

PENGEMBANGAN FASILITAS DAN PROMOSI HUTAN KOTA MANGROVE MARGOMULYO MELALUI TEKNOLOGI DIGITAL

Vika Fitratunnany Insanittaqwa¹, Dwi Nur Amalia¹, Dhio Anugrah Prakasa Putro², Rina Ambar Sari³, Angelina Soraya Intan Firdaus³, Anggi Virnanda¹, Raihan Abdul Azis Ahyani¹, Gilang Setiawan¹, Frieza Sadira², Putri Ade Amelia⁴, Shem⁴

¹Prodi Sistem Informasi, Institut Teknologi Kalimantan, Kota

Balikpapan ²Prodi Informatika, Institut Teknologi Kalimantan, Kota

Balikpapan ³Prodi Matematika, Institut Teknologi Kalimantan, Kota

Balikpapan ⁴Prodi Bisnis Digital, Institut Teknologi Kalimantan, Kota

Balikpapan

*E-mail: vika.fitra@lecturer.itk.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah cara promosi pariwisata, menjadikan platform seperti Instagram dan situs web sebagai media utama untuk menarik wisatawan. Hutan Kota Mangrove Margomulyo di Balikpapan memiliki potensi besar sebagai destinasi ekowisata, namun belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital dalam promosi. Selain itu, kawasan ini menghadapi kendala berupa kurangnya fasilitas pendukung seperti peta jalan dan sarana kebersihan, yang mengurangi kenyamanan wisatawan. Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini menerapkan strategi berbasis digital melalui pengembangan website wisata yang responsif dan informatif, serta pengelolaan akun Instagram dengan konten kreatif mengenai keindahan, aktivitas wisata, dan produk mangrove. Program ini menghasilkan Website Wisata Mangrove Margomulyo dan akun Instagram yang dikelola secara berkelanjutan sebagai sarana promosi digital. Berdasarkan hasil kuesioner, kegiatan ini berdampak positif, ditunjukkan dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat mengenai status kawasan sebagai area konservasi (naik dari 25% menjadi 70%), adanya kegiatan penanaman bibit mangrove (naik dari 8,3% menjadi 43,9%), serta bertambahnya kunjungan lokasi wisata ini (naik dari 25% menjadi 60%). Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi promosi digital dan penyediaan fasilitas pendukung mampu memperkuat pengembangan ekowisata berkelanjutan di Mangrove Margomulyo.

Kata kunci: Hutan Kota Mangrove Margomulyo, Instagram, Media Sosial, Promosi Digital, Website

Abstract

The rapid development of digital technology has transformed tourism promotion, with platforms such as Instagram and websites becoming the main media to attract visitors. Margomulyo Mangrove City Forest in Balikpapan has great potential as an ecotourism destination, but it has not fully utilized digital promotion. The area also faces challenges such as the lack of supporting facilities, including trail maps and cleanliness infrastructure, which reduce visitor comfort. To address these issues, this community service program applied a digital-based strategy by developing a responsive and informative tourism website and managing an Instagram account with creative content highlighting natural beauty, tourism activities, and mangrove-based products. The program successfully produced the Margomulyo Mangrove Tourism Website and an actively managed Instagram account as digital promotion tools. Questionnaire results show positive impacts, indicated by increased public knowledge of the area's conservation status (an increase from 25% to 70%), awareness of mangrove seedling planting activities (an increase from 8,3% to 43,9%), and growing number in visitation (an increase from 25% to 60%). These findings demonstrate that the combination of digital promotion and provision of supporting facilities can strengthen sustainable mangrove ecotourism development in Margomulyo.

Keywords: Digital Promotion, Instagram, Margomulyo Mangrove Urban Forest, Social Media, Website

1. Pendahuluan

Hutan Kota Mangrove Margomulyo, yang berlokasi di Jl. AMD Gg. 4 No. RT 42, Margomulyo, Kecamatan Balikpapan Barat, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur, merupakan salah satu kawasan ekowisata konservasi yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Kawasan ini menawarkan keindahan alam yang memukau, menjadi rumah bagi berbagai flora dan fauna seperti bekantan, burung kuntul, kepiting bakau, dan ikan tembakul (KaltimExpose, 2024). Selain itu, buah mangrove di kawasan ini dapat diolah menjadi produk bernilai ekonomi seperti dodol, bolu, dan sirup, yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Potensi ini menjadikan Hutan Kota Mangrove Margomulyo tidak hanya sebagai destinasi wisata alam yang menarik tetapi juga sebagai pusat edukasi ekologi dan pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal.

