Pelatihan Pemasaran Digital melalui Pembuatan Konten Video dan Eco-print bagi Kelompok Sadar Wisata Pulo Tareba, Ternate

Asti Ayuningsih*[1], Dwi Sumaiyyah Makmur[2]

[1] Program Studi D3 Usaha Perjalanan Wisata, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Khairun, Indonesia
[2] Program Studi Ilmu Sejarah, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Khairun, Indonesia
*e-mail: asty.ayuningsih@gmail.com[1], dwi.sumaiyyah14@gmail.com[2]

Abstrak

Pulo Tareba di Kelurahan Takome, Ternate Barat, merupakan destinasi ekowisata berbasis masyarakat yang dikelola kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan memerlukan penguatan promosi digital. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas peserta dalam memahami prinsip ekowisata, membuat konten promosi, dan mengenal eco-print sebagai aktivitas kreatif berbasis lingkungan. Pelatihan partisipatif dilaksanakan pada 28 Agustus 2026 dengan 36 peserta yang merupakan anggota kelompok sadar wisata Kelurahan Takome. Kegiatan meliputi penyampaian materi, diskusi, praktik eco-print, dan pendampingan pembuatan minivlog mulai dari pengambilan video, penyuntingan, hingga pengunggahan. Data diperoleh melalui observasi dan dokumentasi, lalu dianalisis secara deskriptif. Seluruh tahapan terlaksana: 7 produk eco-print dan 5 mini vlog dihasilkan dan dipublikasikan melalui YouTube, dan 36 peserta menyelesaikan proses pembuatan konten hingga unggah dengan berpartisipasi aktif dalam kelompok kecil yang telah dibentuk. Mitra menyediakan lokasi dan sarana, narasumber pendamping, dan berpartisipasi sebagai peserta. Kendala berupa ketiadaan proyektor serta keterbatasan perangkat dan keterampilan penyuntingan diatasi dengan media cetak dan pendampingan intensif. Pengetahuan peserta tidak diukur dengan pre-test dan post-test, dan data jangkauan unggahan belum dikumpulkan, sehingga keberhasilan dibatasi pada keterlaksanaan program. Pendampingan lanjutan pengelolaan akun, penjadwalan unggahan, dan evaluasi jangkauan diperlukan.

***Kata kunci**: digital marketing, ekowisata, eco-print, kelompok sadar wisata, Pulo Tareba*

Abstract

Pulo Tareba in Takome Village, West Ternate, is a community-based ecotourism destination managed by a tourism awareness group (Pokdarwis) and needs stronger digital promotion. This program aimed to improve understanding of ecotourism principles, promotional content creation skills, and familiarity with eco-print as an environment-based creative activity. Participatory training was held on 28 August 2026 with 36 participants who are Pokdarwis members of Takome village. Activities comprised material delivery, discussion, eco-print practice, and mentoring in producing a mini vlog, from video shooting and editing to uploading. Data were collected through observation and documentation and analyzed descriptively. All stages were carried out: 7 eco-print products and 5 mini vlogs were produced and published on YouTube, and 36 participants completed the content-production process through to upload. The partner provided the venue and facilities, a supporting resource person, and took part as participants. Constraints (no projector, limited devices and editing skills) were handled with printed materials and intensive mentoring. Without pre-test and post-test and with no reach data yet, success is limited to program implementation. Follow-up mentoring on account management, posting schedules, and reach evaluation is needed.

***Keywords**: digital marketing, ecotourism, eco-print, tourism awareness group, Pulo Tareba*

1. PENDAHULUAN

Ekowisata menempatkan kelestarian lingkungan dan manfaat bagi masyarakat setempat sebagai dua sisi yang harus dikelola bersama. Kajian literatur tentang pengelolaan destinasi ekowisata menunjukkan bahwa teori pariwisata berkelanjutan dan partisipasi masyarakat menjadi kerangka konseptual yang dominan, dengan penguatan kapasistas dan partisipasi masyarakat sebagai salah satu strategi yang direkomendasikan (Ningrat dkk., 2026). Dalam konteks ini, kelompok sadar wisata (Pokdarwis) berperan sebagai wadah masyarakat untuk mengelola dan mempromosikan destinasi di wilayahnya. Kajian pada destinasi pariwisata

berbasis masyarakat menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat memperkuat tata kelola pariwisata dan kepedulian terhadap lingkungan, meskipun tekanan kunjungan dan partisipasi tidak merata tetap menjadi tantangan (Erwinadi & W., 2026). Pada destinasi ekowisata Kerala, pengetahuan lingkungan dan persepsi manfaat ekonomi termasuk factor yang lebih berpengaruh terhadap partisipasi masyarakat dalam pengelolaan (Menon, 2019)

