

Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dan Penyusunan Content Planner Dalam Pengembangan Perusahaan Pada Travellink Bali

Ni Made Satya Utami ¹, Ni Komang Selvia Maya Antari ²
Universitas Mahasaraswati Denpasar, Indonesia^{1,2}
satyakesawa@unmas.ac.id*

Diserahkan tanggal 25 Februari 2026 | Diterima tanggal 28 April 2026 | Diterbitkan tanggal 31 Mei 2026

Abstract:

This study discusses the optimization of social media utilization as a digital marketing strategy at Travellink Bali. The scope of the study focuses on improving audience engagement through structured content management, content planning, and visual enhancement. The method applied is a community service approach using integrated activities, including education, training, and direct offline assistance. The implementation stages consist of problem identification, social media management training, preparation of a content planner using Google Spreadsheet, content visualization training, and periodic evaluation and monitoring. The findings show that all programs were successfully implemented with 100% achievement. The results indicate a significant improvement in the consistency of content posting, better content organization, and more attractive visual presentation. In addition, audience reach and engagement increased after applying structured strategies. The use of a content planner proved effective in guiding systematic and sustainable content publication. Overall, this program contributes to enhancing the effectiveness of digital marketing and strengthening the company's professional branding.

Keywords: Social Media, Digital Marketing, Content Planner, Audience Engagement, Content Visualization

Abstrak :

Penelitian ini membahas optimalisasi pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran digital pada Travellink Bali. Lingkup kajian berfokus pada peningkatan engagement audiens melalui pengelolaan konten yang terstruktur, penyusunan content planner, dan peningkatan kualitas visualisasi konten. Metode yang digunakan adalah pendekatan pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan terpadu berupa edukasi, pelatihan, dan pendampingan langsung secara offline. Tahapan pelaksanaan meliputi identifikasi masalah, pelatihan pengelolaan media sosial, penyusunan content planner berbasis Google Spreadsheet, pelatihan visualisasi konten, serta evaluasi dan monitoring secara berkala. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh program kerja terlaksana dengan capaian 100%. Program ini berhasil meningkatkan konsistensi unggahan, keteraturan perencanaan konten, serta kualitas visual yang lebih menarik. Selain itu, terjadi peningkatan jangkauan dan interaksi audiens setelah penerapan strategi yang terstruktur. Penggunaan content planner terbukti efektif dalam mendukung pengelolaan konten yang sistematis dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, program ini mampu meningkatkan efektivitas pemasaran digital serta memperkuat citra profesional perusahaan.

Kata Kunci: Media Sosial, Pemasaran Digital, Content Planner, Engagement Audiens, Visualisasi Konten

Copyright © 2026, Author

This is an open-access article under the [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



PENDAHULUAN

Di era digitalisasi yang berkembang pesat, teknologi informasi telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam dunia bisnis. Perkembangan teknologi digital membawa perubahan signifikan terhadap pola pemasaran dan interaksi antara pelaku usaha dan konsumen (Habibullah & Airawaty, 2024). Salah satu perubahan utama adalah pergeseran perilaku konsumen dari metode konvensional menuju platform digital. Kondisi ini mendorong pelaku bisnis untuk menerapkan strategi digital marketing guna tetap relevan dan kompetitif. Media sosial menjadi salah satu sarana utama yang digunakan karena mampu menjangkau audiens secara luas. Selain itu, media sosial memungkinkan komunikasi dua arah yang lebih interaktif antara bisnis dan konsumen. Namun, pemanfaatannya memerlukan strategi yang tepat agar tujuan pemasaran dapat tercapai secara optimal (Khaidarmansyah & Firdayanti, 2023).

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, serta membangun jaringan secara daring (Prasetya et al., 2024). Platform ini didukung oleh teknologi web dan aplikasi seluler yang memungkinkan komunikasi *real-time*. Keunggulan media sosial terletak pada jangkauan audiens yang luas dan kemudahan dalam menyampaikan informasi. Selain itu, media sosial juga memungkinkan analisis kinerja konten secara terukur (Ardani & Anwar, 2025). Hal ini menjadikan media sosial sebagai alat yang efektif dalam meningkatkan branding dan promosi. Banyak perusahaan memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk dan layanan mereka (Yanto et al., 2025). Oleh karena itu, penggunaan media sosial dalam pemasaran digital menjadi sangat penting bagi keberhasilan bisnis (Diniati et al., 2024).

