

## Pengembangan Potensi Desa Wisata Watulajar Melalui Konten TikTok dan Instagram

*Development of Watulajar Tourism Village Potential Through TikTok and Instagram Content*

**Daniel simo<sup>1</sup>, Nicolaus Noywuli<sup>2</sup>, Maria Nesti Keruru<sup>3</sup>**

Program Studi Agroteknologi Sekolah Tinggi Pertanian Flores Bajawa<sup>1</sup>

Program Studi Peternakan Sekolah Tinggi Pertanian Flores Bajawa<sup>2,3</sup>

\* [danielsimo49@gmail.com](mailto:danielsimo49@gmail.com)

### ABSTRAK

Desa Lengkosambi Utara memiliki potensi besar sebagai desa wisata dengan keindahan alam dan kearifan lokal yang unik. Namun, promosi yang belum optimal menyebabkan potensi ini belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat luas. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan promosi Desa Wisata Watulajar melalui pemanfaatan platform media sosial TikTok dan Instagram. Metode yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan kepada Karang Taruna dan pengelola desa wisata dalam membuat konten kreatif yang menarik, seperti video singkat dan reels. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut dan jangkauan konten, serta meningkatnya kesadaran masyarakat lokal tentang pentingnya promosi digital. Diharapkan, program ini dapat menjadi model bagi desa lain dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan ekonomi dan pariwisata.

**Kata kunci** — Desa Watulajar, Watulajar, Tiktok, Instagram, Promosi Digital

### ABSTRACT

North Lengkosambi Village has great potential as a tourist village with natural beauty and unique local wisdom. However, promotions that are not optimal cause this potential to be fully known by the wider community. This community service aims to increase the promotion of Watulajar Tourism Village through the use of social media platforms TikTok and Instagram. The method used is training and assistance to Youth Organizations and tourism village managers in creating interesting creative content, such as short videos and reels. The results of this activity showed a significant increase in the number of followers and reach of the content, as well as an increase in the awareness of the local community about the importance of digital promotion. It is hoped that this program can be a model for other villages in utilizing technology for economic development and tourism.

**Keywords** — *Watulajar Village, Watulajar, Tiktok, Instagram, Digital Promotion*



## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah gaya hidup masyarakat dan semakin memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi dan melakukan aktivitasnya dengan bantuan berbagai aplikasi dan perangkat. Hal ini menjadi peluang pengelolaan desa wisata agar pengelola desa wisata dapat berinteraksi dengan wisatawan melalui media sosial. Desa Lengkosambi Utara merupakan salah satu desa dengan destinasi wisata yang potensial untuk dikembangkan dan dipromosikan melalui media sosial. Pantai Watulajar dan Pulau Babi merupakan destinasi wisata yang potensial bagi Desa Lengkosambi Utara, namun pengelolaannya masih belum optimal. Banyaknya pontesi yang terdapat di Desa Lengkosambi Utara memungkinkan desa ini berpotensi menjadi desa wisata. Kurangnya pengelolaan yang optimal terhadap potensi pariwisata desa ini, membuat penulis berkeinginan untuk mempromosikan desa ini melalui media sosial agar lebih mudah dan cepat dikenal oleh masyarakat karena media sosial memiliki jangkauan yang luas sehingga segala informasi akan lebih cepat dan mudah tersampaikan. Akan sangat disayangkan apabila potensi yang terdapat di desa ini tidak dikembangkan dan dikelola dengan baik. Brand awareness suatu produk dapat didukung dari kegiatan promosi melalui mediasosial secara intensif (Schivinski & Dabrowski, 2015).

