

PENDAMPINGAN DAN PEMBUATAN *LANDINGPAGE* SERTA MEDIA SOSIAL UNTUK PROMOSI BANANA 88 *TRANS TOUR AND TRAVEL*

Sony Panca Budiarto¹, Reza Ferdyan Adifatma²

^{1,2}Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer PGRI Banyuwangi,
Jl. Jenderal A.Yani No. 80B Banyuwangi Jawa Timur
¹e-mail sonystikombanyuwangi@gmail.com

Abstrak

Pada era digital saat ini sangat penting memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk mendukung dunia bisnis. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) khususnya di Banyuwangi. UMKM seringkali mengalami kesulitan dalam mempromosikan produk dan layanannya secara online. Hal ini disebabkan keterbatasan pengetahuan dan sumber daya yang dimiliki. *Banana88 Trans Tour and Travel*, sebuah UMKM di Banyuwangi, menghadapi masalah yang sama. Tujuan pengabdian ini untuk membantu *Banana88 Trans Tour and Travel* dalam meningkatkan *visibilitas online* dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial. Metode pelaksanaan pengabdian melalui pendampingan dan pembuatan *landingpage* serta konten media sosial untuk promosi *Banana88 Trans Tour and Travel*. Hasil pengabdian adalah *landingpage*, foto, footage video, dan design poster sebagai bahan informasi untuk wisatawan yang akan berkunjung ke Banyuwangi. *Landingpage* dan media sosial dapat digunakan oleh *Banana88 Trans Tour and Travel* untuk mempromosikan produk dan layanan mereka secara online.

Kata Kunci: pengabdian masyarakat, *landingpage*, media sosial, *tour and travel*

Abstract

In today's digital era, it is very important to utilise advances in information technology to support the business world. Micro, small and medium enterprises (MSMEs), especially in Banyuwangi. MSMEs often experience difficulties in promoting their products and services online. This is due to their limited knowledge and resources. Banana88 Trans Tour and Travel, an MSME in Banyuwangi, faces the same problem. The purpose of this service is to assist Banana88 Trans Tour and Travel in increasing its online visibility and reaching more potential customers. Method of service implementation through mentoring and making landingpage and social media content for the promotion of Banana88 Trans Tour and Travel. The results of the service are landingpage, photos, video footage, and poster design as information material for tourists who will visit Banyuwangi. Landingpage and social media can be used by Banana88 Trans Tour and Travel to promote their products and services online.

Keywords: community service, *landingpage*, social media, *tour and travel*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir Teknologi Informasi (TI) telah berkembang pesat, perkembangan tersebut membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk industri pariwisata dan travel. Kemajuan teknologi informasi telah membuka peluang baru bagi para pelaku usaha *tour and travel* untuk

meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan jangkauan bisnisnya. Perkembangan teknologi informasi dalam industri transportasi dan bisnis ditandai dengan banyaknya mitra yang meminta perusahaan untuk mendukung penawaran jasa melalui jaringan internet. Indonesia adalah salah satu negara dengan pengguna jasa internet tertinggi. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 sebanyak 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka ada peningkatan 1,4% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024).

Dunia marketing pada era sekarang sangat dipengaruhi oleh kemajuan internet dan perkembangan digital yang sangat pesat (Putu et al., 2023). Trend marketing di dunia beralih dari konvensional menjadi digitalisasi (Urva et al., 2022). Dengan demikian sektor transportasi harus mampu mengikuti kemajuan teknologi informasi. Penggunaan platform digital sangat dibutuhkan pada dunia yang saat ini sudah serba digital, salah satunya dengan penggunaan *landingpage* dan media sosial. Pembuatan *landingpage* dapat digunakan sebagai alternatif pemasaran produk secara *online* (Budiarto et al., 2023). Media sosial merupakan media yang disediakan secara online yang memudahkan pengguna untuk berperan aktif dan berinteraksi satu sama lain, dan ciri-ciri penyebaran informasi adalah informasi disebarkan dari satu tujuan ke banyak tujuan (Arif & Ronaning Roem, 2019). Media sosial dan konten website dapat digunakan untuk meningkatkan nilai jual dan sarana promosi serta penyampaian informasi (Puspitaningrum et al., 2023). Dengan kemajuan teknologi informasi banyak mitra travel berlomba-lomba membuat situs *online* agar mereka dapat membranding bisnis mereka (Kartadie et al., 2023). Selain itu, bisnis juga harus mampu mengadopsi dan beradaptasi melalui berbagai metode agar dapat menjangkau dan menarik konsumen sehingga dapat berkompetisi dalam pasar yang ada (Nurliza, 2023).

