

# Pelatihan *Copywriting* Sebagai sarana Pengembangan Promosi Wisata Pagubugan Melung Melalui Sosial Media

Anugerah Bagus Wijaya<sup>1</sup>, Anisaa Qothrunnada Khoirunnita<sup>2</sup>, Annisa Rizqia Nur Amaliah<sup>3</sup>, Suliswaningsih<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,5,6</sup>Program Studi Informatika, <sup>3</sup>Program Teknik Informatika  
Fakultas Ilmu Komputer  
Pusat Studi Media Game dan Mobile  
Universitas AMIKOM Purwokerto

Email : anugerah@amikompurwokerto.ac.id<sup>1</sup>, anisaaqothrunnada24@gmail.com<sup>2</sup>, annisarizqianu@gmail.com<sup>3</sup>, suliswani@amikompurwokerto.ac.id<sup>4</sup>

## ABSTRAK

Pagubugan Melung, sebuah destinasi wisata alam di Desa Melung, Kecamatan Kedungbanteng, Kabupaten Banyumas, menawarkan pengalaman unik dengan kolam di area persawahan dan opsi camping sambil menikmati pemandangan hijau. Dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata dan BUMDes Alam Lestari, tempat ini memiliki potensi besar seperti kolam renang, wisata kuliner kopi, dan wisata kerajinan lokal, namun pemanfaatannya belum optimal, terutama dalam promosi digital. Keterbatasan sumber daya manusia dalam pembuatan konten media sosial yang menarik, seperti video reels dan TikTok, menghambat penggunaan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Akibatnya, kontribusi pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata ini masih belum maksimal. Dalam upaya mengatasi tantangan ini, program pengabdian masyarakat dilakukan dengan memberikan pelatihan intensif kepada pengelola wisata tentang teknik *copywriting* dan pemanfaatan media sosial yang efektif. Melalui pelatihan ini, peserta dibekali dengan keterampilan praktis dalam menciptakan konten digital yang menarik dan relevan dengan tren saat ini. Selain itu, pendampingan lanjutan dilakukan untuk memastikan penerapan yang tepat dari strategi promosi yang telah dipelajari. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan kemampuan pengelola dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi, yang diharapkan akan meningkatkan daya tarik wisata dan kontribusi ekonomi dari sektor pariwisata. Dengan strategi promosi yang lebih efektif, Pagubugan Melung berpotensi menarik lebih banyak wisatawan dan mengoptimalkan potensi ekonominya, memberikan manfaat jangka panjang bagi komunitas lokal.

Kata Kunci: Promosi *Digital*, *Copywriting*, Media Sosial, Pariwisata

## ABSTRACT

*Pagubugan Melung, a nature tourism destination in Melung Village, Kedungbanteng Subdistrict, Banyumas Regency offers a unique experience with a pond in the rice fields and camping options while enjoying the green scenery. Managed by the Tourism Awareness Group and BUMDes Alam Lestari this location has significant potential to support the local economy, but its utilization has not been optimal, particularly in digital promotion. The limited human resources in creating engaging social media content, such as video reels and TikTok, hinder the effective use of social media as a promotional tool. As a result, the contribution of local revenue from this tourism sector has not been maximized. To address these challenges, a community service program was conducted by providing intensive training to tourism managers on effective copywriting techniques and social media utilization. Through this training, participants were equipped with practical skills in creating digital content that is both appealing and relevant to current trends. Additionally, ongoing mentoring was provided to ensure the proper implementation of the promotional strategies learned. The results of this initiative show an increase in the managers' ability to use social media as a promotional tool, which is expected to enhance the tourism attraction and economic contribution of the sector. With more effective promotional strategies, Pagubugan Melung has the potential to attract more visitors and optimize its economic potential, offering long-term benefits to the local community.*

*Keywords: Digital Promotion, Copywriting, Social Media, Tourism*

## PENDAHULUAN

Wisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu daerah (Mailoa et al., 2023). Khususnya, wisata alam memiliki daya tarik yang kuat bagi para wisatawan, karena menawarkan pengalaman yang unik dan memikat. Pagubugan Melung adalah salah satu destinasi wisata alam yang terletak di desa Melung, Kec. Kedungbanteng, Kab. Banyumas, Jawa Tengah. Wisata Pagubugan Melung dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata dibawah naungan Bidang Unit Usaha Pengelolaan Pariwisata dan dibantu dengan pengurus pemerintah desa Melung. Tempat ini menawarkan wisata alam dengan kolam di area persawahan, banyak orang yang berkunjung untuk bermain air dan menikmati pemandangan persawahan dan perbukitan hijau dan pengunjung dapat mendirikan tenda sebagai tempat camping menikmati pemandangan.