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam perekonomian suatu daerah. Di era digital saat ini, media sosial menjadi alat promosi yang sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Desa Lengkosambi Utara Kecamatan Riung, dengan daya tarik alamnya yang mempesona seperti Pantai Watulajar dan Pulau Babi yang terbentang luas di kawasan desa yang bisa memanjakan mata setiap pengunjung, memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi destinasi wisata favorit. Sayangnya, kegiatan promosi yang masih bersifat konvensional kurang mampu menarik perhatian wisatawan dari luar daerah. (Bekraf 2018)

Kuliah Kerja Nyata Tematik Merajut Nusantara (KKNT) Pengabdian Masyarakat di Desa Lengkosambi Utara Kecamatan Riung

adalah sebuah program pengabdian masyarakat yang melibatkan mahasiswa dalam berbagai inisiatif untuk meningkatkan kualitas hidup dan pengembangan desa. Kegiatan ini merupakan sebuah bentuk intrakurikuler yang merupakan implementasi dari Tridharma Perguruan Tinggi memberikan pengalaman bekerja dan belajar mahasiswa dalam pemberdayaan masyarakat dan promosi wisata. Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yakni pengabdian dan menjadi peluang implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi lainnya yaitu pengajaran dan penelitian. Mahasiswa dituntut memiliki kreativitas dan perilaku inovatif guna memenuhi ketiga hal tersebut (Destiana et al 2020).

Dengan pengembangan potensi desa yang optimal akan memberikan dampak secara langsung terhadap peningkatan pendapatan dan perekonomian desa dalam mensejahterakan masyarakatnya. Peningkatan pendapatan terjadi dalam berbagai bidang mata pencaharian yang ada di Desa Lengkosambi Utara, seperti pedagang yang berjualan pangan lokal, produksi kain tenun, dan sebagainya (Mellyaningsih et al., 2016). Sedikit demi sedikit warga akan merasakan dampak dan manfaat yang positif dengan menjadikan desa ini sebagai desa wisata. Selain pedagang dan pengusaha tenun dan pedagang makanan lokal, pemilik homestay juga akan merasakan manfaat dan dampaknya. Oleh sebab itu, dipilihnya program kerja ini guna meningkatkan penghasilan masyarakat Desa Lengkosambi Utara dengan mempromosikan desa wisata agar wisatawan lokal dan wisatawan asing banyak yang mengunjungi desa ini sehingga destinasi pariwisata di kecamatan Riung dapat bertambah. Solusi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan digital marketing yaitu memanfaatkan media sosial Instagram, Tiktok, dan Youtube sebagai media promosi. (Hasiholan et al., 2020) Dipilihnya Instagram, Tiktok, dan Youtube sebagai media promosi karena platform ini sangat populer di seluruh kalangan masyarakat mancanegara. Selain itu, platform ini juga dilengkapi dengan fitur iklan sehingga konten akan lebih mudah dijangkau dan dilihat oleh pengguna media sosial ini. Dengan menggunakan platform ini juga karena dapat menjangkau calon



wisatawan yang lebih luas sehingga ketiga platform ini dapat dikatakan sebagai sarana yang paling praktis dalam melakukan kegiatan promosi. Tiktok merupakan aplikasi yang user friendly dengan antar muka yang mudah. Youtube yang dikenal melalui slogan “Broadcast Yourself” merupakan platform berbagi video yang menyediakan informasi dalam bentuk audio-visual (Purnama 2019).

Wisata Pantai Watulajar merupakan salah satu destinasi potensial yang memiliki kekayaan alam, budaya, serta kearifan lokal yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Namun, potensi tersebut sering kali belum terekspos secara optimal karena keterbatasan promosi dan minimnya akses informasi kepada masyarakat luas. Dalam era digital saat ini, media sosial memiliki peran penting sebagai sarana komunikasi, informasi, dan promosi yang mampu menjangkau audiens secara cepat, luas, dan efektif. (Mulyandini dan Annisa Ayu 2020).