Pulo Tareba di Kelurahan Takome, Kecamatan Ternate Barat, Kota Ternate, Maluku Utara, merupakan destinasi ekowisata yang dikelola langsung oleh masyarakat sebagai bentuk pariwisata berbasis masyarakat (Limpas, 2025). Kawasan ini memiliki ekosistem danau, lanskap pesisir, dan keanekaragaman hayati yang mencakup fauna endemic seperti burung maleo, kakatua putih, kasturi Ternate, dan kuskus mata biru. Kegiatan wisata yang tidak mengikuti prinsip konservasi dilaporkan menekan populasi fauna tersebut, sehingga penguatan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata dipandang penting (Nasution dkk., 2026). Kajian lain menyimpulkan bahwa Pulo Tareba masih memerlukan perbaikan pada infrastruktur, keselamatan, dan fasilitas pendukung, serta penguatan aksesibilitas, pengelolaan sampah, dan strategi promosi untuk meningkatkan kunjungan (Limpas, 2025). Daya tarik berupa danau, lanskap pesisir, dan satwa endemic tersebut merupakan materi visual yang dapat diperkenalkan kepada calon wisatawan melalui konten digital, sehingga kebutuhan promosi digital menjadi bagian dari kebutuhan pengelolaan detsinasi.

Kondisi awal pemasaran digital Pokdarwis Pulo tareba sebelum kegiatan menunjukkan bahwa mitra telah memiliki akun Instagram, yaitu @pulotareba_takome dan @tareba.biodiversity. Akun @tareba.biodiversity_ secara khusus dimanfaatkan untuk membagikan edukasi konservasi serta dokumentasi foto fauna endemic yang terdapat di kawasan tersebut. Namun, pengunggahan konten belum memiliki jadwal atau frekuensi yang tetap. Admin mengunggah konten umumnya ketika terdapat kegiatan atau acara maupun kunjungan pihak tertentu ke Pulo Tareba. Dalam penyediaan konten Reels atau video promosi, Pokdarwis juga masih cukup bergantung pada konten yang diproduksi oleh pengunjung, yang kemudian menandai akun Pokdarwis sebagai kolaborator. Kondisi ini menunjukkan bahwa mitra telah memiliki modal awal dalam promosi digital, tetapi masih memerlukan penguatan kapasitas dalam menghasilkan konten video secara mandiri dan berkelanjutan. Oleh karena itu, pelatihan pembuatan konten digital dipilih sebagai fokus kegiatan untuk mendukung kemampuan anggota Pokdarwis dalam mendokumentasikan dan mempromosikan potensi ekowisata Pulo tareba.

Kebutuhan promosi yang sistematis juga muncul dalam kegiatan pengabdian sebelumnya di Kelurahan Takome. Adjam dkk., (2022) melaksanakan sosialisasi pengembangan ekowisata bagi sekotar 30 peserta dari aparatur kelurahan dan pengelola Pokdarwis. Mereka mencatat bahwa potensi ekowisata perlu disertai promosi yang sistematis dan berkelanjutan melalui media digital, bahwa keterlibatan aktif warga dalam pengembangan wisata masih terbatas, dan bahwa peran kelembagaan Pokdarwis perlu diperkuat. Dengan demikian, penguatan kemampuan promosi digital pada Pokdarwis Takome merupakan kelanjutan yang logis dari temuan tersebut. Kegiatan ini berbeda dari pengabdian tersebut karena tidak berhenti pada sosialisasi, melainkan menambahkan praktik pembuatan konten video dan memadukan promosi digital dengan kegiatan kreatif eco-print.

Pemasaran digital melalui media social berpotensi mendukung promosi destinasi. Aliyah dkk., (2024) menemukan bahwa pemasaran melalui media social dan daya tarik wisata berhubungan positif dengan minat berkunjung. Armutcu dkk., (2023) juga melaporkan bahwa kepuasan wisatawan dan interaksi pemasaran digital merupakan penentu niat berkunjung ke suatu destinasi dan niat berbagi ulasan secara elektronik. Berbagai kegiatan pengabdian telah mengarahkan pada aspek ini. Andiani dkk., (2023) melatih anggota Pokdarwis Desa Panji, Bali, dalam pemasaran digital melalui ceramah, diskusi, dan praktik. Trianasari dkk., (2025) menekankan pemanfaatan teknologi digital dan media social dalam strategi pemasaran desa wisata, sedangkan Prihanto dkk., (2025) mengembangkan media promosi digital wisata lokal berbasis komunitas. Pelatihan sejenis juga dilaporkan oleh Pristanti dkk., (2021) melalui penyuluhan dan lokakarya bagi pelaku usaha kecil di desa wisata, oleh Candra dkk., (2025) melalui pelatihan sadar wisata dan pemasaran digital bagi Pokdarwis yang disertai pendampingan pengelolaan situs web desa, serta oleh Sutrisna dkk., (2026) melalui pelatihan

pemasaran digital dan produksi konten bagi Pokdarwis dan pemuda yang dilanjutkan dengan pendampingan pascapelatihan.

