampung Tua Bakau Serip Pantai, Jl. Hang Lekiu No. KM.4, RT.02/RW.10, Sambau, Kecamatan Nongsa, Kota Batam. Mulai digarap Pokdarwis bersama masyarakat sejak tahun 2018. Berbagai tawaran kegiatan wisata seperti kuliner kampung/lokal (Jajanan Jadoel), tarian selamat datang, eduwisata mangrove, bersepeda, dan lain sebagainya. Wisata Mangrove Pandang Tak Jemu memiliki banyak rekreasi.

Saat melewati gerbang utama Wisata Mangrove Pandang Tak Jemu, wisatawan akan melihat pohon kelapa yang tinggi menjulang. Di bagian kanan terdapat deretan ruko tempat pedagang menjual oleh-oleh dan kerajinan masyarakat setempat. Masuk ke area hutan mangrove, terdapat jembatan kayu berukuran setengah meter. Menggunakan jembatan kayu ini pengunjung dapat berkeliling hutan mangrove, bersantai di pondok kayu yang sudah disediakan. Pondok kayu ini juga sebagai spot foto para pengunjung. Setelah menelusuri jembatan kayu 'jalur *track* mangrove' yang membelah hutan mangrove pertama di bagian depan dengan luas sekitar satu hektar lebih itu, wisatawan akan mendapati tumpukan pasir di tengah mangrove. Kemudian, bisa melanjutkan menelusuri jalur *track* lain yang langsung menuju ke arah laut (Thamdzir et al., 2023).

Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu merupakan salah satu destinasi wisata pantai pasir putih yang berada di Desa Wisata Kampung Tua Bakau Serip, Sambau, Kecamatan Nongsa, Kota Batam.

Ekowisata Mangrove Tak Jemu seluas 7 hektar ini memiliki konsep kelestarian hutan mangrove yang dapat membawa manfaat bagi makhluk di sekitarnya serta mencegah abrasi pantai dan bencana alam (Kememparekraf.go.id). Tidak hanya itu, Ekowisata Mangrove ini juga memiliki tujuan yang lain seperti mengajak warga sekitar untuk menjaga dan ikut melestarikan ekowisata tersebut sebagai salah satu sarana untuk memberi pengetahuan mengenai Hutan Mangrove bagi anak muda.

Untuk memasuki wilayah ekowisata tersebut, diperlukan untuk membayar uang seharga Rp. 10,000 per orang sebagai kontribusi menjaga kesehatan, sedangkan untuk anak yang berusia 5 tahun ke bawah dikenakan bebas biaya (Detik.com, 2022). Selain terdapat pemandangan hutan Mangrove dan udara segar yang dihasilkan oleh pohon Mangrove, disana juga dimanfaatkan sebagai *Camping Ground*, *Barbeque*, *Outbound*, *Tracking Mangrove* dan lain sebagainya. Ekowisata Pandang Tak Jemu juga memiliki beberapa sarana aktivitas seperti menganyam, Pinball, wisata berbasis budaya (tarian seni melayu), menanam pohon mangrove, serta membatik. Tidak hanya itu, tentunya ekowisata ini menyediakan fasilitas berupa toilet, mushola, gerai makanan khas desa wisata, dan toko souvenir.

Sejak awal tahun 2020, dunia digemparkan dengan virus COVID-19, virus berasal dari Wuhan, Cina. Akibat Pandemi Covid-19. kegiatan industri pariwisata ke bisnis harus menutup kegiatannya dan memberhentikan karyawannya. Karena ini juga pemerintah membuat peraturan untuk penerapan jarak sosial. Tentu saja, cara ini berdampak langsung pada perekonomian negara, karena kegiatan di luar rumah berkurang secara signifikan (Dwina, 2020).