Banana88 *Trans Tour and Travel* adalah UMKM yang bergerak dibidang jasa bisnis transportasi. Banana88 *Trans Tour and Travel* telah memiliki platform media

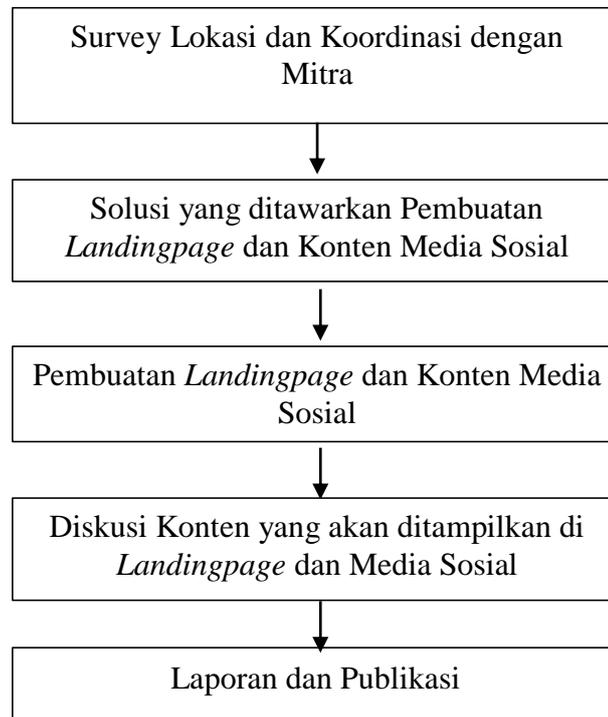
sosial sendiri, namun konten yang disajikan masih terkesan kurang mem-branding bisnis dari *Banana88 Tour and Travel*. Permasalahan yang dihadapi oleh *Banana88 Tour and Travel* adalah kurangnya kemampuan dalam teknologi informasi dan belum adanya sumber daya manusia yang khusus menangani dan mengelola konten digital. Minimnya pengetahuan literasi dan keterampilan menggunakan media sosial, sehingga banyak pelaku industry kecil menengah yang tidak memasarkan jasa atau produknya di media sosial (Kurnia Ningrum et al., 2022).

Berdasarkan isu yang ditemukan, tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pendampingan dan pembuatan *landingpage website*, media sosial instagram *Banana88 Trans Tour and Travel* sebagai media promosi bisnis *tour and travel*. Terdapat kegiatan pengabdian tentang pengelolaan informasi pada *website* dan media sosial yang berguna sebagai sarana penyampaian informasi (Siswanjaya, 2021). Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yaitu dengan pembuatan *landingpage website* dan pembuatan foto, footage video, dan design poster yang menarik dan lebih interaktif. Kegiatan pelatihan dan pendampingan penggunaan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan branding usaha yang semakin baik dan tertata (Mentari Endraswari et al., 2023). Hasil yang diharapkan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah *landingpage website* *Banana88 Tour and Travel*, foto, footage video dan desain poster yang dimasukkan ke *landingpage website* dan sosial media, agar bisnis ini dapat memiliki ciri khas sendiri sehingga mampu memberikan peluang promosi yang lebih baik lagi. Penggunaan media sosial menjadi media strategis bagi pemilik usaha untuk memasarkan produk mereka (Retnasary et al., 2019; Tri Endarwati et al., 2022). Dengan demikian media sosial dapat digunakan untuk membantu Industri Kecil Menengah memperluas jangkauan pemasaran produk, mendukung pertumbuhan dan keberhasilan bisnis mereka di pasar yang semakin digital ini (Silvia Ayu Larasati et al., 2024).

METODE

Upaya yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan dari kegiatan pengabdian yang berjudul Pendampingan dan Pembuatan *Landingpage* Serta Media Sosial