Namun, pengelolaan kawasan ini masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pemanfaatan potensinya secara optimal. Salah satu isu utama adalah kurangnya fasilitas pendukung seperti peta jalan dan plang penunjuk arah yang jelas, yang membuat pengalaman pengunjung menjadi kurang nyaman. Di sisi lain, promosi kawasan ini melalui media digital masih sangat minim, sehingga informasi tentang kegiatan seperti penanaman mangrove dan pemanfaatan hasil olahan mangrove kurang tersampaikan kepada masyarakat luas. Keterbatasan bibit pohon mangrove untuk program penanaman kembali juga menjadi kendala besar dalam mendukung upaya pelestarian lingkungan dan pengelolaan ekosistem secara berkelanjutan (Anggraini et al., 2024).

Beberapa solusi strategis dirancang untuk mengatasi beberapa permasalahan tersebut, termasuk pemanfaatan teknologi digital untuk promosi kawasan ini. Penggunaan media sosial seperti Instagram akan mempermudah penyampaian informasi mengenai keindahan dan potensi Hutan Kota Mangrove Margomulyo kepada audiens yang lebih luas (Mony et al., 2024). Selain itu, pengembangan website khusus akan menyediakan informasi lengkap tentang kawasan ini, termasuk profil ekosistem, layanan wisata seperti penyewaan perahu, dan program edukasi lingkungan seperti penanaman mangrove. Dengan mengintegrasikan strategi digitalisasi dan pengembangan fasilitas fisik seperti peta jalan, Hutan Kota Mangrove Margomulyo diharapkan dapat berkembang menjadi destinasi ekowisata unggulan yang memberikan manfaat ekologis, sosial, dan ekonomi bagi masyarakat setempat (Qurniati et al., 2024).

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Sumber: Penulis, 2025

2.1 Identifikasi Masalah dan Studi Literatur

Kegiatan dimulai ketika tim pengabdian masyarakat melakukan survei awal pada lokasi untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada. Survei ini dilakukan untuk mengumpulkan data awal mengenai kondisi geografis, sosial, dan lingkungan sebagai dasar dalam perumusan program kerja. Melalui hasil pengamatan langsung di lapangan, informasi mengenai kebutuhan dan potensi mitra berhasil dihimpun guna mendukung tahap perencanaan selanjutnya. Selain itu, juga dilakukan wawancara pada pengelola Hutan Kota Mangrove Margomulyo untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat mengenai informasi yang digali. Proses ini bertujuan untuk menggali permasalahan nyata

yang terjadi di lapangan, baik dalam aspek lingkungan, fasilitas, maupun sosialisasi kepada masyarakat umum.

Setelah masalah berhasil diidentifikasi, dilakukan studi literatur untuk mendapat landasan teori dalam merumuskan solusi. Proses ini dilakukan dengan mengkaji berbagai referensi, baik berupa buku, artikel ilmiah, maupun sumber daring terkait pengelolaan ekowisata, promosi pariwisata berbasis digital, dan penyediaan fasilitas wisata. Tujuan dari studi literatur ini adalah untuk memperoleh landasan teoritis yang kuat serta melihat kasus yang dapat dijadikan acuan dalam merancang solusi yang terbaik untuk permasalahan yang telah diidentifikasi.

2.2 Penyebaran Kuesioner Awal

Sebagai bagian dari tahap identifikasi kondisi awal, tim pengabdian menyebarkan kuesioner sederhana kepada masyarakat dan calon wisatawan untuk menggali tingkat pengetahuan serta pengalaman mereka terkait Hutan Kota Mangrove Margomulyo. Kuesioner ini berisi pertanyaan mengenai sumber informasi yang mereka peroleh, khususnya apakah sudah mengetahui kawasan tersebut melalui media sosial, serta pemahaman tentang status kawasan sebagai area konservasi dan adanya kegiatan penanaman bibit mangrove. Selain itu, kuesioner juga menanyakan pengalaman langsung responden, yakni apakah mereka pernah mengunjungi lokasi tersebut. Hasil dari kuesioner awal ini digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi promosi digital yang lebih tepat sasaran, sekaligus mengukur perubahan pengetahuan dan minat setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan.

2.3 Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui pembagian tiga tim kerja utama yang masing-masing memiliki fokus berbeda sesuai kebutuhan mitra dan hasil identifikasi masalah. Pembagian tim ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap aspek utama, baik dari sisi promosi digital maupun perbaikan fasilitas di lapangan, dapat ditangani secara lebih terarah dan efektif.