Meskipun memiliki potensi besar, promosi wisata Pagubugan Melung belum sepenuhnya maksimal dikarenakan keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam bidang promosi digital. Terlebih lagi, dalam era digital seperti sekarang, pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi telah menjadi sangat penting. Namun, seringkali pengelola wisata menghadapi kendala dalam menciptakan konten yang menarik dan efektif untuk promosi di media Hal tersebut dikarenakan pengelola pariwisata setempat, yaitu BUMDes Alam Lestari masih belum adanya sumber daya manusia yang mampu untuk melakukannya, terlebih harus mengikuti tren saat ini yang banyak digemari para wisatawan seperti membuat video reels, tiktok, dan sebagainya.

Selain berdampak pada kurang optimalnya pendapatan asli daerah, tantangan dalam menghasilkan konten promosi yang menarik juga berkontribusi pada rendahnya tingkat minat wisatawan, terutama dari kalangan muda yang lebih cenderung tertarik pada media visual kontemporer, seperti video reels dan TikTok. (Ferlitasari et al., 2020). Kurangnya pengenalan yang luas terhadap Wisata Pagubugan Melung menyebabkan terbatasnya jumlah pengunjung. Di samping itu, keterbatasan dalam aspek promosi juga menghambat potensi kerja sama dengan pihak eksternal yang dapat meningkatkan eksposur destinasi wisata ini. Oleh karena itu, pengelola wisata perlu diberikan pelatihan yang fokus pada pentingnya mengikuti perkembangan zaman, khususnya dalam penerapan teknik *copywriting* untuk promosi dan branding pariwisata. Hal ini diharapkan dapat mengoptimalkan potensi ekonomi desa, terutama melalui sektor pariwisata, guna mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat. (Hastutik et al., 2021).

Perkembangan teknologi yang pesat saat ini mengharuskan kita untuk beradaptasi, termasuk kalangan akademisi seperti dosen dan mahasiswa. Mengamati fenomena di media sosial, dapat kita lihat bahwa media branding atau promosi yang efektif mampu menarik perhatian audiens, memicu rasa penasaran, dan berujung pada tindakan konkret, seperti pembelian produk atau kunjungan ke destinasi wisata. Konsep serupa sebaiknya diterapkan pada pengembangan potensi Wisata Pagubugan Melung di Desa Melung. Melalui strategi branding yang

memanfaatkan media sosial secara optimal dan penerapan teknik *copywriting* yang tepat, diharapkan dapat menarik minat wisatawan, sehingga mendorong peningkatan arus kunjungan dan aktivitas pariwisata di Desa Melung.

Sosial media telah menjadi salah satu saluran utama untuk promosi wisata. Dengan jangkauan yang luas dan kemampuan berbagi konten yang mudah, sosial media memungkinkan pengelola wisata untuk menjangkau khalayak yang lebih besar secara efektif. Namun, untuk dapat memanfaatkan sosial media secara maksimal, dibutuhkan kemampuan dalam menciptakan konten yang menarik, relevan, dan persuasif (Ramdan et al., 2022).

Untuk mengatasi tantangan tersebut, pelatihan *copywriting* merupakan langkah yang tepat. *Copywriting* adalah seni menulis dengan tujuan untuk mempengaruhi pembaca agar melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk atau menggunakan jasa tertentu. Dalam konteks promosi wisata, *copywriting* yang baik dapat menggambarkan pengalaman dan daya tarik wisata secara menarik sehingga dapat memikat minat calon wisatawan.

Pelatihan *copywriting* akan memberikan pengelola wisata, pelaku usaha, dan tenaga kerja terkait dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk membuat konten promosi wisata yang efektif di media sosial. Dengan memahami teknik *copywriting* yang efektif, akan mampu menarik perhatian calon wisatawan, menggambarkan pengalaman wisata secara persuasif, dan mendorong mereka untuk mengunjungi Pagubugan Melung.

Bersama dengan BUMDes Alam Lestari, akan dilakukan pendampingan terkait penggunaan alat-alat multimedia serta pembuatan konten promosi (video iklan produk) yang dapat dihasilkan dari alat-alat tersebut. *Copywriting* menjadi hal yang harus ikut diperhatikan sebagai pendukung dari media promosi tersebut (Pratama, 2023). Pemilihan kata dan huruf dalam narasi branding pariwisata sangat mempengaruhi respons audiens. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kemampuan perangkat BUMDes Alam Lestari dalam menciptakan narasi berkualitas tinggi. Hal ini bertujuan agar pariwisata Pagubugan Melung lebih

dikenal oleh masyarakat, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan asli daerah dan kesejahteraan masyarakat desa.

