

Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Menggunakan *Instagram Ads* bagi Tim Eduwisata Desa Olean untuk Meningkatkan Daya Tarik Pengunjung

Digital Marketing Strategy Training Using Instagram Ads for the Olean Village Educational Tourism Team to Increase Visitor Attraction

Nurul Avidhah Elhany¹⁾, Desi Indriyani²⁾, Nuris Hidayat³⁾, Shinta Nuriya Prayudi⁴⁾,
Rike Andika Aris Susanti⁵⁾

^{1,4}Program Studi Biologi, Fakultas Pertanian, Sains dan Teknologi

^{2,5}Program Studi Matematika, Fakultas Pertanian, Sains dan Teknologi

³Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

¹Email: nurul_avidhah@unars.ac.id

Received: April 27, 2026

Accepted: May 05, 2026

Published: June 08, 2026

Abstrak: Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam strategi pemasaran, termasuk pada sektor eduwisata. Desa Olean memiliki potensi eduwisata yang menarik, namun masih menghadapi kendala dalam promosi yang efektif dan terarah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tim eduwisata Desa Olean dalam menerapkan strategi pemasaran digital melalui penggunaan *Instagram Ads* guna meningkatkan daya tarik pengunjung. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi tahap sosialisasi, pelaksanaan pelatihan, praktik pemasaran, serta evaluasi kegiatan. Materi pelatihan mencakup pengenalan konsep pemasaran digital, pembuatan konten promosi yang menarik, penentuan target *audiens*, serta pengelolaan kampanye iklan menggunakan *Instagram Ads*. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan *Instagram Ads* sebagai media promosi digital. Peserta mampu membuat konten promosi sederhana serta merancang strategi iklan yang lebih terarah. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan tim eduwisata Desa Olean mampu mengelola promosi secara mandiri dan meningkatkan daya tarik destinasi eduwisata sehingga berdampak positif terhadap peningkatan jumlah pengunjung dan perekonomian masyarakat setempat.

Kata Kunci: Pelatihan, Pemasaran Digital, Eduwisata, Olean, Situbondo.

Abstract: The rapid development of digital technology has significantly transformed marketing strategies, including in the edutourism sector. Olean Village has promising edutourism potential; however, it still faces challenges in conducting effective and targeted promotions. This community service activity aims to enhance the knowledge and skills of the edutourism team in Olean Village in implementing digital marketing strategies through the use of *Instagram Ads* to increase visitor attraction. The methods used in this activity include preparation, training implementation, hands-on practice, and evaluation stages. The training materials covered the introduction to digital marketing concepts, creation of attractive promotional content, audience targeting, and management of advertising campaigns using *Instagram Ads*. The results of the activity showed an improvement

in participants' understanding and skills in utilizing Instagram Ads as a digital promotional medium. Participants were able to create simple promotional content and design more targeted advertising strategies. Through this training, it is expected that the edutourism team of Olean Village will be able to independently manage promotions and enhance the attractiveness of edutourism destinations, thereby positively impacting visitor numbers and the local community's economy.

Keywords: *Training, Digital Marketing, Edutourism, Olean, Situbondo.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor pariwisata dan eduwisata. Pemanfaatan media digital menjadi salah satu strategi efektif dalam memperkenalkan potensi wisata kepada masyarakat luas. Saat ini, *platform* media sosial seperti *Instagram* menjadi sarana promosi yang sangat populer karena mampu menampilkan konten visual yang menarik dan menjangkau target audiens secara lebih luas dan spesifik (Hidayat, *et., al.*, 2025).

Masyarakat merupakan komponen utama dalam pembangunan mempunyai peranan penting dalam menunjang pembangunan daerah yang ditujukan untuk mengembangkan potensi lokal yang bersumber dari alam, sosial budaya ataupun ekonomi masyarakat (Untari, *et., al.*, 2025). Desa Olean memiliki enam dusun, yaitu Dusun Olean Selatan, Olean Tengah, Olean Krajan, Kandang Selatan, Kandang Utara dan Kandang Barat. Jumlah penduduk Desa Olean sekitar 6.640 jiwa dari 2651 kepala keluarga dengan berbagai profesi. Sebagian besar penduduk Desa Olean memiliki mata pencaharian sebagai petani, hal ini berbanding lurus dengan luas lahan pertanian yang ada, mencapai 80% dari total luas lahan 260 Ha. Desa Olean memiliki beberapa tempat pariwisata yang sedang dikembangkan dengan menonjolkan potensi alam dan adat kesenian. Salah satu tempat wisata tersebut adalah Karang Kenik 2 atau yang lebih dikenal dengan sebutan KK26. KK26 memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan menjadi kawasan wisata berbasis masyarakat yang berujung pada peningkatan ekonomi masyarakat. Namun kenyataannya yang terjadi adalah besarnya potensi yang ada di desa ini tidak diimbangi dengan pemanfaatan yang optimal oleh masyarakat lokal yang ditandai dengan terbatasnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam melakukan

pengolahan dan pembuatan paket wisata sehingga bisa menjadi produk unggulan di wisata KK26 Situbondo.

