

## PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PARIWISATA DIGITAL UNTUK DESTINASI LOKAL

Elkin Rilvani<sup>1</sup>, Ikhsan Romli<sup>2</sup>, Arif Siswandi<sup>3</sup>, Ermanto<sup>4</sup>, Nurhadi Surojudin<sup>5</sup>  
Fachrial Banyu Asmoro<sup>6</sup>

<sup>1,3,4,5</sup>Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa

<sup>2</sup>Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa

<sup>6</sup>Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

<sup>1</sup>elkin.rilvani@pelitabangsa.ac.id, <sup>2</sup>ikhsan.romli@pelitabangsa.ac.id

<sup>3</sup>arif.siswandi@pelitabangsa.ac.id, <sup>4</sup>ermanto@pelitabangsa.ac.id

<sup>5</sup>nurhadi@pelitabangsa.ac.id, <sup>6</sup>fachrial@pelitabangsa.ac.id

---

Diterima: 14 Februari 2025    Disetujui: 21 Februari 2025    Dipublikasikan: 24 Februari 2025

---

### Abstrak

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berkontribusi besar terhadap perekonomian daerah. Namun, masih banyak destinasi wisata lokal yang kurang dikenal karena keterbatasan media promosi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu siswa SMK Bhakti Kartini dalam mengembangkan media promosi digital guna meningkatkan daya tarik destinasi wisata lokal. Metode yang digunakan meliputi pelatihan, pendampingan, dan implementasi pembuatan media digital seperti video promosi, media sosial, serta website pariwisata. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan keterampilan siswa dalam pembuatan konten digital serta peningkatan eksposur destinasi wisata yang dipromosikan. Diharapkan, media promosi yang telah dibuat dapat menjadi alat efektif dalam menarik wisatawan serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan potensi wisata lokal.

**Kata kunci:** Media promosi digital, destinasi wisata lokal, SMK Bhakti Kartini, pengembangan pariwisata.

### Abstract

*Tourism is one of the sectors that contributes greatly to the regional economy. However, there are still many local tourist destinations that are less well-known due to limited promotional media. This community service activity aims to help SMK Bhakti Kartini students develop digital promotional media to increase the attractiveness of local tourist destinations. The methods used include training, mentoring, and implementation of digital media creation such as promotional videos, social media, and tourism websites. The results of this activity show an increase in students' skills in creating digital content and increasing exposure to the promoted tourist destinations. It is hoped that the promotional media that has been created can be an effective tool in attracting tourists and increasing public awareness of local tourism potential.*

**Keywords:** Digital promotional media, local tourist destinations, SMK Bhakti Kartini, tourism development.

## PENDAHULUAN

SMK Bhakti Kartini dengan NPSN: 20253565 merupakan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dengan status Kepemilikan: Yayasan. Lokasi dan Alamat Jl. Raya Caringin Jembatan 14 Rt 003/005, Kode Pos 17116, Kelurahan Bojong Rawalumbu, Kota Bekasi, Jawa Barat. SMK ini memiliki 3 jurusan, yaitu: Kesehatan, Pariwisata, dan Desain Komunikasi Visual.

Di era digital saat ini, penting bagi siswa SMK untuk memahami dan menguasai pemasaran digital sebagai bagian dari keterampilan yang dibutuhkan di dunia kerja. Pelatihan ini memberikan peluang bagi siswa untuk berwirausaha dengan memanfaatkan platform digital (Objek et al., 2023).

Beberapa Permasalahan yang dihadapi pada SMK ini adalah:

1. Keterbatasan Pengetahuan: Siswa dan masyarakat sekitar mungkin kurang memahami pentingnya media promosi digital.
2. Akses Informasi: Terdapat keterbatasan dalam akses informasi mengenai teknik dan alat pembuatan media promosi.

Sumber Daya: Keterbatasan dana dan sumber daya untuk pengembangan media promosi yang efektif.



## METODE

Metode tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang mencakup lima aspek penting: sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program.

1. **Sosialisasi**, merupakan tahap awal yang bertujuan untuk memperkenalkan program pengabdian kepada masyarakat kepada target audiens. Pada tahap ini, informasi

mengenai tujuan, manfaat, dan rencana kegiatan program disampaikan kepada masyarakat.

2. **Pelatihan**, setelah sosialisasi, tahap berikutnya adalah pelatihan. Pada tahap ini, peserta diberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menerapkan teknologi atau metode yang diperkenalkan dalam program (Muzan, 2023)
3. **Penerapan Teknologi**, setelah pelatihan, peserta mulai menerapkan teknologi atau metode yang telah dipelajari dalam konteks nyata. Ini adalah tahap di mana teori diterapkan dalam praktik.
4. **Pendampingan dan Evaluasi**: Pendampingan dilakukan untuk memberikan dukungan kepada peserta selama proses penerapan. Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas program dan dampaknya terhadap masyarakat.
5. **Keberlanjutan Program**: Keberlanjutan program adalah langkah penting untuk memastikan bahwa manfaat dari pengabdian kepada masyarakat dapat terus dirasakan setelah program selesai.