Tim Website bertanggung jawab dalam mengembangkan media promosi berbasis digital berupa situs web resmi Hutan Kota Mangrove Margomulyo. Tahapan pekerjaan meliputi perancangan struktur informasi, penulisan konten yang relevan, hingga desain tampilan agar responsif dan mudah diakses melalui perangkat mobile. Selain itu, tim ini juga mengelola proses hosting sehingga website dapat diakses secara publik, serta menambahkan fitur-fitur penting seperti informasi lokasi, rute, fasilitas, dan aktivitas wisata. Tim Fasilitas fokus pada penyediaan sarana pendukung wisata di area Hutan Kota Mangrove Margomulyo. Tim ini membuat peta jalan sederhana yang dipasang di lokasi strategis untuk membantu pengunjung menavigasi jalur wisata. Selain itu, tim juga melakukan instalasi tong sampah di beberapa titik rawan sampah guna meningkatkan kenyamanan dan kebersihan kawasan wisata. Upaya ini diharapkan dapat mendukung pengelolaan ekowisata yang lebih ramah lingkungan sekaligus meningkatkan kepuasan pengunjung.

Tim Instagram berperan dalam membuat dan mengelola akun resmi Instagram sebagai kanal promosi utama di media sosial. Tim ini menyusun strategi konten yang menampilkan keindahan alam, aktivitas penanaman mangrove, serta produk olahan lokal yang dihasilkan masyarakat sekitar. Konten diproduksi dalam bentuk foto, video pendek, dan infografis yang disesuaikan dengan tren media sosial agar lebih menarik perhatian audiens. Selain itu, tim juga berinteraksi dengan pengguna melalui komentar dan pesan langsung, sehingga terbangun hubungan yang lebih dekat antara pengelola wisata dan calon wisatawan.

Melalui sinergi ketiga tim tersebut, pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya berfokus pada pengembangan promosi digital, tetapi juga menyentuh aspek pengelolaan fasilitas di lapangan. Dengan demikian, tujuan untuk meningkatkan

citra, kenyamanan, serta visibilitas Hutan Kota Mangrove Margomulyo dapat dicapai secara lebih menyeluruh.

2.4 Penyebaran Kuesioner Akhir

Sebagai langkah evaluasi, tim pengabdian menyebarkan kembali kuesioner dengan pertanyaan yang sama seperti pada tahap awal, mencakup aspek pengetahuan masyarakat mengenai Hutan Kota Mangrove Margomulyo, statusnya sebagai kawasan konservasi, kegiatan penanaman bibit mangrove, serta pengalaman berkunjung ke lokasi. Penyebaran kuesioner akhir ini bertujuan untuk mengukur perubahan tingkat pengetahuan dan minat masyarakat setelah pelaksanaan program pengabdian, sekaligus menilai efektivitas strategi promosi digital dan perbaikan fasilitas yang telah dilakukan.

2.5 Evaluasi Kegiatan

Tahap evaluasi program dilakukan setelah seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat selesai dilaksanakan. Evaluasi ini dirancang untuk menilai sejauh mana tujuan kegiatan tercapai, terutama dalam meningkatkan pengetahuan, kesadaran, serta minat masyarakat terhadap Hutan Kota Mangrove Margomulyo. Evaluasi dilakukan dengan meninjau efektivitas strategi yang diterapkan, baik dari sisi promosi digital (website dan Instagram) maupun penambahan fasilitas fisik di lokasi. Hasil evaluasi ini diharapkan dapat menjadi dasar refleksi keberhasilan program dan memberikan rekomendasi tindak lanjut bagi pengelolaan kawasan di masa depan.

3. Hasil dan Pembahasan

Penjelasan mengenai hasil dari masing-masing langkah kegiatan dan pembahasannya adalah sebagai berikut.

3.1 Identifikasi Masalah dan Studi Literatur

Tahap awal kegiatan dimulai dengan melakukan identifikasi masalah melalui observasi lapangan dan wawancara dengan pengelola kawasan, yaitu Ibu Ima Septiani sebagai perwakilan Kelompok Masyarakat Pengawas (Pokmaswas) dari Dinas Lingkungan Hidup (DLH) pada Hutan Kota Mangrove Margomulyo. Ditemukan bahwa Hutan Kota Mangrove Margomulyo menghadapi kendala utama berupa kurangnya fasilitas pendukung wisata, khususnya peta jalan dan sarana kebersihan, serta minimnya promosi berbasis digital.

