

PEMANFAATAN *BIG DATA* DAN *CONTENT MARKETING* DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG WISATA PANTAI DI DESA TOLUTU, KECAMATAN TOMINI, BOLAANG MONGONDOW SELATAN

Sudarsono¹

¹Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Mandiri
Gorontalo, Indonesia

E-mail: sudarsono@ubmg.ac.id

Abstrak

Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) oleh pemerintah saat ini sangat dirasakan dampaknya oleh sejumlah pengelola tempat wisata di Desa Tolutu, Kecamatan Tomini, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, Provinsi Sulawesi Utara. Masyarakat mengalami kesulitan dalam menarik minat pengunjung di daerah wisata tersebut. Meskipun saat ini, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan berada pada PPKM Level 3 namun minat masyarakat untuk mengunjungi beberapa tempat wisata yang ada di Desa Tolutu masih rendah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Tolutu, Kecamatan Tomini, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, Sulawesi Utara, khususnya pada masyarakat pengelola daerah wisata yang terdampak PPKM akibat dari menyebarnya penularan Covid-19 di Sulawesi Utara. Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan dalam bentuk pendampingan dan pelatihan dalam pemanfaatan *big data* dan *content marketing* dalam menarik minat pengunjung untuk berwisata di Desa Tolutu, Kecamatan Tomini. Kegiatan ini dilaksanakan selama dua bulan kepada pengelola daerah wisata di Desa Tolutu. Pada bulan pertama, masyarakat diberikan pengetahuan, pelatihan dan keterampilan terkait pemanfaatan *big data* dan *content marketing* melalui berbagai *platform* media sosial yang digunakan oleh masyarakat. Selanjutnya, pada bulan kedua, masyarakat diberikan pendampingan dan edukasi keberlanjutan agar masyarakat mampu menciptakan konten kreatif yang dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung di Desa Wisata Tolutu, Kecamatan Tomini.

Kata Kunci: *Big Data*, *Content Marketing*, Minat Pengunjung

A. Pendahuluan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu dari tiga tugas utama setiap dosen. Menurut Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang pendidikan tinggi bahwa pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan sivitas akademika yang memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memajukan kesejahteraan masyarakat dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Sejalan dengan hal tersebut maka dilaksanakan kegiatan

pengabdian kepada masyarakat berbasis *problem society* yang pelaksanaannya dilakukan di Desa Tolutu, Kecamatan Tomini, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, Sulawesi Utara.

Upaya pemerintah dalam pemberdayaan masyarakat agribisnis meliputi tiga aspek, yaitu sebagai regulator, kapasitor dan fasilitator dalam mengatur kebijakan yang mendukung pengembangan bisnis mereka, dan dinamis dalam bertindak melalui penyediaan insentif dan pembinaan yang efektif, adanya arahan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan kawasan wisata. Oleh karena itu perlu adanya pemberdayaan masyarakat seperti pelatihan untuk meningkatkan keterampilan khusus agar dapat memanfaatkan dan mengelola kawasan wisata dengan memaksimalkan potensi yang ada, sehingga dapat memberikan *multiplier effect* yang positif bagi agribisnis dan komunitas lingkungan (Edy et al., 2019).

Desa Tolutu merupakan salah satu dari 8 desa yang ada di Kecamatan Tomini, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Desa Tolutu dapat di akses melalui perjalanan darat dari Kota Gorontalo melalui lintas selatan jalan trans Sulawesi yang berjarak 170 Kilometer ke arah timur sepanjang pesisir Teluk Tomini menuju Kota Manado. Masyarakat Desa Tolutu umumnya memiliki mata pencaharian sebagai nelayan, pedagang dan petani kebun. Pandemi Covid-19 yang melanda di seluruh wilayah yang ada di Indonesia memaksa pemerintah untuk menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) hampir di semua daerah, termasuk Desa Tolutu sehingga dampaknya sangat dirasakan oleh seluruh masyarakat khususnya pengelola daerah wisata yang ada di daerah tersebut. Masyarakat yang berada di pesisir pantai, umumnya menggantungkan hidupnya dari objek wisata pantai yang ada di daerah tersebut. Rendahnya minat pengunjung saat ini menjadi masalah serius bagi pengelola desa wisata di daerah tersebut.