Partisipasi siswa SMK Bhakti Kartini, dalam pelatihan pemasaran digital sangat penting untuk memastikan keberhasilan program dan pengembangan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri. Berikut adalah beberapa aspek yang mencerminkan partisipasi siswa dalam pelatihan tersebut:

1. **Keterlibatan Aktif dalam Kegiatan Pelatihan**  
Siswa diharapkan untuk berpartisipasi secara aktif dalam semua sesi pelatihan, termasuk ceramah, workshop, dan diskusi kelompok.
2. Siswa melakukan persiapan sebelum pelatihan dengan mempelajari materi dasar tentang pemasaran digital, seperti konsep SEO, media sosial, dan analisis data.
3. Partisipasi dalam Diskusi dan Tanya Jawab
4. Siswa dapat memberikan umpan balik tentang pelatihan dan merefleksikan pengalaman mereka setelah mengikuti program.



Evaluasi pelaksanaan program bertujuan untuk mengukur efektivitas pelatihan, memahami dampaknya, dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Berikut adalah beberapa metode evaluasi yang dapat diterapkan:

1. Survei dan Kuesioner, untuk mengumpulkan umpan balik dari peserta tentang pengalaman mereka selama pelatihan.
2. Wawancara dan Diskusi Kelompok, untuk mendapatkan wawasan lebih dalam tentang pengalaman mereka.
3. Penilaian Keterampilan, untuk mengukur peningkatan keterampilan peserta sebelum dan setelah pelatihan.

Keberlanjutan program adalah langkah penting untuk memastikan bahwa manfaat dari pelatihan pemasaran digital dapat terus dirasakan setelah program selesai. Berikut adalah beberapa strategi untuk memastikan keberlanjutan program:

1. Membangun jaringan alumni yang dapat saling mendukung dan berbagi pengalaman setelah pelatihan.
2. Menawarkan pelatihan lanjutan atau workshop untuk memperkenalkan keterampilan baru dan tren terbaru dalam pemasaran digital (Salehudin, 2020).

Membangun kemitraan dengan perusahaan atau organisasi yang dapat memberikan dukungan, sumber daya, atau peluang magang bagi peserta.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini telah dilaksanakan dalam beberapa tahap, mulai dari sosialisasi, pelatihan, pendampingan, hingga implementasi pembuatan media promosi digital. Adapun hasil dari masing-masing tahapan dapat dijelaskan sebagai berikut: (Eka Sari et al., n.d.)

1. Sosialisasi dan Identifikasi Destinasi Wisata Lokal  
Tahap awal dilakukan dengan sosialisasi kepada siswa SMK Bhakti Kartini mengenai pentingnya promosi digital dalam industri pariwisata. Dalam sesi ini, juga dilakukan diskusi dan identifikasi destinasi wisata lokal yang memiliki potensi untuk dipromosikan. Berdasarkan hasil identifikasi, beberapa destinasi unggulan dipilih berdasarkan daya tarik, aksesibilitas, dan keunikan budaya setempat.
2. Pelatihan Pembuatan Media Promosi Digital  
Selanjutnya, siswa diberikan pelatihan terkait teknik pembuatan media promosi digital. Materi yang diberikan mencakup:  
Fotografi dan Videografi Wisata: Teknik pengambilan gambar dan video yang menarik untuk media promosi.  
Editing Konten Digital: Penggunaan software editing seperti Canva, Adobe Premiere, dan CapCut untuk menghasilkan konten yang profesional.  
Pemanfaatan Media Sosial dan Website: Strategi pemasaran digital melalui platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan website untuk menjangkau lebih banyak audiens.  
Pelatihan dilakukan secara praktik dengan melibatkan siswa dalam pengambilan gambar



