BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 6 No. 3, 2025, pp. 2698-2703
DOI: https://doi.org/10.31949/jb.v6i3.14873

e-ISSN 2721-9135
p-ISSN 2716-442X

Meningkatkan Eksposur Potensi Lokal Desa Pasir Putih Melalui Pemasaran Digital: Pelatihan Untuk Masyarakat

Alina Wela Pratama Hamat[1], Innosensia E. Isavela Ndiki Satu[2] , Maria Florencia Yunita Bello[3]
Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandira, Kupang, Indonesia
Email Corresponding: alynwella@gmail.com

Abstract
The community service activity entitled Increasing Exposure of Pasir Putih Village's Local Potential Through Digital Marketing aims to increase public understanding of how effective digital marketing is and the role of digital marketing in increasing exposure, image, and attractiveness of Pasir Putih Village's local potential based on social media. Local potential such as tourism that has not been optimally introduced in the digital realm. Therefore, digital marketing training was carried out as one of the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) programs. The training includes an introduction to social media and marketing through Instagram. The method used in this activity is socialization or presentation of material to the community. The results of this activity, the community increasingly understands the importance of using social media as a means of digital marketing, especially Instagram.
Keywords: *Digital Marketing; Local Potential; Social Media; Instagram*

Abstrak
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertajuk Meningkatkan Eksposur Potensi Lokal Desa Pasir Putih Melalui Pemasaran Digital bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat bagaimana pemasaran digital yang efektif dan peran pemasaran digital dalam meningkatkan eksposur, citra, dan daya tarik potensi lokal Desa Pasir Putih berbasis media sosial. Potensi lokal sepeti pariwisata yang belum diperkenalkan secara maksimal di rana digital. Oleh karena itu, dilaksanakan pelatihan pemasaran digital sebagai salah satu program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Pelatihan mencakup pengenalan media sosial dan pemasaran melalui instagram. Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini yaitu sosialisasi atau pemaparan materi kepada kepada masyarakat. Hasil dari kegiatan ini, masyarakat semakin paham akan pentingnya penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran digital khususnya instagram.
Kata Kunci: Pemasaran Digital; Potensi Lokal; Media Sosial; Instgram

Accepted: 2025-07-04 Published: 2025-08-08

PENDAHULUAN

Pasir Putih adalah salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata, Provinsi Nusa Tenggara Timur yang dikenal memiliki potensi lokal yang menjadi daya tarik dan menjadi magnet bagi wisatawan seperti bidang wisata. Potensi lokal merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam mengembangkan satu daerah baik dalam hal peningkatan kesejatraan masyarakat dan perekonomian daerah tersebut.

Sarwono (dalam Wulandari & Syafii, 2022) menjelaskan potensi lokal sendiri adalah sumber daya yang dimiliki oleh suatu daerah tertentu. Sumber daya tersebut perlu dikembangkan dan eksistensinya perlu dipertahankan, karena dapat menunjang berbagai bidang didalam suatu daerah tersebut dan sebagai wujud penguatan karakter dan perlindungan estetika penunjang kehidupan masyarakat.

Salah satu upaya yang dilakukan dalam mengembangkan potensi lokal adalah tingkat eksposur. Exposure dalam konteks ini merupakan seberapa sering suatu hal seperti tempat wisata atau produk dikenali oleh masyarakat luas. Semakin tinggi tingkat exposur suatu daerah maka semakin besar pula peluangnya untuk dikenal oleh banyak orang. Jika suatu daerah mampu memperkenalkan keunggulan secara konsisten, maka exposure desa tersebut juga akan meningkat.

Salah satu tempat wisata unggulan yang ada di desa Pasir Putih adalah Pantai Mingar, yang terkenal dengan pasir putihnya yang lembut dan air lautnya yang jernih. Di era digital saat ini, potensi lokal suatu daerah tidak akan dikenal jika tidak melalui strategi pemasaran digital yang kuat. Menurut definisi sosial, pemasaran adalah proses sosial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui menciptakan, menawarkan, dan bertukar produk dan jasa bernilai bebas dengan orang lain. Menurut definisi manajerial, pemasaran sering digambarkan sebagai seni menjual produk. (Hendrasyah, 2020). Maka dapat disimpulkan pemasaran digital adalah pemasaran yang menggunakan teknologi digital atau platform online untuk menjangkau konsumen salah stunya media sosial.