Beberapa hal yang harus dilakukan oleh desa wisata agar bisa sesuai dengan konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan dan berbasis masyarakat yaitu; (1) melakukan usaha-usaha yang bisa menjamin kelestarian sosial-budaya dan lingkungan hidup yang ada dan melindunginya dari berbagai hal yang bisa mengancam keberadaannya; (2) memberikan pendidikan atau pelatihan tentang kepariwisataan terhadap masyarakat lokal dan melibatkan mereka dalam proses perencanaan, pembangunan, pelestarian, dan penilaian atau pengevaluasian terhadap pembangunan pariwisata; (3) memberikan informasi dan pendidikan kepada wisatawan dan masyarakat lokal tentang perlunya pelestarian pusaka atau warisan; dan (4) melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat secara berkala untuk mengetahui perkembangan dan penyimpangan yang terjadi sehubungan dengan penerapan konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan (Sukarno, 2017). Penggunaan *Instagram Ads* sebagai salah satu fitur promosi berbayar pada *platform Instagram* dapat menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik eduwisata. Melalui *Instagram Ads*, promosi dapat ditargetkan kepada segmen audiens tertentu berdasarkan usia, lokasi, minat, dan perilaku pengguna, sehingga informasi mengenai eduwisata dapat tersampaikan secara lebih tepat sasaran. Namun, penggunaan *Instagram Ads* memerlukan pemahaman terkait strategi pemasaran digital, pembuatan konten yang menarik, serta pengelolaan anggaran promosi yang efisien (Elhany, *et. al.*, 2025)

Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan strategi pemasaran digital menggunakan *Instagram Ads* bagi tim eduwisata Desa Olean. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi kampanye promosi digital secara mandiri. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan daya tarik eduwisata Desa Olean dapat meningkat, sehingga jumlah pengunjung bertambah dan berdampak positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat desa serta keberlanjutan pengembangan eduwisata di wilayah tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Program PKM ini dilaksanakan di Wisata KK26 Desa Olean Kabupaten Situbondo. Jarak Tempuh dari Universitas Abdurachman Saleh Situbondo ke lokasi pengabdian adalah \pm 6 km. Waktu Pelaksanaan program PKM ini adalah 15 Agustus 2025. Sasaran pelaksanaan program PKM ini adalah kelompok pengelola wisata KK26 Desa Olean Situbondo. Adapun Metode pelaksanaan pengabdian terdiri dari beberapa tahapan yaitu:

1. Sosialisasi

Kegiatan ini berupa pemaparan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh tim pengabdian masyarakat (Elhany, Indriyani, Handayani, *et. al.*, 2025). Pemaparan materi dilakukan dengan metode ceramah serta tanya jawab antara pemateri dan peserta kegiatan.

2. Pelatihan Pembuatan Konten Melalui *Canva*

Tim pengabdian masyarakat mendemonstrasikan cara membuat konten sederhana melalui *Canva* lalu diikuti oleh seluruh peserta dengan pendampingan dan pengarahan oleh tim pengabdian.

3. Pelatihan Pemasaran di Media Sosial

Tim pengabdian masyarakat memberikan pelatihan pemasaran di Media Sosial yaitu *Instagram Ads* untuk membekali peserta dengan pengetahuan dan ketrampilan praktis dalam memanfaatkan *platform* media sosial untuk mempromosikan program eduwisata di KK26 Desa Olean.

4. Partisipasi Mitra

Mitra berpartisipasi aktif dalam diskusi dan melakukan praktek mandiri dalam pelatihan eduwisata dan pelatihan pemasaran.

5. Evaluasi

Evaluasi kegiatan pelatihan dengan metode pengamatan terhadap hasil kegiatan dan metode angket. Kriteria evaluasi meliputi antusiasme dan kebermanfaatan kegiatan bagi peserta.

6. Keberlanjutan Program

Program lanjutan dalam program eduwisata ini adalah adanya program eduwisata lain yang dapat dikembangkan lagi di Wisata KK26 Desa Olean Situbondo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melestarikan dan mempromosikan kearifan budaya Desa juga menjadi aspek penting dalam pengembangan wisata edukasi. Hal ini dapat dilakukan melalui pengenalan lebih dalam mengenai kebudayaan dan adat istiadat Desa, serta mengembangkan atraksi budaya unik yang hanya terdapat di Desa tersebut. Promosi kearifan budaya Desa juga dapat dilakukan melalui *marketing* dan *branding* destinasi wisata yang tepat. Partisipasi masyarakat setempat juga menjadi faktor penting dalam pengembangan wisata edukasi di Desa. Masyarakat lokal dapat memainkan peran penting dalam pengembangan pariwisata Desa, baik melalui pemberian pendidikan dan pelatihan bagi penduduk setempat maupun melalui partisipasi dalam pengelolaan kawasan wisata yang berkelanjutan (Malik & Mulyono, 2017).

