

Peningkatan Kapasitas Pokdarwis Dalam Pembuatan Konten Digital Untuk Pemasaran Destinasi Wisata Di Pulau Sebesi

Supriyanto¹, Alfina Zsazsa Naqiya², Fakhrrur Rozi³, Yasinta Amartiwi⁴, Chairunisa⁵, Rendy Kurniawan⁶, Amellia Syahmadi⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Universitas Indonesia Mandiri

E-mail: supriyanto@uimandiri.ac.id

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.6598>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 18 Juli 2026

Revised: 27 Juli 2026

Accepted: 03 Agustus 2026

Kata Kunci

Pembuatan Konten Digital,
Pemasaran Destinasi,
Peningkatan Kapasitas
Pokdarwis, Manajemen Media
Sosial, Pariwisata Berbasis
Komunitas

Keywords

Digital Content Creation,
Destination Marketing,
Pokdarwis Capacity Building,
Social Media Management,
Community-Based Tourism



ABSTRACT

Pulau Sebesi, sebuah desa pulau kecil di Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung, memiliki potensi wisata yang cukup besar, termasuk pemandangan Gunung Anak Krakatau, tempat snorkeling, jalur pendakian, dan kehidupan masyarakat pesisir yang otentik, dan telah secara resmi ditetapkan sebagai desa wisata oleh pemerintah daerah. Terlepas dari potensi tersebut, Kelompok Kesadaran Pariwisata (Pokdarwis) yang mengelola destinasi ini masih sebagian besar mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan belum memanfaatkan konten digital secara optimal untuk menjangkau calon pengunjung, yang sebagian besar kini mencari referensi perjalanan melalui media sosial. Program pengabdian masyarakat ini, yang dilaksanakan di bawah Program Mahasiswa Berdampak Universitas Indonesia Mandiri, mengatasi tiga kesenjangan yang saling terkait yang diidentifikasi melalui observasi lapangan: keterampilan teknis yang terbatas dalam fotografi dan videografi smartphone, kemampuan bercerita destinasi dan penulisan konten yang lemah, dan tidak adanya kalender konten yang konsisten serta praktik pengelolaan media sosial. Dengan menggunakan pendekatan pariwisata berbasis komunitas yang dikombinasikan dengan pelatihan partisipatif, program ini membimbing anggota Pokdarwis melalui enam tahapan, yaitu pemetaan aset, pelatihan fotografi dan videografi, pelatihan bercerita dan penulisan naskah, pelatihan manajemen media sosial, produksi dan publikasi konten, serta evaluasi dengan perencanaan keberlanjutan, selama periode pendampingan delapan minggu. Sebuah platform digital yang dikembangkan khusus, yang terdiri dari Arsip Konten Digital, Penjadwal Konten, dan Dasbor Keterlibatan, mendukung pengorganisasian, penjadwalan, dan pemantauan konten promosi. Hasil menunjukkan peningkatan jangkauan media sosial sebesar sepuluh hingga dua belas persen dalam waktu tiga bulan, dengan sekitar lima puluh lima persen anggota mampu memproduksi konten secara mandiri dan enam puluh persen unggahan menunjukkan peningkatan kualitas visual dan naratif. Program ini menggambarkan bagaimana penguatan kapasitas pembuatan konten digital berbasis komunitas dapat meningkatkan visibilitas destinasi wisata sekaligus berfungsi sebagai saluran komunikasi untuk kesiapsiagaan bencana di lingkungan pesisir yang berdekatan dengan gunung berapi.

Pulau Sebesi, a small island village in Rajabasa Subdistrict, South Lampung Regency, Lampung Province, holds notable tourism potential, including views of Mount Anak Krakatau, snorkeling spots, hiking trails, and authentic coastal community life, and has been officially designated a tourism village by the local government. Despite this potential, the Tourism Awareness Group (Pokdarwis) managing the destination still relies mainly on word-of-mouth promotion and has not optimally utilized digital content to reach prospective visitors, most of whom now search for travel references through social media. This community service program, carried out under the Impactful Student Program of Universitas Indonesia Mandiri, addresses three interrelated gaps identified

