
MENINGKATKAN KUALITAS OBJEK WISATA DENGAN MENGOPTIMALKAN MEDIA SOSIAL DI KAMPUNG INOFI

^{1*}Rijal, ²Krismiyati, ³Andy Sahat Sigalingging, ⁴Ayu Kurnia Utami, ⁵Samar
Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Yapis Biak, Kabupaten Biak Numfor,
Papua, Indonesia
Email : 1*rijalbudiman020390@gmail.com

Manuskrip: Agustus-2023; Ditinjau: Agustus -2023; Diterima: September -2023; Online: Januari -
2024; Diterbitkan: Januari-2024

ABSTRAK

Pariwisata merupakan aspek penting dalam meningkatkan pendapatan daerah jika mampu dikelola dengan baik sehingga memberikan dampak positif kepada perekonomian masyarakat objek wisata di Kampung Inofi Kabupaten Biak Numfor memiliki potensi yang besar, namun belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas objek wisata adalah dengan mengoptimalkan media sosial, Media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif dalam mempromosikan dan memperkenalkan destinasi wisata kepada masyarakat luas upaya meningkatkan kualitas objek wisata di Kampung Inofi dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. rekomendasi yang diajukan dalam kegiatan Pengabdian ini antara lain adalah peningkatan aktivitas promosi melalui media sosial, pelatihan kepada masyarakat lokal tentang manajemen media sosial, serta kerjasama dengan pihak terkait untuk memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai alat promosi wisata. Dengan mengoptimalkan media sosial, diharapkan kualitas objek wisata di Kampung Inofi dapat meningkat, jumlah pengunjung bertambah, dan kontribusi ekonomi masyarakat setempat meningkat pula.

Kata Kunci: Kualitas, Objek Wisata, Media Sosial

PENDAHULUAN

Peningkatan kualitas objek wisata dengan mengoptimalkan media sosial di Kampung Inofi Kabupaten Biak Numfor bisa didasarkan pada beberapa pertimbangan penting Potensi Wisata yang ada mungkin memiliki potensi wisata yang belum dimanfaatkan sepenuhnya Potensi tersebut bisa berupa keindahan alam, budaya lokal, kuliner khas, atau aktivitas unik yang menarik wisatawan, olehnya itu perlu peran pemerintah untuk memberikan ruang dan dukungan kepada masyarakat dalam meningkatkan destinasi wisata yang ada dengan berbagai strategi yang akan diterapkan seperti media sosial. Menurut Suryadana dan Octavia, dalam (Safitri et al., 2021) menjelaskan bahwa destinasi wisata adalah area atau kawasan geografis yang berbeda dalam suatu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat unsur: daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas,

masyarakat serta wisatawan yang saling terkait dan melengkapi untuk terwujudnya kegiatan kepariwisataan.

Olehnya itu manfaat media sosial merupakan alat yang sangat efektif untuk mempromosikan destinasi wisata. Media sosial merupakan aplikasi teknologi informasi yang mampu menjembatani interaksi dan kolaborasi yang bersifat terbuka dan demokratis (Wijaya, 2012). Dengan mengoptimalkan penggunaan platform-platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya, Kampung Inofi dapat mencapai audiens yang lebih luas dan mendapatkan perhatian wisatawan potensial. Jika dilihat persaingan dengan Destinasi Wisata Lain yang ada di Kabupaten Biak Numfor mungkin memiliki destinasi wisata lain yang telah menggunakan media sosial untuk mempromosikan diri. Sebagaimana digambarkan oleh Petriella dalam (Ismail, 2020) menjelaskan bahwa Destinasi wisata di Provinsi Papua telah menyumbang 25% terhadap total kunjungan wisatawan secara nasional per tahun. Potensi bisnis wisata di provinsi Tanah Papua itu sangatlah besar karena memiliki kekhasan dan keotentikan budaya. Oleh karena itu, Kampung Inofi perlu bersaing dengan destinasi-destinasi tersebut dengan cara yang cerdas.