Di sisi lain, kegiatan kreatif berbasis lingkungan dapat menjadi materi promosi sekaligus pengalaman bagi pengunjung. Amalia dkk., (2022) melatih 15 warga dalam Teknik eco-print metode metode pounding di kawasan mangrove Tambakrejo, Semarang, dan menyimpulkan bahwa produk yang dihasilkan berpotensi memperkaya produk jasa wisata, tetapi masih memerlukan pelatihan promosi dan pemasaran. Kegiatan eco-print di kawasan wisata lain dilaporkan dalam beberapa bentukL pelatihan eco-print bagi kelompok ibu di desa wisata (Ariany dkk., 2025; Suud dkk., 2023) dan pelatihan tote bag eco-print bagi anak usia dini yang dinilai berpotensi mendukung wisata kreatif dan ekowisata berbasis masyarakat (Oktyajati dkk., 2026). Temuan tersebut menunjukkan bahwa praktik kreatif dan kemampuan promosi digital saling melengkapi, sehingga layak dipadukan dalam satu rangkaian kegiatan. Dalam program ini, eco-print diposisikan sebagai souvenir khas Pulo Tareba dan berpotendi untuk dikembangkan menjadi aktivitas wisata bagi pengunjung, sehingga terhubung langsung dengan pengelolaan ekowisata.

Berdasarkan uraian tersebut, program pengabdian ini memadukan pelatihan digital marketing dengan praktik eco-print di Pulo Tareba, dengan proses praktik didokumentasikan menjadi mini vlog dan diunggah ke media social. Tujuan kegiatan ini adalah (1) menyampaikan materi pengantar ekowisata dan digital marketing kepada Pokdarwis dan peserta lainnya; (2) memfasilitasi praktik eco-print sebagai aktivitas kreatif berbasis lingkungan; dan (3) mendampingi peserta mendokumentasikan dan mempublikasikan kegiatan dalam bentuk mini vlog; dan (4) mendekripsikan peran mitra, kendala pelaksanaan, serta tindak lanjut yang diperlukan. Capaian yang diamati adalah jumlah produk eco-print, jumlah mini vlog yang dihasilkan dan dipublikasikan, jumlah peserta yang mampu menyelesaikan proses pembuatan konten, serta kesiapan Pokdarwis mengelola akun promosi secara mandiri, yang dicatat melalui observasi dan dokumentasi.

2. METODE

Mitra, Peserta dan Lokasi

Mitra sasaran kegiatan adalah Pokdarwis Kelurahan Takome selaku pengelola kawasan wkowisata Pulo Tareba, Kecamatan Ternate Barat, Kota Ternate. Kegiatan dilakukan pada 28 Agustus 2026 di kawasan objek wisata Pulo Tareba dan diikuti oleh 36 peserta yang merupakan anggota dan pengurus Pokdarwis. Peserta dipilih melalui koordinasi dengan pengurus Pokdarwis yang mengundang anggota untuk mengikuti pelatihan. Sebelum kegiatan dilaksanakan, pengelolaan media social resmi Pulo Tareba masih berpusat pada satu orang admin yang bertanggung jawab mengunggah konten ke akun Instagram destinasi. Sementara itu, anggota Pokdarwis lainnya telah memiliki akun media social pribadi, tetapi belum terlibat secara aktif dalam proses pembuatan dan pengunggahan konten pada akun resmi Pulo Tareba.

Tahapan Kegiatan

Pendekatan yang digunakan adalah pelatihan partisipatif yang memadukan penyampaian materi, diskusi, dan praktik langsung, sejalan dengan pola pelatihan Pokdarwis pada kegiatan pengabdian sebelumnya (Andiani dkk., 2023). Kegiatan terdiri atas tiga tahap sebagaimana ringkasan pada Tabel 1.

Durasi masing-masing kegiatan adalah: penyampaian materi selama 45 menit, diskusi 15 menit, praktik eco-print 30 menit, pembuatan mini vlog 30 menit, dan pendampingan editing dan pengunggahan 30 menit, dengan waktu pelaksanaan 14.00 sampai dengan 16.30.

Tabel 1. Tahapan kegiatan dan indikator capaian.

Tahap	Aktivitas	Indikator
Persiapan	Koordinasi dengan Pokdarwis Kelurahan Takome; penentuan lokasi dan sarana di kawasan Pulo tareba; persiapan materi pelatihan	Mitra bersedia menyediakan tempat dan sarana kegiatan
Pelaksanaan	Penyampaian materi pengantar ekowisata dan digital marketing; diskusi; praktik pembuatan eco-print; praktik dokumentasi kegiatan menjadi mini vlog dan pengunggahan ke media sosial	Kegiatan terlaksana dengan 36 peserta; materi tersampaikan; praktik eco-print terlaksana; mini vlog dihasilkan dan dipublikasikan
Evaluasi dan tindak lanjut	Observasi dan dokumentasi pelaksanaan; rencana pengumpulan data kinerja media sosial; rencana pendampingan lanjutan pengelolaan media sosial destinasi	Observasi dan dokumentasi tercatat; pendampingan lanjutan direncanakan

