

PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN PROMOSI DESA WISATA PERTANIAN PERKOTAAN DI AEWOW MUYAHARJA BOGOR

Leonard Dharmawan, Wahyu Budi Priatna, Hudi Santoso, Guruh Ramdani, Ika Sartika, Abung Supama Wijaya, Rici Tri Harpin Pranata, Bayu Suriaatmaja

Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor
leonarddharmawan@apps.ipb.ac.id

Abstract

This study aims to enhance the skills of AEWOW Mulyaharja village tourism managers in creating effective promotional content on social media. The training covered three main aspects: video recording techniques, video editing, and social media advertising strategies. A participatory approach was used, incorporating pre-tests and post-tests to measure participants' skill development. Results indicated significant improvements across all aspects, with video recording skills increasing from 32.60% to 76.90%, video editing from 33.90% to 84.60%, and social media advertising from 13.30% to 80.90%. The greatest improvement was seen in social media advertising (67.60%), indicating the effectiveness of the training in providing new insights into digital advertising. This training had a positive impact on enhancing the digital skills of village managers, enabling them to independently promote AEWOW Mulyaharja's tourism potential. With these new skills, it is expected that the village tourism site will attract more visitors, thereby improving the local economy. This study contributes to the development of digital training methods within community service, particularly in rural tourism sectors.

Keywords: AEWOW Mulyaharja, digital content, social media, training, village tourism.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengelola desa wisata AEWOW Mulyaharja dalam membuat konten promosi yang efektif di media sosial. Pelatihan ini mencakup tiga aspek utama: teknik pengambilan video, editing video, dan strategi pembelian media sosial. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan pre-test dan post-test untuk mengukur perkembangan keterampilan peserta. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan pada ketiga aspek, yaitu teknik pengambilan video meningkat dari 32,60% menjadi 76,90%, editing video dari 33,90% menjadi 84,60%, dan pembelian media sosial dari 13,30% menjadi 80,90%. Peningkatan terbesar terlihat pada aspek pembelian media sosial (67,60%), yang menunjukkan efektivitas pelatihan dalam memberikan pemahaman baru tentang iklan digital. Pelatihan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan digital pengelola desa, memungkinkan mereka untuk lebih mandiri dalam mempromosikan potensi wisata AEWOW Mulyaharja. Dengan kemampuan baru ini, diharapkan desa wisata dapat menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal. Studi ini berkontribusi pada pengembangan metode pelatihan digital dalam konteks pengabdian masyarakat, khususnya di sektor pariwisata pedesaan.

Keywords: AEWOW Mulyaharja, digital content, media sosial, pelatihan, village tourism.

PENDAHULUAN

Pelatihan desa wisata merupakan salah satu strategi penting untuk

mengembangkan potensi ekonomi lokal sekaligus melestarikan budaya dan lingkungan desa. Program pelatihan ini memberikan manfaat yang luas, tidak

hanya bagi pendapatan masyarakat desa tetapi juga dalam hal peningkatan keterampilan, manajemen, dan daya tarik desa sebagai destinasi wisata.

Pelatihan desa wisata dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat lokal dalam mengelola destinasi wisata. Studi oleh Suhardi et al. (2016) menemukan bahwa pelatihan yang dilakukan di desa wisata di Bali telah berhasil meningkatkan keterampilan masyarakat dalam manajemen pariwisata, pelayanan, dan pemasaran. Keterampilan ini sangat penting untuk menjamin pengalaman positif bagi wisatawan sehingga dapat meningkatkan reputasi dan menarik lebih banyak kunjungan wisata ke desa tersebut.

Pelatihan ini juga membantu masyarakat memahami pentingnya pelestarian budaya lokal. Sebagai bagian dari daya tarik wisata, budaya lokal sering kali menjadi alasan utama wisatawan mengunjungi suatu desa. Menurut penelitian oleh Purnomo dan Saraswati (2019), masyarakat desa wisata di Yogyakarta yang mendapatkan pelatihan terkait budaya lebih mampu mengelola atraksi budaya secara berkelanjutan. Hal ini mencakup kemampuan masyarakat dalam menampilkan pertunjukan budaya dan menyediakan produk-produk kerajinan lokal yang autentik.