Untuk memperkuat pemahaman, tim juga melakukan studi literatur terkait strategi promosi pariwisata digital dan pengelolaan ekowisata mangrove. Pemanfaatan media digital, khususnya situs web dan media sosial seperti Instagram, terbukti efektif dalam meningkatkan promosi destinasi wisata karena mampu menjangkau audiens yang lebih luas, interaktif, dan berbiaya rendah dibandingkan promosi konvensional (Purnomo et al., 2024). Selain itu, terdapat penekanan pada pentingnya penyediaan informasi yang lengkap, mulai dari peta lokasi, fasilitas, hingga edukasi tentang konservasi, guna meningkatkan kenyamanan dan kesadaran wisatawan. Dalam penelitian oleh Nurrani et al. (2024), disebutkan bahwa penyediaan fasilitas seperti peta jalan, papan informasi, dan fasilitas kebersihan sangat penting dalam pengelolaan ekowisata hutan mangrove. Fasilitas-fasilitas ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan wisatawan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana edukasi lingkungan, khususnya dalam konteks kawasan konservasi mangrove.

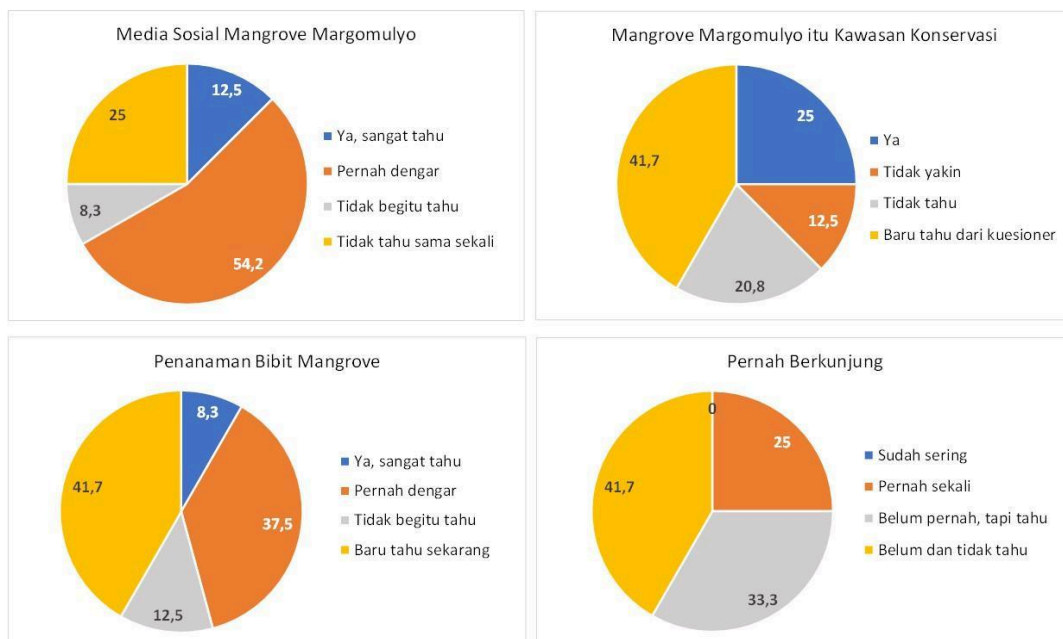
Dengan demikian, penguatan promosi berbasis digital melalui pengembangan website dan konten kreatif di Instagram, serta pengembangan beberapa fasilitas pada lokasi, digunakan sebagai strategi untuk menjawab kurangnya fasilitas informasi serta minimnya upaya promosi yang selama ini menjadi kendala utama kawasan tersebut.

3.2 Penyebaran Kuesioner Awal

Setelah identifikasi masalah dan studi literatur, tim menyebarkan kuesioner awal kepada masyarakat dan calon pengunjung untuk mengetahui tingkat pengetahuan mereka tentang Hutan Kota Mangrove Margomulyo. Penyebaran ini dilakukan pada kegiatan sosialisasi program pengabdian masyarakat yang dilakukan pada tanggal 8 Maret 2025 di aula Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 8 Balikpapan yang dihadiri oleh perwakilan warga, pemuda setempat, dan pihak sekolah. Daftar pertanyaan kuesioner awal dan hasil persentase jawabannya dari 24 responden dapat dilihat pada Tabel 1. Grafik hasil kuesioner dapat dilihat pada Gambar 2.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Kuesioner Awal dan Persentase Jawaban
Sumber: Penulis, 2025

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban (% jawaban)
1	Apakah Anda mengetahui kawasan Mangrove Margomulyo dari media sosial?	A. Ya, sangat tahu (12,5%) B. Pernah dengar (54,2%) C. Tidak begitu tahu (8,3%) D. Tidak tahu sama sekali (25%)
2	Apakah Anda tahu bahwa Mangrove Margomulyo merupakan kawasan konservasi?	A. Ya (25%) B. Tidak yakin (12,5%) C. Tidak tahu (20,8%) D. Baru tahu dari kuesioner (41,7%)
3	Apakah Anda tahu bahwa di Mangrove Margomulyo ada kegiatan penanaman bibit mangrove?	A. Ya, sangat tahu (8,3%) B. Pernah Dengar (37,5%) C. Tidak begitu tahu (12,5%) D. Baru tahu sekarang (41,7%)
4	Apakah Anda pernah mengunjungi Mangrove Margomulyo?	A. Sudah sering (0%) B. Pernah sekali (25%) C. Belum pernah, tapi tahu (33,3%) D. Belum dan tidak tahu (41,7%)



