

Digitalisasi Promosi Wisata Situ Tunggilis Melalui Media Sosial dan Platform Digital***Digitalization of Situ Tunggilis Tourism Promotion through Social Media and Digital Platforms*****Achmad Syauqi Ilal Jinan*, Huda Trihatmoko, Mardiana Purwaningsih,
Harya Damar Widiputra, Dian Kurniawati**

Perbanas Institute

Jl. Perbanas, Karet Kuningan, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Jakarta

*Email: syauqi.jinan@Perbanas.id

(Diterima 12-01-2026; Disetujui 24-03-2026)

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh P2M Perbanas melibatkan dosen dan mahasiswa dengan fokus pada peningkatan kapasitas masyarakat sekitar Situ Tunggilis dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi wisata lokal. Kegiatan ini diwujudkan melalui pelatihan promosi digital yang menekankan pemahaman strategi komunikasi visual, pembuatan konten menarik, pengelolaan akun media sosial, serta penggunaan platform daring untuk memperluas jangkauan audiens. Metode pelatihan menggabungkan teori dan praktik melalui simulasi promosi wisata berbasis potensi Situ Tunggilis. Sebelum dan sesudah pelatihan, tim pengabdian melakukan observasi untuk memetakan tingkat literasi digital masyarakat, sehingga tantangan aktual dapat diidentifikasi dan solusi yang tepat dapat dirumuskan. Pelatihan dilaksanakan secara komunikatif dan menyenangkan oleh pengajar berpengalaman di bidang komunikasi digital. Peserta juga diajak memahami pentingnya perencanaan konten jangka panjang, konsistensi, dan disiplin dalam pengelolaan media sosial. Pendekatan ini menekankan bahwa promosi wisata bukan sekadar publikasi foto atau video, melainkan upaya membangun citra destinasi yang autentik, konsisten, dan berdampak positif bagi ekonomi lokal. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan media digital untuk promosi wisata. Dengan bekal tersebut, masyarakat Situ Tunggilis diharapkan mampu mengelola promosi wisata secara lebih profesional, memperkuat daya saing destinasi lokal, serta menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap potensi wisata yang dimiliki. Program ini juga menjadi langkah strategis untuk mendukung kemandirian ekonomi masyarakat melalui pariwisata berbasis teknologi digital.

Kata kunci: Situ Tunggilis, desa wisata, promosi digital, komunikasi visual, literasi digital

ABSTRACT

The community service program conducted by P2M Perbanas involved lecturers and students with the main objective of enhancing the capacity of the local community around Situ Tunggilis in utilizing digital technology for tourism promotion. The activity was carried out through digital promotion training that emphasized visual communication strategies, engaging content creation, social media management, and the use of online platforms to reach wider audiences. The training combined theoretical and practical approaches, including simulation of tourism promotion scenarios based on the real potential of Situ Tunggilis. Prior to and after the training, the team conducted observations to assess the community's level of digital literacy, which served as a foundation for identifying challenges and designing relevant solutions. Delivered in an interactive and enjoyable manner by experienced instructors in digital communication, the training also highlighted the importance of long-term content planning, consistency, and discipline in managing social media accounts. Participants were encouraged to understand that tourism promotion is not merely about posting photos or videos but about building an authentic, consistent, and positive image of the destination while empowering the local economy. The outcomes of the program indicated improvements in both awareness and skills of the community in leveraging digital platforms for tourism promotion. With the acquired competencies, the people of Situ Tunggilis are expected to manage destination promotion more effectively, strengthen local tourism competitiveness, and foster a sense of ownership of their tourism potential. This initiative also represents a strategic step in supporting economic independence through technology-driven tourism.