Kegiatan pelatihan strategi pemasaran digital menggunakan *Instagram Ads* bagi tim eduwisata Desa Olean telah dilaksanakan dengan baik sesuai dengan rencana yang telah disusun. Pelatihan diikuti oleh anggota tim pengelola eduwisata yang memiliki peran dalam pengelolaan promosi dan layanan wisata. Pada tahap awal kegiatan, peserta diberikan pemahaman mengenai konsep dasar pemasaran digital, pentingnya branding destinasi wisata, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya telah menggunakan media sosial *Instagram*, namun pemanfaatannya masih terbatas pada unggahan konten sederhana tanpa strategi pemasaran yang terarah (Indriyani, *et. al.*, 2025).

Pada sesi praktik, peserta diberikan pelatihan mengenai pembuatan konten promosi yang menarik, mulai dari pengambilan gambar, penulisan *caption* yang persuasif, hingga pemilihan *hashtag* yang relevan dengan tema eduwisata. Selain itu, peserta juga dilatih membuat akun iklan (*Instagram Ads*), menentukan target

audiens berdasarkan lokasi, usia, dan minat pengguna, serta mengatur anggaran promosi yang efektif. Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mampu membuat rancangan iklan sederhana dan memahami tahapan dalam menjalankan kampanye iklan digital. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan keterampilan teknis peserta dalam memanfaatkan fitur *Instagram Ads* sebagai media promosi.

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya memberikan daya (*empowerment*) atau penguatan (*strengthening*) kepada masyarakat. Menurut UNICEF dalam Mimbar (2015) mengajukan lima dimensi tolok ukur keberhasilan pemberdayaan masyarakat terdiri dari kesejahteraan, akses, kesadaran kritis, partisipasi dan control (Munthe, *et. al.*, 2023). Upaya memberdayakan masyarakat dapat dilihat dari tiga sisi, yaitu penciptaan iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*), meningkatkan kapasitas dengan memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat (*empowering*) dan melindungi kepentingan dengan mengembangkan sistem perlindungan bagi masyarakat yang menjadi subyek pembangunan (*protecting*) (Mustangin, 2017).



Gambar 1. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemasaran melalui *Instagram Ads*

Pariwisata menjadi pilar proses pembangunan, karena merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang dominan dalam kerangka pembangunan ekonomi. Pengembangan pariwisata di suatu daerah yang dikelola dengan baik terbukti mampu memberikan kontribusi yang signifikan bagi pembangunan daerah (Nurrachmania, *et. al.*, 2022). Pariwisata terbukti memberi dampak positif bagi kehidupan ekonomi masyarakat, seperti: menciptakan peluang kerja baru, meningkatkan kesempatan berusaha, meningkatkan pendapatan masyarakat lokal,

meningkatkan pendapatan daerah melalui retribusi pajak dan lain sebagainya (Rozalina, *et. al.*, 2024).

Selain peningkatan keterampilan teknis, kegiatan pelatihan juga memberikan dampak positif terhadap pemahaman peserta mengenai pentingnya konsistensi dalam pengelolaan konten digital. Peserta mulai memahami bahwa keberhasilan promosi tidak hanya bergantung pada tampilan visual, tetapi juga pada perencanaan strategi konten yang berkelanjutan dan sesuai dengan karakteristik target pasar. Dalam diskusi yang dilakukan, peserta menyampaikan ide-ide kreatif untuk menampilkan potensi eduwisata Desa Olean, seperti kegiatan edukasi pertanian, wisata alam, serta aktivitas budaya lokal yang dapat menarik minat pengunjung.



Gambar 2. Konten *Instagram* yang diiklankan melalui *Instagram Ads*

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan, terjadi peningkatan pemahaman peserta terhadap penggunaan *Instagram Ads* sebagai media promosi digital. Hal ini terlihat dari kemampuan peserta dalam menyusun strategi promosi sederhana dan melakukan simulasi penayangan iklan. Selain itu, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama pelatihan berlangsung, terutama pada sesi praktik langsung. Dengan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan tersebut, diharapkan tim eduwisata Desa Olean mampu mengelola promosi secara mandiri dan meningkatkan visibilitas destinasi wisata kepada masyarakat yang lebih luas.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas tim eduwisata Desa Olean dalam bidang pemasaran digital. Pemanfaatan *Instagram Ads* diharapkan dapat meningkatkan daya tarik