Travellink Bali merupakan salah satu perusahaan di bidang pariwisata yang memanfaatkan platform digital dalam kegiatan pemasaran. Perusahaan ini menggunakan media sosial sebagai sarana promosi untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Namun, dalam praktiknya masih terdapat berbagai kendala dalam pengelolaan media sosial. Penggunaan platform seperti Instagram dan TikTok belum dilakukan secara optimal dan konsisten. Selain itu, belum terdapat penjadwalan konten yang terstruktur sebagai panduan publikasi. Visualisasi konten yang dihasilkan juga masih kurang menarik bagi audiens. Kondisi ini berdampak pada rendahnya jangkauan informasi dan tingkat keterlibatan audiens.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan perencanaan konten yang terstruktur melalui content planner. Content planner berfungsi sebagai panduan dalam menentukan jadwal, jenis, dan tema konten yang akan dipublikasikan. Dengan adanya perencanaan yang baik, pengelolaan media sosial dapat dilakukan secara lebih konsisten dan terarah. Selain itu, strategi ini dapat membantu meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dirancang untuk memberikan pendampingan dan pelatihan terkait pengelolaan media sosial. Program ini juga mencakup penyusunan content planner dan peningkatan kualitas visual konten. Dengan demikian, diharapkan efektivitas pemasaran digital dapat meningkat secara signifikan.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam meningkatkan engagement audiens pada Travellink Bali. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan meningkatkan efektivitas pengelolaan media sosial perusahaan. Selain itu, program ini memberikan pelatihan dalam penyusunan content planner berbasis Google Spreadsheet. Pendampingan juga dilakukan untuk meningkatkan kualitas visualisasi konten digital. Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi perusahaan, tetapi juga bagi mahasiswa yang terlibat. Mahasiswa memperoleh pengalaman praktis dalam dunia kerja, khususnya di bidang digital marketing. Selain itu, kemampuan analisis, komunikasi, dan kerja tim juga dapat berkembang melalui kegiatan ini.

Manfaat kegiatan ini dirasakan oleh berbagai pihak, yaitu mahasiswa, perusahaan, dan institusi pendidikan. Bagi mahasiswa, kegiatan ini memberikan pengalaman langsung serta meningkatkan keterampilan dalam pengelolaan media sosial. Mahasiswa juga dapat mengembangkan kemampuan desain konten yang sesuai dengan target pasar. Bagi perusahaan, kegiatan ini membantu meningkatkan efektivitas promosi digital secara lebih terencana. Selain itu, perusahaan memperoleh sistem content planner yang terstruktur dan berkelanjutan. Kualitas visual konten juga meningkat sehingga lebih menarik dan profesional. Bagi institusi, kegiatan ini memperkuat kerja sama dengan dunia industri. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan relevansi kurikulum dengan kebutuhan dunia kerja.

Berdasarkan analisis situasi, Travellink Bali telah memanfaatkan platform digital, namun belum optimal dalam penggunaannya. Permasalahan utama meliputi kurangnya konsistensi unggahan, tidak adanya jadwal konten yang terstruktur, serta visualisasi konten yang kurang menarik. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan meliputi pendampingan pengelolaan media sosial, penyusunan content planner, dan peningkatan kualitas visual konten. Program ini juga menargetkan peningkatan efektivitas media sosial serta engagement audiens. Selain itu, diharapkan terbentuk sistem pengelolaan konten yang berkelanjutan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap melalui beberapa minggu dengan agenda yang terstruktur. Dengan adanya program ini, diharapkan Travellink Bali mampu meningkatkan kinerja pemasaran digital secara optimal dan berkelanjutan.

