

## Pelatihan Media Sosial Untuk Meningkatkan Promosi Pariwisata Bagi Pemuda Di Kabupaten Biak Numfor

Ismail Ibrahim<sup>1</sup>, Muh Ridwan Yunus<sup>2</sup>, Heki Hastuti<sup>3</sup>, Rahmah Agustiani<sup>4</sup>, Moh Sudi<sup>5</sup>

maiel3590@gmail.com

<sup>1</sup>Ilmu Komunikasi, IISIP Yapisi Biak, Biak, Papua;

### Abstrak

Kabupaten Biak Numfor memiliki potensi wisata alam dan budaya yang melimpah, namun belum diimbangi dengan promosi yang optimal, terutama melalui media digital. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pemuda dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi pariwisata daerah. Metode pelaksanaan dilakukan dengan pendekatan partisipatif melalui workshop, praktik langsung, dan pendampingan konten kreatif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memperkenalkan potensi wisata lokal. Selain itu, peserta juga menghasilkan konten promosi yang telah diunggah ke akun media sosial masing-masing. Kegiatan ini berkontribusi pada pemberdayaan pemuda dan penguatan promosi wisata berbasis digital.

**Kata kunci:** Media Sosial, Pariwisata, Promosi Digital, Pemuda, Biak Numfor

### Abstract

*Biak Numfor Regency has abundant natural and cultural tourism potential, but it is not yet optimally promoted, especially through digital media. This training aims to enhance the capacity of youth in utilizing social media as a tourism promotion tool. The implementation method used a participatory approach through workshops, hands-on practice, and creative content mentoring. The results show an increase in participants' understanding and skills in using platforms such as Instagram, Facebook, and TikTok to introduce local tourism potential. Moreover, participants produced promotional content that was published on their respective social media accounts. This activity contributes to youth empowerment and strengthens digital-based tourism promotion.*

**Keywords:** Social Media, Tourism, Digital Promotion, Youth, Biak Numfor

## **PENDAHULUAN**

Kabupaten Biak Numfor merupakan wilayah yang kaya akan destinasi wisata, baik berupa keindahan alam seperti pantai dan air terjun, maupun budaya lokal seperti seni tari dan upacara adat. Namun demikian, upaya promosi pariwisata belum dilakukan secara maksimal, khususnya melalui media sosial yang menjadi sarana populer di kalangan generasi muda. Padahal, media sosial berperan penting dalam menyebarkan informasi dengan cepat dan luas. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan bagi pemuda lokal agar mampu mengelola media sosial secara efektif guna mempromosikan pariwisata daerah.

Pemuda sebagai generasi yang melek teknologi memiliki peran strategis dalam pembangunan sektor pariwisata melalui pendekatan digital. Sayangnya, masih banyak pemuda yang belum memiliki keterampilan teknis dalam produksi dan publikasi konten promosi yang menarik dan relevan. Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan para peserta dapat menjadi agen perubahan yang turut serta memperkenalkan kekayaan wisata Biak Numfor ke masyarakat luas, baik nasional maupun internasional.

Promosi pariwisata yang bersifat partisipatif dan berbasis komunitas lokal menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing destinasi. Terlebih di era transformasi digital saat ini, kemampuan memanfaatkan media sosial bukan lagi pilihan, tetapi kebutuhan. Dengan dukungan pelatihan yang tepat, para pemuda dapat menciptakan ekosistem promosi digital yang berkelanjutan dan berdampak nyata terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

Kegiatan ini juga sejalan dengan kebijakan nasional dalam mendorong pariwisata sebagai sektor prioritas pembangunan. Pengembangan SDM lokal, khususnya generasi muda, menjadi salah satu fokus utama agar potensi wisata daerah tidak hanya menjadi wacana, tetapi mampu dikemas secara menarik dan tersebar luas melalui media digital. Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan, pemerintah daerah, dan masyarakat untuk bersinergi dalam memperkuat kapasitas promosi wisata melalui pelatihan media sosial.

Pemuda sebagai generasi yang melek teknologi memiliki peran strategis dalam pembangunan sektor pariwisata melalui pendekatan digital. Sayangnya, masih banyak pemuda yang belum memiliki keterampilan teknis dalam produksi dan publikasi konten promosi yang menarik dan relevan. Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan para peserta dapat menjadi agen perubahan yang turut serta memperkenalkan kekayaan wisata Biak Numfor ke masyarakat luas, baik nasional maupun internasional.

## **METODE**

Kegiatan ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan edukatif. Pelatihan dilaksanakan selama dua hari di aula kampus IISIP Yapis Biak dengan melibatkan 25 peserta dari komunitas pemuda lokal. Tahapan kegiatan meliputi: (1) penyampaian materi teori tentang pentingnya media sosial dalam promosi pariwisata, (2) praktik pembuatan konten visual (foto dan video), (3) editing menggunakan aplikasi sederhana, dan (4) strategi publikasi konten di media sosial. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman serta observasi terhadap konten yang dihasilkan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan pelatihan ini menunjukkan antusiasme yang tinggi dari para peserta. Pada hari pertama, peserta mengikuti materi pengantar mengenai tren media sosial dan peran konten digital dalam industri pariwisata. Mereka juga dikenalkan pada teknik dasar pengambilan gambar dan pembuatan narasi visual. Respons peserta terhadap sesi ini sangat positif, terutama karena materi dikemas secara interaktif dengan studi kasus destinasi wisata lokal.