Sementara itu saat pandemi Covid-19 banyak ide dan kreativitas yang muncul. Salah satunya adalah penggunaan media sosial (Hermawan et al., 2021). Dalam rangka meningkatkan minat pengunjung untuk berwisata kembali di Desa Tolutu pada masa pandemi saat ini dan sejalan dengan tujuan pembangunan desa berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yaitu upaya peningkatan kualitas hidup dan kehidupan untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa maka perlu adanya strategi yang digunakan dan salah satunya adalah memanfaatkan teknologi *big data* dalam membuat *content marketing* yang kreatif dan menarik untuk memberikan edukasi dan informasi kepada seluruh masyarakat pengguna internet terkait konten yang disajikan. *Big data* merupakan data yang tersebar di internet yang memungkinkan menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam

mengambil keputusan pembelian secara *online* (Sudarsono, 2020). Keputusan pengunjung tentunya tidak hanya didasarkan pada data dan informasi yang ada di internet dalam bentuk *big data* namun diperlukan juga dengan tersedianya konten yang menarik, relevan dan bermanfaat bagi pengunjung untuk menyesuaikan dengan kebutuhan akan tempat wisata yang diharapkan. *Content marketing* sendiri merupakan suatu strategi pemasaran dimana kita merencanakan, mendistribusikan, dan membuat konten yang mampu menarik audiens yang tepat sasaran lalu mendorong mereka menjadi *customer* (Huda, Karsudjono, & Darmawan, 2021). Hal tersebut sejalan dengan argumen (Milhinhos, 2015) bahwa *content marketing* merupakan teknik untuk menciptakan dan mendistribusikan konten yang bernilai, relevan, dan konsisten guna menarik dan memperoleh audiens yang jelas dengan tujuan mendorong minat pelanggan yang menguntungkan. Rendahnya minat pengunjung saat ini disebabkan karena belum adanya informasi yang menarik dan relevan terkait destinasi wisata yang ada di Desa Tolutu, Kecamatan Tomini. Hal tersebut diperparah dengan pembatasan kegiatan masyarakat hampir di semua wilayah. Pergerakan masyarakat tidak optimal dalam mencari informasi sehingga paradigma lama terkait pencarian informasi secara *offline* tidak lagi mendukung situasi saat ini. Perlu adanya tersobosan baru yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut. Berbagai bentuk informasi dapat digabungkan, informasi dapat di simpan dan di ambil secara instan dari seluruh dunia pada akhirnya memberikan akses instan ke banyak informasi yang di catat oleh peradaban manusia (Nizar & Sholeh, 2021). Pemilihan strategi pemasaran yang berbasis internet dan dilakukan secara *online* merupakan pilihan yang sangat tepat namun yang perlu dipahami juga bahwa tidak hanya berbasis *online* namun juga memilih media yang tepat yang sering dikunjungi oleh pelanggan sasaran kemudian memberikan postingan yang positif dan mendidik sehingga masyarakat terstimuli untuk melakukan tindakan dengan memberi respon atas konten yang disajikan dalam bentuk partisipasi dan kunjungan pada lokasi wisata yang diinginkan. Di mana pemasaran dengan menggunakan strategi *content marketing* akan mendorong minat beli konsumen (Muzaki, 2021). Dalam rangka membangun kesadaran pelanggan potensial untuk datang dan berkunjung di Desa Tolutu maka infrastruktur, sarana dan prasarana yang memadai juga perlu dipersiapkan oleh pemerintah desa. Peningkatan wawasan dan keterampilan masyarakat dalam memberikan layanan terbaik kepada pengunjung juga perlu dipersiapkan. Pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengelola dan mengembangkan daerah wisata tersebut juga perlu disiapkan dan salah satu solusi yang harus

diperhitungkan adalah dengan mengadakan pelatihan, edukasi, sosialisasi dan pendampingan dalam pemberdayaan masyarakat desa pengelola destinasi wisata yang ada di Desa Tolutu, Kecamatan Tomini, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, Provinsi Sulawesi Utara. Pelatihan dan edukasi tersebut dilaksanakan dalam kerangka pengabdian kepada masyarakat.

Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan kegiatan rutin yang wajib dilaksanakan setiap dosen dan pada kesempatan ini, kegiatan pengabdian dilaksanakan di Desa Tolutu, Kecamatan Tomini dilaksanakan dengan tujuan:

- a. Meningkatkan pendapatan masyarakat ditengah terpuruknya ekonomi melalui pemberdayaan masyarakat Desa Tolutu Kecamatan Tomini dalam mengembangkan destinasi wisata yang ada di Desa Tolutu secara konsisten dan berkelanjutan pada tingkat nasional dan internasional
- b. Meningkatkan partisipasi dosen dalam mentransformasikan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dimiliki sesuai dengan bidang ilmu dengan melibatkan mahasiswa sebagai agen perubahan dalam kerangka membangun desa dengan bersinergi dengan masyarakat yang ada di Desa Tolutu, Kecamatan Tomini.