Prosedur praktik eco-print

Praktik eco-print dilaksanakan dengan membagi peserta ke dalam tujuh kelompok, dengan setiap kelompok menghasilkan satu produk. Bahan yang digunakan meliputi dan dan bunga yang ditemukan di sekitar kawasan Pulo tareba, tote bag berbahan kanvas, serta tawas sebagai bahan fiksasi warna. Teknik pencetakan yang diterapkan adalah Teknik pounding (pukul) yaitu memindahkan bentuk dan pgimen alami dari daun dan bunga ke permukaan kain melalui proses pemukulan dengan menggunakan palu mini yang terbuat dari kayu dan batu.

Tahapan praktik diawali dengan merendam tote bag kanvas menggunakan larutan tawas selama kurang lebih 15 menit. elama proses perendaman berlangsung, peserta mencari dan mengumpulkan daun serta bunga yang tersedia di sekitar lokasi kegiatan. Selanjutnya, daun dan bunga ditata di atas permukaan tote bag sesuai dengan pola yang diinginkan. Bahan-bahan tersebut kemudian dipukul menggunakan palu berbahan kayu/batu hingga bentuk dan pigmen alaminya tercetak pada permukaan kain. Setelah proses pencetakan selesai, tote bag dikeringkan. Melalui praktik ini, dihasilkan tujuh buah tote bag eco-print, masing-masing satu produk dari setiap kelompok.

Pendampingan pembuatan konten mini vlog

Peserta dibagi menjadi lima kelompok dan setiap kelompok menghasilkan satu produk. Pendampingan pembuatan mini vlog dilakukan dalam tiga langkah: (1) pengambilan video kegiatan dan lokasi Pulo tarena; (2) penyuntingan video dan foto menggunakan aplikasi CapCut di ponsel peserta dengan pendampingan langsung tim pengabdian; dan (3) pengunggahan ke media social YouTube.

Pengumpulan dan Analisis Data

Data diperoleh melalui observasi pelaksanaan kegiatan, dokumentasi foto dan video, serta catatan keterlibatan mitra dan kendala di lapangan. Pengukuran pengetahuan peserta dengan pre-test dan post-test tidak dilakukan, sehingga evaluasi pada tahap ini dibatasi pada observasi dan dokumentasi. Data dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan pelaksanaan di lapangan terhadap indicator capaian pada Tabel 1. Hasil yang dilaporkan dibatasi pada capaian yang dapat dikonfirmasi dari dokumentasi pelaksanaan. Capaian diukur melalui indicator keterlaksanaan yang dapat dihitung, yaitu jumlah peserta, jumlah produk eco-print, jumlah mini vlog yang dihasilkan dan dipublikasikan, serta jumalh peserta yang menyelesaikan proses pembuatan konten hingga unggah. Kemampuan peserta menyunting secara mandiri dicatat melalui onservasi pendamping.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan dan Capaian Kegiatan

Kegiatan terlaksana pada 28 Agustus 2026 di kawasan objek wisata Pulo Tareba dan dihadiri 36 peserta. Seluruh komponen yang direncanakan, yaitu materi, praktik eco-print, dan dokumentasi dalam bentuk mini vlog, dapat dilaksanakan. Selain keterlaksanaan, capaian peserta dicatat melalui observasi, yaitu 36 peserta berpartisipasi aktif menyelesaikan proses pembuatan konten hingga unggah dan lima peserta (ketua kelompok) mampu menyunting video secara mandiri. Tabel 2 merangkum capaian terhadap indicator yang telah ditetapkan.

Tabel 2. Capaian Pelaksanaan Kegiatan

Indikator	Status	Jumlah atau hasil	Dasar penilaian
Kegiatan terlaksana dengan 36 peserta	Tercapai	36 peserta anggota Pokdarwis	Dokumentasi pelaksanaan kegiatan
Materi pengantar ekowisata dan digital marketing tersampaikan	Tercapai	Durasi 45 menit	Dokumentasi sesi penyampaian materi
Praktik pembuatan eco-print terlaksana	Tercapai	7 produk tote bag eco-print	Dokumentasi sesi praktikum dan produk akhir
Mini vlog kegiatan dilaksanan dan dipublikasikan di media sosial	Tercapai	5 mini vlog; platform YouTube	Unggahan di YouTube