Berikut adalah tabel target luaran untuk meningkatkan kualitas promosi wisata Pagubugan Melung melalui pelatihan dan pendampingan di bidang *copywriting* dan multimedia yang ditunjukkan tabel 1.

Tabel 1 Luaran dan target pelaksanaan

No	Luaran	Target	Deskripsi
1	Pembuatan Konten Promosi	Minimal 5 Postingan media social teks	Peserta didampingi untuk membuat video promosi (video reels, iklan produk) dan konten tulisan yang mencakup narasi wisata secara persuasif.
2	Peningkatan Kapabilitas Pemanfaatan AI text	100% peserta memahami AI text	BUMDes Alam Lestari mendapat pelatihan penggunaan alat multimedia dan pembuatan konten visual, seperti video dan foto promosi.

## METODE

Program pelatihan yang komprehensif, dirancang untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan pengelola unit usaha BUMDesa, khususnya BUMDesa Alam Lestari Melung. Program ini dikembangkan dan diusulkan oleh tim dosen dari universitas amikom purwokerto dengan dasaran utamanya adalah pengelola unit usaha BUMDesa, dengan tujuan untuk membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan di bidang pemasaran digital, pembuatan konten, dan strategi promosi wisata, sehingga mitra dapat lebih efektif dalam mengembangkan dan mempromosikan usaha mereka (Aldino, 2021).

Hasil dalam kegiatan ini di maksudkan untuk pengembangan kapasitas dan pemberdayaan BUMDesa menjadi fokus utama, dengan harapan bahwa melalui pelatihan dan pendampingan yang dilakukan, pengelola unit usaha BUMDesa dapat memanfaatkan potensi penuh dari usaha mereka, meningkatkan daya saing, dan akhirnya berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Berikut rincian kegiatan yang di usulkan :

1. Persiapan dan Pengidentifikasian Kebutuhan serta Sumber Daya

Sebagai langkah awal, dilakukan survei dan wawancara mendalam dengan berbagai stakeholder untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan yang spesifik dan sumber daya yang tersedia. Dosen sebagai pengusul kegiatan ini berkolaborasi erat dengan BUMDesa Alam Lestari Melung, menjadikan pengelola unit usaha BUMDesa sebagai sasaran utama dari program pelatihan ini.

2. Pengembangan Kurikulum Pelatihan

Dosen pengusul kegiatan merancang kurikulum pelatihan yang komprehensif, mencakup topik-topik esensial seperti *copywriting* dengan memanfaatkan teknologi AI dan pemasaran digital, serta pengelolaan media sosial. Kurikulum ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan spesifik pengelola unit usaha BUMDesa dalam mengembangkan dan mempromosikan usahanya.

3. Rekrutmen Peserta

Seleksi peserta dilakukan dengan kriteria yang telah ditentukan, menargetkan pengelola wisata, pelaku usaha lokal, dan tenaga kerja terkait. Proses seleksi ini bertujuan untuk memastikan bahwa peserta yang terlibat dapat memaksimalkan manfaat dari pelatihan yang diselenggarakan.

4. Penyiapan Fasilitator dan Materi

Fasilitator yang merupakan praktisi dan ahli di bidang penulisan artikel dan pemasaran digital diundang untuk memberikan materi pelatihan. Materi disiapkan sedemikian rupa untuk menjadi menarik dan interaktif, sehingga memudahkan peserta dalam memahami dan menerapkan ilmu yang diberikan.

5. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dijalankan melalui beberapa sesi, mulai dari teori dasar pemasaran digital, teknik *copywriting*, dasar-dasar fotografi dan pembuatan video, hingga pengelolaan media sosial. Dilanjutkan dengan workshop praktik dan studi kasus nyata untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam. Peserta juga didorong untuk membuat proyek promosi wisata sebagai bagian dari evaluasi pelatihan.

6. Pendampingan dan Implementasi

Setelah pelatihan, peserta mendapatkan pendampingan melalui konsultasi online atau kunjungan lapangan untuk memastikan ilmu yang

dipelajari dapat diimplementasikan secara efektif. Proyek promosi wisata yang telah dirancang oleh peserta kemudian diimplementasikan, dengan proses monitoring dan evaluasi untuk menilai efektivitas strategi promosi yang diterapkan.