Keywords: Situ Tunggilis, tourist village, digital promotion, visual communication, digital literacy

PENDAHULUAN

Saat ini, semua UKM perlu melakukan inovasi untuk menyiapkan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya, termasuk usaha dalam bidang pariwisata (Widyamurti, 2018). Pengabdian masyarakat oleh P2M Perbanas kali ini melibatkan dosen dan mahasiswa dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat sekitar Situ Tunggilis dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya media sosial dan platform daring, untuk promosi potensi wisata lokal (Agustino et al., 2023; Haryati et al., 2019). Kegiatan ini berupa pelatihan promosi digital yang berfokus pada pemberian pemahaman dasar mengenai strategi komunikasi visual dan digital, mulai dari pembuatan konten menarik, pengelolaan akun media sosial, hingga pemanfaatan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas (Tiara Dita Puspita & Vivaldy Ismail, 2023; et al., 2019). Kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki urgensi karena masyarakat sekitar Situ Tunggilis masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk promosi wisata. Potensi wisata yang dimiliki belum sepenuhnya dikenal luas akibat minimnya strategi komunikasi visual dan digital yang efektif. Di era persaingan pariwisata berbasis teknologi, kemampuan mengelola media sosial dan platform daring menjadi kebutuhan mendesak agar destinasi wisata lokal mampu bersaing, menarik perhatian wisatawan, serta memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat (Adinugraha et al., 2021; Agustino et al., 2023; Ayu, 2021). Oleh karena itu, pelatihan promosi digital menjadi langkah penting untuk meningkatkan literasi digital, memperkuat kapasitas masyarakat, dan mendukung kemandirian ekonomi berbasis potensi wisata lokal (Bahtiar et al., 2023; et al., 2019).

Metode pelatihan mencakup simulasi situasi promosi wisata yang dikaitkan dengan realitas dan potensi Situ Tunggilis. Tim pengabdian juga melakukan observasi terhadap tingkat pemahaman dan penggunaan media digital oleh masyarakat sebelum dan sesudah pelatihan, untuk mengidentifikasi tantangan dan kebutuhan aktual dalam strategi promosi wisata digital. Hasil pengamatan ini menjadi dasar dalam merumuskan solusi yang relevan dan tepat sasaran.

Pelatihan ini dilaksanakan dengan pendekatan komunikatif dan menyenangkan oleh pengajar yang berpengalaman di bidang komunikasi digital. Selain aspek teknis, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya perencanaan konten jangka panjang dan konsistensi dalam promosi digital. Peserta yang juga melibatkan banyak generasi muda diajak untuk memahami bagaimana membangun citra destinasi wisata yang menarik, sekaligus memanfaatkan media sosial sebagai alat pemberdayaan ekonomi lokal (Amelia & Prasetyo, 2023; Ayu, 2021).

Selain itu, pelatihan ini juga menekankan pentingnya nilai-nilai disiplin dan tanggung jawab dalam mengelola akun media sosial sebagai wajah digital destinasi wisata. Masyarakat diajak memahami bahwa promosi wisata bukan sekadar mempublikasikan foto atau video, tetapi tentang membangun komunikasi yang konsisten, autentik, dan berdampak positif (Bahtiar et al., 2023; Haryati et al., 2019). Program ini bertujuan untuk menanamkan kebiasaan positif dalam pengelolaan informasi digital (Tiago et al., 2021), dan mendukung peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Situ Tunggilis.

Dengan keterampilan yang diperoleh dari pelatihan ini, masyarakat di sekitar Situ Tunggilis diharapkan dapat mempromosikan destinasi wisata secara lebih efektif, mengembangkan potensi lokal melalui teknologi digital, salah satunya media sosial (Haryati et al., 2019) dan mempersiapkan masa depan yang lebih mandiri secara ekonomi (et al., 2019). Program ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital masyarakat, memperkuat daya saing pariwisata lokal, serta menumbuhkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap promosi kawasan wisata mereka.

BAHAN DAN METODE

Tahapan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan sistematis agar tujuan dapat tercapai secara optimal. Tahap pertama adalah pengumpulan data awal, yang dilakukan dengan observasi langsung ke lingkungan masyarakat sekitar Situ Tunggilis serta wawancara singkat dengan perwakilan warga dan pelaku usaha lokal. Tujuan dari tahap ini adalah memperoleh gambaran awal mengenai sejauh mana masyarakat telah memanfaatkan teknologi digital, khususnya media sosial, dalam mendukung promosi wisata.