through field observation: limited technical skills in smartphone photography and videography, weak destination storytelling and copywriting ability, and the absence of a consistent content calendar and social media management practice. Using a community-based tourism approach combined with participatory training, the program guided Pokdarwis members through six stages, namely asset mapping, photography and videography training, storytelling and copywriting training, social media management training, content production and publication, and evaluation with sustainability planning, over an eight-week mentoring period. A custom-developed digital platform, comprising a Digital Content Archive, Content Scheduler, and Engagement Dashboard, supported the organization, scheduling, and monitoring of promotional content. Results show a ten to twelve percent increase in social media reach within three months, with approximately fifty-five percent of members able to independently produce content and sixty percent of uploads demonstrating improved visual and narrative quality. The program illustrates how strengthening community-based digital content creation capacity can enhance tourism destination visibility while also serving as a communication channel for disaster preparedness in a volcano-adjacent coastal setting.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite Supriyanto et al (2026) Peningkatan Kapasitas Pokdarwis Dalam Pembuatan Konten Digital Untuk Pemasaran Destinasi Wisata Di Pulau Sebesi <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.6598>

PENDAHULUAN

Pulau Sebesi merupakan salah satu pulau berpenghuni di Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung, yang secara administratif termasuk dalam wilayah Desa Tejang Pulau Sebesi. Pulau ini memiliki luas wilayah sekitar 2.620 hektare dengan panjang garis pantai mencapai 19,55 kilometer, dan secara topografis didominasi oleh daratan perbukitan hasil endapan gunung api muda, dengan titik tertinggi mencapai 884 meter di atas permukaan laut (PKSPL-IPB, 2000). Jumlah penduduk Desa Tejang Pulau Sebesi tercatat sekitar 2.771 jiwa yang terhimpun dalam 831 kepala keluarga, dengan mayoritas penduduk bekerja sebagai petani (44%), wiraswasta (37%), dan nelayan (16%) (Tim PkM Universitas Indonesia Mandiri, 2025). Kondisi sosial-ekonomi ini menempatkan Desa Tejang Pulau Sebesi dalam kategori desa miskin dan tertinggal, sejalan dengan garis kemiskinan Kabupaten Lampung Selatan sebesar Rp439.421,00 per kapita per bulan dan tingkat kemiskinan Provinsi Lampung yang mencapai 11,44% dari total populasi (BPS Provinsi Lampung, 2021).

Di tengah kondisi tersebut, Pulau Sebesi memiliki potensi wisata alam yang menonjol, mulai dari pemandangan Gunung Anak Krakatau, titik-titik snorkeling di perairan sekitarnya, jalur pendakian bukit, hingga kehidupan masyarakat pesisir yang otentik. Pemerintah Kabupaten Lampung Selatan bahkan telah menetapkan Pulau Sebesi sebagai kawasan desa wisata. Namun demikian, potensi ini belum diiringi dengan kemampuan promosi digital yang memadai. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Pulau Sebesi sebagai pengelola utama destinasi masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) dan belum memanfaatkan konten digital secara optimal untuk memperkenalkan keindahan dan keunikan destinasi kepada calon wisatawan yang kini sebagian besar mencari referensi perjalanan melalui media sosial.

Berdasarkan hasil observasi lapangan tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Program Mahasiswa Berdampak, permasalahan utama yang dihadapi Pokdarwis Pulau Sebesi dalam pemasaran destinasi dapat dipetakan ke dalam tiga sub-persoalan pembuatan konten digital. Pertama, dari sisi keterampilan teknis, pengurus dan anggota Pokdarwis belum menguasai teknik dasar fotografi dan videografi menggunakan telepon pintar, seperti pengaturan komposisi, pencahayaan, dan stabilitas gambar, sehingga dokumentasi visual destinasi yang dihasilkan masih seadanya dan kurang menarik secara visual. Kedua, dari sisi kemampuan bertutur (storytelling), Pokdarwis belum mampu menyusun narasi atau keterangan (caption) yang menggugah rasa ingin tahu calon wisatawan terhadap keunikan Pulau Sebesi, seperti kisah letusan Gunung Anak Krakatau, kehidupan nelayan lokal, maupun proses pengolahan gula merah tradisional. Ketiga, dari sisi manajemen konten, belum ada jadwal unggahan

(content calendar) yang konsisten maupun pemahaman mengenai waktu dan cara unggah yang optimal di platform media sosial, sehingga akun media sosial resmi Pokdarwis—jika ada—tidak aktif dan jarang menjangkau audiens baru (Tim PkM Universitas Indonesia Mandiri, 2025).