Materi Ekowisata dan Digital Marketing

Materi pengantar ekowisata menekankan pengelolaan destinasi yang memperhatikan kelestarian lingkungan dan melibatkan masyarakat. Penekanan ini relevan dengan kondisi Pulo Tareba, karena kajian terdahulu mengaitkan wisata yang kurang memperhatikan konservasi dengan menurunnya populasi fauna endemic dan menempatkan partisipasi masyarakat sebagai kunci pengelolaan berkelanjutan (Nasution dkk., 2026). Materi digital marketing memperkenalkan pemanfaatan media social untuk menyampaikan informasi dan mempromosikan potensi wisata. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Aliyah dkk., (2024) bahwa pemasaran melalui media social dan daya tarik wisata berhubungan positif dengan minat berkunjung, serta dengan pelatihan pemanfaatan teknologi digital dan media social dalam strategi pemasaran desa wisata yang dilaporkan Trianasari dkk., (2025). Tinjauan sistemastis menunjukkan bahwa unsur pemasaran media social, yaitu hiburan, informasi, interaktivitas, personalisasi, dan ulasan elektronik, membentuk citra destinasi yang memengaruhi perilaku wisatawan, dan bahwa pengaruhnya pada destinasi yang kurang dikenal masih sedikit dikaji (Alghamdi & Abdulwahid, 2025). Kondisi ini relevan bagi Pulo Tareba sebagai destinasi wisata yang baru berkembang (Limpas, 2025).

Satu implikasi yang perlu dicatat adalah bahwa promosi digital di Pulo Tareba sebaiknya membawa pesan konservasi, bukan hanya ajakan berkunjung. Peningkatan kunjungan tanpa pengelolaan yang memadai daoat menambah tekanan kawasan, sehingga isi konten promosi perlu selaras dengan prinsip ekowisata yang diperkenalkan pada sesi materi. Penekanan pada pengetahuan lingkungan juga beralasan karena pengetahuan tersebut berpengaruh terhadap partisipasi masyarakat dalam pengelolaan ekowisata (Menon, 2019). Penyusunan pedoman konten yang memuat pesan konservasi dapat menjadi bagian dari pendampingan lanjutan.



Gambar 1. Penyampaian materi pengantar ekowisata



Gambar 2. Penyampaian materi pengantar digital marketing

Praktik Pembuatan Eco-print

Pada sesi praktik, peserta membuat eco-print sebagai aktivitas kreatif berbasis lingkungan. Praktik ini memberi peserta pengalaman langsung dalam ssatu kegiatan yang dapat didokuemntasikan dan dipromsikan, sehingga materi digital marketing tidak berhenti pada pengenalan konsep. Amalia dkk., (2022) melaporkan bahwa pelatihan eco-print di kawasan wisata mangrove menghasilka produk yang berpotensi memperkaya layanan wisata, tetapi menyimpulkan perlunya pelatihan promosi dan pemasaran lanjutan. Kegiatan di Pulo Tareba menjawab sebagian kebutuhan tersebut dengan menggabungkan praktik eco-print dan praktik dokumentasi digital dalam stau rangkaian. Banaget dkk., (2026) juga enyarankan pelatihan pengemasan dan strategi pemasaran sebagai tindak lanjut setelah pelatihan eco-print, yang sejalan dengan arah pendampingan lanjutan pada kegiatan ini. Potensi eco-print sebagai produk atau pengalaman wisata di Pulo Tareba masih merupakan dugaan yang perlu dikaji lebih lanjut, misalnya melalui uji minat pengunjung dan analisis kelayakan usaha, karena belum ada data yang mendukung kesimpulan tersebut.

Produk eco-print berjumlah tujuh buah berupa tote bag kanvas. Produk ini direncakan dimanfaatkan sebagai souvenir khas Pulo Tareba dan berpotensi menjadi aktivitas wisata bagi pengunjung. Pemanfaatan tersebut baru berupa rencana dan belum diuji pada pengunjung.