Gambar 2. Pie Chart Kuesioner Awal
Sumber: Penulis, 2025

Tabel 1 dan Gambar 2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden sudah memiliki sedikit pengetahuan mengenai Hutan Kota Mangrove Margomulyo, namun belum mendalam. Pada pertanyaan mengenai sumber informasi dari media sosial, hanya 12,5% responden yang menyatakan sangat tahu, sementara mayoritas (54,2%) hanya pernah mendengar. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan kawasan ini di media sosial belum begitu menonjol atau belum dikelola secara optimal.

Pemahaman responden mengenai status kawasan sebagai area konservasi juga relatif rendah. Hanya 25% responden yang mengetahui dengan jelas, sedangkan 41,7% baru mengetahui setelah membaca kuesioner. Kondisi ini menandakan bahwa fungsi konservasi mangrove belum tersosialisasi dengan baik kepada masyarakat luas.

Begitu pula dengan informasi mengenai kegiatan penanaman bibit mangrove, di mana hanya 8,3% responden yang benar-benar mengetahui, sedangkan 41,7% baru mengetahuinya dari kuesioner. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan konservasi yang bernilai edukatif dan promotif belum terdokumentasi maupun dipublikasikan secara maksimal.

Terkait pengalaman berkunjung, data menunjukkan bahwa 25% responden pernah sekali mengunjungi lokasi, tetapi tidak ada yang menyatakan sudah sering berkunjung. Sebagian besar (75%) belum pernah datang, bahkan 41,7% sama sekali tidak mengetahui keberadaan lokasi ini. Temuan ini memperkuat indikasi bahwa promosi kawasan masih sangat terbatas, baik secara digital maupun konvensional, serta fasilitas informasi di lokasi belum mampu menarik minat kunjungan secara berulang.

Secara keseluruhan, kuesioner awal memperlihatkan adanya kebutuhan mendesak untuk memperkuat promosi digital melalui website dan media sosial, sekaligus menyediakan fasilitas informasi yang memadai di lokasi wisata. Dengan strategi ini, diharapkan tingkat pengetahuan masyarakat akan meningkat dan pada akhirnya dapat mendorong minat berkunjung ke Hutan Kota Mangrove Margomulyo.

3.3 Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Tim Website mengembangkan website Hutan Kota Mangrove Margomulyo selama sembilan hari, yaitu pada 4–12 Juni 2025, menggunakan Laravel 10 dengan integrasi Filament sebagai CMS dan Tailwind Vite untuk tampilan yang responsif. Platform ini memuat informasi tentang profil kawasan, keanekaragaman hayati, aktivitas wisata, serta nilai ekologis dan edukatif yang dimiliki. Selain itu, tersedia fitur promosi produk olahan mangrove buatan masyarakat, layanan penyewaan perahu, dan informasi ajakan penanaman pohon mangrove. Website ini telah dihosting dan dapat diakses melalui domain mangrovemargomulyo.com.

Tim Fasilitas membuat peta kawasan lokasi sebagai media informasi dan edukasi bagi pengunjung. Pembuatan peta dilakukan sejak 22 Maret hingga 11 Juni 2025, diawali dengan survei lapangan dan wawancara bersama penjaga kawasan guna mengidentifikasi jalur tracking, titik penanaman, fasilitas umum, serta area edukatif. Data spasial yang diperoleh kemudian diolah menggunakan perangkat lunak ArcMap 10.3 untuk menghasilkan peta dengan tingkat akurasi yang tinggi. Peta yang dihasilkan mencakup elemen-elemen penting seperti jalur masuk-keluar, jembatan kayu, pos pengamatan, titik kebersihan, dan area promosi produk lokal. Setelah melalui proses validasi bersama pihak pengelola, peta disajikan dalam tiga format, yakni digital (JPG dan PDF) serta versi cetak berbahan banner yang dipasang di lokasi strategis. Kehadiran peta ini diharapkan mampu meningkatkan kenyamanan kunjungan, memperkuat aspek edukasi, dan menunjang promosi kawasan konservasi secara lebih efektif.

