



Optimizing Tourist Visits through Digital Tourism Socialization Campaign at Watubangga Beach Tourism Destination

Fatma^{1*}, Desi¹, Rezky¹, Yusran¹, Iswar Efendi¹, Ahmad Raihan¹, Dian Rohma Putriani¹, Muhammad Syaiful¹, Kartomo¹

**Corresponding author email: fatmaamelia436@gmail.com*

¹Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Ekonomi, Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Jl. Pemuda No. 339, Kabupaten Kolaka - Indonesia. Kode Pos 93517.

ABSTRACT

Tourism is a crucial economic sector in regional development, including Watubangga Beach, Southeast Sulawesi. Despite its significant potential, efforts to market and promote this destination have yet to be optimal in attracting tourists. This project aims to leverage digital technology to enhance the appeal of Watubangga Beach, aiming to provide substantial benefits to both the local community and visitors. Methods employed include field observations, interviews with tourism managers, establishment of social media accounts, mapping the location on Google Maps, providing entrance tickets and tourism brochures, coastal area cleanup, and installation of directional signage. This article discusses digital-based tourism promotion strategies to increase visitor numbers to Watubangga Beach. By maintaining cleanliness, utilizing social media, and actively involving tourists, it is hoped to create satisfying tourist experiences. The digital marketing strategies are expected to directly benefit tourism managers by boosting visitor numbers and advancing tourism at Watubangga Beach.

Keywords: *Digital Tourism Promotion; Tourist Visits; Watubangga Beach*

ABSTRAK

Pariwisata adalah sektor ekonomi yang sangat penting dalam perkembangan daerah, termasuk di Watubangga Beach, Sulawesi Tenggara. Meskipun memiliki potensi besar, namun upaya untuk memasarkan dan mempromosikan destinasi ini masih belum optimal dalam menarik minat wisatawan. Tujuan dari kegiatan ini adalah menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan daya tarik Watubangga Beach, dengan harapan memberikan manfaat besar bagi masyarakat lokal dan pengunjung. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara dengan pengelola wisata, pembuatan akun media sosial, penandaan lokasi di Google Maps, penyediaan tiket masuk dan brosur wisata, membersihkan area pesisir pantai, serta pemasangan papan penunjuk arah. Artikel ini membahas strategi promosi pariwisata berbasis digital untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke Watubangga Beach. Dengan menjaga kebersihan, memanfaatkan media sosial, dan melibatkan partisipasi aktif wisatawan, diharapkan dapat menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan. Strategi pemasaran digital diharapkan dapat memberikan manfaat langsung bagi pengelola wisata dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan memajukan pariwisata di Watubangga Beach.

Kata kunci: *Kunjungan Wisatawan; Promosi Pariwisata Digital; Watubangga Beach*

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang terdiri dari banyak pulau dengan lebih dari dua pertiga luasannya terdiri dari lautan, yang jauh melebihi luas daratannya (Rijal et al., 2023). Ini tercermin dari keberadaan garis pantai yang menjalar di sebagian besar pulau di Indonesia, dengan panjang total sekitar 81.000 kilometer. Indonesia menempati peringkat kedua setelah Kanada dalam hal memiliki garis pantai terpanjang di dunia (Siswanto, 2018; Suwarno et al., 2019).

Dengan kondisi geografis Indonesia tersebut, Indonesia memiliki potensi wisata bahari yang sangat besar (Nursafitri & Ramadhan, 2022). Salah satunya adalah wisata pantai. Pantai adalah daerah disepanjang tepi laut yang terbentang dari titik terendah air pasang hingga yang tertinggi (Fabiola et al., 2022; Istiqomah et al., 2018). Wilayah pesisir ini terdiri dari kombinasi tanah dan air, dengan setiap bagian wilayahnya di pengaruhi oleh aktivitas manusia di darat dan laut yang saling berinteraksi.