Selanjutnya, dilakukan analisis kebutuhan awal untuk mengidentifikasi keterbatasan, tantangan, serta peluang dalam strategi promosi digital masyarakat. Analisis ini meliputi pemetaan tingkat literasi digital, kemampuan teknis pengelolaan akun media sosial, serta pemahaman mereka tentang strategi komunikasi visual. Hasil analisis kebutuhan digunakan sebagai dasar dalam merancang materi pelatihan yang sesuai dan relevan dengan kondisi nyata di lapangan.

Tahap berikutnya adalah pelatihan promosi digital yang melibatkan dosen dan mahasiswa sebagai fasilitator. Pelatihan dirancang dengan pendekatan komunikatif dan partisipatif, meliputi pengenalan konsep dasar komunikasi visual, pembuatan konten digital yang menarik, teknik pengelolaan media sosial, serta strategi pemanfaatan platform daring untuk memperluas jangkauan promosi. Metode yang digunakan berupa kombinasi ceramah interaktif, studi kasus, dan simulasi promosi wisata berbasis potensi Situ Tunggilis.

Tahap terakhir adalah analisis setelah pelatihan, yang dilakukan dengan membandingkan kondisi pemahaman dan keterampilan masyarakat sebelum dan sesudah kegiatan. Instrumen yang digunakan berupa observasi, diskusi kelompok, serta evaluasi hasil praktik peserta dalam mengelola akun media sosial. Analisis ini bertujuan untuk menilai efektivitas pelatihan, mengidentifikasi perubahan kompetensi, serta merumuskan rekomendasi tindak lanjut dalam mendukung keberlanjutan promosi digital wisata Situ Tunggilis.

Pengabdian Kepada Masyarakat ini diadakan pada hari Jumat, 25 Juli 2025 dari pukul 11.00 WIB hingga 15.30 WIB bertempat di Desa Situsari, Kec. Sileungsi, Kab. Bogor, Jawa Barat. Adapun kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat disampaikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pukul	Acara	PIC
10.00 – 11.00 WIB	Tim Dosen dan Mahasiswa Berangkat dari Perbanas Jakarta	DP2M
11.00 – 12.00 WIB	<ul style="list-style-type: none"> • Tiba di Situ Tunggilis Desa Situsari • Ramah Tamah dengan Tim Desa 	DP2M
12.00 – 13.00 WIB	ISHOMA	-
13.00 – 13.20 WIB	Persiapan Acara di Situ Tunggilis	DP2M
13.20 – 13.30 WIB	Peserta Hadir	Mahasiswa
13.30 – 13.40 WIB	<ul style="list-style-type: none"> • Pembukaan Acara Pelatihan • Pembacaan Doa Bersama 	MC
13.41 – 13.45 WIB	Perkenalan Singkat Para Narasumber	Narasumber
13.46 – 15.20 WIB	<ul style="list-style-type: none"> • Pemberian Materi Pelatihan • Diskusi dan Sesi Tanya Jawab • Pemberian Hadiah Peserta yang bertanya 	Dosen Perbanas
15.21 – 15.20 WIB	Review Kegiatan PKM	PIC Situ Tunggilis
15.21 – 15.30 WIB	<ul style="list-style-type: none"> • Pengisian Form Evaluasi dan Pemberian Souvenir ke Seluruh Peserta • Penutupan Acara • Sesi Foto Bersama 	MC

Kelompok dan Sasaran Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menyasar masyarakat sekitar Situ Tunggilis, khususnya kelompok yang memiliki peran langsung maupun tidak langsung dalam pengembangan potensi wisata lokal. Sasaran utama adalah para pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) yang menjual produk lokal di kawasan wisata, pengelola destinasi, pemuda karang taruna, serta warga yang aktif menggunakan media sosial. Kelompok ini dipilih karena mereka berpotensi menjadi motor penggerak promosi wisata apabila dibekali dengan keterampilan digital yang memadai.

Selain itu, sasaran kegiatan juga mencakup generasi muda di sekitar Situ Tunggilis yang memiliki antusiasme tinggi terhadap teknologi dan media sosial. Melalui pelatihan, mereka diarahkan agar tidak hanya menjadi pengguna pasif, tetapi juga kreator konten yang mampu mengangkat citra positif destinasi wisata. Dengan demikian, keberlanjutan promosi wisata digital dapat terjamin melalui keterlibatan aktif pemuda sebagai agen perubahan.