Kejadian Covid-19 menyebabkan penurunan aktivitas ekonomi secara drastis, tentunya Mangrove Pandang Tak Jemu juga terkena dampak tersebut. Namun, pandemi ini juga menjadi salah satu alasan perubahan tren dari "Pariwisata Massal" menjadi "Pariwisata Alternatif". Pariwisata Alternatif memiliki maksud agar wisata dapat tetap berjalan dalam jumlah wisatawan yang banyak dan wisatawan juga dapat menikmati keindahan tanpa merusak alam dan menghabiskan uang dalam jumlah yang besar. Desa wisata merupakan salah satu wisata yang memenuhi kriteria dari Pariwisata Alternatif. (Anggraini, 2021).

Berdasarkan kegiatan sebelumnya *rebranding* sudah berhasil dengan menggunakan sosial media instagram. Media sosial instagram yang digunakan oleh PT.Riztour Indo Wisata berhasil menaikkan *brand* melalui instagram. Penelitian yang dilakukan oleh Limanda & Adnas (2022) didapatkan hasil bahwa branding pada PT. Riztour Indo Wisata belum cukup kuat, sehingga melakukan *rebranding* terhadap sosial media Instagram milik PT. Riztour Indo Wisata dengan membuat desain *feed* Instagram dengan konten yang relevan. Dengan adanya artikel sebelumnya, membuktikan bahwa adanya sosial media instagram membantu dalam *rebranding* suatu wisata.

Instagram dikenal sebagai media sosial yang sangat diminati oleh masyarakat. Selain karena penggunaannya yang mudah, Instagram juga digunakan sebagai media untuk melakukan *branding* dengan penyajian konten visual yang menarik. Konten visual merupakan berbagai bentuk isi foto, ilustrasi atau video yang dapat dinikmati secara visual dalam sebuah media di dunia teknologi yang ada pada saat ini (Martajaya & Sari, 2020). Instagram sebagai media sosial dirasa efektif dalam mempromosikan desa wisata secara tidak langsung. Hal ini dikarenakan para wisatawan atau pun masyarakat yang memberikan pengaruh (*influence*) dapat melakukan *brand assessment* (penilaian pribadi) terhadap semua hal yang ada di sebuah destinasi wisata (Juddiseno, 2019).

Promosi dalam hal ini diperlukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung bagi para wisatawan di Desa Wisata Kampung Tua Bakau Serip. Promosi dapat diartikan sebagai kegiatan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk atau jasa yang ada pada pasar, dengan memberikan sebuah informasi mengenai keunggulan (Pratiwi *et al*, 2020). Video Promosi adalah salah satu media yang digunakan untuk penyampaian informasi atau suatu kegiatan promosi yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Salah satu ciri dalam video promosi yaitu mempromosikan suatu hal yang detail dengan durasi video yang lebih panjang dari video iklan biasanya, dengan pengambilan video yang dilakukan secara bertahap dari setiap tempat objek yang akan dipromosikan. (Deli & Hartanto, 2022). Selain itu, penggunaan virtual tour juga dapat digunakan sebagai media komunikasi dan alat promosi untuk memperkenalkan sebuah destinasi wisata kepada masyarakat serta turis baik dalam negeri maupun luar negeri (Anggraini, 2022).

Terdapat beberapa faktor penghambat perkembangan desa wisata Mangrove Pandang Tak Jemu ini terutama saat pandemi. Salah satunya adalah kurangnya strategi promosi terutama dalam bidang

sosial media seperti Instagram, terutama untuk akun Instagram yang telah memiliki jumlah pengikut 1.107 orang. Terdapat kekurangan pengelolaan terutama dalam bidang estetika yang dapat menarik perhatian seperti poster promosi, *caption* yang menarik, dan lain sebagainya. Hal ini menyebabkan pada hakikatnya banyak masyarakat sudah mengetahui mengenai desa wisata tersebut tetapi tidak mengetahui produk yang ditawarkan dan menyebabkan masyarakat kurang tertarik untuk berkunjung. Hal ini menjadi salah satu konsen bagi dosen dan mahasiswa untuk melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dalam memberikan pengetahuan dasar untuk pengelolaan sosial media menggunakan instagram. Kegiatan ini diharapkan akan menjadi langkah awal yang baik bagi desa wisata Kampung Tua Bakau Serip untuk dapat mengelola sosial media dengan maksimal menggunakan sumber daya yang ada agar meningkatkan kesadaran para turis untuk mengunjungi desa wisata Kampung Tua Bakau Serip.