- langsung di lokasi wisata dan proses pengeditan secara mandiri maupun berkelompok.
3. **Pendampingan dan Produksi Konten Digital**  
Setelah pelatihan, siswa mulai memproduksi konten digital berupa video promosi, infografis, dan artikel wisata. Tim pendamping memberikan bimbingan dalam proses produksi agar kualitas konten yang dihasilkan memenuhi standar promosi digital yang efektif. Beberapa hasil konten yang dibuat meliputi:  
Video dokumenter tentang sejarah dan daya tarik wisata lokal.  
Infografis destinasi wisata yang berisi informasi mengenai fasilitas, rute perjalanan, dan daya tarik utama.  
Konten media sosial yang interaktif, seperti reels Instagram dan vlog YouTube, yang berhasil menarik perhatian audiens.
  4. **Implementasi dan Evaluasi Media Promosi**  
Konten yang telah dibuat kemudian diunggah ke berbagai platform digital untuk mengukur efektivitasnya dalam meningkatkan eksposur destinasi wisata. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan engagement pada media sosial, seperti jumlah tayangan, like, dan komentar positif dari masyarakat. Selain itu, pihak sekolah dan pelaku wisata lokal merasakan dampak positif dari promosi digital ini, seperti meningkatnya minat wisatawan untuk berkunjung.
  5. **Dampak dan Keberlanjutan Program**  
Kegiatan ini memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan siswa dalam bidang digital marketing, khususnya dalam sektor pariwisata. Dengan adanya media promosi digital yang telah dibuat, destinasi wisata lokal mendapatkan eksposur yang lebih luas, sehingga berpotensi meningkatkan kunjungan wisatawan. Ke depannya, program ini diharapkan dapat terus berlanjut dengan pembaruan konten secara berkala serta kerja sama lebih lanjut dengan pihak industri pariwisata.

Hasil ini menunjukkan bahwa pembuatan media promosi digital dapat menjadi solusi efektif dalam mengenalkan destinasi wisata lokal serta meningkatkan keterampilan siswa dalam dunia digital.

## PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Pembuatan Media Promosi Pariwisata Digital untuk Destinasi Lokal di SMK Bhakti Kartini" telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Melalui serangkaian pelatihan, pendampingan, dan implementasi pembuatan media promosi digital, siswa SMK Bhakti Kartini memperoleh wawasan serta keterampilan baru dalam bidang digital marketing, khususnya dalam mempromosikan destinasi wisata lokal.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa penggunaan media digital dapat meningkatkan eksposur dan daya tarik destinasi wisata lokal, sekaligus memberdayakan siswa untuk lebih kreatif dalam mengolah konten digital. Selain itu, kerja sama antara institusi pendidikan dan pelaku wisata diharapkan dapat terus berkembang untuk memperkuat sektor pariwisata berbasis komunitas.

Kami berharap program ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi siswa, sekolah, dan masyarakat luas. Ke depan, diperlukan keberlanjutan dalam pengelolaan media

promosi digital yang telah dibuat serta kolaborasi lebih lanjut dengan berbagai pihak guna meningkatkan daya saing destinasi wisata lokal.

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan kegiatan ini, termasuk pihak sekolah, siswa, tenaga pendidik, serta komunitas pariwisata lokal. Semoga inisiatif ini dapat menjadi inspirasi bagi program-program serupa di masa mendatang..

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Pembuatan Media Promosi Pariwisata Digital untuk Destinasi Lokal di SMK Bhakti Kartini". Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada:

1. DPPM Universitas Pelita Bangsa yang telah memberikan kesempatan kepada kami, untuk melaksanakan pengabdian
2. SMK Bhakti Kartini, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan ini.
3. Para siswa dan tenaga pendidik, yang telah berpartisipasi aktif serta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti pelatihan dan pendampingan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Eka Sari, R., Yanita, N., Negeri Padang, P., & Politeknik Negeri Padang Limau Manis Padang, K. (n.d.). *IDENTIFIKASI POTENSI WISATA DI KAWASAN PANTAI BASELONA NAGARI KURANJI HILIR, KABUPATEN PADANG PARIAMAN DALAM PENGEMBANGAN COMMUNITY BASED TOURISM IDENTIFICATION OF TOURISM POTENTIAL AT BASELONA BEACH AREA, NAGARI KURANJI HILIR, PADANG PARIAMAN REGENCY IN DEVELOPING COMMUNITY BASED TOURISM.*
- Muzan, A. (2023). PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL UNTUK PROMOSI WISATA KAMPUNG SARIBU GONJONG. In *Journal of Sharia and Law* (Vol. 2, Issue 2). <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh/login>.
- Objek, P., Penyusuk, W. B., Bintan, K., Riau, K., Annisa, H., Islam, A., Taharah, S., Fazlina Nazla, N., Agustrirosa, A., Hardiansyah, F., Habib, R. T., Suriani, A., Jannah, W. V., Saputra, M., Kurniawati, N., & Suja, A. (2023). *Pemanfaatan Media Digital Dalam*. 3(1). <https://doi.org/10.35961/jppmkepri.v3i1.717>
- Salehudin, M. (2020). DAMPAK COVID-19: GURU MENGADOPSI MEDIA SOSIAL SEBAGAI E-LEARNING PADA PEMBELAJARAN JARAK JAUH. *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.22373/jm.v10i1.6755>