Kolaka, sebuah Kabupaten di Sulawesi Tenggara yang terletak di bagian barat provinsi tersebut, memiliki batas langsung dengan Kabupaten Kolaka Utara, Kolaka Timur, Bombana, serta Teluk Bone. Kehadiran garis pantai Kolaka yang panjang, mencapai 293,45 km, yang langsung berbatasan dengan Teluk Bone menegaskan bahwa daerah ini merupakan wilayah pesisir yang memiliki potensi pantai yang luas. Kabupaten Kolaka juga salah satu daerah yang potensial akan wisata pantai atau baharinya (Mutmainah et al., 2023).

Salah satu wisata pantai yang ada di Indonesia adalah pantai Watubangga Beach. Pantai ini terletak di Kabupaten Kolaka tepatnya dikecamatan Watubangga. Pantai ini memiliki karakteristik yang indah seperti hamparan rumput yang hijau dan pepohonan kelapa yang ada disepanjang pantainya. Pantai ini memiliki fasilitas yang cukup lengkap seperti gazebo, mushola, toilet, wahana, warung dan beberapa spot foto yang tentunya dapat menarik wisatawan lokal maupun dari berbagai daerah.

Meskipun pantai ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas, pengelolaannya masih belum optimal, terutama dalam hal pemasaran. Terletak di desa dan jauh dari kota, pantai ini seharusnya memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan wisatanya. Dengan demikian, masyarakat sekitar dapat lebih mudah mengakses informasi tentang

keindahan pantai ini, sehingga dapat menarik minat lebih banyak wisatawan untuk datang mengunjunginya. (Cholehah et al., 2023).

Program pengabdian masyarakat merupakan salah satu kegiatan positif yang dilakukan oleh sebuah perguruan tinggi dengan sebelumnya melakukan identifikasi permasalahan atau kebutuhan apa yang saat ini sedang menjadi persoalan masyarakat setempat, terutama masyarakat di lokasi pengabdian. Adanya sasaran dan tujuan yang jelas merupakan sebuah keharusan yang harus dicapai oleh kedua belah pihak, baik kami mahasiswa (Rezah et al., 2024).

Tujuan dari pengabdian ini adalah, memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya tarik pariwisata di Watubangga Beach. Dengan tujuan memberikan manfaat positif yang besar bagi masyarakat lokal dan para pengunjung.

Dari permasalahan di atas tim pengabdian tertarik untuk melakukan pengabdian dipantai tersebut dengan judul **“Optimalisasi Kunjungan Wisatawan Melalui Gerakan Sosialisasi Pariwisata Berbasis Digital Di Objek Wisata Watubangga Beach”** guna untuk meningkatkan kualitas pengelolaan pantai tersebut.

Metode

Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian ini melibatkan serangkaian aktivitas, termasuk observasi lapangan, wawancara, pembuatan akun media, dan penandaan Lokasi wisata, penyediaan tiket masuk dan brosur, serta pembersihan Pantai, dan pembuatan papan informasi. Adapun metode pelaksanaannya adalah sebagai berikut ;



Gambar 1. Metode pelaksanaan

Hasil dan Pembahasan

Pada hari kamis tanggal 18 April 2024, Tim Pengabdi Masyarakat melaksanakan kegiatan tersebut, yang berlokasi di Kecamatan Watubangga Kabupaten Kolaka. Kegiatan ini diawali dengan observasi lapangan sekaligus melakukan wawancara terhadap pengelola wisata untuk membahas Profil Watubangga Beach, Tantangan dan Permasalahan, Serta Rencana Pengembangan Wisata.



Gambar 2. Wawancara dengan pengelola wisata

Dalam wawancara ini kami membahas beberapa masalah yang telah kami dapatkan dari observasi awal yaitu kurangnya media promosi untuk wisata ini, dan adanya sampah dari pengunjung yang masih berserakan. Disamping itu kami juga membahas potensi wisata ini seperti dari segi fasilitas seperti mushola dan toilet.



Gambar 3. Mushola dan Toilet

Karena posisi pantai ini berada dipesisir sekaligus di pinggir jalan raya, tentunya banyak kendaraan yang melewati tempat ini. Sehingga dengan adanya beberapa fasilitas ini, diharapkan dapat menarik pengunjung untuk beristirahat di tempat ini. Selain fasilitas diatas, wisata ini juga menyediakan tempat beristirahat maupun wahana bermain untuk anak-anak seperti halnya pada gambar di bawah ini.