Disamping itu dampak Pandemi COVID-19 telah mengubah cara orang bepergian. Banyak wisatawan sekarang lebih cenderung mencari informasi dan rekomendasi melalui media sosial sebelum memutuskan destinasi wisata mereka. Anang Sugeng dan Umami dalam (Retnasary et al., 2019) mereka mengunjungi objek wisata terbaru yang disajikan dalam bentuk foto menjadi hal yang paling mereka cari. Gholil dalam (Nurjanah, 2018) Dengan menggunakan media sosial wisatawan dapat membagikan pengalaman mereka serta bisa juga digunakan sebagai sumber dalam pencarian informasi mengenai destinasi wisata. Oleh karena itu, media sosial dapat menjadi alat yang sangat berguna untuk menjangkau wisatawan di masa pandemi ini. Kerpen dalam (Sofia et al., 2020) menjelaskan Media sosial adalah sebuah revolusi media yang memberikan konsumen kekuatan penuh dalam mendapatkan sebuah informasi dan menyampaikan sebuah informasi. Oleh sebab itu keterbatasan Sumber Daya pada Kampung Inofi mungkin memiliki keterbatasan sumber daya dalam melakukan promosi dan pemasaran sehingga dibutuhkan Media sosial dapat menjadi alternatif yang relatif terjangkau untuk mencapai audiens yang lebih besar. Inisiatif Pariwisata Lokal Meningkatkan kualitas objek wisata juga bisa menjadi bagian dari inisiatif lebih besar dari pemerintah daerah atau masyarakat setempat untuk mengembangkan sektor pariwisata. Dengan mengoptimalkan media sosial, Kampung Inofi dapat mendukung upaya-upaya ini.

Partisipasi Masyarakat dalam pengelolaan dan promosi objek wisata dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan. Media sosial juga dapat digunakan untuk mempromosikan produk-produk atau jasa yang ditawarkan oleh masyarakat lokal, seperti kerajinan tangan atau kuliner khas. Dengan memahami permasalahan ini maka Kampung Inofi dapat merencanakan strategi yang efektif untuk mengoptimalkan media sosial dalam upaya meningkatkan kualitas objek wisata dan menarik lebih banyak wisatawan ke daerah tersebut. Dengan demikian, mengoptimalkan media sosial adalah strategi yang sangat penting dalam upaya

meningkatkan pariwisata. Namun, perlu diingat bahwa manajemen media sosial yang efektif memerlukan perencanaan, kreativitas, dan konsistensi untuk mencapai hasil yang optimal, Sasaran pembangunan pariwisata pada dasarnya adalah untuk meningkatkan status pariwisata dari sub sektor pembangunan menjadi sektor pembangunan andalan yang mampu menggiatkan perekonomian dan sektor-sektor lain yang terkait (Hasim, 2020). Sektor pariwisata adalah sektor penting dalam upaya peningkatan devisa Negara dan penerimaan pendapatan asli daerah yang berimplikasi pada kesejahteraan masyarakat (Suci Ramadhani, 2022).

Merujuk pada permasalahan terkait dengan perkembangan pariwisata maka dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan kedepan dapat menjadi alternatif dalam mengatasi berbagai masalah dalam meningkatkan objek wisata dengan memberikan pendampingan dan pelatihan kepada masyarakat agar mempunyai sebuah referensi akan pentingnya media sosial dalam mempromosikan objek wisata yang ada di Kampung Inofi, disamping itu juga kami memberikan strategi-strategi dengan memberikan materi kepada masyarakat agar peningkatan kualitas sumber daya manusia bisa diaplikasikan dengan baik sehingga mampu menopang objek wisata yang ada menjadi solusi dalam membangun kampung inofi kedepan.

METODE

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan kepada pemerintah dan masyarakat kampung Inofi dengan melakukan Pelatihan dan pendampingan dalam Meningkatkan objek wisata melalui media sosial dengan memerlukan strategi yang terencana dan berkelanjutan. Berikut beberapa metode yang dapat dilakukan dalam meningkatkan promosi objek wisata melalui media sosial yang kami berikan yaitu memberikan materi bagaimana Pembuatan Profil Media Sosial Resmi, membuat Konten yang Menarik dan Relevan, Penggunaan Hashtag dan Tagar Lokal, Berinteraksi dengan Pengunjung dan Mengelola Ulasan dan melakukan Kampanye Promosi Khusus, Selain mempromosikan, kami berikan juga informasi pendidikan tentang destinasi Anda, seperti sejarah, budaya, dan aktivitas yang dapat dilakukan di sana. Dari beberapa metode di atas dalam merencanakan strategi yang baik dapat membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik objek wisata melalui media sosial Penting juga untuk tetap fleksibel dan terus memantau kinerja Anda agar dapat beradaptasi dengan perubahan dalam perilaku online pengguna. Sebelum kami melaksanakan kegiatan pengabdian ini tim pelaksana melakukan beberapa tahapan agar prosesnya dapat berjalan dengan baik, adapun tahapan-tahapan itu adalah :

1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan pra survey di kampung Inofi dan meninjau objek wisata yang perlu ditingkatkan menjadi objek pariwisata, kemudian melakukan kemudian kami melakukan kunjungan kepada pemerintah Kampung Inofi membicarakan kegiatan pengabdian kami kepada masyarakatnya dan disepakati bersama waktu dan tempat pelaksanaan dan jumlah peserta dan diskusi kepada pemerintah kampung

inofit tentang perkembangan objek wisata dan bagaimana peran masyarakat kampung yang ada. Dari hasil observasi Tim pengabdian menemukan permasalahan bahwa masih rendahnya kesadaran masyarakat kampung Inofit dalam memanfaatkan media sosial dalam memasarkan objek wisata yang ada, disamping itu masih rendahnya sumber daya manusia dalam melakukan pemasaran pariwisata.

2. Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pelatihan dan pendampingan meningkatkan kualitas objek wisata dengan mengoptimalkan media sosial di kampung inofit kabupaten biak numfor dilaksanakan di Kantor Kampung Inofit selama 1 hari pada hari Minggu 8 September Tahun 2023. Peserta yang hadir sebanyak 20 orang, diantaranya pemerintah kampung Inofit, Pihak Lokal, Pihak Swasta, Pemuda dan Masyarakat. Pada tahap ini, metode kegiatan yang digunakan meliputi: (i) ceramah, menjelaskan materi tentang pelatihan penggunaan media sosial; materi cara menciptakan konten yang berkualitas; Monitoring dan analisis kinerja (ii) diskusi, dengan memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengajukan pertanyaan terkait materi yang diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yang ingin dicapai dalam penyelesaian masalah adalah meningkatkan kesadaran masyarakat dan kualitas sumber daya manusia Kampung Inofit dalam memanfaatkan media sosial sebagai solusi dalam mengoptimalkan promosi wisata untuk mendatangkan wisatawan. Dan dalam kegiatan pelaksanaan ini berlangsung dengan metode pelatihan dan pendampingan maka hasil yang dicapai adalah :

1. Tim Pelaksana Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menumbuhkan kembali semangat pemerintah kampung, pihak swasta dan masyarakat untuk lebih intens dalam mempromosikan objek wisata yang ada di Kampung Inofit dengan memanfaatkan Sosial Media melalui alat elektronik yang dimiliki dengan memberikan materi pelatihan terkait strategi yang tepat dalam promosi wisata sekaligus pendampingan dalam membuat platform media sosial yang menarik untuk melakukan promosi wisata. disamping itu peserta yang hadir sangat antusias dalam menyimak materi kegiatan yang kami paparkan sampai akhir sehingga terjadi diskusi yang panjang dan kami memberikan solusi dari masalah yang dialami.



Gambar 1. Pemaparan Materi Pelatihan

Dalam pemaparan materi yang kami berikan dalam pelatihan ini adalah kami tim pelaksana pengabdian menjelaskan strategi yang tepat dalam mengoptimalkan media sosial sebagai sarana dalam promosi objek wisata di kampung Inofi, disamping itu juga kami memberikan materi cara membuat platform media promosi objek wisata agar peserta yang hadir paham betul ketika nanti akan melakukan promosi wisata.

Selanjutnya kami memberikan kepada peserta untuk menganalisis berbagai objek wisata yang ada di Kampung Inofi yang menjadi prioritas ke depan untuk dijadikan bahan promosi sehingga itu bisa dimasukkan pada media sosial dalam melakukan promosi yang berbasis aplikasi dan media sosial lainnya.

2. Tim pelaksana kegiatan memberikan kesempatan kepada peserta untuk melakukan sesi pertanyaan jika ada materi pelatihan yang kurang dipahami baik itu pada aspek pendampingan yang diberikan terkait dengan media sosial.



Gambar 2. Sesi Tanya Jawab

Dalam tahapan sesi tanya jawab ini tim menemukan bahwa peserta sangat antusias sekali karena dalam beberapa pertanyaan yang diajukan ternyata ditemukan bahwa di kampung Inofi banyak objek wisata yang perlu dikembangkan namun belum dimanfaatkan secara baik, disamping itu peserta meminta kerjasama dengan kampus, pemerintah untuk memberikan fasilitas seperti bagaimana menggunakan media dengan baik dalam mendatangkan wisatawan baik secara nasional di kampung Inofi, disamping itu juga peserta berharap agar kegiatan ini kedepan agar dilanjutkan supaya manfaat bisa dirasakan oleh masyarakat

3. Tim Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat kemudian melakukan pendampingan kepada pihak swasta, pihak lokal dan masyarakat yang hadir mengenai strategi yang baik dalam melakukan promosi dengan menggunakan media sosial, namun disini kami melakukan pendampingan dengan memberikan media platform yang baru dalam berbentuk aplikasi sehingga diharapkan dapat digunakan dengan baik kedepannya.