#### 7. Pengembangan Kapasitas dan Kolaborasi

Program ini juga berfokus pada pengembangan kapasitas BUMDesa dengan menyediakan pelatihan terkait pengelolaan keuangan, manajemen proyek, dan strategi pengembangan usaha

Kegiatan Pelatihan ini dilakukan secara tatapmuka dari tanggal 28 Agustus 2024 bertempat di Pendopo Pagubugan Melung. Pendampingan dilaksanakan mulai bulan September hingga November 2024.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian ini, kami akan menguraikan hasil dan implementasi dari program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bekerja sama dengan mitra kami, yaitu BUMDesa Alam Lestari Melung dan pengelola pariwisata Pagubugan. Program ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan Metode Direct Action, yang memungkinkan kami untuk berinteraksi secara langsung dan memberikan dampak nyata kepada pengelola usaha lokal. Pendekatan ini dimulai dengan identifikasi kebutuhan spesifik dari pengelola BUMDesa dan sektor pariwisata, kemudian merumuskan solusi yang efektif dalam bentuk pelatihan dan pendampingan. Selanjutnya, solusi tersebut diterapkan dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas serta mendukung keberlanjutan usaha lokal yang dikelola.. (Khasanah, Fikriyatul & Hani'ah, 2018). penjelasan mengenai proses pelaksanaan dan hasil yang telah dicapai dalam program ini.

#### 1. Persiapan dan Pengidentifikasian Kebutuhan serta Sumber Daya

Tahap Persiapan dan Pengidentifikasian Kebutuhan serta Sumber Daya dimulai dengan survei pendahuluan dan wawancara mendalam untuk memahami kebutuhan spesifik dari pengelola unit usaha BUMDesa Alam Lestari Melung. Survei ini menggunakan kuesioner yang dirancang untuk mengeksplorasi tantangan yang dihadapi dalam pemasaran dan promosi,

keterbatasan dalam keterampilan digital, serta sumber daya yang sudah ada. Wawancara dilakukan secara mendalam dengan stakeholder utama, termasuk Kepala BUMDesa, Bapak Kartim, dan pimpinan pengelola pariwisata Pagubugan, Bapak Maman, beserta 15 anggota timnya yang ditunjukkan pada Gambar 1. Hasil dari wawancara ini dapat disimpulkan bahwa masi didapati kurangnya pemahaman lebih mendalam mengenai penulisan artikel maupun deskripsi untuk promosi.



Gambar 1. Wawancara Pengelola Pariwisata

Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis untuk mengidentifikasi kebutuhan utama yang harus dipenuhi melalui program pelatihan. Analisis ini mengidentifikasi kesenjangan keterampilan, penilaian sumber daya yang tersedia seperti perangkat teknologi dan akses internet, serta pendokumentasian berbagai kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan dalam pembuatan konten digital dan pengelolaan media sosial.

Hasil dari diskusi ini disepakati bahwa kurikulum pelatihan yang akan berikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan yang telah diidentifikasi sebelumnya yaitu pelatihan pemanfaatan teknologi AI dalam menulis artikel. Selain itu, masukan dari pengelola pariwisata, terutama dari Bapak Maman, diakomodasi untuk menyesuaikan tim pengelola pariwisata agar lebih aplikatif dan mudah diimplementasikan saat pelatihan. Dalam pertemuan ini juga ditetapkan komitmen bersama untuk mendukung penuh pelaksanaan program, termasuk penentuan jadwal dan tempat pelatihan.



## 2. Pengembangan Kurikulum Pelatihan

Tahap Pengembangan Kurikulum Pelatihan dimulai dengan penentuan topik-topik yang paling relevan untuk memenuhi kebutuhan spesifik (Wahyuni et al., 2020). Kurikulum yang dirancang mencakup aspek-aspek yang dibutuhkan pengelola unit usaha BUMDesa Alam Lestari Melung seperti *copywriting* dengan memanfaatkan teknologi AI dan pengelolaan media sosial, yang semuanya esensial untuk meningkatkan keterampilan dan kapasitas pengelola usaha lokal dalam mempromosikan dan mengembangkan usahanya. Dalam menyusun materi *copywriting*, perhatian khusus diberikan pada bagaimana teknologi AI, seperti alat pembangkit teks otomatis, dapat digunakan untuk menciptakan konten yang menarik, relevan, dan efektif dalam menarik perhatian audiens target. Peserta akan diajarkan cara mengoptimalkan AI dalam menulis deskripsi produk, artikel blog, dan kampanye pemasaran digital yang sesuai dengan identitas dan nilai-nilai lokal.