Realisasi Kegiatan

Perancangan Luaran Kegiatan

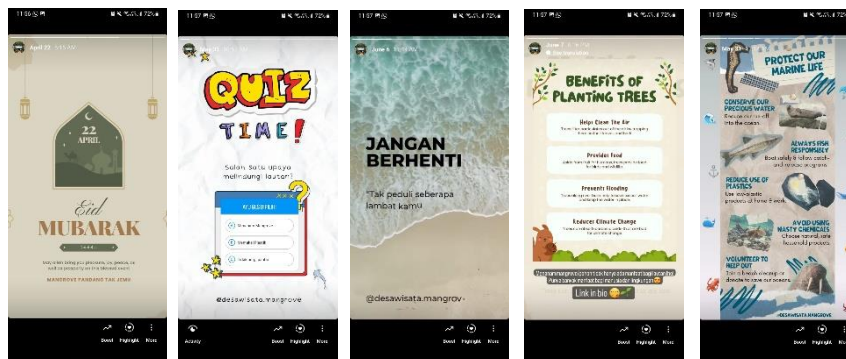
Luaran kegiatan yang dilakukan yaitu mempergunakan teknologi fitur pada *Instagram*, beberapa diantaranya yaitu *Instagram feed* dan *Instagram story* yang akan dibuat konten berupa poster, daftar harga, dokumentasi produk, video pendek dengan durasi 1-3 menit dan lain sebagainya sebagai bahan promosi agar masyarakat tertarik untuk berkunjung ke desa wisata Mangrove Pandang Tak Jemu.