B. Masalah

Pandemi Covid-19 memaksa masyarakat untuk terus bertahan dalam kondisi yang sangat kritis. Banyaknya usaha-usaha masyarakat yang di paksa tutup karena tidak mampu lagi bertahan untuk menjalankan usahanya karena melambatnya perputaran ekonomi. Usaha yang di bangun masyarakat di sekitar lokasi wisata sudah tidak mampu untuk bertahan disebabkan karena tidak adanya pengunjung di tempat wisata tersebut.

C. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tolutu dibagi dalam dua tahap yaitu:

1. Sosialisasi, edukasi dan pelatihan dalam pemanfaatan *big data* dan *content marketing* bagi pengelola daerah wisata di Desa Tolutu, Kecamatan Tomini, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan melakukan observasi selama dua hari di tiga dusun yang memiliki daerah wisata pantai yang ada di Desa Tolutu, selanjutnya dilakukan komunikasi dan wawancara secara tidak terstruktur dengan

masyarakat pengelola daerah wisata dalam rangka menggali potensi dan informasi terkait permasalahan-permasalahan yang dihadapi masyarakat selama merebaknya pandemi Covid-19 di Indonesia khususnya di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Observasi Potensi Desa dan Permasalahannya

Selanjutnya disusunlah rencana kegiatan yang akan dilakukan dalam rangka mengembangkan potensi yang ada dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat desa khususnya pengelola wisata tersebut. Langkah pertama yang dilakukan setelah melakukan observasi adalah melakukan sosialisasi melalui pembinaan kepada masyarakat (Dewi, 2020), dan edukasi kepada pengelola daerah wisata di Desa Tolutu terkait pentingnya pemanfaatan teknologi dalam memberikan informasi kepada seluruh masyarakat dan atau pengunjung destinasi wisata yang ada di Desa Tolutu. Sosialisasi dan edukasi tersebut dilakukan selama sekitar satu minggu lamanya di beberapa lokasi di Desa Tolutu agar bisa maksimal dan dihadiri langsung oleh masyarakat yang bersentuhan langsung dengan pengunjung.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi dan Edukasi Pada Masyarakat Desa Tolutu

Setelah sosialisasi dan edukasi dilaksanakan, selanjutnya dilakukan pelatihan dalam mengasah keterampilan untuk membuat *content marketing* melalui pengembangan konten-konten kreatif berbasis *platform* media sosial baik dalam bentuk gambar, video pendek, maupun teks yang tujuannya adalah dapat menstimuli pengunjung untuk datang berkunjung atau berwisata di Desa Tolutu. *Content marketing* dilakukan dengan tujuan membangun basis audiens yang turut membangun bisnis dan menciptakan hal yang dilakukan oleh konsumen yang memberikan keuntungan bagi perusahaan (Ramadhayanti, 2021).



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Pembuatan *Content Marketing* Pada Masyarakat

Selama hampir tiga minggu lamanya dalam memberikan pelatihan dan keterampilan kepada masyarakat terkait pembuatan *content marketing*, kemudian memanfaatkan teknologi *big data* dalam mendistribusikan konten-konten yang telah di buat oleh masyarakat Desa Tolutu. Dalam mengimplementasikan teknologi *big data* pada suatu lembaga maka dibutuhkan empat elemen penting yaitu data, teknologi, proses dan sumber daya manusia (Solihin, 2021).

2. Pendampingan dan pemberdayaan masyarakat Desa Tolutu dalam mengembangkan potensi destinasi wisata yang ada di daerah tersebut.

Pada bulan kedua pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tolutu, Kecamatan Tomini, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, diadakan pendampingan dalam rangka pemberdayaan masyarakat Desa Tolutu dalam mengembangkan portensi destinasi wisata di Desa Tolutu. Pendampingan tersebut melibatkan organisasi masyarakat, karang taruna dan tokoh masyarakat. Kegiatan diikuti oleh sekitar 60 peserta dari seluruh kalangan pada setiap sesi dan tersebar di tiga dusun yang memiliki daerah wisata. Kegiatan tersebut di dukung juga oleh aparat pemerintah desan dan pemerintah kecamatan

yang turut serta sekaligus memantau pelaksanaan kegiatan. Pendampingan yang sifatnya *fun education*, membuat peserta tidak jenuh dalam mengikuti pendampingan. Antusiasme masyarakat dapat di lihat dari jumlah peserta yang selalu konsisten dari pertama kegiatan dilaksanakan hingga akhir.