Media sosial merupakan alat yang memiliki pengaruh yang besar dalam membangun citra dan meningkatkan daya tarik satu brand. Lattimore (dalam Shaleh & Furrie 2020) menjelaskan bahwa media sosial yang terkadang diidentifikasi dengan Web 2.0, merupakan istilah yang mengacu pada media baru yang menggunakan teknologi dalam menciptakan interaksi, partisipasi, dan kolaborasi terbuka di mana setiap orang mempunyai kesempatan untuk menyuarakan ide, pendapat, dan pengalaman mereka melalui media online dalam bentuk kata-kata atau materi visual. Maka media sosial bukan hanya sebagai alat komunikasi tetapi sebagai sarana membangun keterlibatan masyarakat secara luas.

Sedangkan menurut Nasrullah (dalam Rafiq 2020) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial bukan saja platform penyebaran informasi tetapi menciptakan ruang interaksi indifidu yang membentuk jaringan secara virtual

Berdasarkan pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam pemasaran digital, termasuk dalam meningkatkan eksposur potensi lokal suatu daerah. Dengan strategi yang tepat, media sosial dapat digunakan sebagai alat yang efektif dalam membangun citra, meningkatkan daya tarik, serta memperluas jangkauan pemasaran potensi desa, seperti yang akan diterapkan dalam promosi Desa Pasir Putih melalui platform Instagram.

Instagram merupakan salah satu platform yang paling banyak digunakaan di era sekarang ini. Berdasarkan data dari NapoleonCat (2024) Saat ini, pengguna Instagram di Indonesia pada bulan Februari 2024 terdapat 88.861.000 pengguna diantaranyaterdapat 54,8% pengguna dengan jenis kelamin wanita dan 45,2% pengguna dengan jenis kelamin laki-laki (Gradianto & Andiansari 2024). Platform ini menjadi pilihan utama karena fokusnya pada konten visual, yang memungkinkan promosi melalui foto dan video berkualitas tinggi. Melalui konten menarik, seperti publikasi foto, video pendek fitur Instagram Stories, Reels, serta interaksi langsung denngan pengikut melalui pesan langsung dan komentar.

Oleh karena itu, Desa Pasir Putih perlu mengoptimalkan pemasaran digital melalui media sosial sebagai sarana promosi utama. Selain itu, masi banyak sekali keterbatasan dalam pemanfaatan media sosial di kalangan masyarakat setempat, baik keterampilan teknis hingga strategi pemasaran.Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan pelatihan pemasaran digital bagi masyarakat Desa Pasir Putih hal ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keteramilan masyarakat desa dalam memanfaatkan media sosial. Melalui strategi yang tepat, desa ini dapat membangun citra positif dan memperkenalkan daya tarik wisatanya kepada audiens yang lebih luas.

METODE

1. Sebelum melakukan pelatihan, pengabdi terlebih dahulu membagikan undangan pada 30 April 2025 kepada kelompok masyarakat. Undangan ditujukan ke kelompok msyarakat yang relevan dengan pengembangan potensi lokal desa yakni kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pelaku

UMKM, pengelola BUMDes, pelaku usaha kuliner lokal, penyandang disabilitas, operator desa, serta pemuda/I desa Pasir Putih.

2. Kegiatan berlangsung pada 1 Juni 2025, bertempat di kantor desa Pasir Putih. Kegiatan diawali dengan materi pengantar terkait dengan potensi lokal yang ada di desa, hal ini dilakukan guna membuka wawasan masyarakat akan potensi potensi yang ada di desa dan dilanjutkan dengan pemaparan materi utama yaitu pemasaran digital di media sosial instagram.
3. Seteleh sesi materi selesai, dilanjutkn dengan sesi tanya jawab dan *shareing* seputar pengalaman masyarakat yang relevan dengan materi. Hal ini menjdi penting untuk memperdalam pemahaman masyarakat.
4. Selama kegiatan berlangsung, ruang pertemun, proyektor, dan pengeras suara difasilitasi oleh pemerintah desa.

Gambar 1. Kantor Desa Pasir Putih

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pemasaran digital melalui melalui media sosial instagram untuk meningkatkan exposure potensi lokal Desa Pasir Putih dilaksanakan pada tanggal 1 april 2025 bertempat di kantor Desa Pasir Putih, Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata. Dalam kegiatan ini penulis brsama dengan 13 orang rekan mahasiswa lainnya yang mengikuti program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Kegiatan ini diikuti juga oleh 14 orang masyarakat dan dari beragai elemen seperti kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pegelolah badan usaha milik desa (BUMDes), Pelaku UMKM, pelaku usaha kuliner, penyandang disabilitas, operator desa, serta pemuda dan pemudi desa.