pengunjung melalui promosi yang lebih terarah dan efektif. Dalam jangka panjang, peningkatan jumlah pengunjung diharapkan dapat berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat dan mendukung keberlanjutan pengembangan eduwisata di Desa Olean. Namun demikian, diperlukan pendampingan lanjutan dan evaluasi berkala untuk memastikan strategi pemasaran digital yang telah diterapkan dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan strategi pemasaran digital menggunakan *Instagram Ads* bagi tim eduwisata Desa Olean telah berjalan dengan baik dan mampu meningkatkan pengetahuan serta keterampilan peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Melalui pelatihan ini, peserta memahami pentingnya perencanaan strategi konten, penentuan target *audiens*, serta pengelolaan iklan secara efektif untuk meningkatkan visibilitas eduwisata. Peningkatan kemampuan tersebut diharapkan dapat mendukung optimalisasi promosi eduwisata Desa Olean sehingga mampu meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan wisatawan serta memberikan dampak positif terhadap pengembangan eduwisata dan perekonomian masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Elhany, N. A., Indriyani, D., Handayani, C., Prayudi, S. N., Mulyasari, D., & Saputra, G. (2025). Pelatihan Pembuatan Produk Jamur Tiram Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Pendapatan Ibu-Ibu Pkk Paaraman Kelurahan Dawuhan Kabupaten Situbondo. *Gunavatta : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 100–106. <https://doi.org/10.36841/Gunavatta.V1i2.6872>
- Elhany, N. A., Indriyani, D., Hidayat, N., Prayudi, S. N., & Susanti, R. A. A. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Eduwisata Di Kk26 Dalam Mendukung Desa Olean Menjadi Wisata Unggulan Di Kabupaten Situbondo. *Integritas : Jurnal Pengabdian*, 9(2), 543–552. <https://doi.org/10.36841/Integritas.V9i2.7076>
- Hidayat, N., Indriyani, D., Elhany, N. A., Prayudi, S. N., & Susanti, R. A. A. (2025). Pelatihan Program Eduwisata Digital Untuk Meningkatkan Wisata Pendidikan Berkelanjutan Di Wisata Kk26 Situbondo. *Integritas :*

- Jurnal Pengabdian*, 9(2), 564–574.
<https://doi.org/10.36841/Integritas.V9i2.7411>
- Indriyani, D., Elhany, N. A., Hidayat, N., Susanti, R. A. A., & Prayudi, S. N. (2025). Pelatihan Promosi Eduwisata Kk26 Berbasis Media Sosial. *Mimbar Integritas : Jurnal Pengabdian*, 5(1), 190–197. <https://doi.org/10.36841/Mimbarintegritas.V5i1.7387>
- Malik, A., & Mulyono, S. E. (2017). Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal Melalui Pemberdayaan Masyarakat. *Journal Of Nonformal Education And Community Empowerment*, 87–101. <https://doi.org/10.15294/Jnece.V1i1.15151>
- Munthe, R. N., Napitu, R., Purba, D., Simbolon, P., Simatupang, P., & Sinaga, M. H. (2023). Pendampingan Pengelolaan Desa Wisata Nagori Tigaras. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 3(1), 44–48. <https://doi.org/10.36985/Z6294a61>
- Nurrachmania, M., Rozalina, Damanik, S. E., Triastuti, & Simarmata, M. M. (2022). Penilaian Potensi Daya Tarik Wisata Alam Bahoan Nagori Dolok Marawa Kecamatan Silou Kahean Kabupaten Simalungun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 2(2), 103–114. <https://doi.org/10.36985/M01rc567>
- Rozalina, R., Nurrachmania, M., Damanik, S. E., & Astuti, T. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pemanfaatan Ekowisata Di Dusun Bahoan Nagori Dolok Marawa Kecamatan Silou Kahean Kabupaten Simalungun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4(1), 30–33. <https://doi.org/10.36985/Tb364z30>
- Sukarno, T. H. (2017). Konsep Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan (Kasus: Dampak Pembangunan Pariwisata Di Desa Jatiluwih Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan). *Jurnal Kepariwisata*, 16(2), 34–41. <https://doi.org/10.52352/Jpar.V16i2.74>
- Untari, W. S., Fajar, M. T. I., Mayangsari, A., Elhany, N. A., Sari, Y. K., Huda, M. N., Ikkal, M., & Soeliha, S. (2025). Pemanfaatan Lahan Pekarangan Untuk Penanaman Tanaman Pohon Produktif Pimpinan Ranting Aisyiah Mimbaan Situbondo. *Mimbar Integritas : Jurnal Pengabdian*, 4(2), 632–638. <https://doi.org/10.36841/Mimbarintegritas.V4i2.6731>