Gambar 4. Peresmian Destinasi Wisata Baru di Desa Tolutu oleh Sangadi Tolutu

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan selama empat minggu yang sasaran utamanya adalah melakukan revitalisasi atau peremajaan beberapa lokasi yang kemudian digunakan sebagai area atau spot-spot yang menarik dalam pembuatan *video content* kemudian mendistribusikan diberbagai portal (media komunikasi masyarakat) di *platform* media sosial *Facebook* atau media-media diskusi lainnya.

D. Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tolutu mulai dilaksanakan pada awal Juli 2021 dengan melakukan perjalanan dari Kota Gorontalo selama 4 jam perjalanan darat menyusuri jalan trans Sulawesi bagian selatan sepanjang Teluk Tomini. Kondisi jalan cukup baik namun berliku dan menyusuri pesisir pantai dan pegunungan di sekitar kawasan hutan lindung Bogani Wara Bone. Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan yang berbatasan langsung dengan Provinsi Gorontalo merupakan salah satu kabupaten yang masuk dalam kategori daerah terluar dan terdalam yang perlu mendapat perhatian khususnya bagi pemerintah dan juga bagi para peneliti untuk memotret potensi dan kehidupan sosial masyarakat lebih dekat. Salah satu potensi yang dimiliki daerah ini adalah keindahan pantai dengan keanekaragaman hayati hidup didalamnya. Desa Tolutu merupakan salah satu desa yang ada di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan memiliki potensi pantai yang cukup menarik. Keindahan laut sepanjang pesisir pantai merupakan daya tarik yang luar biasa dan

layak untuk dikembangkan. Keterbatasan kemampuan berpikir masyarakat dan kurangnya pengetahuan untuk mengembangkan potensi desa menjadi salah satu alasan pentingnya perguruan tinggi dalam mendistribusikan kemampuannya untuk memberdayakan masyarakat yang ada. Sejalan dengan hal tersebut maka setiap dosen berdasarkan kompetensinya masing-masing memiliki kewajiban untuk membantu masyarakat dalam mengoptimalkan potensi desa melalui pengabdian kepada masyarakat.

Salah satu wujud dari pengabdian masyarakat yang dapat dilakukan adalah mengembangkan potensi desa sesuai bidang ilmu masing-masing dosen. Oleh karena itu dalam rangka mengaktualisasikan kemampuan berdasarkan disiplin ilmu maka kegiatan pengabdian yang berbasis *problem society* saat ini mengangkat fokus pengabdian pada pemanfaatan *big data* dan *content marketing* dalam menarik minat pengunjung daerah wisata di Desa Tolutu, Kecamatan Tomini, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.

Pemanfaatan *big data* dan *content marketing* sebagai media publikasi dan komunikasi masyarakat saat ini menjadi salah satu strategi pemasaran yang paling efektif. Masyarakat umumnya memiliki lebih dari satu *smartphone* di setiap rumah dan aksesibilitas internet umumnya semakin masif, setiap menit, setiap jam dan setiap harinya. Mulai dari kalangan anak-anak hingga generasi tua tidak terlepas dari adanya media sosial (Risnawati, 2021). Umumnya masyarakat telah menghabiskan lebih banyak waktunya untuk mengamati berbagai data dan informasi yang didistribusikan oleh pengguna media sosial yang lain dalam bentuk postingan, komentar, dan sebagainya. Umumnya masyarakat mengakses aplikasi-aplikasi yang populer saat ini yaitu: *WhatsApp*, *Facebook*, *Tiktok*, dan *Instagram*. Konten yang direkomendasikan kepada pelanggan lain secara umum adalah konten yang relevan dengan minat pelanggan (Fadillah, 2021). Tersedianya konten yang menarik dan relevan ternyata mampu menarik minat masyarakat untuk mengambil keputusan termasuk keputusan untuk mengunjungi destinasi wisata tertentu. Masyarakat Desa Tolutu perlu memanfaatkan *big data* untuk menyebar informasi-informasi dan konten-konten kreatif yang menarik terkait destinasi wisata di Desa Tolutu. Sebagai bagian dari pengabdian kepada masyarakat maka dilakukan kegiatan-kegiatan yang bersifat operasional dalam rangka memberikan solusi atas permasalahan yang dialami masyarakat Desa Tolutu terhadap dampak yang ditimbulkan oleh Covid-19.