Dari sisi internal, kegiatan ini melibatkan dosen dan mahasiswa P2M Perbanas sebagai kelompok pengabdian. Dosen berperan sebagai fasilitator dan narasumber yang memberikan materi, sedangkan mahasiswa berperan dalam pendampingan teknis, dokumentasi, serta membantu simulasi kegiatan

promosi digital. Kolaborasi antara dosen, mahasiswa, dan masyarakat diharapkan dapat menciptakan pembelajaran dua arah yang memperkuat kapasitas semua pihak.

Dengan sasaran yang terarah pada masyarakat pelaku wisata dan kelompok muda, kegiatan ini berupaya menumbuhkan kesadaran, keterampilan, serta rasa tanggung jawab kolektif dalam mengelola promosi digital. Pada akhirnya, kelompok sasaran dapat menjadi ujung tombak dalam memperkenalkan Situ Tunggilis sebagai destinasi wisata yang berdaya saing dan berdampak ekonomi bagi komunitas lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh P2M Perbanas bertujuan untuk mendukung pengembangan potensi wisata lokal melalui digitalisasi promosi destinasi wisata Situ Tunggilis. Program ini diarahkan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan warga sekitar, khususnya generasi muda dan pelaku UMKM, dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi yang efektif dan berkelanjutan.

Kegiatan ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif, di mana tim pengabdian secara aktif melibatkan masyarakat dalam setiap tahapan, mulai dari pemetaan kebutuhan, pelatihan teknis, hingga pendampingan implementasi strategi digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini mencakup pelatihan penggunaan berbagai platform digital untuk memperkenalkan potensi Situ Tunggilis kepada khalayak yang lebih luas. Materi yang diberikan meliputi teknik dasar pengambilan gambar dan video, penulisan konten yang menarik, serta strategi pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube. Peserta juga dikenalkan pada pemanfaatan Google Maps dan platform ulasan wisata agar keberadaan Situ Tunggilis semakin dikenal secara daring.

Pelatihan dilakukan dengan metode interaktif dan aplikatif, seperti praktik langsung pembuatan konten promosi wisata dan simulasi pengelolaan akun media sosial. Pada sesi awal, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya digitalisasi dalam promosi pariwisata serta tren penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif. Peserta diajak mengeksplorasi potensi Situ Tunggilis, mulai dari keindahan alam, aktivitas wisata air, hingga produk ekonomi kreatif yang ada di sekitarnya. Pendekatan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun rasa kepemilikan terhadap destinasi wisata lokal.

Peserta kemudian dilatih membuat konten promosi Situ Tunggilis dengan menggunakan perangkat sederhana seperti kamera ponsel. Mereka diarahkan untuk menghasilkan konten foto dan video pendek yang mampu menggambarkan daya tarik wisata tersebut secara visual dan menarik. Selain itu, peserta juga dilatih menulis *caption* dan narasi yang sesuai dengan karakteristik media sosial, guna memperkuat daya tarik promosi secara digital.

Tim pengabdian melakukan observasi terhadap tingkat pemahaman dan penggunaan media digital oleh masyarakat sebelum dan setelah pelatihan. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum terbiasa memanfaatkan media sosial untuk tujuan promosi pariwisata. Mereka umumnya hanya menggunakan *platform* digital untuk konsumsi pribadi, bukan sebagai sarana pengembangan potensi lokal.

Dampak langsung dari kegiatan ini terlihat dari meningkatnya antusiasme warga dalam menciptakan dan membagikan konten promosi yang menampilkan kekayaan alam dan budaya Situ Tunggilis. Selain itu, pelaku UMKM mulai menunjukkan adaptasi positif dengan memanfaatkan kanal digital untuk memperluas pasar dan menjalin kolaborasi. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat dapat menjadi katalisator transformasi digital di tingkat lokal, sekaligus memperkuat keberlanjutan ekonomi berbasis potensi daerah.