Untuk Promosi Banana88 *Trans Tour and Travel* pada mitra pengabdian Banana88 *Trans Tour and Travel*, melalui tahapan seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pada Gambar 1 dijelaskan mengenai tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Banana88 *Trans Tour and Travel*. Kegiatan dimulai dengan melakukan survey lokasi dan koordinasi dengan mitra Banana88 *Trans Tour and Travel* yang berlokasi di Jl.Trenggono Perum Kavling Brawijaya Asri, Blk. D No.20-21, Kebalenan, Kec. Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi. Data dan informasi hasil wawancara dan koordinasi dengan mitra digunakan untuk merencanakan program yang sesuai dengan isu dan permasalahan yang sedang dihadapi oleh mitra. Setelah disepakati solusi yang akan dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah pembuatan foto, footage video, dan design poster untuk konten media sosial dan pembuatan *landingpage* website company profil Banana88 *Trans Tour and Travel*. Produk elektronik atau media yang menyediakan informasi disebut konten. Pada dunia teknologi konten dapat berupa video, gambar digital, iklan dan file audio (Gina Shafira Nurimani, 2022). Konten yang dibuat harus interaktif dan menarik serta menyajikan informasi yang singkat dan akurat agar dapat mengundang audiens untuk membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Konten yang sudah

dibuat dapat digunakan oleh pihak mitra sebagai sarana untuk melakukan promosi branding produk barang dan jasa ke masyarakat secara luas.

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, tentunya kegiatan publikasi tersebut tidak boleh dilakukan secara asal-asalan, namun harus dirancang dan di desain dengan baik (Alfiyan & Novandi, 2024). Tahap selanjutnya adalah mulai membuat tampilan *landingpage* website untuk Banana88 *Trans Tour and Travel*, pembuatan desain poster informasi transportasi, paket wisata, dokumentasi kegiatan wisata, dan footage video untuk media sosial istagram. Tahap selanjutnya adalah melakukan diskusi dan koordinasi dengan mitra terkait desain konten-konten yang akan ditampilkan pada *landingpage* dan media sosial untuk promosi bisnis Banana88 *Trans Tour and Travel*. Untuk mengetahui ketercapaian hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini melalui *landingpage website* yang bisa diakses secara online serta sosial media istagram yang kontennya sudah diperbaharui. Pada tahap terakhir adalah pembuatan laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan publikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Banyuwangi sebagai sebagai salah satu tujuan destinasi wisata terbaik yang ada di Jawa Timur. Di Banyuwangi banyak terdapat jasa transportasi *tour and travel* salah satunya adalah Banana88 Trans Banyuwangi yang berdiri sejak September 2015. Sampai dengan saat ini Banana88 Trans Banyuwangi tetap berkomitmen untuk memberikan pelayanan jasa transportasi yang terbaik bagi wisatawan yang datang ke Banyuwangi. Banana88 Trans Banyuwangi memiliki target audiens dari berbagai kalangan usia khususnya para pelaku wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang akan berlibur ke Banyuwangi. Branding informasi tentang Banana88 Trans Banyuwangi yang ada di media sosial mencakup aktivitas *tour and travel* dan destinasi pariwisata yang ada di Banyuwangi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Agustus-November 2023 yang bertempat di Banana88 *Trans Tour and Travel* yang berlokasi di Jl.Trenggono Perum Kavling Brawijaya Asri, Blk. D No.20-21, Kebalenan, Kec. Banyuwangi. Kegiatan pendampingan pembuatan *landingpage*

website dan konten sosial media dilakukan bersama mahasiswa kepada admin *Banana88 Trans Tour and Travel*. Hal pertama yang dilakukan adalah menganalisa kemampuan kompetensi dan alat yang dimiliki oleh mitra untuk pengelolaan media sosial. Konsultasi dan pendampingan pembuatan landingpage dilakukan setiap satu minggu sekali pada hari kerja aktif.