METODOLOGI PENELITIAN

Program kerja utama dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada optimalisasi penggunaan media sosial dan penyusunan content planner pada Travellink Bali melalui empat kegiatan utama, yaitu pelatihan dan pendampingan pengelolaan media sosial, penyusunan *content planner* berbasis *Google Spreadsheet*, peningkatan kualitas visualisasi konten digital, serta evaluasi dan monitoring secara berkala. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan terpadu yang meliputi edukasi, pelatihan, dan pendampingan secara langsung (*offline*) agar mitra dapat memahami dan mengimplementasikan materi secara optimal. Tahapan pelaksanaan dimulai dari identifikasi masalah, pemberian edukasi strategi pengelolaan media sosial, hingga praktik langsung dalam mengelola akun secara konsisten dan profesional. Selanjutnya, mitra diberikan pelatihan untuk menyusun content planner sebagai panduan terstruktur dalam menentukan jadwal, jenis, dan tema konten agar publikasi lebih sistematis dan berkelanjutan. Pada tahap berikutnya, dilakukan pelatihan visualisasi konten digital yang mencakup pembuatan desain, penyusunan konsep, serta teknik penyajian konten yang menarik dan komunikatif sesuai target audiens. Evaluasi dan monitoring dilakukan secara berkala untuk mengukur keberhasilan program berdasarkan peningkatan konsistensi unggahan, kualitas konten, serta interaksi audiens. Hasil evaluasi tersebut kemudian digunakan sebagai dasar perbaikan dan pengembangan strategi pemasaran digital agar lebih efektif, terarah, dan berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Travellink Bali dilakukan secara bertahap melalui proses yang sistematis guna mencapai tujuan optimalisasi pemasaran digital. Tahapan dimulai dari identifikasi permasalahan, observasi kondisi media sosial mitra, hingga pelaksanaan pelatihan dan pendampingan terkait pengelolaan media sosial, penyusunan content planner, serta peningkatan kualitas visualisasi konten digital. Kegiatan dilanjutkan dengan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk memastikan implementasi berjalan sesuai dengan rencana. Pendekatan yang digunakan berupa edukasi, praktik langsung, serta diskusi

interaktif antara tim PKM dan mitra, sehingga dapat dipahami dan diterapkan secara optimal. Berikut ini disajikan dokumentasi pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan.



Gambar 1.
Tim Pengabdian memberikan arahan optimalisasi penggunaan media sosial (Instagram dan Tiktok)



Gambar 2.
Tim Pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan penyusunan content planner berbasis google spreadsheet



Gambar 3.
Tim Pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan optimalisasi visual konten digital



Gambar 4.
Tim Pengabdian melakukan monitoring secara berkala kepada tim Travellink Bali

Indikator keberhasilan kegiatan ditentukan berdasarkan beberapa tolok ukur, yaitu meningkatnya konsistensi unggahan konten pada media sosial, tersusunnya content planner berbasis Google Spreadsheet secara terstruktur, meningkatnya kualitas visual konten digital, serta adanya peningkatan jangkauan dan interaksi (*engagement*) audiens. Selain itu, keberhasilan juga diukur dari tingkat partisipasi mitra dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan serta kemampuan mitra dalam mengimplementasikan hasil pelatihan secara mandiri.

Berdasarkan hasil evaluasi, seluruh program kerja menunjukkan capaian sebesar 100%, yang mengindikasikan bahwa tujuan kegiatan telah tercapai dengan baik.

Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa tingkat kesulitan yang dihadapi, seperti perbedaan tingkat pemahaman awal mitra terhadap teknologi digital, keterbatasan pengalaman dalam desain konten, serta adaptasi terhadap konsistensi unggahan yang memerlukan komitmen berkelanjutan. Meskipun demikian, kendala tersebut dapat diatasi melalui pendampingan intensif dan komunikasi yang baik antara tim PKM dan mitra. Ke depan, kegiatan ini memiliki peluang pengembangan yang cukup besar, seperti penguatan strategi digital marketing berbasis data, penerapan iklan berbayar (*ads*), serta pengembangan kampanye konten yang lebih kreatif dan adaptif terhadap tren.

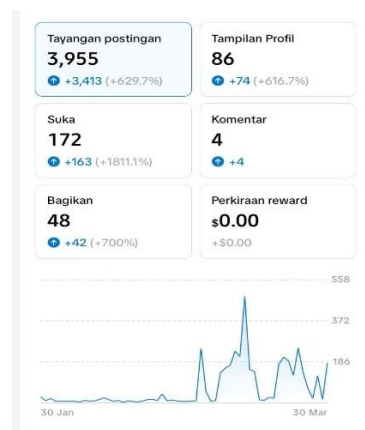
Seluruh program kerja yang dirancang dalam pengabdian kepada masyarakat di Travellink Bali berhasil dilaksanakan dengan capaian 100%. Ditunjukan pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Realisasi Ketercapaian Hasil