Berdasarkan temuan tersebut, tim pengabdian menyusun materi lanjutan dan panduan praktis penggunaan media sosial untuk promosi wisata. Peserta juga diberikan tips dan strategi dalam menjaga konsistensi konten dan membangun identitas digital destinasi wisata.

Dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui kegiatan ini, masyarakat sekitar Situ Tunggilis diharapkan dapat mempromosikan potensi wisatanya secara mandiri dan berkelanjutan. Digitalisasi promosi ini tidak hanya memperluas jangkauan wisatawan, tetapi juga menjadi langkah awal menuju peningkatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi informasi.

Berikut adalah materi pelatihan promosi digital yang diberikan untuk membantu masyarakat sekitar Situ Tunggilis dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan potensi wisata secara lebih efektif dan mandiri.



Gambar 1. Strategi Sosial Media

Materi yang diberikan dalam pelatihan ini dirancang secara komprehensif untuk menjawab kebutuhan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital bagi promosi wisata Situ Tunggilis. Pertama, peserta mendapatkan pengenalan literasi digital dasar, termasuk pemahaman mengenai peluang dan tantangan promosi wisata di era media sosial. Materi ini penting untuk menumbuhkan kesadaran bahwa digitalisasi bukan sekadar tren, melainkan kebutuhan mendesak dalam meningkatkan daya saing pariwisata lokal.

Kedua, peserta dilatih mengenai strategi komunikasi visual dan digital, yang mencakup teknik dasar fotografi dan videografi sederhana dengan perangkat yang mereka miliki, prinsip desain visual, serta cara menyusun narasi yang menarik untuk memperkuat identitas destinasi wisata.

Ketiga, diberikan materi tentang pengelolaan akun media sosial, meliputi cara membuat dan mengoptimalkan profil, mengatur jadwal unggahan, serta menjaga konsistensi dalam penyampaian pesan. Peserta juga diperkenalkan pada strategi pembuatan konten kreatif, seperti reels, story, dan postingan interaktif yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens.

Selain aspek teknis, pelatihan juga menekankan pentingnya perencanaan konten jangka panjang dan disiplin dalam pengelolaan media sosial. Peserta diajak memahami bahwa keberhasilan promosi tidak hanya diukur dari banyaknya unggahan, tetapi dari konsistensi, kualitas, serta dampak positif yang ditimbulkan bagi citra destinasi wisata.



Gambar 2. Narasumber Pelatihan

Dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui rangkaian materi ini, masyarakat sekitar Situ Tunggilis diharapkan mampu mengelola promosi digital secara mandiri, berkelanjutan, serta memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kunjungan wisatawan dan pemberdayaan ekonomi lokal.

Dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui rangkaian materi pelatihan, masyarakat sekitar Situ Tunggilis diharapkan tidak hanya mampu mengelola promosi digital secara mandiri, tetapi juga menjaga kesinambungan upaya tersebut dalam jangka panjang. Kemampuan ini mencakup penguasaan teknik pembuatan konten, strategi komunikasi visual, serta pengelolaan media sosial yang konsisten dan terarah. Dengan demikian, promosi wisata tidak lagi bersifat sporadis, melainkan menjadi kegiatan terencana yang mampu membangun citra positif destinasi. Keberhasilan dalam mengelola promosi digital secara berkelanjutan diharapkan dapat menarik lebih banyak kunjungan wisatawan, memperkuat identitas budaya dan potensi lokal, sekaligus membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat. Pada akhirnya, penguatan kapasitas digital ini akan menjadi fondasi penting dalam mendorong kemandirian komunitas, meningkatkan daya saing pariwisata Situ Tunggilis, serta memberikan kontribusi nyata bagi pemberdayaan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Social Media Purpose



Social Media for Brand	Social Media for Growth	Social Media for Marketing	Social Media for Insights
<ul style="list-style-type: none"> • Increase Brand Awareness • Humanize Your Brand • Stay Top of Mind • Strengthen your brand as "Thought Leader" • Moment Riding 	<ul style="list-style-type: none"> • Increase web Traffic • Generates Leads • Boost Sales 	<ul style="list-style-type: none"> • Promote Content • Crisis Communication • Customer Service 	<ul style="list-style-type: none"> • Monitor Conversation • Audience Profile • Competitor Analysis • Stay on top for industry news