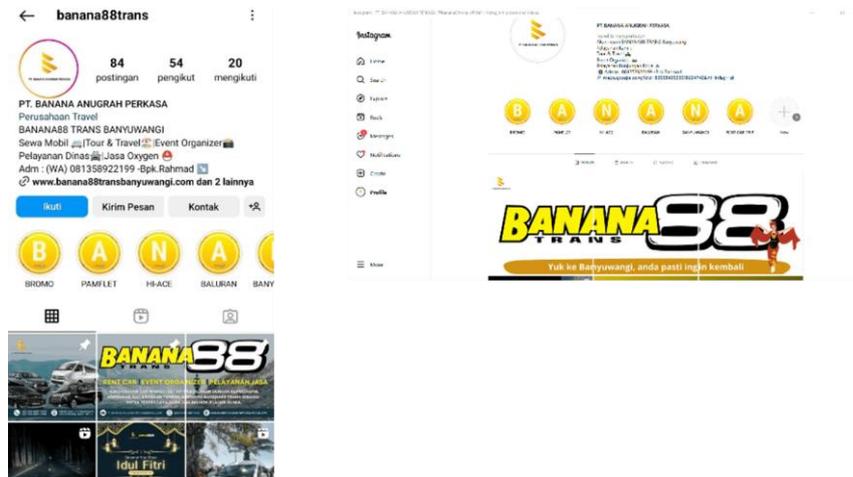


Gambar 2 Pendampingan Pembuatan *Landingpage* dan Konten Media Sosial



Gambar 3 Konsultasi Design Konten Media Informasi dan Pengambilan Footage Video

Kegiatan pengabdian masyarakat di *Banana88 Trans Banyuwangi* ini telah menghasilkan berbagai macam desain konten. Konten media yang dihasilkan diantaranya adalah redesign logo perusahaan dan pembuatan media sosial yang baru yaitu *instagram* yang berisi informasi profil *Banana88 Trans Banyuwangi*, seperti ditunjukkan pada *Gambar 4* berikut:



Gambar 4 Re-design Logo Banana88 Trans dan Instagram

Agar masyarakat dapat mengetahui produk layanan jasa apa saja yang disediakan oleh Banana88 Trans, dalam kegiatan ini juga telah didampingi dan dibuatkan desain poster informasi yang akan ditampilkan di media sosial istagram dan *landingpage* perusahaan, seperti ditunjukkan pada Gambar 5 dibawah ini:



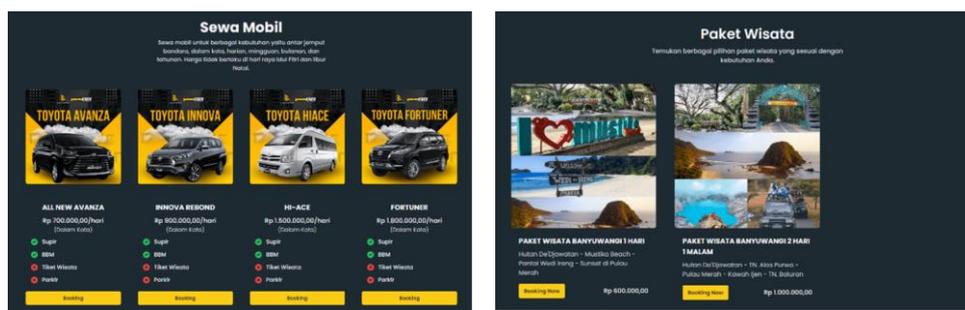
Gambar 5 Desain Konten Produk Layanan Jasa Transportasi Dan Paket Wisata

Selain pembuatan media sosial dan konten media untuk keperluan branding promosi Banana88 Trans Banyuwangi, dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini juga dibuatkan *landingpage website company* profil perusahaan. Pembuatan *company* profil website berguna sebagai landasan penting untuk membangun kehadiran bisnis secara online yang kuat dan professional. *Website* dapat memuat informasi yang lebih lengkap dan mendalam tentang perusahaan, produk dan layanan. Dengan memiliki *website* sendiri dapat membangun kredibilitas, meningkatkan *visibilitas online* dan membangun kepercayaan dan loyalitas

pelanggan. Hasil *landingpage* company profil Banana88 Trans, seperti ditunjukkan pada Gambar 6 dan Gambar 7 dibawah ini:



Gambar 6 Halaman Beranda *Landingpage* Banana88 Trans Banyuwangi



Gambar 7 Halaman Produk dan Layanan *Landingpage* Banana88 Trans Banyuwangi

Penyerahan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada mitra Banana88 Trans Banyuwangi, sebagai salah satu upaya dalam menindaklanjuti dan menyebarluaskan manfaat dari kegiatan PKM yang telah dilaksanakan, seperti ditunjukkan pada Gambar 8. Strategi personal branding yang sukses tidak hanya memerlukan konten yang berkualitas dan autentik, tetapi juga pemahaman yang mendalam tentang audiens target dan penggunaan analitik untuk mengukur efektivitas (Allya Ega Annisa hutauruk et al., 2024).



Gambar 8 Penyerahan Hasil Kegiatan Pengabdian ke Pemilik Banana88 Trans Banyuwangi