Gambar 4. Gazebo dan tempat bermain

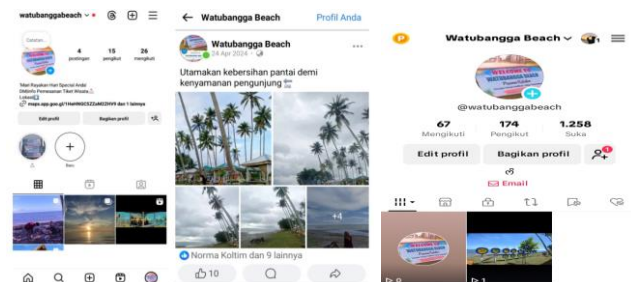
Selain itu, wisata ini juga menyediakan fasilitas penunjang seperti tempat parkir yang luas dan

mempunyai pemandangan yang indah yang berupa jajaran pohon kelapa dan hamparan rumput hijau.



Gambar 5. Area parkir

Namun disamping banyaknya fasilitas yang tersedia, terdapat beberapa masalah yang di temui oleh tim pengabdi. Salah satunya adalah tersedianya banyak fasilitas akan tetapi belum banyak masyarakat yang tau akan keberadaan tempat ini sehingga belum banyak masyarakat yang menjadikan tempat ini sebagai tempat peristirahatan. Untuk mengatasi masalah diatas, tim pengabdi melakukan pengabdian dalam bentuk pembuatan akun media sosial untuk melakukan promosi terhadap wisata ini sehingga masyarakat banyak dapat mengakses informasi terkait wisata ini.



Gambar 6. Akun media sosial watubangga beach

Gambar diatas merupakan langkah awal tim pengabdi untuk memulai promosi terhadap wisata watubangga beach ini. Dari gambar di atas, tim pengabdi telah membuat akun promosi di tiga platform besar yang paling sering digunakan oleh masyarakat kolaka. Adapun nama-nama platform ini adalah instagram, facebook, dan tiktok. Media ini akan menjadi tempat untuk meng-upload seluruh kegiatan, fasilitas, maupun video promosi yang kedepannya akan dilakukan oleh tim pengabdi dan pengelola pantai ini. Diharapkan dengan adanya media sosial ini, wisatawan bisa dengan mudah mengakses informasi

terkait wisata ini sehingga bisa meningkatkan jumlah pengunjung di wisata watubangga beach.



Gambar 7. Pembuatan titik lokasi pada google maps

Selain media sosial, untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan pencarian terhadap lokasi wisata ini, maka tim pengabdian berinisiatif untuk memberikan atau mendaftarkan lokasi wisata ini di google maps. Selain melakukan promosi secara online, tim pengabdian juga menyediakan brosur agar dapat melakukan promosi secara langsung terhadap masyarakat sekitar maupun di luar kecamatan watubangga.



Gambar 8. Penyerahan brosur kepada pengelola wisata

Tim pengabdian juga menyediakan tiket wisata dan brosur untuk memudahkan pengunjung dalam merencanakan dan menikmati kegiatan wisata. Tiket dan brosur yang disediakan berisi informasi mengenai wisata watubangga beach.

Selain itu, brosur yang diberikan juga memuat peta, jadwal, dan deskripsi rinci mengenai objek-objek wisata. Hal ini membantu pengunjung merencanakan perjalanan dengan lebih baik dan memaksimalkan waktu kunjungan mereka.

Layanan tambahan berupa tiket wisata dan brosur informasi ini menunjukkan komitmen tim pengabdian untuk memberikan pengalaman terbaik bagi para pengunjung. Dengan kemudahan yang disediakan, diharapkan pengunjung dapat lebih fokus menikmati keindahan dan keunikan destinasi wisata watubangga beach.

Selain masalah promosi, wisata ini juga mampu mengatasi masalah kebersihan. Yang dimana masih terdapat sampah disekitaran wisata. Hal ini

disebabkan oleh perilaku beberapa pengunjung yang belum sadar akan kebersihan maka dari itu tim pengabdian membuat papan signage yang berisi larangan membuang sampah sebarangan di sekitar pantai. Berikut adalah gambar tim pengabdian yang sedang melakukan aksi bersih pantai.