No	Program Kerja	Spesifikasi Kegiatan	Percentage Captain (%)
1	Optimalisasi penggunaan media sosial pada Travellink Bali	Pelatihan dan pendampingan tentang bagaimana cara mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram dan Tiktok melalui konsistensi unggahan serta pemanfaatan fitur media sosial untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi audiens.	100%
2	Optimalisasi Penyusunan Content Planner pada Travellink Bali	Pelatihan dan pendampingan penyusunan content planner berbasis Google Spreadsheet sebagai panduan dalam penjadwalan dan perencanaan konten secara terstruktur	100%
3	Optimalisasi visualisasi konten digital pada Travellink Bali	Pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan desain visual konten digital yang lebih menarik, variatif, komunikatif, serta sesuai dengan karakteristik target audiens perusahaan.	100%

No	Program Kerja	Spesifikasi Kegiatan	Percentage Captain (%)
4	Evaluasi dan Monitoring	Evaluasi dan monitoring diperlukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan	100%

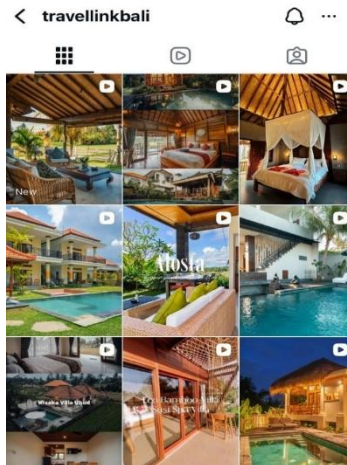
Berikut ini disajikan dokumentasi hasil dari optimalisasi penggunaan media sosial dan penyusunan content planner.



Gambar 5. Hasil insight peforma media sosial pada Travellink Bali

Content Planner Maret 2026									
No	Tanggal	Platform	Jenis	Tema	Deskripsi	Visual	Caption	Hashtag	Status
1	04/03/2026	Instagram Tiktok	Foto Villa	Eksterior Villa + Pool	Menampilkan tampilan villa dan private pool	Foto full angle villa	Need a place to escape from your daily routine? 🌿 A peaceful private pool, a cozy romantic bedroom, and an atmosphere that makes you want to stay longer. One night here might never be enough 🍷	#villabali #privatevilla #luxuryvilla #staycationbali	Done
2	08/03/2026	Instagram Tiktok	Video Villa	Villa Taman Jiwa	Menampilkan tampilan Villa Taman Jiwa untuk memperlihatkan fasilitas dan suasana villa.	Berbagai area villa dengan pengambilan gambar wide angle.	Find your calm in Bali 🌿 Perfect place to relax and recharge 🍷 Villa Taman Jiwa	#budvilla #hidengembali #bud #healtholiday #staycationbali	Done
3	09/03/2026	Instagram Tiktok	Video Villa	Eco Bamboo Villa Susi Spa Villa	Menampilkan fasilitas dan kenyamanan yang tersedia di Susi Spa Villa, termasuk suasana villa yang terang dan fasilitas spa yang dapat memberikan pengalaman relaksasi bagi wisatawan.	Berbagai area villa dengan pengambilan gambar wide angle	Book with us and enjoy free benefit 60 minutes free massage at Susi Spa Villa ☎ +6281353077575	#villabali #privatevilla #staycationbali	Done
	10/03/2026	Instagram Tiktok	Video Villa	Wisaka Villa Ubud	Menampilkan tampilan Wisaka Villa Ubud sebagai pilihan akomodasi yang nyaman bagi wisatawan yang	Berbagai area villa dengan pengambilan	Available for monthly rental 🍷 ☎ +6281353077575	#hidengembali #ubud	Done

Gambar 6. Hasil penyusunan content planner pada Travellink Bali



Gambar 7. Hasil konten Instagram pada Travellink Bali

Pengoptimalisasian penggunaan media sosial pada Travellink Bali telah berhasil ditingkatkan melalui pelatihan, pendampingan dan pemberian edukasi. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, berikut ini merupakan pencapaian program kerja:

1. Pelatihan dan pendampingan penggunaan media sosial pada Travellink Bali

Permasalahan yang dihadapi mitra adalah belum optimalnya penggunaan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, dalam meningkatkan jangkauan dan interaksi audiens. Aktivitas unggahan yang belum konsisten serta belum adanya strategi konten yang jelas menyebabkan media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana promosi. Melalui pelatihan dan pendampingan, mitra diberikan pemahaman mengenai pentingnya konsistensi unggahan, strategi konten, serta pemanfaatan fitur media sosial seperti reels dan video pendek. Penerapan strategi ini mampu meningkatkan efektivitas penggunaan media sosial, sehingga jangkauan audiens menjadi lebih luas dan interaksi terhadap konten mengalami peningkatan.