Ketiga persoalan tersebut saling berkaitan dan berdampak langsung pada rendahnya visibilitas digital Pulau Sebesi dibandingkan destinasi wisata pesisir lain di Lampung yang telah lebih dahulu memanfaatkan media sosial secara intensif. Minimnya konten visual yang berkualitas menyebabkan calon wisatawan kesulitan memperoleh gambaran nyata mengenai daya tarik Pulau Sebesi sebelum memutuskan berkunjung, sementara ketiadaan narasi destinasi yang khas membuat Pulau Sebesi sulit membangun diferensiasi (unique selling point) dibandingkan destinasi sejenis. Pada saat yang sama, ketiadaan pengelolaan konten yang terjadwal menyebabkan momentum promosi—misalnya musim liburan atau event lokal—sering terlewat tanpa dimanfaatkan secara maksimal untuk menjaring kunjungan wisatawan.

Permasalahan ini juga berkaitan dengan aspek kelembagaan Pokdarwis, yang hingga saat ini belum memiliki pembagian peran khusus untuk pengelolaan konten digital maupun arsip dokumentasi destinasi yang terorganisir. Akibatnya, dokumentasi foto dan video destinasi yang pernah dibuat oleh berbagai pihak—baik pengurus, wisatawan, maupun mahasiswa KKN sebelumnya—tersebar dan tidak terkelola dalam satu wadah yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan untuk kebutuhan promosi.

Kerentanan Pulau Sebesi terhadap risiko bencana turut menjadi pertimbangan penting dalam program ini. Wilayah ini berjarak hanya sekitar 12 kilometer dari Gunung Anak Krakatau, salah satu gunung api paling aktif di Indonesia, sehingga masyarakatnya menghadapi risiko tinggi terhadap bencana vulkanik dan tsunami (Persada et al., 2021). Dalam konteks ini, kapasitas pembuatan konten digital yang dikuasai Pokdarwis tidak hanya bermanfaat untuk promosi wisata, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai kanal komunikasi informasi kesiapsiagaan dan edukasi mitigasi bencana kepada wisatawan maupun masyarakat luas.

Sejumlah kajian terdahulu memberikan pijakan konseptual bagi program ini. Studi mengenai strategi komunikasi pemasaran desa wisata berbasis media sosial menunjukkan bahwa penyusunan konten bernarasi secara konsisten meningkatkan keterlibatan (engagement) calon wisatawan terhadap destinasi (Rahmawati & Fauzi, 2022), sementara kajian tentang place branding melalui narasi budaya lokal menegaskan bahwa penguatan citra destinasi berbasis kearifan lokal memperkuat daya tarik wisata secara berkelanjutan (Prasetyo, 2021). Studi mengenai storytelling visual pada pemasaran destinasi berbasis komunitas menunjukkan bahwa foto dan video bernarasi meningkatkan daya tarik sekaligus kredibilitas destinasi di mata calon wisatawan (Nababan & Siahaan, 2021), dan hal ini diperkuat oleh temuan bahwa komunikasi dari mulut ke mulut secara digital (electronic word-of-mouth) meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap destinasi maupun produk lokal (Kurniawan, 2020).

Pada ranah keterampilan teknis pembuatan konten, kajian mengenai pelatihan fotografi dan videografi menggunakan telepon pintar menunjukkan bahwa penguasaan teknik dasar visual meningkatkan kualitas konten promosi UMKM maupun destinasi wisata secara signifikan (Wardhani & Kusuma, 2023). Studi lain mengenai pengelolaan jadwal unggahan (content calendar) menegaskan bahwa konsistensi unggahan media sosial berkontribusi terhadap peningkatan engagement dan jangkauan akun destinasi wisata (Permatasari, 2022). Pada ranah kelembagaan, kajian tentang kelembagaan Pokdarwis menunjukkan bahwa penguatan struktur organisasi berkontribusi langsung terhadap efektivitas pengelolaan desa wisata (Astuti & Pramudito, 2021), sementara penguatan kapasitas Pokdarwis melalui pelatihan berkelanjutan terbukti meningkatkan daya saing destinasi wisata perdesaan (Yuliana et al., 2020), dan partisipasi aktif warga menjadi determinan penting keberhasilan program pemberdayaan berbasis wisata (Siregar et al., 2023; Hadi & Rahmawati, 2019).