Gambar 3. Praktikum pembuatan eco-print

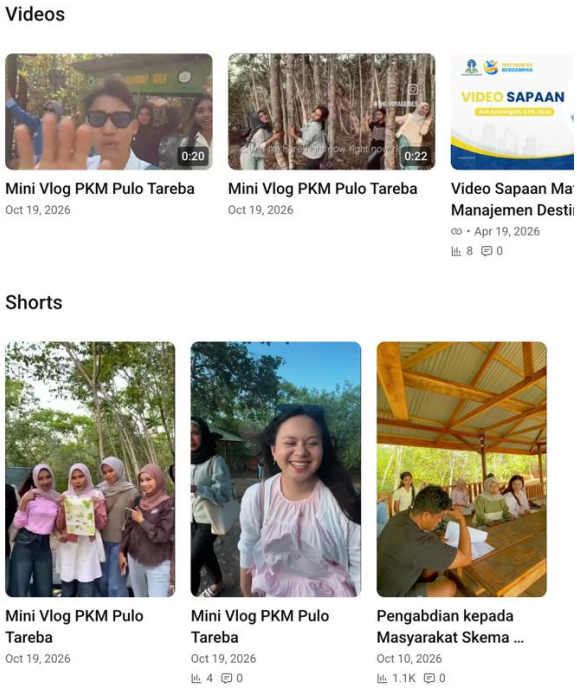


Gambar 4. Produk akhir eco-print hasil praktik peserta

Dokumentasi mini vlog sebagai penerapan awal digital marketing

Peserta mendokumentasikan proses kegiatan menjadi mini vlog dan mengunggahnya ke media social. Praktik ini merupakan penerapan awal materi digital marketing karena peserta mengalami langsung proses mendokumentasikan aktivitas, menyusun konten video, dan mempublikasikannya secara digital. Pendekatan serupa, yaitu pengembangan media promosi berbasis komunitas, juga digunakan pada program pengabdian lain untuk memperkenalkan potensi wisata (Prihanto dkk., 2025). Kualitas isi konten juga penting karena kualitas informasi wisata di media social berpengaruh positif terhadap niar berkunjung, dengan kepercayaan dan kesesuaian citra diri sebagai perantara (Wang & Yan, 2022). Karena itu, pendampingan lanjutan sebaiknya mencakup kualitas dan keaslian isi konten, tidak hanya keterampilan teknis penyuntingan. Perlu ditegaskan bahwa capaian pada tahap ini berupa terbentuknya produk dan proses belajar. Efektivitas mini vlog dalam menjangkau calon pengunjung belum dapat dinilai karena data tayangan dan interaksi belum tersedia.

Hasil pelatihan pemasaran digital tercatat sebagai berikut. Peserta menggunakan platform YouTube untuk mengunggah konten. Isi konten dihubungkan dengan potensi daya tarik Pulo Tareba yaitu danau, lanskap pesisir, perjalanan menuju lokasi, proses penyampaian materi, hingga proses pembuatan eco-print.



Gambar 5. Mini Vlog dan Shorts Dokumentasi Kegiatan

Peran Mitra

Pokdarwis Kelurahan Takome menunjukkan partisipasi aktif sejak persiapan hingga pelaksanaan kegiatan. Peran mitra mencakup tiga hal:

1. Menyediakan dan memfasilitasi sarana serta tempat kegiatan yang representatif di kawasan objek wisata Pulo Tareba.
2. Perwakilan pengurus bertindak sebagai narasumber pendamping yang memaparkan kondisi eksisting, potensi keanekaragaman hayati, daya tarik lokal, dan kendala lapangan dalam pengelolaan Pulo Tareba kepada tim pengabdian dan peserta.
3. Anggota dan pengurus hadir serta berpartisipasi sebagai peserta, mengikuti sesi materi, diskusi, dan praktik pembuatan konten digital serta pengelolaan media sosial destinasi.

Keterlibatan ini penting karena kajian terdahulu di Takome mencatat bahwa partisipasi aktif warga dalam pengembangan wisata masih terbatas dan peran kelembagaan Pokdarwis perlu diperkuat (Adjam dkk., 2022). Keterlibatan masyarakat yang bermakna juga dipandang sebagai mekanisme tata kelola yang menghubungkan pengembangan pariwisata dengan pelestarian lingkungan (Erwinadi & Irwan W, 2026). Pada kegiatan ini, Pokdarwis tidak hanya menjadi penerima pelatihan tetapi juga sumber informasi lapangan, sehingga pelatihan dapat dikaitkan dengan kondisi nyata destinasi.

Kendala dan penyesuaian di lapangan

Kendala pertama dan kedua menunjukkan bahwa kapasitas digital mitra tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan, tetapi juga oleh perangkat dan fasilitas pendukung. Hal ini sejalan dengan catatan Limpas (2025) bahwa fasilitas pendukung dan strategi promosi di Pulo Tareba masih perlu diperkuat. Penyesuaian tersebut menjaga seluruh sesi tetap berjalan, tetapi memperpanjang sesi praktik penyuntingan. Pengaruhnya terhadap hasil pelatihan adalah waktu yang tersedia untuk diskusi menjadi berkurang. Karena pengetahuan peserta tidak diukur, pengaruh kendala ini terhadap pemahaman peserta tidak dapat dinilai.

Tabel 3. Kendala pelaksanaan dan penyesuaian yang dilakukan

Kendala	Penyesuaian	Implikasi
Proyektor tidak tersedia di lokasi	Materi disampaikan langsung dengan media cetak	Penyampaian materi bergantung pada bahan cetak dan penjelasan langsung
Sebagian anggota Pokdarwis kesulitan mengoperasikan aplikasi penyuntingan foto dan video di ponsel; spesifikasi perangkat terbatas	Pendampingan intensif selama sesi praktik	Sesi praktik membutuhkan waktu lebih lama; diperlukan pendampingan lanjutan
Cuaca berubah-ubah di area perbukitan dan hutan sekitar Danau Tolire	Penyesuaian jadwal pengambilan materi konten promosi	Pengambilan konten perlu dijadwalkan dengan memperhitungkan cuaca