Dalam memecahkan permasalahan yang ada di Desa Tolutu, maka dilakukan pengabdian kepada masyarakat Desa Tolutu dalam bentuk pemberian pelatihan dan edukasi

dalam rangka pemanfaatan *big data* dan *content marketing* sebagai salah satu bentuk dalam menarik minat pengunjung untuk berwisata di Desa Tolutu, Kecamatan Tomini, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Kegiatan tersebut mendapat respon positif dari masyarakat dan didukung oleh pemerintah desa. Kegiatan yang dilakukan melibatkan beberapa mahasiswa dan tenaga administrasi yang membantu dalam penanganan administrasi, dokumentasi dan pengorganisasian data pengabdian kepada masyarakat. Diawali dengan melakukan observasi langsung yang disertai dengan wawancara mendalam selama dua hari pertama berada di lokasi maka disusun program kegiatan selanjutnya yaitu melakukan pelatihan dan edukasi kepada masyarakat terutama pada pengelola tempat wisata yang ada di Desa Tolutu, Kecamatan Tomini, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, Sulawesi Utara. Kegiatan pelatihan dan edukasi tersebut dilaksanakan dalam kurun waktu satu minggu di beberapa daerah wisata yang ada di Desa Tolutu. Apresiasi diperoleh dari pemerintah desa bahwa selama sekitar 7 hari pelatihan dilaksanakan, masyarakat telah memiliki wawasan yang cukup, dalam membuat konten kreatif dan bermanfaat dalam mempromosikan spot-spot wisata pantai yang ada di Desa Tolutu. Masyarakat yang umumnya telah memiliki pengetahuan yang cukup dan sudah lancar menggunakan media sosial untuk berinteraksi dan berkolaborasi dengan sesama pengguna media sosial, tidak mengalami kesulitan yang sangat berarti dalam membuat konten-konten yang menarik guna mempromosikan destinasi wisata yang ada di Desa Tolutu. Jaringan internet masih menjadi permasalahan di beberapa desa penyangga yang ada di sekitar Desa Tolutu maka strategi *content marketing* yang dilaksanakan dalam bentuk poster, brosur dan *word of mouth*. *Word of mouth* merupakan komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang didistribusikan dari *sender* ke *receiver*. Informasi *word of mouth* dapat diterima seseorang melalui percakapan sehari-hari, diskusi baik secara formal maupun informal, dan rekomendasi yang diberikan oleh orang lain (Willy, Loisa, & Aulia, 2021). *Word of mouth* sangat efektif bagi desa-desa yang tidak memiliki jaringan internet yang cukup memadai. Pelatihan pembuatan *content marketing* yang dilakukan selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan ternyata cukup bermanfaat. Masyarakat sangat antusias dalam mengikuti kegiatan yang dilaksanakan. Banyak masyarakat telah memiliki akun media sosial sejak lama dan hanya digunakan sebagai sarana hiburan semata dan tidak memahami bahwa ternyata ada yang dapat digunakan untuk menyebarkan konten yang menarik guna menstimuli pengguna media sosial yang lain

untuk dapat berkunjung di Desa Tolutu yang memiliki beberapa objek wisata pantai yang sangat indah.

Namun keberlanjutan dari kegiatan ini masih perlu terus dikembangkan terutama dalam hal pelatihan dan pendampingan masyarakat dalam meningkatkan literasi dan pengetahuannya terkait bahasa internasional. Hal ini penting untuk dapat mempromosikan potensi desa wisata yang ada di Desa Tolutu pada dunia internasional dan tidak hanya bersifat lokal atau nasional semata.

E. Kesimpulan

Strategi pemasaran desa wisata melalui pemanfaatan *big data* dalam menyebarluaskan *content marketing* yang kreatif, menarik dan relevan dengan kebutuhan masyarakat ternyata memiliki potensi yang cukup baik untuk menarik minat pengunjung yang secara *offline* aksesibilitasnya tidak dapat dijangkau oleh tim marketing. Komunikasi *word of mouth* positif yang dibangun oleh masyarakat pengguna media sosial sangat membantu dalam menstimuli pengguna lainnya untuk dapat memiliki minat mengunjungi desa wisata yang lagi viral dibicarakan. Desa Tolutu yang awalnya merupakan desa wisata dengan *market share* yang terbatas namun mampu meningkatkan pengunjungnya di tengah keterpurukan ekonomi akibat pandemi Covid-19. Hal tersebut juga didukung oleh seluruh *stakeholder* dan *shareholder* yang ada di daerah tersebut.