Selain itu, kurikulum juga mencakup pengelolaan media sosial, yang kini menjadi platform utama untuk promosi usaha dan interaksi dengan pelanggan. Peserta akan diberikan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam membuat strategi konten yang efektif, memilih platform yang tepat, serta mengukur kinerja kampanye media sosial. Kurikulum ini dirancang secara komprehensif dengan mengintegrasikan teori dasar pemasaran digital dan teknik-teknik praktis, seperti pembuatan visual dan video singkat, yang dapat langsung diterapkan oleh peserta dalam kegiatan promosi mereka sehari-hari. Dengan demikian, kurikulum pelatihan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada pengembangan strategi yang holistik dan berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan usaha lokal secara efektif.

## 3. Rekrutmen Peserta

Tahap Rekrutmen Peserta dilakukan melalui proses penunjukan dari pihak mitra BUMDesa dan pengelola pariwisata yang dirancang untuk memastikan bahwa individu yang terlibat dalam pelatihan ini benar-benar membutuhkan dan dapat memanfaatkan pengetahuan yang akan diberikan. Sasaran utama peserta mencakup pengelola wisata, dan tenaga kerja yang

terkait dengan industri pariwisata di wilayah Pagubugan. Proses rekrutmen dimulai dengan penyebaran surat penunjukan peserta melalui surat undangan yang di koordinasi langsung dengan Kepala BUMDesa, Bapak Kartim, serta pimpinan pengelola pariwisata Pagubugan, Bapak Maman.

Setelah tahap rekrutmen selesai, peserta yang terpilih akan dihubungi dan diberikan informasi lebih lanjut mengenai jadwal pelaksanaan pada tanggal 28 Agustus 2024 yang bertempat di lokasi pendopo Pagubugan Melung. Pendekatan ini diharapkan dapat memastikan bahwa pelatihan diikuti oleh peserta yang siap dan mampu memanfaatkan ilmu yang diberikan untuk kemajuan usaha mereka dan pengembangan komunitas secara keseluruhan.

#### 4. Penyiapan Fasilitator dan Materi

Tahap Penyiapan Fasilitator dan Materi dimulai dengan pemilihan fasilitator yang memiliki keahlian dan pengalaman yang relevan dengan topik pelatihan. Fasilitator pertama, Saudari Annisa Rizqia Nur Amaliah, adalah seorang praktisi dan ahli di bidang penulisan artikel, yang akan bertanggung jawab memberikan materi terkait teknik-teknik menulis yang efektif, termasuk pemanfaatan teknologi AI dalam *copywriting*. Fasilitator kedua, Saudara Anugerah Bagus Wijaya, merupakan ahli dalam pemasaran digital, yang akan memberikan panduan praktis mengenai strategi pemasaran online, pengelolaan media sosial, dan pembuatan konten digital yang menarik.

Kedua narasumber ini diundang untuk memberikan materi pelatihan yang disusun dengan pendekatan yang menarik dan interaktif. Materi yang disiapkan oleh Annisa Rizqia Nur Amaliah mencakup sesi-sesi latihan menulis di mana peserta akan secara langsung mempraktikkan teknik-teknik yang dipelajari, termasuk penggunaan alat AI untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi dalam pembuatan konten. Sementara itu, Anugerah Bagus Wijaya akan menggunakan studi kasus nyata dan simulasi pemasaran digital untuk membantu peserta memahami penerapan teori ke dalam praktik.

Materi pelatihan disiapkan sedemikian rupa untuk menjamin bahwa setiap sesi dapat diikuti dengan mudah oleh peserta, terlepas dari latar belakang pendidikan dan pengalaman mereka. Penggunaan mediajajar menggunakan

power point dan modul ajar direncanakan untuk memperkuat pemahaman peserta terhadap materi yang diajarkan.

#### 5. Pelaksanaan Pelatihan

Tahap Pelaksanaan Pelatihan dimulai pada tanggal 28 Agustus 2024 di Pendopo Pagubugan, di mana kegiatan ini diikuti oleh 15 peserta yang terdiri dari pengelola wisata dan pengelola BIMDesa. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang menyeluruh dan aplikatif bagi para peserta. Kegiatan dimulai dengan sesi pembukaan yang memperkenalkan tujuan, agenda, dan harapan dari program pelatihan oleh Kepala Desa Melung bapak Khoerudin, S.Sos yang di tunjukan gambar 2.