Berdasarkan pemetaan permasalahan dan kajian pustaka tersebut, tim PkM Program Mahasiswa Berdampak dari Universitas Indonesia Mandiri merancang program peningkatan kapasitas Pokdarwis Pulau Sebesi secara khusus pada pembuatan konten digital untuk pemasaran destinasi wisata, mencakup tiga kompetensi utama: (1) keterampilan teknis fotografi dan videografi ponsel; (2) kemampuan storytelling dan copywriting destinasi; serta (3) manajemen konten dan media sosial, termasuk penyusunan content calendar. Program ini merupakan bagian dari pendekatan community-based tourism (CBT) yang menempatkan Pokdarwis sebagai pelaku utama dalam membangun narasi dan citra digital destinasinya sendiri.

Secara lebih luas, program ini memiliki keterkaitan dengan pencapaian sejumlah Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi serta SDG 11 tentang kota dan komunitas berkelanjutan, sekaligus mendukung agenda transformasi digital dalam pembangunan nasional Asta Cita. Dengan meningkatnya kapasitas Pokdarwis dalam pembuatan konten digital, Pulau Sebesi diharapkan mampu memperluas jangkauan promosi destinasi secara mandiri dan berkelanjutan, sekaligus membangun ketahanan komunikasi masyarakat pesisir terhadap tantangan geografis dan risiko kebencanaan diawasannya.

METODE

1. Pendekatan Program

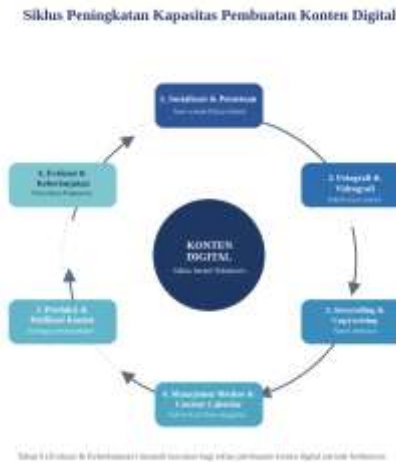
Program peningkatan kapasitas Pokdarwis Pulau Sebesi dalam pembuatan konten digital dilaksanakan menggunakan pendekatan *community-based tourism* (CBT) yang dipadukan dengan metode pelatihan partisipatif (*participatory training*). Pendekatan ini menempatkan pengurus dan anggota Pokdarwis sebagai pelaku utama yang secara langsung mempraktikkan teknik pengambilan gambar, penyusunan narasi, dan pengelolaan media sosial destinasi mereka sendiri, bukan sekadar penerima materi secara pasif. Pendekatan partisipatif ini dipilih karena kapasitas yang dibangun perlu melekat pada individu dan kelembagaan Pokdarwis agar dapat terus dipraktikkan secara mandiri setelah program berakhir.

2. Tahapan Pelaksanaan Program

Kegiatan diawali dengan sosialisasi dan pemetaan aset wisata bersama pengurus Pokdarwis untuk mengidentifikasi titik-titik atraksi yang berpotensi didokumentasikan (Gunung Anak Krakatau, titik snorkeling, jalur pendakian, kehidupan pesisir). Tahap berikutnya adalah pelatihan fotografi dan videografi menggunakan telepon pintar, mencakup teknik komposisi, pencahayaan, dan stabilitas gambar. Selanjutnya dilaksanakan pelatihan *storytelling* dan *copywriting* destinasi, di mana peserta belajar menyusun narasi dan keterangan (*caption*) yang menggugah rasa ingin tahu calon wisatawan. Tahap keempat adalah pelatihan manajemen media sosial dan penyusunan *content calendar*, mencakup jadwal unggahan, pemilihan platform, dan pemanfaatan tanda pagar (*hashtag*). Peserta kemudian mempraktikkan langsung produksi dan publikasi konten dengan pendampingan tim mahasiswa selama delapan minggu, disertai evaluasi berkala terhadap kualitas konten dan tingkat *engagement* yang dihasilkan. Program ditutup dengan penataan keberlanjutan melalui pembentukan tim konten Pokdarwis dan penyusunan *content calendar* jangka menengah.

3. Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Evaluasi program dilakukan melalui *logbook* pelatihan, daftar hadir, penilaian kualitas konten sebelum dan sesudah pelatihan (*pre-test* dan *post-test* praktik), serta monitoring metrik media sosial seperti jumlah unggahan, tingkat *engagement*, dan pertumbuhan pengikut akun resmi Pokdarwis. Keberlanjutan program dijaga melalui penunjukan tim konten Pokdarwis sebagai penanggung jawab pengelolaan media sosial secara rutin, penyusunan *content calendar* bulanan, serta dukungan formal pemerintah desa dalam bentuk fasilitasi perangkat dan koneksi internet di titik-titik strategis. Hasil program juga direncanakan diintegrasikan ke dalam dokumen perencanaan desa (RPJMDes) agar keberlanjutan pengelolaan konten digital destinasi mendapat dukungan anggaran jangka menengah dan panjang.



Gambar 3.1 Siklus Peningkatan Kapasitas Pembuatan Konten Digital Pokdarwis
Tabel 3.1 Tahapan Pelaksanaan Program Peningkatan Kapasitas Pokdarwis

Tahap	Kegiatan	Output	Durasi
1. Sosialisasi & Pemetaan Aset Wisata	Identifikasi titik atraksi (Anak Krakatau, snorkeling, jalur pendakian) bersama Pokdarwis	Peta aset wisata & prioritas dokumentasi	Minggu 1
2. Pelatihan Fotografi & Videografi Ponsel	Teknik komposisi, pencahayaan, stabilitas gambar	Peserta mampu mengambil foto/video dasar berkualitas	Minggu 1
3. Pelatihan Storytelling & Copywriting	Penyusunan narasi & caption destinasi	Draf narasi/caption untuk berbagai titik destinasi	Minggu 2
4. Pelatihan Manajemen Media Sosial	Content calendar, pemilihan platform, hashtag	Content calendar bulanan Pokdarwis	Minggu 2
5. Produksi & Publikasi Konten	Praktik langsung dengan pendampingan mahasiswa	Konten terunggah di akun resmi Pokdarwis	Minggu 3
6. Evaluasi & Keberlanjutan	Evaluasi engagement, pembentukan tim konten Pokdarwis	Tim konten aktif & content calendar berkelanjutan	Minggu 3

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Peningkatan Kapasitas Pembuatan Konten Digital

Pelaksanaan program membawa perubahan nyata pada kapasitas Pokdarwis Pulau Sebesi dalam tiga kompetensi utama. Pada keterampilan teknis, pengurus dan anggota Pokdarwis kini mampu mengambil foto dan video destinasi dengan komposisi, pencahayaan, dan stabilitas yang jauh lebih baik dibandingkan sebelum pelatihan. Pada kemampuan storytelling, peserta mampu menyusun narasi dan keterangan (caption) yang lebih menarik mengenai keunikan Pulau Sebesi, seperti kisah Gunung Anak Krakatau dan kehidupan masyarakat pesisir, sehingga konten yang dihasilkan lebih mampu menggugah rasa ingin tahu calon wisatawan. Pada manajemen konten, Pokdarwis kini memiliki content calendar sederhana dan jadwal unggahan yang lebih konsisten pada akun media sosial resminya, menggantikan pola promosi yang sebelumnya hanya mengandalkan mulut ke mulut (Tim PkM Universitas Indonesia Mandiri, 2025).