Gambar 9. Aksi bersih pantai

Aksi bersih pantai ini adalah bentuk awal dari pengabdian untuk menangani masalah sampah karena dengan membuat lokasi yang bersih tentunya akan membuat pengunjung enggan untuk membuang sampah di sebarangan tempat (Juliawan et al., 2023);(Saptenno et al., 2022). Oleh karena itu, diperlukan sistem pengelolaan sampah yang efektif di lokasi wisata untuk mengatasi permasalahan sampah di sekitarnya (Dan et al., 2024). Berikut adalah suasana pantai setelah aksi bersih pantai.



Gambar 10. Pantai setelah dibersihkan

Dari gambar diatas dapat dibuktikan bahwa penampilan pantai sebelum dan sesudah aksi bersih sangatlah berbeda. Lokasi pantai yang bersih ini tidak hanya di dapat dari aksi bersih pantai saja melainkan harus dengan melibatkan peran masyarakat maupun pengunjung(Rahman & Lestario, 2020). Maka dari itu untuk memberikan edukasi terhadap masyarakat dan pengunjung agar membuang sampah pada tempatnya tim pengabdian membuat signage yang berisi

larangan terhadap perilaku membuang sampah pada tempatnya (Tirtana & Sutejo, 2014); (Faria et al., 2023). Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan membuang sampah pada tempatnya.



Gambar 11. Proses pembuatan dan penempatan signage

Dalam pelaksanaannya, signage ini dibuat menggunakan bahan-bahan daur ulang dari kayu bekas hasil penebangan pohon kelapa di area wisata. Tim pengabdian kemudian menghias kayu tersebut dengan cat yang ada, dan menuliskan pesan himbauan untuk membuang sampah pada tempatnya. Selain berfungsi sebagai penanda, signage ini juga memberikan nilai tambah estetika bagi pantai ini.

Tim pengabdian juga melakukan evaluasi dengan analisis data kunjungan sebelum dan sesudah menerapkan strategi digital untuk menentukan apakah terjadi peningkatan kunjungan. Tim pengabdian juga aktif memantau aktivitas di media sosial resmi untuk mengukur pertumbuhan pengikut, tingkat interaksi, dan paparan konten. Selain itu, tim pengabdian juga melakukan survei kepuasan wisatawan untuk mengevaluasi pengalaman setelah penerapan strategi digital. Dari segi ekonomi lokal, tim pengabdian mengumpulkan data tentang dampak pendapatan dari sektor pariwisata, seperti penjualan tiket masuk, dan menghimpun umpan balik dari berbagai pemangku kepentingan untuk menilai dampak positif strategi digital serta mendapatkan saran untuk perbaikan lebih lanjut. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan keberhasilan strategi digital dalam meningkatkan kunjungan wisatawan serta memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat lokal dan pengunjung. Melalui evaluasi ini tim pengabdian berhasil meningkatkan kunjungan wisatawan di watubangga beach.

Kesimpulan

Penggunaan media sosial sebagai alat promosi pariwisata dan upaya menjaga kebersihan pantai di Watubangga Beach berperan penting dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Kolaborasi yang efektif antara tim pengabdian masyarakat, pengelola wisata, dan masyarakat lokal sangat dibutuhkan untuk memajukan pariwisata, mendukung pertumbuhan ekonomi, dan menjaga keberlanjutan lingkungan di destinasi tersebut.

Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada pengelola Wisata atas dukungan dan kerja sama yang luar biasa selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kami.