Gambar .2 Sambutan Kepala Desa Melung

Selanjutnya, sesi pertama dilaksanakan dengan fokus pada teori dasar teknik *copywriting* yang disampaikan oleh Saudari Annisa Rizqia Nur Amaliah ditunjukkan pada gambar 3a. Dalam sesi ini, peserta diajarkan berbagai teknik penulisan yang efektif, termasuk penggunaan teknologi AI untuk menghasilkan konten yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Sesi kedua berlanjut dengan pengelolaan media sosial yang dipandu oleh Saudara Anugerah Bagus Wijaya yang di tunjukan gambar 3b. Dalam sesi ini, peserta mempelajari strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk cara membuat dan mengelola kampanye media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik usaha mereka. Anugerah memanfaatkan contoh-contoh kasus nyata dan berbagi praktik terbaik yang telah terbukti sukses dalam dunia pemasaran digital.



Gambar .3 a Pelatihan AI



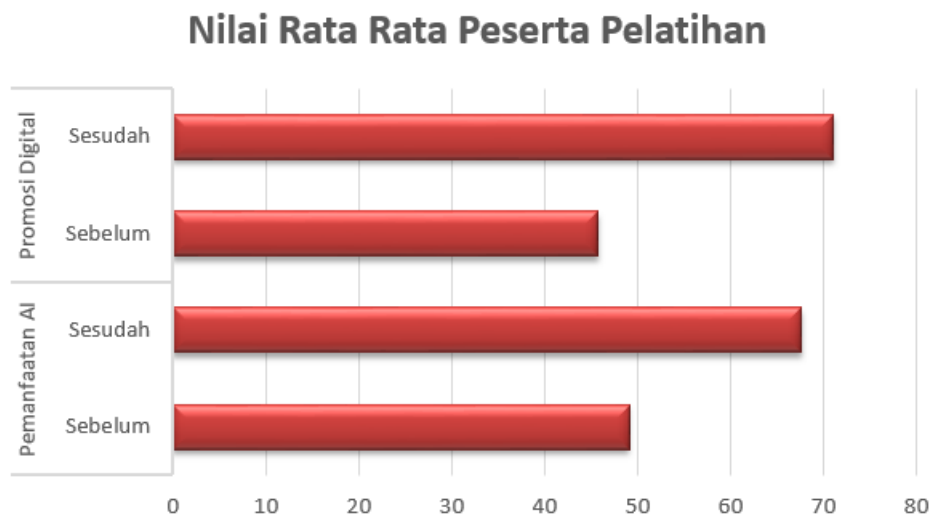
Gambar .3 b Pelatihan Media Sosial

Setelah sesi teori, pelatihan dilanjutkan dengan workshop praktik di mana peserta, yang berjumlah 15 orang, dibagi ke dalam kelompok-kelompok kecil untuk mengerjakan studi kasus nyata terkait promosi wisata di wilayah mereka. Setiap kelompok diminta untuk merancang strategi *copywriting* dan media sosial yang dapat langsung diaplikasikan dalam usaha mereka. Fasilitator mendampingi setiap kelompok selama workshop ini, memberikan arahan dan umpan balik yang konstruktif untuk memastikan pemahaman yang lebih mendalam (Walyani et al., 2023). Sebagai bagian dari evaluasi pelatihan, setiap peserta atau kelompok didorong untuk mengembangkan proyek promosi wisata yang mencerminkan penggunaan teknik *copywriting* dan pengelolaan media sosial yang telah dipelajari. Kegiatan ini tidak hanya menjadi alat evaluasi, tetapi juga sebagai langkah awal dalam penerapan strategi promosi yang lebih berkelanjutan.



Gambar 4 Aktivitas Peserta Dalam Workshop

Gambar 4 dapat memperlihatkan aktivitas peserta dalam workshop, dengan interaksi kelompok dan proses pengerjaan studi kasus. Dengan pelaksanaan yang terstruktur dan partisipasi aktif dari 15 peserta, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan manfaat maksimal, membekali peserta dengan keterampilan yang diperlukan untuk mengembangkan dan mempromosikan usaha mereka dengan lebih efektif.