TikTok dan Instagram merupakan dua platform media sosial yang sangat populer di kalangan generasi muda hingga dewasa, dengan format konten yang berfokus pada visual dan video singkat. Karakteristik ini sangat cocok untuk mempromosikan destinasi wisata secara menarik dan interaktif. Oleh karena itu, tim pengabdian masyarakat dari Tim KKN Tematik Merajut Nusantara merasa perlu untuk memberikan pendampingan kepada pengelola Desa Wisata Watulajar dan Karang Taruna agar mereka mampu mengelola dan memanfaatkan media sosial ini secara mandiri. Program ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat desa. (Handayani et al 2018).

## 2. Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama dua minggu yakni dari tanggal 4 juli sampai tanggal 16 agustus 2025 , dengan titik lokasi di Lengkosambi Utara yang berada di kecamatan Riung, Kabupaten Ngada, pengabdian ini ada beberapa tahap:

1. Survei dan Analisis Kebutuhan: Tim KKN Tematik Merajut Nusantara melakukan survei awal untuk mengidentifikasi potensi wisata yang ada di Desa Lengkosambi

Utara dan menganalisis kebutuhan promosi yang paling mendesak.

2. Pelatihan Dasar: Memberikan pelatihan dasar tentang cara mengoptimalkan akun TikTok dan Instagram, termasuk cara membuat bio yang menarik, menggunakan hashtag yang relevan, dan memahami algoritma platform.
3. Workshop Konten Kreatif: Melakukan workshop praktis tentang teknik pengambilan gambar dan video, editing video sederhana menggunakan aplikasi gratis seperti CapCut atau InShot, serta ide-ide konten yang kreatif dan sesuai dengan identitas Desa Lengkosambi Utara.
4. Pendampingan Intensif: Melakukan pendampingan langsung selama pembuatan konten, mulai dari perencanaan, pengambilan gambar, hingga proses editing dan unggah.
5. Evaluasi dan Monitoring: Setelah program pelatihan dan pendampingan selesai, tim terus memantau perkembangan akun media sosial Desa Lengkosambi Utara dan memberikan masukan berkala.

## 3. Pembahasan

Program pengabdian kepada masyarakat mengenai Pengembangan Potensi dengan Promosi Desa Wisata Melalui Media Sosial bertujuan untuk mengembangkan potensi desa wisata dengan menggunakan sarana media sosial agar desa Lengkosambi Utara lebih cepat diketahui oleh masyarakat umum atau wisatawan. Kegiatan ini telah berhasil dilaksanakan berkat dukungan dari pihak perangkat desa dan seluruh masyarakat Desa Lengkosambi Utara. Objek wisata Desa Lengkosambi Utara yang dipromosikan dalam kegiatan ini yaitu Pantai Watulajar dan Pulau babi, Tenun khas Kecamatan Riung serta pangan Lakol. Untuk mencapai tujuan, kegiatan ini dilakukan dengan mengunggah hasil konten yang telah dibuat dan diedit pada platform Instagram, Tiktok, serta Youtube. Berikut gambar hasil kegiatan promosi melalui Instagram dan Promosi menggunakan media sosial Tiktok.





Gambar 1, Pengenalan Aplikasi Instagram dan Tiktok



Gambar 2, Pembuatan Akun Tiktok



Gambar 3. Pembuatan Akun Instagram



Gambar 4. Foto Bersama Perangkat Desa

Dalam kegiatan promosi melalui media sosial Instagram dan Tiktok, caption atau keterangan dibuat dengan unik namun jelas guna memberi tahu pengguna media sosial mengenai konten yang akan diunggah. Selain itu, penggunaan tanda tagar juga diperlukan berfungsi untuk mengelompokkan konten dan memudahkan pencarian. Cover dari konten yang dibuat juga harus unik dan memiliki kualitas yang baik agar pengguna media sosial lainnya tertarik untuk melihat isi konten tersebut. Setelah melakukan kegiatan promosi, langkah selanjutnya adalah melakukan presentasi hasil promosi kepada pengelola dan perangkat desa Lengkosambi Utara agar pengelola desa mengetahui perkembangan setelah adanya kegiatan promosi tersebut.