Adapun persiapan sebelum kegiatan berlangsung yaitu menyusun materi dalam bntuk PPT untuk endukung kegiatan berlangsung. Selain persiapan materi, pada 30 April 2025, penulis membagikan undangan seecara langsung kepada masing-msing perwakilan dari setiap kelompok sasaran. Lanagkah ini menjadi penting untuk menjamin keterlibatan dari setiap kelompok masyarakat. Selain itu, tim pengabdi juga mempersiapkan proyektor, pengeras suara, kursi dan menata ruangan sehingga kegiatan berjalan dengan lancar. Secara garis besar, rincian kegiatan dibagi menjadi 3 tahap berikut

1. Pemaparan Materi

Kegiatan berlangsung pada 1 Mei 2025, kegiatan dimulai dengan penyampaian ateri utama yaitu tentang pemasaran digital melalui media sosil instagram. Pemateri memaparkan tujuan dari pelatihan ini dilaksanakan serta mengapa memilih media sosial instagram dan dilanjutkan dngan memperkenalkan fitur-fitur instagram yang relevan seperti feed, story, reels dan caption serta langkah-langkah melakukan promosi di instagram.

Gambar 2. Pemaparan Materi

Pemaapran materi dilakukan secara interaktif agar mudah dipahami oleh masyarakat dari berbagai latar belakang usia yang berbeda-beda.

2. Pemberian Contoh Dan Praktik Langsung

Setelah pemaparan materi, tahap yang dilakukan selanjutnya yaitu memberikan contoh dan simulasi praktek melakukan pemasaran di instagram. Pada tahap ini pemateri memberikn contoh sederhana mempromosikan tempat wisata yang ada di desa yaitu pantai Mingar menggunakan media sosial instagram yng sudah *diupload* sebelumnya

Gambar 3. Contoh promosi tempat wisata desa pasir putih melalui instagram *pesona.pasirputih_mingar*

Sebagai inti dari kegiatan, pengabdi mempersilakan peserta untuk mempraktikan langsung mempromosikan potensi lokal desa menggunakan Hp dan dibimbing lan gsung tim mahasiswa. Hal ini bertujuan agar pesserta tidak hanya memahami secara teori, tetapi juga mendapat penglaman menggunakan media sosial.

3. Sesi Diskusi Dan Tanya Jawab

Pada sesi ini, pengabdi memberikan waktu seluas luasnya kepada peserta untuk menyampaikan pendapat, pengalaman, maupun kendala mereka selama menggunakan media

sosial. Beberapa peserta menanyakan cara membuat akun bisnis, cara menambahkan followers, cara membuat konten yang menarik dan membagikan pengalaman melakukan promosi di media sosial namun belum bisa membuat konten yang menarik juga kurangnya literasi.

Gambar 4 Peserta membagikan pengalaman

Antusias dari para pesertamenunjukan bahwa mereka tidak saja tertarik namun juga mau menerapkan ilmu yang sudah didapat.

Setelah selesai melaksanakan kegiatan pemasaran digital melalui media sosial instagram untuk meningkatkan exposure potensi lokal Desa Pasir Putih, pengabdi melakukan sesi foto bersama denggan peserta dan rekan mahasiswa

Gambar 5 Foto Bersama

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang dilakukan di desa pasir putih bersama dengan masyarakat, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang besar dalam mempromosikan potensi-potensi lokal desa. Potensi lokal seperti wisata perlu diperomosikan untuk mendapatkan nilai jual yang besar. Melalui pelatihan ini,masyarakat mendapatkan pengetahuan

baru tentang bagimana cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk mendukung perkembangan desa di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Gradianto, J. V., & Andiansari, P. (2024). Pengelolaan akun media sosial Instagram @KeretaApiKita oleh public relations PT. Kereta Api Indonesia dalam meningkatkan citra positif. Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi, 9(3), 713-729.

Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran digital dalam kewirausahaan. IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 9(1), 25-43.

Wulandari, D. A., & Syafii. (2022). Peluang, tantangan, dan strategi pemanfaatan potensi lokal Kabupaten Kendal dalam pembelajaran seni rupa. Eduarts: Journal of Arts Education, 11(1), 17-22.

Rafiq, A. (2020) 'Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat', Global Komunikasi , 1(1), pp. 18–29.

Shaleh, A., & Furrie, W. (2020). Peran public relations dalam pemanfaatan Instagram sebagai alat publikasi untuk meningkatkan layanan masyarakat di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus pada akun Instagram @puskesmascilincing). Jurnal Lugas, 4(1), 9-16