Gambar 3. Tujuan Sosial Media

Social Media Purpose



Social Media for Advertising	Social Media for ROI	Social Media for Human Resources
<ul style="list-style-type: none"> • Targeting • Retargeting 	<ul style="list-style-type: none"> • Report & Analytics 	<ul style="list-style-type: none"> • Employer Branding • Find the Best Talent • Workspace branding

Gambar 4. Tujuan Sosial Media



Marketing Plan



Gambar 5. Rencana *Marketing*

Tabel 2. Rangkuman Kegiatan

Materi	Metode	Luaran yang Diharapkan
Literasi digital dasar: peluang dan tantangan promosi wisata di era media sosial	Ceramah interaktif & diskusi	Peserta memahami pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan daya saing pariwisata lokal
Strategi komunikasi visual & digital: fotografi sederhana, videografi, desain visual, narasi destinasi	Praktik langsung & studi kasus	Peserta mampu membuat konten visual (foto/video) yang menarik dan sesuai dengan identitas wisata
Pengelolaan akun media sosial: pembuatan profil, pengaturan jadwal unggahan, konsistensi konten	Simulasi & pendampingan teknis	Peserta dapat mengelola akun media sosial wisata secara profesional dan konsisten
Pembuatan konten kreatif: reels, story, postingan interaktif	Workshop & praktik lapangan	Peserta menghasilkan konten kreatif yang mampu meningkatkan keterlibatan audiens
Perencanaan konten jangka panjang & manajemen disiplin digital	Diskusi kelompok & simulasi perencanaan	Peserta mampu menyusun rencana konten yang berkelanjutan dan menjaga konsistensi promosi
Nilai tanggung jawab & etika digital dalam promosi wisata	Diskusi & refleksi	Peserta memahami bahwa promosi wisata harus autentik, konsisten, dan berdampak positif bagi masyarakat lokal

Materi pelatihan yang telah diberikan kepada masyarakat sekitar Situ Tunggilis, sebagaimana dirangkum dalam tabel sebelumnya, berfokus pada peningkatan literasi digital, strategi komunikasi visual, pengelolaan media sosial, hingga perencanaan konten yang berkelanjutan. Dengan bekal tersebut, peserta diharapkan mampu mempromosikan destinasi wisata secara lebih efektif dan mandiri. Namun demikian, untuk memperkuat dampak kegiatan serta menjamin keberlanjutan program, diperlukan tindak lanjut berupa kegiatan lanjutan yang lebih terarah. Rekomendasi kegiatan ke depan, sebagaimana ditampilkan dalam tabel berikut, dirancang untuk melengkapi dan memperdalam materi pelatihan yang sudah diberikan, sekaligus mendorong terciptanya ekosistem promosi wisata digital yang berkelanjutan dan berdampak nyata bagi peningkatan ekonomi lokal.

Tabel 3. Rekomendasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat ke Depan

Aspek	Rekomendasi Kegiatan Lanjutan	Tujuan
Penguatan Kapasitas Digital	Pelatihan lanjutan tentang analisis data media sosial (<i>insight, engagement, reach</i>)	Agar masyarakat mampu mengevaluasi efektivitas promosi dan memperbaiki strategi konten
Konten Kreatif	<i>Workshop</i> produksi konten tingkat lanjut (<i>drone, editing video, storytelling</i>)	Meningkatkan kualitas konten wisata agar lebih menarik dan kompetitif
Kolaborasi & Jejaring	Fasilitasi kerja sama dengan komunitas pariwisata, UMKM, dan pemerintah daerah	Memperluas jaringan promosi dan mendukung ekosistem pariwisata yang berkelanjutan
Platform Digital	Pendampingan pembuatan <i>website</i> atau <i>marketplace</i> wisata lokal	Memperluas kanal promosi dan mempermudah wisatawan mengakses informasi serta layanan
Keberlanjutan Program	Pembentukan tim digital masyarakat/karang taruna sebagai pengelola konten resmi Situ Tunggilis	Menjamin keberlanjutan promosi wisata secara mandiri oleh masyarakat
Pemberdayaan Ekonomi	Pelatihan <i>digital marketing</i> untuk produk lokal (<i>kuliner, kerajinan, homestay</i>)	Mengintegrasikan promosi wisata dengan peningkatan ekonomi masyarakat sekitar
Monitoring & Evaluasi	Survei kepuasan wisatawan dan evaluasi promosi digital secara berkala	Mengukur dampak kegiatan terhadap jumlah kunjungan dan ekonomi lokal