Desa Wisata Agro Edukasi Wisata Organik (AEWO) Mulyaharja terletak di Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor, Jawa Barat. Destinasi ini menawarkan pengalaman wisata edukatif yang memadukan keindahan alam pedesaan dengan aktivitas pertanian organik. AEWO Mulyaharja menyuguhkan pemandangan hamparan sawah hijau yang luas dengan latar belakang Gunung Salak, menciptakan suasana asri dan menenangkan.

Lokasinya yang hanya sekitar 8 kilometer dari pusat Kota Bogor. AEWO sebagai desa wisata membutuhkan pelatihan untuk bisa meningkatkan pengunjung dan kemampuan pengelola

Penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono (2020), desa wisata yang mengikuti pelatihan berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan sekitar sebagai aset wisata untuk meningkatkan nilai area wisatanya.

Perkembangan teknologi, pemasaran wisata melalui platform digital menjadi sangat efektif. Penelitian oleh Santoso dan Nugroho (2018) menunjukkan bahwa masyarakat desa wisata yang terlatih dalam pemasaran digital berhasil menarik lebih banyak pengunjung, terutama dari kalangan wisatawan muda yang terbiasa menggunakan media sosial dan platform daring lainnya. Kemampuan dalam pemasaran digital ini penting untuk memperluas jangkauan pasar wisata desa.

Pelatihan desa wisata berperan dalam memperkuat identitas dan partisipasi komunitas lokal. Menurut riset oleh Fitriani et al. (2022), pelatihan yang melibatkan berbagai elemen masyarakat mampu membangun ikatan komunitas yang lebih kuat dan meningkatkan rasa kepemilikan terhadap potensi wisata desa. Dengan adanya rasa kepemilikan ini, masyarakat lebih termotivasi untuk berpartisipasi dalam pengembangan dan pelestarian wisata desa.

Secara keseluruhan, pelatihan desa wisata memberikan berbagai dampak positif bagi masyarakat desa, baik dari segi ekonomi, budaya, lingkungan, teknologi, maupun sosial. Pelatihan ini tidak hanya menyiapkan masyarakat untuk menghadapi tantangan dan kebutuhan pariwisata

modern, tetapi juga mendorong terciptanya desa wisata yang berkelanjutan. Dengan demikian, pelatihan desa wisata adalah investasi penting untuk mencapai kesejahteraan masyarakat desa dan pelestarian potensi lokal dalam jangka panjang.

Terkait pentingnya pelatihan pembuatan konten media sosial ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan Wijayanti (2017), masyarakat desa yang memiliki keterampilan dalam membuat konten promosi mampu meningkatkan daya tarik wisata desa mereka. Konten yang kreatif dan menarik, seperti foto atau video pendek, terbukti efektif dalam menarik perhatian wisatawan. Dengan adanya pelatihan ini, masyarakat dapat belajar teknik-teknik pembuatan konten yang mampu menggambarkan keindahan dan keunikan desa wisata secara lebih profesional. Pada pengembangan kepada Masyarakat yang dilakukan oleh sekolah vokasi dilakukan oleh program studi sekolah vokasi IPB bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengelola AEWOW Mulyaharja dalam membuat konten promosi desa wisata pertanian organik pada media sosial Instagram. Pelatihan pembuatan konten media sosial merupakan komunikasi inovasi digital bagi masyarakat untuk meningkatkan kemampuannya dalam meningkatkan taraf hidupnya secara mandiri dan berkelanjutan (Dharmawan et al., 2022).