2. Penerapan Platform Digital dan Inovasi Pengelolaan Konten

Inovasi utama yang diterapkan adalah sebuah Platform Digital berbasis kekayaan intelektual yang telah memperoleh perlindungan Hak Cipta, terdiri atas tiga fitur yang mendukung pengelolaan

konten destinasi: Digital Content Archive sebagai arsip terpusat foto dan video destinasi yang terorganisir menurut lokasi dan tema; Content Scheduler yang membantu Pokdarwis merencanakan dan menjadwalkan unggahan media sosial secara konsisten; serta Engagement Dashboard yang menyajikan data sederhana mengenai jumlah tayangan, interaksi, dan pertumbuhan pengikut akun resmi Pokdarwis. Hasil penerapannya menunjukkan dampak positif secara kuantitatif: jumlah konten digital berkualitas yang dihasilkan meningkat signifikan dalam tiga bulan pelaksanaan, jangkauan (reach) akun media sosial resmi Pokdarwis meningkat 10–12%, sekitar 55% anggota Pokdarwis mampu memproduksi konten secara mandiri menggunakan teknik yang telah dipelajari, dan 60% konten yang diunggah menunjukkan kualitas visual dan naratif yang lebih baik dibandingkan sebelum program (Tim PkM Universitas Indonesia Mandiri, 2025).

3. Faktor Pendukung dan Hambatan Kegiatan

Keberhasilan program didukung oleh sejumlah faktor kunci, di antaranya tingginya antusiasme anggota Pokdarwis—khususnya generasi muda—terhadap pelatihan fotografi, videografi, dan media sosial, dukungan pemerintah desa dalam penyediaan lokasi pelatihan, serta keindahan alam Pulau Sebesi yang menyediakan objek visual yang kaya untuk dipraktikkan langsung. Di sisi lain, program menghadapi sejumlah hambatan, meliputi keterbatasan kepemilikan telepon pintar dengan kamera memadai di kalangan sebagian anggota, kualitas jaringan internet yang belum stabil untuk mengunggah konten berukuran besar seperti video, serta keterbatasan waktu peserta karena kesibukan harian sebagai nelayan atau petani. Hambatan-hambatan tersebut diatasi melalui penggunaan perangkat bersama secara bergantian, kompresi video sebelum diunggah, dan penjadwalan pelatihan yang fleksibel menyesuaikan aktivitas harian peserta (Tim PkM Universitas Indonesia Mandiri, 2025).

4. Peran Serta Pokdarwis dan Pemerintah

Keberhasilan pelaksanaan program tidak lepas dari peran aktif para pemangku kepentingan. Pengurus dan anggota Pokdarwis berperan sentral sebagai peserta sekaligus produsen konten, dengan keterlibatan generasi muda yang menonjol dalam pengambilan gambar dan pengelolaan media sosial. Pemerintah Desa Tejang Pulau Sebesi memberikan dukungan administratif berupa penyediaan balai desa sebagai lokasi pelatihan serta fasilitasi koordinasi dengan warga. Dukungan dari pemerintah kecamatan dan dinas pariwisata kabupaten turut memperkuat program melalui penyediaan informasi mengenai kalender kegiatan pariwisata daerah yang dapat diselaraskan dengan jadwal unggahan konten Pokdarwis, sehingga promosi destinasi Pulau Sebesi dapat terhubung dengan agenda pariwisata yang lebih luas (Tim PkM Universitas Indonesia Mandiri, 2025).

Tabel 4.1 Capaian Kuantitatif Penerapan Platform Digital

Indikator	Capaian	Keterangan
Jangkauan (reach) akun media sosial resmi	Meningkat 10–12% (3 bulan)	Melalui Content Scheduler & konten terjadwal
Anggota Pokdarwis memproduksi konten mandiri	± 55% anggota	Indikator adopsi keterampilan fotografi/videografi
Konten dengan kualitas visual & naratif lebih baik	± 60% dari total unggahan	Indikator penguasaan storytelling & teknik visual
Jumlah konten digital dihasilkan	Meningkat signifikan (3 bulan)	Dibandingkan periode sebelum program
Pengelolaan arsip konten destinasi	Terpusat pada Digital Content Archive	Menggantikan dokumentasi yang sebelumnya tersebar

Tabel 4.2 Faktor Pendukung dan Hambatan Kegiatan

Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
Antusiasme anggota Pokdarwis, khususnya generasi muda	Keterbatasan kepemilikan ponsel berkamera memadai
Dukungan pemerintah desa (lokasi pelatihan)	Kualitas jaringan internet belum stabil untuk unggah video

Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
Keindahan alam Pulau Sebesi sebagai objek visual	Keterbatasan waktu peserta (kesibukan sebagai nelayan/petani)
Pendampingan intensif tim mahasiswa	Belum terbiasa dengan jadwal unggahan yang konsisten