Daftar Pustaka

- Cholehah, S. M., Fairudin, F., Deslin, D., Firman, F., Syaiful, M., & Sapriyadi, S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Pariwisata di Pantai Kalora Kelurahan Toari Provinsi Sulawesi Tenggara. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 409–414. <https://doi.org/10.54082/ijpm.235>
- Dan, S., Tarik, D., Muliyani, S., Ambo, H., & Setiawan, F. (2024). *Menyulap Sampah Plastik Menjadi Spot Foto Menarik: Upaya Reduksi*. 2(2), 224–230.
- Fabiola, N., Muhammad, R., Jasin, I., & Tawas, H. J. (2022). Analisis Pasang Surut Di Pantai Mahembang Kecamatan Kakas Kabupaten Minahasa Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Sipil Statik*, 10(1), 63–68.
- Faria, N., Noviasri, R., Perwitasari, W., Pangestu, F. H., Tyasa, T., Majid, A., Ilham, M. A., & Pratama, M. J. (2023). Sosialisasi Pemilahan Sampah dan Pelatihan Pengolahan Sampah Organik dan Anorganik untuk Mewujudkan Desa Wisata Zero Waste Pulau Gili. *Community Engagement & Emergence Journal*, 4(3), 2023.
- Istiqomah, M. F., Sutrisno, S., & Wijaya, A. (2018). Analisis Perubahan Garis Pantai Kabupaten Jembrana dengan Menggunakan Citra Satelit Landsat 8. In *Al-Fiziya: Journal of Materials Science, Geophysics, Instrumentation and Theoretical Physics* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/10.15408/fiziya.v1i1.8989>
- Juliawan, E., Musdalifa, M., Ayu Purnamasari, I., Jumardan, R., Kartomo, K., Syaiful, M., & Hariono, H. (2023). Peningkatan Kesadaran

- Masyarakat Terhadap Kebersihan Melalui Penyediaan Sarana Tempat Sampah di Pantai Ayu Lestari Kabupaten Kolaka, Sulawesi Tenggara. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(4), 1111–1116. <https://doi.org/10.54082/jamsi.814>
- Mutmainah, M., Selaswati Arinsa, G., Alidesi, A., Rahim, R., Syaiful, M., & Anggraini, Y. (2023). Pengembangan Potensi Wisata Pantai Kembar Di Kecamatan Watubangga Guna Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(6), 753–757. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.1528>
- Nursafitri, A., & Ramadhan, S. P. (2022). Diplomasi Maritim Indonesia di Kancan Internasional dengan Memaksimalkan Potensi Kemaritiman Kepulauan Riau. *Journal of Diplomacy and International Studies*, 5(02), 1–9.
- Rahman, F., & Lestario, W. (2020). Keteraturan Sosial Dalam Bentuk Gotong Royong Mengelola Kebersihan Lingkungan Di Kelurahan Menteng Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya. *Jurnal Sociopolitico*, 2(2), 70–82. <https://doi.org/10.54683/sociopolitico.v2i2.27>
- Rezah, A., Zizih, T., Aldy, M., Maulana, M. V., & Mutmainna, A. (2024). Peningkatan Estetika Objek Wisata Pesona Tanjung Malaha Kecamatan Samaturu Guna Menambah Daya Tarik Wisatawan. 2(2), 202–208.
- Rijal, S., Arifin, M., Salim, M. A. M., Musawantoro, M., Badollah, M. Z., Idrus, R., Aminah, S., & Ikhsan, M. (2023). Kebijakan Pengembangan Wisata Bahari Berbasis Blue Economy di Provinsi Sulawesi Selatan. Global Aksara Pers.
- Saptenno, M. J., Saptenno, L. B., & Timisela, N. R. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kesadaran Masyarakat Pesisir Terhadap Pengelolaan Sampah di Perairan Teluk Ambon Kota Ambon. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 20(2), 365–374. <https://doi.org/10.14710/jil.20.2.365-374>
- Siswanto, H. W. (2018). Pendidikan Budaya Bahari Memperkuat Jati Diri Bangsa. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 27(2), 204. <https://doi.org/10.17509/jpis.v27i2.14096>
- Suwarno, Y., Verne, B. Y., & Pribadi, I. (2019). Implementasi Kebijakan Pembinaan Potensi Maritim Terhadap Pemberdayaan Wilayah Pertahanan Laut. *Journal of Public Policy Applied Administration*, 1(2), 107–110.
- Tirtana, D. A., & Sutejo, A. (2014). Grafis Lingkungan Desa Wisata Belanja Lamongan Jawa Timur. *CREATEVITAS*, 3(2), 269–282.