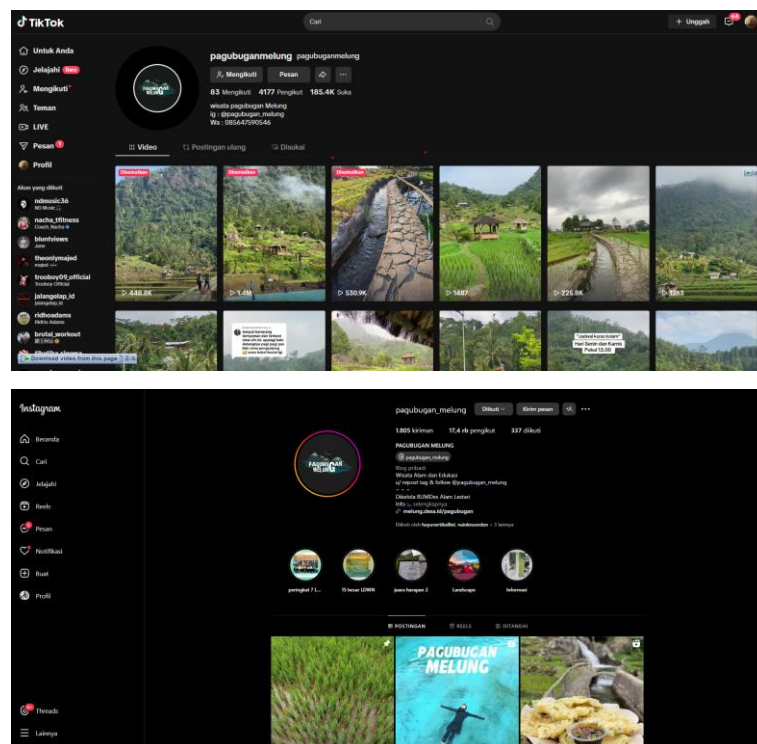
Gambar 5 Hasil Tes Pelatihan

Berdasarkan gambar 5 dapat dilihat hasil kegiatan pelatihan, telah dilakukan tes untuk mengukur peningkatan kapabilitas dalam Pemanfaatan AI dan Promosi Digital. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat peningkatan nilai rata-rata peserta setelah pelatihan. Untuk materi Promosi Digital, nilai rata-rata meningkat dari sekitar 50 sebelum pelatihan menjadi sekitar 70 setelah pelatihan. Sementara itu, untuk Pemanfaatan AI, nilai rata-rata peserta naik dari sekitar 45 sebelum pelatihan menjadi 65 setelah pelatihan. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan kemampuan peserta setelah mengikuti pelatihan

#### 6. Pendampingan dan Implementasi

Tahap Pendampingan dan Implementasi dimulai setelah pelatihan, di mana peserta menerima dukungan melalui konsultasi online dan kunjungan lapangan untuk memastikan penerapan ilmu yang telah dipelajari (Nurul et al.,

2023). Konsultasi online memungkinkan peserta untuk bertanya dan berdiskusi secara fleksibel dengan fasilitator, sementara kunjungan lapangan memberikan pendampingan langsung di lokasi usaha, membantu mengatasi hambatan dan memberikan saran praktis. Setelah pendampingan, peserta mulai menerapkan proyek promosi wisata yang telah mereka rancang, dengan pemantauan rutin oleh fasilitator. Proses ini melibatkan monitoring kinerja seperti peningkatan jumlah interaksi postingan di media sosial, serta evaluasi akhir untuk menilai efektivitas strategi yang diterapkan. Pendekatan ini memastikan bahwa peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara nyata untuk mengembangkan usaha mereka.



Gambar 6. Media Sosisa; Pagubugan Melung

Dari kegiatan pendampingan ini akun media sosial @pagubugan\_melung di Instagram dan pagubuganmelung di TikTok kini telah memiliki lebih dari 5 postingan hasil kegiatan pendampingan yang dilakukan. Konten-konten yang dibuat seputar potensi wisata Pagubugan ditunjukkan pada gambar 6. Menariknya, 3 di antara postingan di Tiktok berhasil masuk ke FYP (*For You Page*), menunjukkan antusiasme dan ketertarikan pengguna terhadap kegiatan

dan hasil pendampingan tersebut. Keberhasilan ini menjadi langkah positif untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap wisata Pagubugan dan memperkenalkan keunikan yang ditawarkannya kepada khalayak luas.

#### 7. Pengembangan Kapasitas dan Kolaborasi

Tahap Pengembangan Kapasitas dan Kolaborasi bertujuan untuk memperkuat operasional BUMDesa Alam Lestari Melung melalui pelatihan lanjutan yang berfokus pada pengelolaan keuangan, manajemen proyek, dan strategi pengembangan usaha. Pelatihan ini didasari dari apa yang telah dapat dari kegiatan ini kegiatan pelatihan berikutnya dirancang untuk meningkatkan pemahaman peserta dalam merencanakan dan mengelola anggaran, melaksanakan proyek secara efektif, serta mengembangkan usaha mereka dengan inovatif. Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk para ahli dan praktisi bisnis lokal, akan menjadi kunci untuk mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, diharapkan BUMDesa dapat mengelola dan mengembangkan usahanya lebih efisien dan berdampak positif bagi komunitas.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan dari keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan pencapaian yang signifikan dalam pengembangan kapasitas pengelola unit usaha BUMDesa Alam Lestari Melung dan pengelola pariwisata Pagubugan melalui hasil tes pelatihan. Melalui serangkaian pelatihan yang mencakup teknik *copywriting* berbasis AI, pengelolaan media sosial, serta strategi pemasaran digital, peserta telah memperoleh keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka. Pendampingan lanjutan melalui konsultasi online dan kunjungan lapangan telah memastikan bahwa ilmu yang dipelajari dapat diimplementasikan dengan baik, di mana peserta berhasil mengembangkan dan mulai menerapkan proyek promosi wisata yang dirancang pada media social Instagram dan TikTok selama pelatihan.