Selama sesi praktik pada hari kedua, peserta dibagi dalam kelompok kecil untuk membuat konten promosi sesuai dengan destinasi yang mereka pilih. Mereka menggunakan kamera smartphone dan aplikasi editing ringan untuk memproduksi video singkat dan poster digital. Kegiatan ini memberikan ruang bagi kreativitas sekaligus memperkuat

keterampilan teknis yang relevan dengan kebutuhan promosi pariwisata saat ini.

Konten-konten yang dihasilkan kemudian dipresentasikan dan dievaluasi secara bersama. Beberapa konten bahkan langsung diunggah ke media sosial dan berhasil menarik perhatian publik dengan jumlah tayangan dan interaksi yang signifikan. Ini menjadi bukti bahwa pelatihan telah memberikan dampak nyata terhadap kemampuan peserta dalam memproduksi dan menyebarkan konten digital yang efektif.

Pelatihan ini menghasilkan beberapa capaian penting. Pertama, peningkatan pemahaman peserta tentang peran media sosial dalam mempromosikan pariwisata. Kedua, peserta mampu membuat konten menarik yang menampilkan keunikan wisata lokal. Ketiga, peserta aktif mempublikasikan konten di akun media sosial, yang mendapatkan respons positif dari audiens online. Selain itu, kegiatan ini membangun jejaring antar pemuda untuk kerja sama dalam promosi pariwisata. Tantangan yang dihadapi adalah keterbatasan akses internet di beberapa lokasi dan kurangnya perangkat digital yang memadai.

Sebagian besar peserta menyatakan bahwa pelatihan ini sangat relevan dan aplikatif. Mereka merasa lebih percaya diri untuk membuat dan mengunggah konten sendiri tanpa bantuan pihak lain. Hasil unggahan peserta menunjukkan variasi konten mulai dari video profil destinasi wisata, foto panorama alam, hingga narasi budaya lokal. Respon masyarakat online juga cukup menggembirakan dengan meningkatnya interaksi seperti like, share, dan komentar positif. Ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang praktis dan berbasis kebutuhan nyata mampu meningkatkan kualitas promosi digital daerah.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Pelatihan media sosial yang dilaksanakan berhasil memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kapasitas pemuda dalam mempromosikan pariwisata lokal. Pemuda sebagai peserta pelatihan menunjukkan antusiasme dan partisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Mereka tidak hanya

memahami konsep dasar promosi digital, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung melalui pembuatan dan publikasi konten media sosial.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook menjadi sarana yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi pariwisata secara luas dan cepat. Konten-konten yang dihasilkan oleh peserta pelatihan menunjukkan kualitas visual dan naratif yang cukup baik, serta mampu menarik perhatian masyarakat pengguna media sosial. Ini membuktikan bahwa keterampilan yang diberikan dalam pelatihan sangat relevan dan sesuai dengan kebutuhan promosi pariwisata di era digital.

Secara umum, kegiatan ini memperkuat kapasitas pemuda sebagai agen promosi wisata berbasis digital dan memperluas jangkauan informasi tentang potensi wisata Kabupaten Biak Numfor. Pelatihan ini juga membuka peluang kolaborasi antarpemuda dan pihak terkait lainnya untuk membangun sistem promosi pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis teknologi informasi.

### **Saran:**

1. Perlu adanya pelatihan lanjutan dengan materi yang lebih mendalam.
2. Pemerintah daerah diharapkan mendukung program serupa sebagai strategi promosi wisata.
3. Fasilitasi sarana digital dan akses internet yang merata untuk mendukung inisiatif promosi pariwisata digital..

### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Rektor IISIP Yapis Biak yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan izin dan arahan, serta kepada Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan fasilitas dan mendorong pelaksanaan program ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM IISIP Yapis Biak yang telah memberikan dukungan moral dan fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

## Daftar Pustaka

- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Fitriani, A. (2020). Peran Generasi Milenial dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Digital. *Jurnal Kepariwisata*, 19(2), 44–53.
- Handayani, L. (2019). Strategi Pemasaran Digital Pariwisata di Era Industri 4.0. *Tourism Development Journal*, 7(1), 21–30.
- Kemendikbud. (2020). Laporan Strategi Promosi Pariwisata Nasional. Jakarta: Kemendikbud RI.
- Munar, A. M., & Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for Sharing Tourism Experiences Through Social Media. *Tourism Management*, 43, 46–54.
- Putra, R. A. (2022). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Untuk Promosi Destinasi Wisata. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 55–67.
- Saragih, R. (2021). Media Sosial dan Potensi Ekonomi Kreatif Pariwisata. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 3(2), 77–85.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wulandari, T. (2023). TikTok Sebagai Media Promosi Wisata Daerah. *Jurnal Digital Tourism*, 2(1), 34–41.
- Yuliana, S. (2020). Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM di Masa Pandemi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Digital*, 1(1), 1–9.