**Peningkatan Kemampuan Teknis:** Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan yang pesat dalam mengoperasikan aplikasi editing video dan memahami strategi konten. Mereka mulai aktif membuat konten-konten video singkat yang informatif dan estetis. **Peningkatan Jangkauan dan Interaksi:** Setelah program berjalan, akun TikTok dan Instagram Desa Wisata Watulajar mengalami peningkatan jumlah pengikut dan interaksi (likes, comments, shares). Salah satu konten video promosi dari Bapak Desa Lengkosambi Utara tentang keindahan alam pantai Watulajar yang berhasil mencapai 2.000 view dan menarik perhatian dari wisatawan potensial. (Sonbait et al 2018)

Besarnya antusias dan partisipasi perangkat desa Lengkosambi Utara yang merupakan audiens dalam pelaksanaan kegiatan Pembuatan akun Tiktok dan Instagram untuk promosi desa wisata di media sosial merupakan indikator keberhasilan kegiatan ini. Hal ini dapat dilihat dari adanya komunikasi timbal balik yang terjadi di antara tim pengabdian dengan perangkat desa. Perangkat desa dan masyarakat desa merasa terbantu dengan adanya program kerja ini. Hal ini dibuktikan melalui respon yang diberikan oleh

perangkat desa dan masyarakat desa Lengkosambi Utara merupakan respon yang positif dan baik terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. (Simo et al 2025). Sehingga, perangkat desa dan masyarakat Lengkosambi Utara dapat melakukan promosi berkelanjutan terhadap desa wisata ini. Keberhasilan kegiatan ini juga dapat dilihat dari adanya perubahan dari sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Adapun perubahan yang terjadi sebelum dan setelah adanya program kerja ini, yaitu,

Tabel 1. Perubahan sebelum dan setelah kegiatan

Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan
Desa Lengkosambi Utara belum diketahui oleh masyarakat luas dan potensi wisata pantai Watulajar dan pulau Babi serta tenun lokal dan pangan lokal yang terdapat di desa tersebut belum diketahui oleh masyarakat luas sehingga pemanfaatan dan pengelolaan desa wisata di desa ini belum teroptimalisasi dengan baik. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai media sosial sebagai sarana promosi desa wisata Lengkosambi Utara membuat potensi desa wisata tidak diketahui masyarakat umum.	Desa Lengkosambi Utara perlahan mulai dikenal oleh masyarakat luas dan potensi wisata Pantai Watulajar dan pulau Babi, Tenun Likal serta pangan Lokal yang terdapat di desa ini pun mulai diketahui oleh wisatawan sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat desa melalui sektor pariwisatanya akibat adanya kunjungan wisatawan ke desa Lengkosambi Utara.

Peningkatan Kesadaran Lokal Program ini juga berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat Desa Lengkosambi Utara, khususnya para pemuda, bahwa potensi desa dapat dikembangkan melalui teknologi digital. Mereka menjadi lebih antusias dalam menjaga

dan mempromosikan lingkungan mereka sendiri. Dampak Potensial terhadap Kunjungan, Meskipun perlu waktu untuk melihat dampak langsung terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan, data menunjukkan adanya peningkatan pertanyaan dan minat dari warganet terkait lokasi, fasilitas, dan kegiatan di Wisata Pantai Watulajar. Pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi terbukti efektif dan efisien. Keberhasilan program ini didukung oleh semangat kolaborasi antara tim pengabdian KKN Merajut Nusantara dan pengelola desa Lengkosambi Utara. (Soleh 2017)

Dari kegiatan ini pengabdian ini, dapat dilihat bahwa media sosial merupakan sarana yang efektif untuk melakukan kegiatan promosi desa wisata. Dalam melaksanakan kegiatan ini, peserta tidak terlalu banyak mengalami kendala dan mendapat respon baik dari pihak pengelola desa. diharapkan, peserta dan pengelola desa dapat melakukan promosi desa wisata melalui media sosial secara berkelanjutan dan melakukan pembaharuan dalam promosi desa wisata Lengkosambi Utara.