Proses Implementasi Luaran

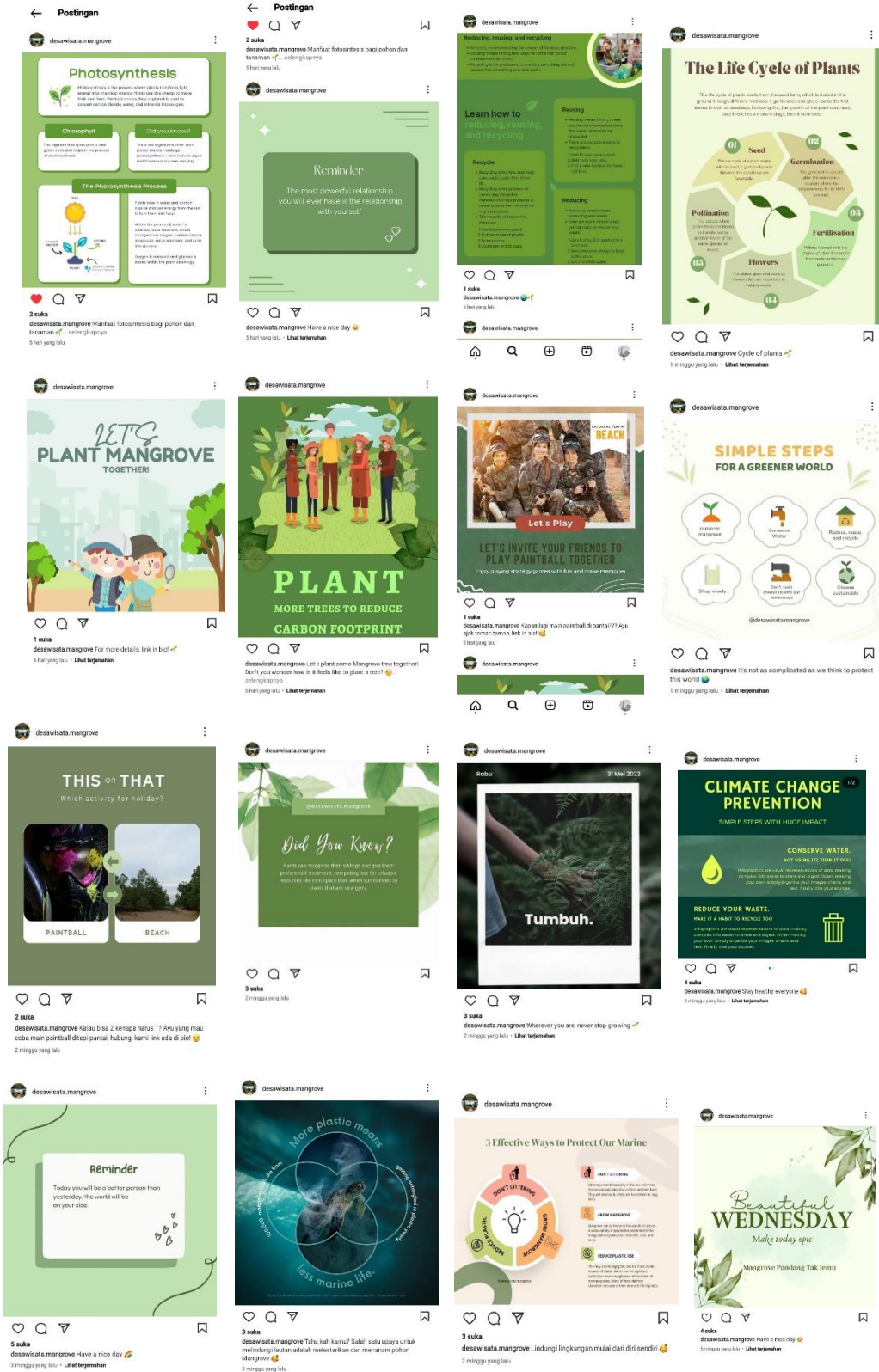
Implementasi luaran dilakukan dengan beberapa tahap sehingga luaran yang didapatkan sesuai dengan target yang ingin dicapai. Tahapan tersebut dipaparkan pada berikut ini:

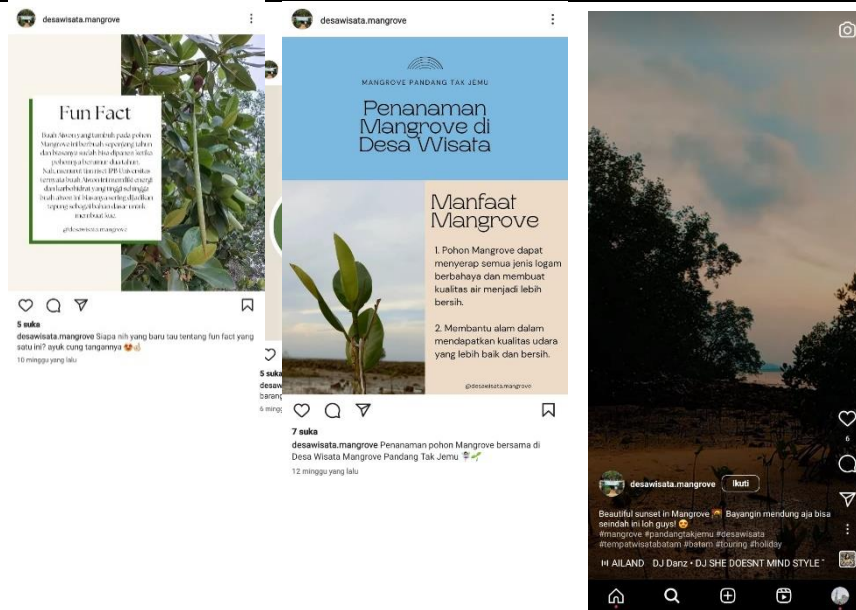
1. Melakukan kegiatan survei dan wawancara di lokasi Mangrove Pandang Tak Jemu. Wawancara kepada pengelola tempat wisata untuk mendapatkan isi konten dan informasi selanjutnya.
2. Bersamaan dengan kegiatan *survey* dan wawancara dilakukannya pengambilan foto dan beberapa video untuk bahan dalam postingan instagram.
3. Proses pengeditan konten untuk *diposting* di instagram dengan tampilan visual yang lebih menarik.
4. Memposting konten di *instagram story* dan *instagram feeds*. Pada tahapan ini didapatkan beberapa konten berupa video maupun foto, *quiz* pada *instagram story*, dan poster promosi atau poster informasi juga berupa ucapan hari raya atau *quotes* mengenai mangrove. Sehingga dapat dilihat pada gambar berikut:

a. Instagram Story



b. Instagram Feeds



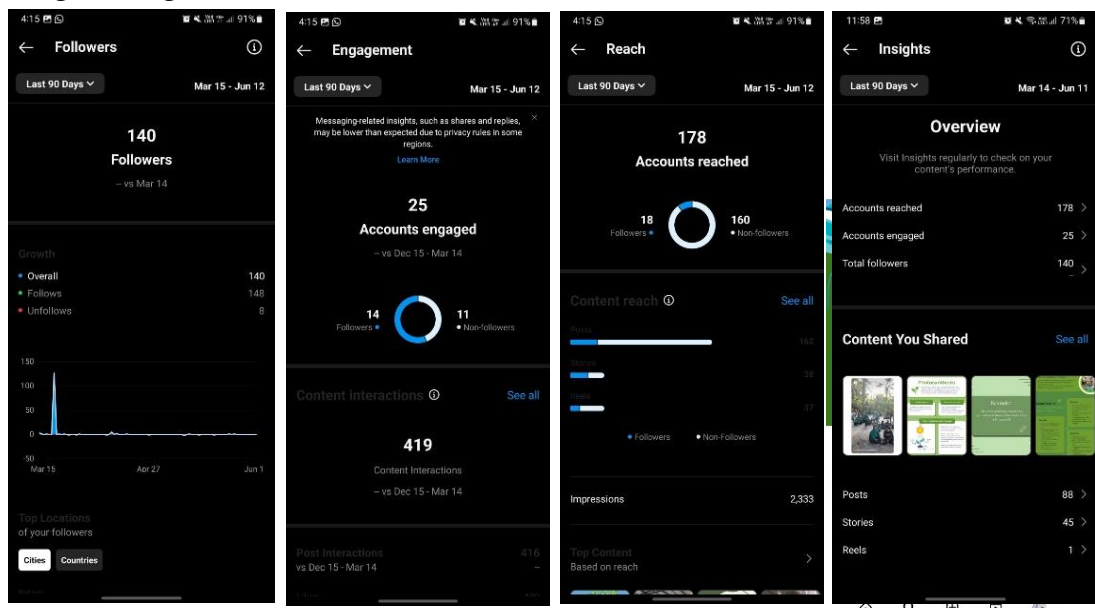


Kondisi Setelah Implementasi

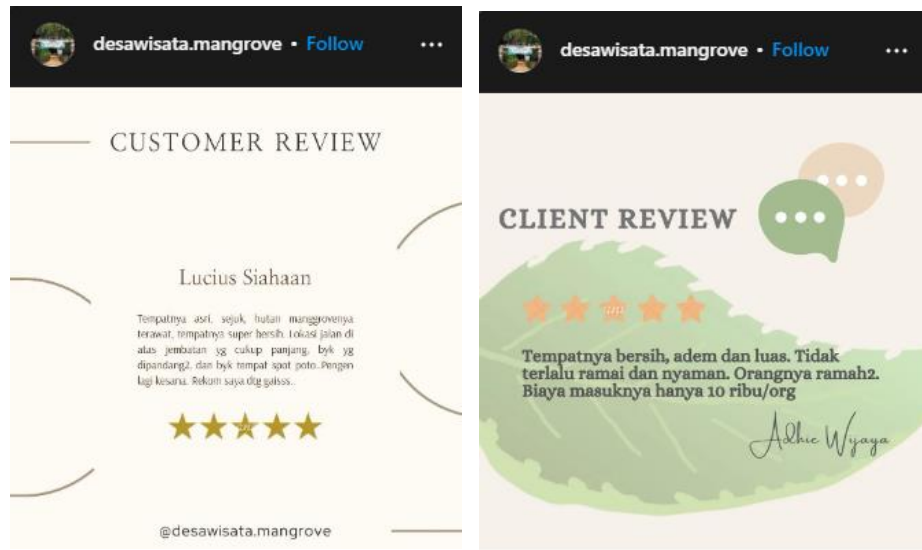
Setelah dilakukannya implementasi *rebranding* dalam sosial media instagram adanya hasil yang didapatkan bagi wisata Mangrove Pandang Tak Jemu. Adanya poster promosi menyebabkan peningkatan pengunjung melalui promosi *Instagram* yang dilakukan, promosi pada sosial media berhasil mendapatkan perhatian pengguna sosial media dan adanya konten dari video dan foto yang di *posting* dalam *instagram story* dan *instagram feed* menyebabkan terjadi peningkatan pada akun *Instagram* sebanyak 30%. Dapat dilihat bahwa *rebranding social media* instagram wisata Mangrove Pandang Tak Jemu yang memiliki pengikut sebanyak 1.107 mengalami peningkatan.

Kondisi setelah implementasi dari luaran yang diberikan dapat dilihat dari *insight* akun instagram, *testimonial followers*, dan penjualan tiket atau peningkatan kunjungan dalam wisata mangrove pandang tak jemu. Hasil tersebut dipaparkan sebagai berikut.

1. Insight Instagram



2. *Testimonial Followers*



Kesimpulan

Praktik *rebranding* sebagai optimalisasi penggunaan sosial media yang dilakukan menggunakan instagram membuahkan hasil yang baik. *Rebranding* dengan memanfaatkan fitur instagram *story* dan instagram *feed* dalam membagikan informasi mengenai Wisata Mangrove Pandang Tak Jemu dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi wisata ini. Disimpulkan bahwa desa wisata Mangrove Pandang Tak Jemu berhasil mendapatkan peningkatan pengunjung melalui promosi *Instagram* yang dilakukan, promosi pada sosial media berhasil mendapatkan perhatian pengguna sosial media dan terjadi peningkatan pada akun *Instagram* sebanyak 30%. Namun hasil dari kegiatan ini masih terdapat kekurangan. Optimalisasi penggunaan media harus sejalan dengan peningkatan kualitas SDM dalam mengelola sosial media. Salah satu strategi untuk melakukan peningkatan kapasitas pada penggunaan sosial media adalah keterlibatan karyawan dalam sebuah organisasi (Angraini, 2022). Pengelola desa wisata yang mampu membaaur dengan masyarakat dan melibatkan masyarakat dalam pengembangan sosial media, akan lebih berhasil dalam mengoptimalkan sosial media sebagai alat promosi memperkenalkan desa wisata kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