Selain peningkatan keterampilan teknis, program ini juga berhasil memperkuat fondasi operasional BUMDesa melalui rencana pelatihan lanjutan di



bidang pengelolaan keuangan, manajemen proyek, dan strategi pengembangan usaha. Kolaborasi yang erat dengan berbagai pihak, termasuk fasilitator, ahli, dan praktisi lokal, telah memperkaya proses belajar dan membuka peluang untuk pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada peserta, tetapi juga berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi lokal dengan mempersiapkan pengelola usaha untuk menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif. Dengan keberhasilan implementasi strategi yang telah dipelajari, diharapkan pengelola BUMDesa dan pariwisata dapat terus meningkatkan kinerja usaha mereka, memberikan dampak positif bagi komunitas, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di wilayah mereka.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam kesuksesan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada para peserta dari BUMDesa Alam Lestari Melung dan pengelola pariwisata Pagubugan atas partisipasi aktifnya. Tak lupa, kami mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Amikom Purwokerto atas dukungan finansial dan administratif yang memungkinkan terlaksananya kegiatan ini. Kami sangat menghargai semua kontribusi yang telah diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga kerja sama ini terus berlanjut dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi semua pihak. Terima kasih.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aldino, I. (2021). Strategi Pemasaran Digital Pariwisata Berbasis Budaya Pemerintah Kota Surakarta. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 7(1), 45–61.
- Ferlitasari, R., Suhandi, & Rosana, E. (2020). Pengaruh media sosial istagram terhadap perilaku keagamaan remaja. *Sosio Religia: Jurnal Sosiologi Islam*, 01(02), 2–3.
- Hastutik, D., Padmaningrum, D., & Wibowo, A. (2021). Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Pengembangan Desa Wisata di Desa Ponggok



- Kecamatan Polanharjo Kabupaten Klaten. *AGRITEXTS: Journal of Agricultural Extension*, 45(1), 46.  
<https://doi.org/10.20961/agritexts.v45i1.51539>
- Khasanah, Fikriyatul, N., & Hani'ah, N. (2018). Strategi Peningkatan Kemampuan Anak Usia Dini dalam Mengenal Warna melalui Metode Eksperimen. *Tthiflah: Journal of Early Childhood Islamic Education*, 5(2), 1–26.
- Mailoa, R. J., Ohoiwutun, S. K., & Rahanra, I. Y. (2023). Menggali Potensi Pariwisata: Inovasi Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa. *BAILEO: JURNAL SOSIAL HUMANIORA*, 1(1), 28–39.  
<https://doi.org/10.30598/baileofisipvol1iss1pp28-39>
- Nurul, H., Setria, U. R., & Sulistyowati. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Persiapan Implementasi Kurikulum Merdeka di SDN 5 Menteng Kota Palangka Raya. *BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 54–59.
- Pratama, I. W. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Pemasaran Desa Wisata di Kepulauan Wakatobi. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2, 27–32.  
<https://doi.org/10.59025/js.v2i1.60>
- Ramdan, A., Siwiyanti, L., Pertala, E., Anggraini, N., & Jhoansyah, D. (2022). Model Pendampingan Peningkatan Kinerja Pemasaran Kelompok Sadar Wisata Desa Kebonmangu Kabupaten Sukabumi. *ACADEMICS IN ACTION Journal of Community Empowerment*, 4, 40.  
<https://doi.org/10.33021/aia.v4i1.3727>
- Wahyuni, S., Rahmadhani, E., & Mandasari, L. (2020). Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran Interaktif dengan Menggunakan Powerpoint. *Jurnal Abdidas*, 1(6), 597–602. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i6.131>
- Walyani, E., Suminar, T., & Kusumandari, R. B. (2023). Peran Fasilitator dalam Pendampingan Pelaksanaan PAUD Holistik Integratif. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(6), 7409–7423.  
<https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i6.5576>