Keterbatasan dan tindak lanjut

Kegiatan ini memiliki beberapa keterbatasan. Pelaksanaan berlangsung dalam satu hari, pengetahuan peserta sebelum dan sesudah kegiatan tidak diukur, dan data kinerja media sosial belum dikumpulkan, sehingga dampak terhadap pengetahuan jangka panjang dan minat berkunjung belum dapat disimpulkan. Pelatihan Pokdarwis lain melaporkan perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam bentuk persentase (Candra dkk., 2025), sehingga pengukuran sejenis diperlukan agar capaian dapat dibandingkan. Tindak lanjut yang disarankan adalah:

1. merancang evaluasi pengetahuan peserta pada kegiatan berikutnya, misalnya dengan pre-test dan post-test atau kuesioner;
2. menyusun jadwal unggahan dan memantau jangkauan, tayangan, dan interaksi unggahan pada periode yang ditetapkan;
3. melanjutkan pendampingan penyuntingan konten dan pengelolaan akun media sosial destinasi, termasuk pembentukan tim kreatif lokal seperti pada pelatihan di Desa Pakisan (Sutrisna dkk., 2026);
4. menyusun pedoman konten promosi yang memuat pesan konservasi; dan
5. mengkaji potensi eco-print sebagai produk atau pengalaman wisata di Pulo Tareba.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian ini terlaksana pada 28 Agustus 2026 di Pulo Tareba dengan pelatihan terhadap 36 peserta. Praktik eco-print terlaksana dengan hasil tujuh produk, serta mini vlog dihasilkan dan dipublikasikan di media sosial lima video YouTube. Pokdarwis Kelurahan Takome berkontribusi dengan menyediakan lokasi dan sarana, menjadi narasumber pendamping, dan berpartisipasi sebagai peserta. Kendala berupa ketiadaan proyektor, keterbatasan perangkat dan keterampilan penyuntingan konten, serta cuaca yang berubah-ubah diatasi melalui penyesuaian media penyampaian, pendampingan intensif, dan penjadwalan ulang pengambilan konten.

Keberhasilan kegiatan ini dibatasi pada keterlaksanaan program. Peningkatan kemampuan pemasaran digital peserta belum diukur secara khusus karena tidak ada pre-test dan post-test, dan data jangkauan unggahan belum tersedia, sehingga dampak terhadap pengetahuan, jangkauan promosi, dan minat berkunjung belum dapat disimpulkan. Disarankan agar mitra dan tim pengabdian melanjutkan pendampingan pengelolaan akun media sosial destinasi, menyusun jadwal unggahan, dan mengevaluasi jangkauan konten promosi Pulo Tareba secara berkala. Disarankan pula menyusun pedoman konten yang memuat pesan konservasi dan mengkaji potensi eco-print sebagai produk atau pengalaman wisata. Kegiatan serupa pada masa mendatang sebaiknya merancang pengumpulan data evaluasi sejak awal dan memastikan ketersediaan fasilitas penyampaian materi di lokasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Budaya Universitas Khairun yang telah mendanai kegiatan PKM ini dan kepada Pokdarwis Kelurahan Takome atas kerja sama dan dukungan selama kegiatan, serta kepada seluruh peserta kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

Adjam, S., Samili, A. O., & Hasim, J. (2022). Pengembangan Potensi Ekowisata Pesisir Daerah Tolire Kecil pada Masyarakat Takome. *OASIS: Jurnal Pengabdian IOS*, *1*(1), 23–26. https://doi.org/10.33387/j.oasis.v1i1.5711

Alghamdi, G. S., & Abdulwahid, N. (2025). The Role of Social Media Marketing in Shaping Destination Image, Trust, and Travel Intentions: A Systematic Review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *15*(3). https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v15-i3/24827

Aliyah, K., Kisworo, B., Miraj, S., & Gupta, S. (2024). The Effect of Digital Marketing through Social Media and Tourism Attractiveness on Visitor Interest. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, *11*(1), 26–38. https://doi.org/10.21831/jppm.v11i1.72327

Amalia, A. V., Jabbar, A., Parmin, Widiyatmoko, A., Dewi, S. H., Rahmawati, D., Hudaini, H. N., & Utama, D. P. B. (2022). Diversifikasi Produk Edu-park Tambakrejo melalui Pelatihan Eco-print dengan Metode Pounding. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(3), 971–977. https://doi.org/10.20527/btjpm.v4i3.6049

Andiani, N. D., Kusumayani, P. E., Trianasari, & Kesiman, M. W. A. (2023). Training and Coaching on Digital Marketing as an Information and Promotional Media. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, *8*(1), 177–187. https://doi.org/10.26905/abdimas.v1i1.8807

Ariany, Z., Susanti, S., Lestari, E. S., Arifan, F., Satria, K. D. A., Ayuningtyas, A., Kania, A., Nandhika, W. M., & Aisy, J. R. (2025). Optimalisasi Potensi Daun Sepakung melalui Ecoprint berbasis Circular Economy sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Hasanuddin (JPMH)*, *6*(2). https://doi.org/10.31947/jpmh.v6i2.46041