Gambar 3. Proses pendampingan Peserta

Pada tahapan Pendampingan media sosial dalam promosi objek wisata adalah salah satu strategi penting dalam industri pariwisata modern. Media sosial memiliki potensi besar untuk mencapai audiens yang luas, berinteraksi dengan calon wisatawan, dan membangun citra positif untuk objek wisata. Kami memberikan langkah yang tepat dalam melakukan promosi wisata diantaranya bagaimana menentukan tujuan dan target promosi, memilih platform media sosial yang tepat, berkolaborasi dengan influencer dan pemerintah sehingga Pendampingan media sosial dalam promosi objek wisata adalah upaya berkelanjutan yang memerlukan strategi, konsistensi, dan interaksi yang baik dengan pengikut. Dengan pendekatan yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam meningkatkan kunjungan dan citra objek wisata Anda.

4. Setelah tahapan pelatihan melalui pemaparan materi dan pendampingan maka Tim pelaksana pengabdian melakukan evaluasi kepada peserta sampai sejauh

mana penguasaan materi yang telah dipahami, setelah itu kami memberikan kepada peserta untuk mempresentasikan terkait dengan materi yang telah didapatkan agar peserta yang lain ikut mengapresiasi bahwa memang dalam meningkatkan promosi wisata perlu dilakukan pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan agar dapat mendapatkan hasil yang lebih baik. Selanjutnya Evaluasi terhadap proses meliputi keseriusan, ketekunan dan perhatian yang diberikan peserta selama mengikuti materi. Pertanyaan-pertanyaan segera diajukan peserta apabila mereka belum mengerti materi yang disampaikan atau contoh-contoh yang ditampilkan narasumber. Berdasarkan evaluasi terhadap hasil, tampak bahwa ada beberapa peserta belum memahami secara jelas materi pelatihan yang berkaitan dengan media sosial yang berbasis aplikasi baru. Itu sebabnya, di akhir kegiatan peserta berharap keberlanjutan program dalam bentuk pendampingan dan pelatihan karena mereka merasakan manfaat kegiatan yang diikuti.



Gambar 4. Foto Bersama dengan Narasumber

KESIMPULAN

Berdasarkan rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa untuk meningkatkan kualitas objek wisata di Kampung Inofi Kabupaten Biak Numfor diperlukan upaya untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial. Dengan memanfaatkan platform media sosial secara efektif, dapat membantu mempromosikan objek wisata, meningkatkan visibilitasnya, dan menarik perhatian lebih banyak wisatawan. Dengan demikian, langkah-langkah seperti pemasaran melalui media sosial, penggunaan foto dan video berkualitas tinggi, interaksi aktif dengan pengunjung, dan promosi berkelanjutan melalui platform media sosial dapat membantu meningkatkan daya tarik dan kualitas objek wisata di Kampung Inofi. Disamping itu agar kedepannya program pelatihan ini dapat berkelanjutan dan diberikan dukungan kepada pemerintah daerah dan pemerintah Kampung Inofi agar dapat memperoleh hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasim, D. (2020). Peran Pemerintah dalam Pengembangan Objek Wisata Yendi Beach pada Kampung Yendidori Distrik Yendidori Kabupaten Biak Numfor. *Sosio E-Kons*, 12(02), 138. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v12i02.5124>
- Ismail, M. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua. *Matra Pembaruan*, 4(1), 59–69. <https://doi.org/10.21787/mp.4.1.2020.59-69>
- Nurjanah, N. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Masyarakat Sadar Wisata Dalam Mempromosikan Potensi Wisata Baru. *Medium*, 6(2), 39–50. [https://doi.org/10.25299/medium.2018.vol6\(2\).2412](https://doi.org/10.25299/medium.2018.vol6(2).2412)
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/130/85>
- Safitri, B. V., Maulida, N., & Miharja, D. L. (2021). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dalam Mengembangkan Potensi Desa Wisata Organik pada Kelompok Sadar Wisata Desa Muncan-Lombok Tengah. *Journal of Community Development & Empowerment*, 2(3), 51–61. <https://doi.org/10.29303/jcommdev.v2i3.19>
- Sofia, L. A., Hidayat, A. S., & Zain, M. A. (2020). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Wisata Pantai Asmara. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlash*, 5(2). <https://doi.org/10.31602/jpaiuniska.v5i2.2814>
- Suci Ramadhani, B. (2022). Peran Pemuda dalam Pengembangan Wisata Pantai Lowita di Kabupaten Pinrang, Kasus: Pemanfaatan Media Sosial. *TOBA (Journal of Tourism, Hospitality and Destination)*, 1(4), 169–174. <https://doi.org/10.55123/toba.v1i4.1627>
- Wijaya, S. W. (2012). Media Sosial bagi Desa Wisata: Sebuah Kajian Konseptual. *Jurnal Teknologi Media Teknika*, 11(1), 55–59.