2. Pelatihan dan pendampingan penyusunan content planner pada Travellink Bali

Permasalahan yang dihadapi adalah belum adanya perencanaan konten yang terstruktur, sehingga kegiatan unggahan dilakukan secara tidak terjadwal dan kurang konsisten. Hal ini berdampak pada kurang maksimalnya penyampaian informasi kepada audiens. Solusi yang diberikan adalah penyusunan content planner berbasis Google Spreadsheet yang digunakan sebagai panduan dalam penjadwalan dan perencanaan konten. Dengan adanya content planner, mitra dapat mengatur jenis konten, waktu unggah, serta tema konten secara lebih sistematis. Hal ini membantu meningkatkan konsistensi dan efektivitas dalam pengelolaan media sosial.

3. Pelatihan dan pendampingan visualisasi konten digital pada Travellink Bali

Permasalahan yang dihadapi mitra adalah kualitas konten digital yang masih kurang menarik dan kurang variatif, baik dari segi visual maupun penyampaian pesan. Hal ini menyebabkan konten kurang mampu menarik perhatian audiens. Melalui pelatihan dan pendampingan, mitra diberikan pemahaman mengenai pembuatan konten yang menarik, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik target audiens. Konten yang dihasilkan menjadi

lebih variatif, informatif, dan memiliki daya tarik visual yang lebih baik. Hal ini berdampak pada meningkatnya engagement audiens terhadap konten yang dipublikasikan.

Melalui program ini, dilakukan evaluasi dan monitoring secara berkala untuk mengukur efektivitas penggunaan media sosial serta penerapan content planner. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan dan pengembangan strategi ke depan. Dengan adanya evaluasi yang rutin, mitra dapat terus meningkatkan kualitas pengelolaan media sosial secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan program pengabdian masyarakat pada Travellink Bali, seluruh kegiatan yang meliputi optimalisasi penggunaan media sosial, penyusunan content planner, dan peningkatan visualisasi konten digital telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap pengelolaan pemasaran digital perusahaan. Melalui pelatihan dan pendampingan, mitra memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi pengelolaan Instagram dan TikTok, pentingnya konsistensi unggahan, serta teknik penyajian konten yang menarik dan komunikatif. Penerapan content planner berbasis Google Spreadsheet terbukti membantu dalam mengatur jadwal unggahan secara lebih sistematis dan terarah. Selain itu, peningkatan kualitas visualisasi konten mampu memperkuat identitas perusahaan dan meningkatkan daya tarik audiens. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan efektivitas promosi digital, memperluas jangkauan audiens, serta mendukung pengembangan citra perusahaan secara profesional. Adapun saran yang dapat diberikan adalah perlunya pengembangan program lanjutan berupa pendampingan strategi promosi berbayar seperti Instagram Ads dan TikTok Ads agar jangkauan lebih optimal. Selain itu, perlu dilakukan pendalaman strategi konten berbasis data melalui analisis insight audiens serta pengembangan kampanye konten musiman agar pemasaran digital menjadi lebih adaptif, relevan, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, F. N., & Anwar, M. (2025). Optimalisasi media sosial sebagai media edukasi dan promosi webinar online di PT. Naruna Karya Bersama. *Al Khidma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 377-389.
- Diniati, A., Sutarjo, M. A. S., & Primasari, I. (2024). Pelatihan pengelolaan konten media sosial pada UMKM sebagai strategi komunikasi pemasaran di era digital. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 36-43.
- Habibullah, H., & Airawaty, D. (2024). Optimalisasi media sosial untuk meningkatkan pemasaran UMKM di era digital. *Jurnal Pelayanan Masyarakat*, 1(4), 178-185.
- Khaidarmansyah, K., & Firdayanti, A. (2023). Optimalisasi penggunaan media sosial dalam peningkatan penjualan UMKM Chio Snack Keripik Lumer di Desa Trimulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 128-133.
- Prasetya, A. D., Utama, A. H., & Mastur, M. (2024). Pemanfaatan media sosial sebagai penyajian konten pembelajaran digital: study literature review. *Jurnal Riset dan Inovasi Pembelajaran*, 4(2), 1004-1017.
- Yanto, H., Pertiwi, M. I., Prasetyo, B., & Baroroh, N. (2025). Optimalisasi Pengelolaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Interaksi: Pendekatan Seminar Edukatif. *Surya Abdimas*, 9(1), 150-158.