Armutcu, B., Tan, A., Amponsah, M., Parida, S., & Ramkissoon, H. (2023). Tourist Behaviour: The Role of Digital Marketing and Social Media. *Acta Psychologica*, *240*. https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104025

Banaget, C. K., Yorika, R., Putra, R. R., Pamungkas, R. P., Veronika, S., Syaiban, M. M. A., & Tule, M. A. N. (2026). Pelatihan Pencetakan Pola pada Produk Cenderamata dengan Metode Eco-print kepada Pedagang di Kawasan Wisata Meranti. *PIKAT: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, *7*(1), 25–32. https://doi.org/10.35718/pikat.v7i1.8481853

Candra, A., DM, A. P., Wirawan, R., Nirwana, & Ariska, R. (2025). Pelatihan Pengembangan Pemasaran Digital Desa Wisata Datara Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto. *JURPIKAT*, *6*(1), 433–442. https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i1.2204

Erwinadi, B., & W., I. (2026). The Role of Community Engagement in Balancing Tourism Growth and Environmental Sustainability: Evidence from Community-Based Tourism Destinations. *Journal of Tourism Innovation and Management*, *1*(1), 63–81. https://doi.org/10.58258/qa9eza21

Limpas, Z. W. (2025). Pengembangan Pulo Tareba sebagai Destinasi Ekowisata. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, *4*(10), 2583–2590. https://doi.org/10.55681/sentri.v4i10.4808

Menon, K. S. (2019). Community Participation in Ecotourism Management with Special Reference to Athirappily and Vazhachal. *Asian Review of Social Sciences*, *8*(1), 4–9. https://doi.org/10.51983/arss-2019.8.S1.2777

Nasution, L. A., Umasangaji, I., Adjam, S., Marthinu, E., Aryuni, V. T., & Agustang, A. T. P. (2026). Analysis of Conservation-Based Tourism Potential at Pulo Tareba in Ternate City. *Jurnal*

Geografika (Geografi Lingkungan dan Lahan Basah), *7*(1), 39–48. https://doi.org/10.20527/jgp.v7i1.18783

Ningrat, I. G. A. D. S., Pranata, I. G. K. I., Apriliani, N. K. L., & Sihvani, N. L. C. (2026). The Management of Ecotourism Destinantions in Bali for Sustainable Tourism: A Literature Review. *Ride Journal of Cultural Tourism and Religious Studies*, *4*(1), 28–40. https://doi.org/10.25078/ride.v4i1.5878

Oktyajati, N., Purwati, S., Mayasari, S., & Fitroh, B. A. (2026). Pelatihan Totebag Ecoprint bagi Siswa Hidayatul Insan Karanganyar: Mewujudkan Edukasi Seni Ramah Lingkungan dan Potensi Daya Tarik Wisata Kreatif. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, *7*(2), 67–74. https://doi.org/10.36276/jap.v7i2.888

Prihanto, Y. J. N., Utomo, P., & Moshes, F. S. (2025). Development of Digital Promotional Media for Tourism Local Based on the Cirarab Village Community, Tangerang Regency. *Community Empowerment*, *10*(11), 2110–2119. https://doi.org/10.31603/ce.14832

Pristanti, H., Nurhasanah, S., Ahmad, R., & Lia, R. (2021). Digital Marketing Training for Salted Fish SMEs in Pela Tourism Village, Kutai Kartanegara Regency. *Community Empowerment*, *6*(11), 2135–2139. https://doi.org/10.31603/ce.6197

Sutrisna, I. P. E., Paragae, I. G. A. P. N. S., & Kusuma, A. A. G. M. (2026). Dari Desa ke Dunia Maya: Optimalisasi Promosi Pariwisata Desa Pakisan melalui Pelatihan Content Creation. *TEKIBA: Jurnal Teknologi dan Pengabdian Masyarakat*, *6*(3), 404–422. https://doi.org/10.36526/tekiba.v6i3.6627

Suud, F. M., A'la, A. F., Rachmawatie, D., & Islamawati, I. N. (2023). Pengembangan Desa Wisata Dusun Bendo melalui Peningkatan Keterampilan Seni Membatik Warga. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu negeRI*, *7*(1), 1–6. https://doi.org/10.37859/jpumri.v7i1.3614

Trianasari, N., Isynuwardhana, D., Dinata, R. O., & Sendhitasari, A. F. (2025). Optimization of Tenjolaya Tourism Village Marketing Strategy Through Digital Technology and Social Media Utilization. *Abdimas Umtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *8*(1), 375–382. https://doi.org/10.35568/abdimas.v8i1.5701

Wang, H., & Yan, J. (2022). Effects of Social Media Tourism Information Quality on Destination Travel Intention: Mediation Effect of Self-Congruity and Trust (Bag. 1049149). *Frontiers in Psychology*, *13*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1049149

Halaman ini dikosongkan