#### 4. Kesimpulan

Pengembangan potensi Desa Lengkosambi Utara terhadap Wisata Pantai Watulajar melalui pemanfaatan konten di TikTok dan Instagram terbukti mampu meningkatkan daya tarik wisata sekaligus memperluas jangkauan promosi. Melalui konten kreatif yang menampilkan keunikan alam, budaya, serta aktivitas masyarakat lokal, citra positif desa dapat terbangun dan lebih mudah dikenal masyarakat luas, khususnya generasi muda yang aktif di media sosial. Strategi digital marketing ini efektif sebagai sarana promosi yang murah, cepat, dan interaktif sehingga mampu meningkatkan kunjungan wisatawan sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat desa. Dengan pengelolaan yang konsisten, kolaborasi antara pemerintah desa, pelaku wisata, dan masyarakat, serta inovasi konten yang relevan, Wisata Pantai Watulajar berpotensi berkembang menjadi destinasi unggulan berbasis digital di era pariwisata modern.



## 5. Daftar Pustaka

- [1] Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF). 2018. Panduan Penyusunan Roadmap Pengembangan Ekonomi Kreatif Daerah (RPEKD). Dipublikasi di [rb.bekraf.go.id](http://rb.bekraf.go.id)
- [2] Destiana, Riska, Kismartini Kismartini, and Tri Yuningsih. 2020. "Analisis Peran Stakeholders Dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Halal Di Pulau Penyengat Provinsi Kepulauan Riau". *Jurnal Ilmu Administrasi Negara ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara)* 8 (2), 132-53. <https://doi.org/10.47828/jianaasian.v8i2.18>.
- [3] Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan CuciTangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>
- [4] Handayani, Fitri, dan Warsono, Hadi. 2018. Peran Stakeholders Dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Karang Jahe di Kabupaten Rembang *Journal Of Public Policy And Management Review* Volume 6, Nomer 3, Tahun 2017.
- [5] Mellyaningsih, A., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2016). JURNAL E-KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA, SURABAYA Motif Subscriber Menonton Channel YouTube Raditya Dika. 2–12.
- [6] Mulyandini, Annisa Ayu. 2020. Dampak Ekonomi Kreatif Terhadap Tingkat Kesejahteraan dan Pelaku Usaha Lokal (Studi Kasus: Pasar Yosomulyo Pelangi, Kota Metro). Institut Teknologi Sumatera
- [7] Pratomo. 2021. Role of Creative Economy on Local Economic Development. *Journal of Indonesian Applied Economics*. Vol. 9, No. 2, August 2021, page. 27-35
- [8] Purnama, D. (2019). Strategi Promosi Pariwisata Berbasis Media Sosial. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 3(1), 45-56.
- [9] Schivinski, B., & Dabrowski, D. (2015). The impact of brand communication on brand equity through Facebook. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 9(1), 31–53. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2014-0007>
- [10] Simo, D., Noywuli, N., Keruru, M. N., & Merna, D. (2025). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Strategi Penyuluhan di Era Pandemi Terhadap Minat Pemuda dalam Usahatani Brokoli Organik Desa Sumberejo, Kecamatan Batu, Kota Batu. *Jurnal Kridatama Sains Dan Teknologi*, 7(01), 497–507. <https://doi.org/10.53863/kst.v7i01.1550>
- [11] Sonbait LY, Mulyadi dan Wambrauw YLD. 2018. Pengembangan Kampung Ekowisata Dalam Mendukung Kesejahteraan Masyarakat Lokal Melalui KKN-PPM di Cagar Alam Pegunungan Arfak. *Jurnal Dinamika Pengabdian* Vol.4 No (K): 51-60.
- [12] Soleh, A. (2017). Strategi Pengembangan Potensi Desa. *Journal of Chemical Information and Modeling*. 53(9). 1689– 1699.