F. Ucapan Terima Kasih

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tolutu, Kecamatan Tomini, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, Sulawesi Utara yang dilakukan tidak terlepas dari partisipasi semua pihak sehingga ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Rektor Universitas Bina Mandiri Gorontalo yang telah memberikan pendanaan sehingga program pengabdian kepada masyarakat *Batch* III Tahun 2021 ini dapat dilaksanakan dengan baik.
2. Pemerintah Desa Tolutu, Bapak Hensi Dali selaku Sangadi Desa Tolutu dan seluruh masyarakat yang telah bekerjasama dalam mendukung kegiatan ini selama dua bulan lamanya bersama tim pelaksana di lokasi pengabdian.

3. Seluruh mahasiswa yang terlibat dalam mendukung kegiatan ini: a) Silvani Urvin Sini, b) Aprilia Putri Efendi, c) Christiawati Sapii, d) Della Fatimi Modeong, e) Nuryanti Antukai, dan e) Sri Sutrisna Ismet Aji.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, I. K. (2020). Organizing Waste Through Community Participation in Napa Village. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*, 4(1), 107–114. <https://doi.org/10.35326/pkm.v4i1.633>.
- Edy, S., Ajo, A., Alzarliani, W. O. D., Hardin, Wardana, Suriadi, Darwis, & Situmorang, F. C. (2019). Agribusiness community empowerment in the management Nirwana Beach tourism area in City of Baubau. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 343(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/343/1/012140>.
- Fadillah, Syifa Nurul dan Retno Setyorini. (2021). Analisis Implementasi Strategi *Content Marketing* dalam Menciptakan *Customer Engagement* di Media Sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhiid Bandung. *Menara Ilmu*. Vol. XV, No. 2, Januari 2021.
- Hermawan, S., Rochmaniah, A., & Yani, M. (2021). Peningkatan Keterampilan Content Creator di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*, 5(1), 301–309.
- Huda, Isra Ul., Antonius J. Karsudjono dan Ryan Darmawan. (2021). Pengaruh *Content Marketing* dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kecil Menengah di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*. Vol. 8, No. 1, Januari 2021.
- Milhinhos, Patricia Raquel Vasques. (2015). *The Impact of Content Marketing on Attitudes and Purchase Intentions of Online Shoppers: The Case of Videos & Tutorials and User Generated Content*. FGV EBAPE, Escola Brasileira De Administracao Publica De Empresas. Brazil.
- Muzaki, Naufal. (2021). Pengaruh *Content Marketing* Instagram terhadap Minat Beli di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada sawara.co). *e-Proceeding of Applied Science*. Vol. 7, No. 1, Februari 2021.
- Nizar, Nefo Indra dan Achmad Nur Sholeh. (2021). Peran Ekonomi Digital terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Humaniora*. Vol. 4, No. 1, Maret 2021. pp. 87-99.
- Ramadhayanti, Ana. 2021. Pengaruh Komunikasi *Content Marketing* dan Kualitas Layanan *Online* terhadap Motivasi Pembelian. *Akuntabel*. Vol. 18, No. 1, 2021. pp. 72-81.
- Risnawati, Novita. (2021). Peran Media Sosial di Masa Pandemi untuk Kemajuan Perekonomian di Masyarakat. *Jurnal Simki Economic*, Vol. 4, Issue 1, 2021, pp. 35-46. Available at: <https://jipred.org/index.php/JSE>.

Solihin, Olih. (2021). Implementasi *Big Data* pada Sosial Media sebagai Strategi Komunikasi Krisis Pemerintah. *Jurnal Common*. Vol 5, No. 1 Juni 2021. Available at: <http://doi.org/10.34010/common.v5i1.5123>.

Sudarsono, S. (2020, July). Pengaruh Big Data, Content Marketing, Artificial Neural Networks Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Secara Online di Indonesia. In *Seminar Nasional Kepariwisata (SENORITA) 2020*.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.

Willy, Riris Loisa, dan Sisca Aulia. (2021). Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian La Madame Florist. *Prologia*. Vol. 5, No. 1, Maret 2021, Hal. 142-147. E-ISSN: 2598-0777.