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh P2M Perbanas di kawasan Situ Tunggilis telah berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi wisata lokal. Melalui pelatihan yang interaktif dan aplikatif, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya digitalisasi pariwisata, keterampilan dasar dalam pembuatan konten visual, penulisan narasi promosi, serta strategi pengelolaan akun media sosial. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya konsistensi, disiplin, dan tanggung jawab dalam membangun citra destinasi wisata. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh, masyarakat sekitar Situ Tunggilis diharapkan mampu melakukan promosi secara mandiri, berkelanjutan, dan berdampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, penguatan identitas lokal, serta pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Untuk mendukung keberlanjutan program, diperlukan langkah lanjutan berupa pendampingan intensif dalam pemanfaatan media digital, khususnya dalam analisis kinerja promosi dan strategi konten kreatif tingkat lanjut. Selain itu, pembentukan kelompok kerja digital berbasis masyarakat atau karang taruna perlu difasilitasi agar pengelolaan promosi wisata dapat dilakukan secara kolektif dan konsisten. Kolaborasi dengan pemerintah daerah, komunitas pariwisata, serta pelaku UMKM juga penting dilakukan untuk memperluas jejaring promosi dan mengintegrasikan potensi wisata dengan pemberdayaan ekonomi lokal. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan dampak sesaat, tetapi juga menjadi pijakan strategis bagi pembangunan pariwisata digital yang berkelanjutan di Situ Tunggilis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Maisaroh, A., Hidayatullah, R., & Bahrurizqi, M. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Batik. *Jurnal Ilmu Teknik Dan Informatika (Teknik)*, 1(2), 74–82.
- Afrina Sihombing, D., & I. B. Hariyanto, O. (2019). Digital Pemasaran Pariwisata dan Pendekatan Soft Skill di Destinasi Wisata. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 1(2), 47–52. doi.org/10.37253/altasia.v1i2.464
- Agustino, D. P., Harsemadi, I. G., Martha, G. I. R., & Wati, D. A. M. (2023). Pelatihan Digitalisasi Jasa Pariwisata Konvensional untuk Pelaku UKM Pariwisata. *Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer*, 6(1), 1–8.

- Amelia, V., & Prasetyo, D. (2023). Manfaat Literasi Digital Generasi Z sebagai Preferensi Tujuan Wisata dan Promosi Pariwisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(2), 377. doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1282
- Ayu, J. P. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Bahari di Kepulauan Seribu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 223–232.
- Bahtiar, I. R., Kusuma, D. L., & Andika, Y. (2023). Pendampingan Pembuatan Media Promosi Pariwisata International Berbasis Digital Bagi Warga Desa Cisaat. *Journal of Human and Education*, 3(2), 185–190.
- Haryati, S., Mursito, B., & Sudarwati. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik pada PT. Danar Hadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*.
- Tiago, F., Gil, A., Stemberger, S., & Borges-Tiago, T. (2021). Digital sustainability communication in tourism. *Journal of Innovation and Knowledge*, 6(1), 27–34. doi.org/10.1016/j.jik.2019.12.002
- Tiara Dita Puspita, & Vivaldy Ismail. (2023). Pariwisata qwertyuiop. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(1), 10–23.
- Widyamurti, N. (2018). Pemasaran Pariwisata Melalui Kemasan Produk Ukm Standing Pouch Berbahan Paper Metal Di Era Ekonomi Kreatif. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 1(1), 1–9. doi.org/10.36441/kewirausahaan.v1i1.45