Selain itu, Tim Fasilitas juga melakukan instalasi pemasangan tong sampah di beberapa titik pada Sabtu, 26 April 2025. Kegiatan ini dirancang untuk mendukung terciptanya ruang wisata yang bersih, nyaman, dan ramah lingkungan, sekaligus memperkuat kesadaran ekologis di kalangan pengunjung. Tong sampah dibuat menggunakan bahan sederhana seperti ember, cat kuning mencolok, amplas, kuas, dan

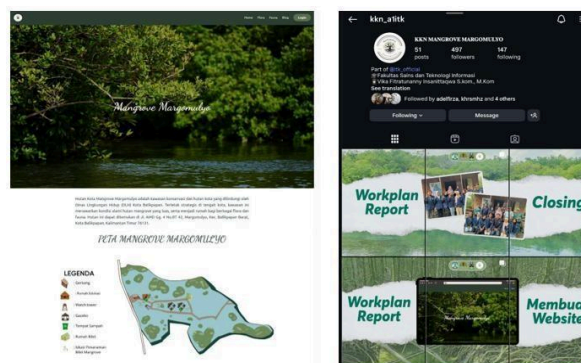
tali tambang untuk pemasangan di titik strategis. Tidak hanya berfungsi sebagai sarana kebersihan, program ini juga diharapkan menjadi instrumen edukatif dalam membangun budaya sadar lingkungan, sejalan dengan visi pengembangan kawasan mangrove sebagai destinasi ekowisata yang berkelanjutan. Hasil pembuatan peta dan tong sampah ini dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Peta Kawasan Lokasi dan Pemasangan Tong Sampah

Sumber: Penulis, 2025

Tim Instagram telah membuat akun dan mengelola konten dari akun sosial media Hutan Kota Mangrove Margomulyo untuk menunjukkan keberadaan lokasi ini di dunia internet sekaligus untuk menarik minat calon wisatawan yang berpotensi datang, serta memberikan edukasi pada pengunjung tentang tempat wisata ini. Salah satu konten yang telah diterbitkan adalah kampanye digital kreatif melalui Instagram dengan menonjolkan olahan makanan berbahan dasar buah mangrove dari Hutan Kota Mangrove Margomulyo. Inisiatif ini tidak hanya bertujuan memperluas jangkauan informasi, tetapi juga memperkenalkan alternatif pangan yang inovatif dan ramah lingkungan. Dengan memadukan elemen visual, edukasi, dan narasi pelestarian, konten yang dipublikasikan menggambarkan nilai gizi dan manfaat ekologis dari produk seperti bolu, puding, dan minuman berbasis buah mangrove. Melalui pendekatan ini, program promosi digital diharapkan mampu membangkitkan kesadaran publik sekaligus menginspirasi pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Akun instagram ini dapat diakses dengan username @kkn_a1itk. Tampilan website dan instagram dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Tampilan Website dan Instagram Hutan Kota Mangrove Margomulyo