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Banana88 Trans Banyuwangi telah terlaksana dengan baik. Hasil kegiatan pengabdian pembuatan *landingpage website*, media sosial, dan desain konten dapat diakses pada alamat <https://bananatrans88.vercel.app/> dan [instagram https://www.instagram.com/banana88transbanyuwangi](https://www.instagram.com/banana88transbanyuwangi). Setelah mengetahui dengan adanya website perusahaan sendiri dapat memberikan kemudahan bagi para wisatawan dalam mencari jasa transportasi wisata di Banyuwangi, pemilik usaha Banana88 Trans Banyuwangi meningkatkan profesionalisme *landingpage website* perusahaan yang semula gratis, sekarang berganti menggunakan domain dan hosting yang berbayar menjadi <https://www.banana88transbanyuwangi.com/>. Hal ini untuk meningkatkan kepercayaan wisatawan lokal maupun internasional dalam mencoba jasa layanan yang ditawarkan oleh Banana88 Trans Banyuwangi. Saran untuk mitra pengabdian Banana88 Trans Banyuwangi agar meningkatkan produksi konten mandiri dengan menciptakan ciri khas dari setiap konten yang ditayangkan guna menciptakan *brand awareness* bagi Banana88 Trans Banyuwangi sendiri dikalangan wisatawan khususnya di industri pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyan, F., & Novandi, A. R. (2024). Pemanfaatan Desain Poster Sebagai Sarana Publikasi Branding Kedai Es Koffie Cap Lyon. *Abdimasku*, 7(1), 286–294.
- Allya Ega Annisa hutauruk, Arisman purba, Danny Ajar Baskoro, Naomi simanjuntak, Putri dwi jelita waruwu, & Selvia Santa Maria Siallagan. (2024). Strategi Personal Branding melalui Pemasaran Online di Era Globalisasi. *Jurnal Bisnis Inovatif Dan Digital*, 1(3), 52–59.
- Arif, E., & Ronaning Roem, E. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpusda Kabupaten Belitung Timur. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 3, 34–44.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024, February 7). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/Berita/d/Apjii-Jumlah-Pengguna-Internet-Indonesia-Tembus-221-Juta-Orang>.
- Budiarto, S. P., Galileo Garin,); Prodi,), Informatika, T., Tinggi, S., Komputer, I., & Banyuwangi, P. (2023). Pembuatan Landing Page Digital Marketing Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Jamur Tiram Sunawan Di

- Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat SINERGI*, 5(2).
- Gina Shafira Nurimani. (2022). Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 54–58.
- Kartadie, R., Kurniawan, E., & Auliadi, A. S. (2023). *Pembuatan Dan Edukasi Pengelolaan Website Untuk Branding Usaha Jasa Travel* (Vol. 6, Issue 3).
- Kurnia Ningrum, N., Umami, Z., Nurtantio Andono, P., & Dian Nuswantoro, U. (2022). *Pengelolaan Konten Digital Menggunakan Canva pada Industri Kecil Menengah Batik Semarangan 20 JUDIMAS (Jurnal Inovasi Pengabdian Kepada Masyarakat) Pengelolaan Konten Digital Menggunakan Canva pada Industri Kecil Menengah Batik Semarangan Digital Content Management Using Canva for Small Media Medium Inustri of Batik Semarangan*.
- Mentari Endraswari, P., Tou, N., & Faruq Vista, U. (2023). Penggunaan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Mutu Kerja di Lingkungan Taman Kanak-Kanak Kecamatan Paguyangan. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 6, Issue 2).
- Nurliza. (2023). Pelatihan Pemasaran Digital Usaha Rumah Tangga Dengan Penguatan Brand Story Melalui Instagram. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 919–931.
- Puspitaningrum, A. C., Nurhadi, M., Supriyanto, H., Prasetya, M. S., Hermansyah, D., Fitri, N. A., & Riskiawan, A. I. (2023). Pengelolaan Konten Website Dan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Menggunakan Canva. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(2), 1317.
- Putu, N., Lestari, D. A., Indah, P., & Putri, D. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Travel Bali Island Sebagai Media Promosi Bisnis Perjalanan Optimizing The Use Of Bali Island Travel Social Media As A Travel Business Promotion Media. In *Abdimas Galuh* (Vol. 5, Issue 2).
- Retnasary, M., Setiawati, D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1).
- Silvia Ayu Larasati, Anandyatiwi Istiqomah, Anggrea Sekar Ramadani, Azulfatun Khoiriyah, & Denny Oktavina Radianto. (2024). Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(2), 321–332.
- Siswanjaya, S. (2021). Penggunaan Canva pada Pembelajaran Berbasis Proyek untuk Meningkatkan Keterampilan dan Motivasi Menulis Siswa. *Jurnal Didaktika Pendidikan Dasar*, 5(2), 421–442.
- Tri Endarwati, E., Mustika Widyastuti, S., & Taman Siswa, U. (2022). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alternatif Strategi Pemasaran Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 2164–2171.

Urva, G., Pratiwi, M., Oemara Syarief, A., Studi Teknik Informatika, P., & Studi Teknik Industri Sekolah Tinggi Teknologi Dumai, P. (2022). *Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing*. 2(1), 56–61.