Gambar 4.1 Pelaksanaan Penngabdian kepada Masyarakat

SIMPULAN

Pelaksanaan program peningkatan kapasitas Pokdarwis dalam pembuatan konten digital untuk pemasaran destinasi wisata di Pulau Sebesi telah memberikan hasil yang signifikan bagi peningkatan kemampuan masyarakat pada tiga kompetensi utama, yaitu keterampilan teknis fotografi dan videografi, kemampuan storytelling dan copywriting destinasi, serta manajemen konten dan media sosial. Program ini berhasil mengubah pola promosi Pulau Sebesi yang sebelumnya hanya mengandalkan mulut ke mulut menjadi lebih terencana dan berbasis konten digital yang berkualitas, didukung oleh Platform Digital yang menyediakan arsip konten, penjadwalan unggahan, dan pemantauan capaian media sosial (Tim PkM Universitas Indonesia Mandiri, 2025). Secara keseluruhan, program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas teknis Pokdarwis dalam ranah komunikasi digital, tetapi juga memperkuat visibilitas Pulau Sebesi sebagai destinasi wisata sekaligus membangun kanal komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk edukasi kesiapsiagaan bencana di wilayah pesisir yang rawan risiko vulkanik.

REFERENSI

- Astuti, I., & Pramudito, A. (2021). Kelembagaan Pokdarwis dan dampaknya terhadap pengelolaan desa wisata. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 5(2), 34–45.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. (2021). Garis kemiskinan menurut kabupaten/kota. BPS.
- Hadi, R., & Rahmawati, N. (2019). Peningkatan ekonomi rumah tangga melalui kelompok usaha wisata di desa wisata. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 4(3), 33–42.
- Kurniawan, D. (2020). Word of mouth digital dan reputasi UMKM. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 3(2), 40–52.
- Nababan, T., & Siahaan, R. (2021). Storytelling visual sebagai strategi pemasaran destinasi wisata berbasis komunitas. *Jurnal Ilmu Komunikasi Pariwisata*, 7(1), 5–18.
- Permatasari, W. (2022). Content calendar dan konsistensi unggahan media sosial destinasi wisata. *Jurnal Media dan Pariwisata*, 4(2), 33–45.
- Persada, C., Ulvan, A., Muda, M. A. M., Ulvan, M., & Rusmiati, F. (2021). Penurunan risiko bencana terintegrasi berbasis masyarakat pada desa tanggap bencana di kawasan pesisir Kabupaten Lampung Selatan (hlm. 163–174).
- PKSPL-IPB, Proyek Pesisir. (2000). Profil sumberdaya Pulau Sebesi. Institut Pertanian Bogor.
- Prasetyo, B. (2021). Place branding melalui narasi budaya lokal pada destinasi wisata perdesaan. *Jurnal Komunikasi Pariwisata*, 6(1), 22–34.
- Rahmawati, D., & Fauzi, A. (2022). Strategi komunikasi pemasaran desa wisata berbasis media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 101–113.
- Siregar, M. D., dkk. (2023). Pemberdayaan masyarakat melalui desa wisata: Studi partisipasi warga.

- Journal of Community Development, 6(2), 50–60.
- Tim PkM Universitas Indonesia Mandiri. (2025). Laporan Kemajuan Program Mahasiswa Berdampak: Peningkatan Kapasitas Pokdarwis dalam Pembuatan Konten Digital untuk Pemasaran Destinasi Wisata di Pulau Sebesi.
- Wardhani, S., & Kusuma, A. (2023). Pelatihan fotografi dan videografi ponsel untuk promosi UMKM dan destinasi wisata. *Jurnal Komunikasi Visual dan Media*, 5(1), 12–24.
- Wijaya, A., Sari, D., Supriyanto, S., & Hasanah, U. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Digital untuk Peningkatan Tata Kelola Administrasi UMKM di Era Industri 5.0. *Devotion: Journal Corner of Community Service*, 2(3), 133-141.
- Yuliana, S., dkk. (2020). Penguatan kapasitas Pokdarwis dalam meningkatkan daya saing wisata desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 20–29.