Sumber: Penulis, 2025

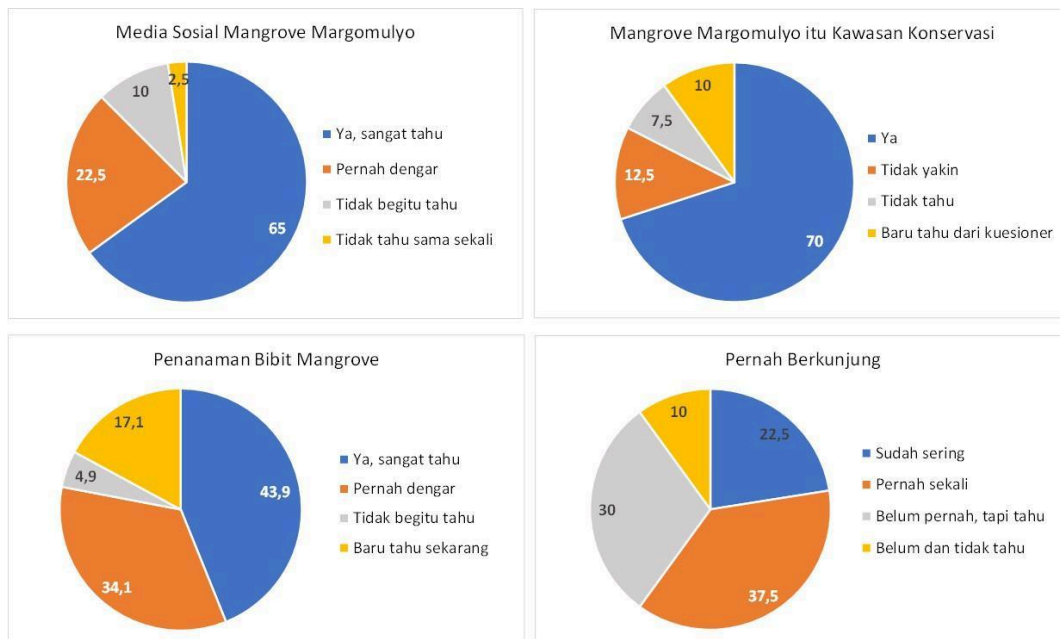
3.4 Penyebaran Kuesioner Akhir

Setelah seluruh program dijalankan, tim kembali menyebarkan kuesioner akhir dengan pertanyaan yang sama seperti pada tahap awal. Tujuannya adalah untuk mengukur perubahan tingkat pengetahuan, kesadaran, dan minat masyarakat setelah intervensi

dilakukan. Kuesioner akhir ini disebar pada kegiatan penutupan program pengabdian masyarakat di lokasi pada tanggal 14 Juni 2025. Selain pengisian kuesioner, kegiatan ini dirancang sebagai ruang pelaporan capaian program kerja, refleksi kegiatan, serta wujud apresiasi terhadap seluruh pihak yang terlibat. Sebanyak 40 responden telah mengisi kuesioner akhir ini. Hasil kuesioner akhir ini dapat dilihat pada Tabel 2. Grafik hasil kuesioner akhir odapat dilihat pada Gambar 5.

Tabel 2. Daftar Pertanyaan Kuesioner Akhir dan Persentase Jawaban
Sumber: Penulis, 2025

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban (% jawaban)
1	Apakah Anda mengetahui kawasan Mangrove Margomulyo dari media sosial?	A. Ya, sangat tahu (65%) B. Pernah dengar (22,5%) C. Tidak begitu tahu (10%) D. Tidak tahu sama sekali (2,5%)
2	Apakah Anda tahu bahwa Mangrove Margomulyo merupakan kawasan konservasi?	A. Ya (70%) B. Tidak yakin (12,5%) C. Tidak tahu (7,5%) D. Baru tahu dari kuesioner (10%)
3	Apakah Anda tahu bahwa di Mangrove Margomulyo ada kegiatan penanaman bibit mangrove?	A. Ya, sangat tahu (43,9%) B. Pernah Dengar (34,1%) C. Tidak begitu tahu (4,9%) D. Baru tahu sekarang (17,1%)
4	Apakah Anda pernah mengunjungi Mangrove Margomulyo?	A. Sudah sering (22,5%) B. Pernah sekali (37,5%) C. Belum pernah, tapi tahu (30%) D. Belum dan tidak tahu (10%)



Gambar 5. Pie Chart Kuesioner Akhir
Sumber: Penulis, 2025

Hasil kuesioner akhir yang ditunjukkan pada Tabel 2 dan Gambar 5 memperlihatkan adanya peningkatan signifikan pada tingkat pengetahuan dan keterlibatan masyarakat setelah program pengabdian dilaksanakan. Jika dibandingkan dengan kuesioner awal,

jumlah responden yang mengetahui kawasan Mangrove Margomulyo dari media sosial meningkat dari hanya 12,5% menjadi 65%, sekaligus menurunkan persentase yang sama sekali tidak tahu dari 25% menjadi hanya 2,5%. Pengetahuan responden bahwa kawasan ini merupakan area konservasi juga naik dari 25% menjadi 70%, menunjukkan efektivitas strategi promosi digital dan penyediaan informasi.

Demikian pula, kesadaran mengenai adanya kegiatan penanaman bibit mangrove mengalami lonjakan, dari 8,3% responden yang sangat tahu pada kuesioner awal menjadi 43,9% pada kuesioner akhir. Angka ini memperlihatkan bahwa publikasi digital dan informasi di lapangan berhasil menyampaikan pesan edukatif terkait konservasi. Dari sisi kunjungan, terjadi peningkatan nyata: sebelumnya tidak ada responden yang menyatakan sering berkunjung, kini 22,5% menyatakan sudah sering, dan 37,5% pernah sekali. Jumlah responden yang sama sekali tidak tahu atau belum pernah berkunjung juga turun drastis dari 41,7% menjadi 10%. Dari sisi total responden yang sudah melakukan kunjungan, terjadi kenaikan dari 25% menjadi 60% di akhir kegiatan.

Secara keseluruhan, perbandingan hasil kuesioner awal dan akhir membuktikan bahwa intervensi melalui pengembangan website, pengelolaan akun Instagram, serta penyediaan fasilitas pendukung di lokasi berhasil meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan partisipasi masyarakat terhadap Hutan Kota Mangrove Margomulyo.