- Admin. (2023). *Ekowisata Alam Mangrove Pandang Tak Jemu*. Jadesta. https://jadesta.kememparekraf.go.id/atraksi/ekowisata_alam_mangrove_pandang_tak_jemu
- Angraini, R. (2021). Partisipasi Masyarakat Dalam Community Based Tourism Desa Wisata Sembulang Pulau Galang Kota Batam. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, 13(01), 60–68.
- Angraini, R. (2022). Peran Virtual Tour sebagai Media Promosi Kunjungan ke Taman Nasional Selama Pandemic Covid-19: Kajian Netnografi berdasarkan Komentar Youtube. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 8(2), 477-486.
- Asri, D. H., & Angraini, R. (2022). Peran Keterlibatan Karyawan terhadap Kinerja Organisasi yang Dimediasi oleh Manajemen Pengetahuan: Studi Kasus pada Perusahaan Jasa Industri Pariwisata di Kota Batam. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 8(2), 521-529.
- Deli, & Hartanto, V. (2022). Penerapan Strategi Rebranding Pada Desa Wisata Kampung Terih Untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan Menggunakan Metode MDLC. *Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01(Mdlc), 19–28. <https://doi.org/10.37253/se.v1i1.7353>
- Dwina, I. (2020). Melemahnya Ekonomi Indonesia Pada Sektor Pariwisata, Akibat Dampak

- Dari Pandemi Covid-19. *Center of Open Science*, 1–5.
- Hamapu, A. (2022). *Menikmati Pesona Hijaunya Ekowisata Mangrove Pandang Tak Jemu di Batam*. Detik.Com. <https://www.detik.com/sumut/wisata/d-6403444/menikmati-pesona-hijaunya-ekowisata-mangrove-pandang-tak-jemu-di-batam>
- Hanindharputri, M. A., Ariesta, I. G. B. B. B., & Utami, S. (2022). Konten Visual Instagram Sebagai Upaya Branding Desa Wisata Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Bahasa Rupa*, 6(1), 90–98. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v6i1.1079>
- Ilham, W., Dailami, & Mulyadi, T. (2023). *Sosialisasi Sadar Wisata Dan Bakti Sosial Bagi Masyarakat Desa Wisata Bakau Serip Kelurahan Sambau Kecamatan Nongsa, Kota Batam*. 1(1), 87–98. <https://doi.org/https://doi.org/10.59193/jkw.v1i1.53>
- Limanda, K., & Adnas, D. A. (2022). Rebranding Pt. Riztour Indo Wisata Dengan Pembuatan Konten Desain Feed Pada Sosial Media. *National Conference for Community ...*, 4, 965–968. <https://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro/article/view/7062%0Ahttps://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro/article/download/7062/2692>
- Martajaya, I. I. V., & Sari, K. I. K. (2020). Analisis Virtual Maps Dalam Pengembangan Pariwisata Denpasar di Era Society 5.0 (Virtual Map Analysis in Denpasar Tourism Development in the Era Society 5.0). *P. Studi Desain Komunikasi Visual, and F. Seni Rupa Dan Desain*.
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>
- Pratiwi, K. N. K., Suryana, J., & Witari, N., & S., N. (2020). Perancangan Video Promosi Perahu Wisata Di Pantai Penimbangan, Singaraja, Bal. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 10(2), 103–112.
- R. K. Juddiseno. (2019). *Branding Destinasi dan Promosi Pariwisata*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riadi, M. (2019). *Ekowisata (Pengertian, Prinsip, Karakteristik dan Jenis)*. Kajianpustaka.Com. <https://www.kajianpustaka.com/2019/12/ekowisata-pengertian-prinsip-karakteristik-dan-jenis.html>
- Thamdzir, Dallami, & Sianviar, B. (2023). Pelatihan sadar wisata masyarakat desa wisata pandang tak jemu kampung bakau serip kelurahan sambau kecamatan nongsa kota batam. *Jurnal Keker Wisata*, 1(1), 87–98. <https://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro/article/view/7062%0Ahttps://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro/article/download/7062/2692>
- Triyono, L. (2020). *Pandemi Covid-19 Lumpuhkan Pariwisata*. Voaindonesia.Com. <https://www.voaindonesia.com/a/pandemi-covid-19-lumpuhkan-pariwisata-/5501168.html>