3.5 Evaluasi Kegiatan

Berdasarkan hasil analisis kuesioner, program pengabdian masyarakat terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap Hutan Kota Mangrove Margomulyo. Peningkatan signifikan terlihat pada tingkat pengetahuan tentang status kawasan sebagai area konservasi dan kegiatan penanaman bibit mangrove, serta bertambahnya jumlah masyarakat yang mengenal dan mengunjungi lokasi melalui media sosial. Dari sisi fasilitas, penyediaan peta jalan dan tong sampah dinilai mendukung kenyamanan wisatawan.

Meskipun demikian, evaluasi juga menunjukkan beberapa catatan penting. Keberlanjutan pengelolaan website dan Instagram memerlukan komitmen pengelola kawasan agar konten terus diperbarui dan tetap menarik. Selain itu, masih dibutuhkan upaya tambahan dalam menyediakan sarana edukasi lingkungan di lokasi, misalnya papan informasi tentang jenis-jenis mangrove dan manfaatnya. Secara keseluruhan, evaluasi ini menegaskan bahwa program berhasil mencapai tujuan jangka pendek, dan memberikan dasar bagi tindak lanjut strategis menuju pengelolaan ekowisata mangrove yang lebih berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Hutan Kota Mangrove Margomulyo, Balikpapan, telah berhasil menjawab permasalahan utama berupa kurangnya fasilitas pendukung wisata dan minimnya promosi digital. Melalui pengembangan website wisata yang responsif dan informatif, pengelolaan akun Instagram dengan konten kreatif, serta penyediaan fasilitas fisik berupa peta jalan dan tong sampah, program ini mampu meningkatkan visibilitas, kenyamanan, serta kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konservasi mangrove.

Berdasarkan hasil perbandingan kuesioner awal dan akhir, terjadi peningkatan signifikan pada pengetahuan masyarakat mengenai kawasan mangrove sebagai area konservasi, kegiatan penanaman bibit, serta minat untuk berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi berbasis teknologi digital yang dipadukan dengan penyediaan fasilitas fisik di lokasi terbukti efektif dalam mendukung pengembangan ekowisata berkelanjutan.

Selain capaian positif tersebut, evaluasi program juga menegaskan perlunya tindak lanjut, khususnya dalam menjaga keberlanjutan pengelolaan media digital dan menambah sarana edukasi lingkungan di lokasi wisata. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek, tetapi juga membuka

peluang untuk pengembangan kawasan ekowisata mangrove yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan di masa mendatang.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Teknologi Kalimantan (ITK) yang telah mendukung dan mendanai kegiatan ini. Apresiasi yang tinggi juga disampaikan kepada tim mahasiswa yang telah berkontribusi aktif dalam setiap tahap pelaksanaan pengabdian masyarakat. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada mitra, khususnya Ibu Ima Septiani selaku perwakilan Pokmaswas, atas kerjasama dan dukungan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Anggraini, R., Putra, E. Y., Sudhartio, L., Setyawan, A., Nainggolan, F., Rohani, S., ... Putra, H. E. (2024). Strategi peningkatan jumlah pengunjung desa wisata Kampung Tua Bakau Serip Mangrove Pandang Tak Jemu. *Room of Civil Society Development*, 3(3), 120–126. <https://doi.org/10.59110/rcsd.357>
- KaltimExpose. (2024, September) Hutan Mangrove Margomulyo: Pesona wisata alam dan konservasi di tengah kota Balikpapan. Diakses pada Desember 6, 2024, dari <https://kaltimexpose.com/hutan-mangrove-margomulyo-pesona-wisata-alam-dan-konservasi-di-tengah-kota-balikpapan/>
- Mony, R., & Prasetyo, H. (2024). Pengaruh daya tarik wisata, media sosial dan nilai terhadap minat berkunjung ke desa wisata hutan mangrove Kulon Progo Yogyakarta. *Deleted Journal*, 2(1), 51–79. <https://doi.org/10.61476/spvsg605>
- Nurrani, M., Rizqi, I., & Wibowo, A. A. (2024). Analisis Spasial Dan Pengelolaan Ekowisata Hutan Mangrove Di Desa Pasarbanggi Kabupaten Rembang (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Purnomo, W. S., & Salahuddin, M. (2024). The Effectiveness Of Social Media (Facebook And Instagram) In The Promotion Of Bukit Anak Dara Sembalun Tourism, East Lombok. *Jurnal Ekonomi*, 13(01), 71-77.
- Qurniati, R., Heryandi, Duryat, Tsani, M. K., & Hartati, F. (2022). Pengembangan ekowisata mangrove berbasis masyarakat lokal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2). <https://ejurnal.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/J-ABDIPAMAS/article/viewFile/2065/pdf>