METODE

Waktu dan tempat

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini akan dilaksanakan selama 2 bulan yaitu di bulan September-Oktober Tahun 2024. Lokasi PKM dilakukan di AEWOW Kelurahan Mulyaharja, Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor,

Jawa Barat.

Metode pelaksanaan

Metode Pelaksanaan dilakukan dengan pendekatan partisipatif mulai dari pra pelatihan, pelatihan hingga evaluasi. Selain itu untuk mengukur kemampuan peserta pelatihan dilakukan dengan observasi praktik. Untuk mengukur pengetahuan dilakukan dengan pre-test dan post-test

Sasaran

Pada kegiatan PKM ini yang menjadi sasaran yaitu Pengelola AEWOW Mulyaharja, Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor yang berjumlah 15 orang. Pengelola UMKM terdiri dari pengelola teknis wisata dan juga pengelola UMKM yang memiliki usaha di area AEWOW Mulyaharja di Kelurahan Mulyaharja, Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor. ikut serta dalam kegiatan Pelatihan, praktek dan produksi konten untuk promosi desa wisata melalui media social Instagram dan tiktok.

Persiapan Alat dan Bahan

Pelatihan produksi konten promosi desa wisata di AEWOW Mulyaharja di media sosial menggunakan alat dan bahan yang sederhana namun efektif untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi. Berikut ini adalah beberapa alat dan bahan yang digunakan:

1. Smartphone

Smartphone merupakan alat utama dalam produksi konten media sosial karena kemampuannya yang semakin canggih. Kamera smartphone kini sudah memiliki resolusi tinggi, fitur stabilisasi gambar, dan berbagai mode pemotretan, seperti mode malam atau potret.

2. Tripod atau Stabilizer

Tripod: Alat ini membantu menstabilkan kamera untuk menghasilkan gambar atau video yang tidak goyang, terutama untuk konten seperti vlog atau video tutorial.

Stabilizer (Gimbal): untuk membuat video bergerak dengan hasil yang mulus, stabilizer atau gimbal dapat membantu. Alat ini menjaga kamera tetap stabil meski ada gerakan.

3. Portable LED Light

digunakan untuk menambah pencahayaan dalam kondisi minim cahaya. Lampu ini mudah dibawa dan memiliki beberapa tingkat kecerahan yang bisa disesuaikan.

4. Microphone Eksternal

Lavalier (Clip-on) Microphone: Mic kecil yang bisa diklip pada pakaian ini sangat berguna untuk perekaman audio yang jelas, terutama dalam wawancara atau video yang melibatkan banyak suara latar. Alat ini dipasang di smartphone dan ideal untuk menangkap suara dari depan sekaligus mengurangi suara dari samping atau belakang.

5. Lensa Eksternal

Beberapa smartphone mendukung penggunaan lensa tambahan, lensa wide-angle, fisheye, atau macro. Lensa-lensa ini membantu memperluas kreativitas dalam pengambilan gambar dan memberikan variasi perspektif.

6. Power Bank atau Portable Charger

Power bank untuk membantu memastikan daya tetap tersedia sepanjang proses produksi.

7 Aplikasi Editing

Editing Video: Aplikasi Capcut untuk membantu dalam mengedit video,

menambahkan musik, teks, atau efek lainnya.

8. Modem Internet

Untuk melihat contoh-contoh konten promosi yang ada di internet yang digunakan oleh peserta pelatihan mengakses internet dengan smartphone masing-masing

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Pengambilan Video Konten

Pelatihan dimulai dengan sesi pembukaan yang mencakup pengenalan materi dasar, tujuan pelatihan, dan teknik dasar pembuatan konten. Secara umum dengan teknik penyuluhan Mengajarkan strategi promosi, memahami audiens media sosial, dan panduan dasar dalam merancang konten.

Pada sesi pelatihan pengambilan video konten untuk promosi desa wisata, peserta akan diajarkan berbagai teknik dasar yang penting dalam menghasilkan video yang berkualitas dan menarik. Kegiatan ini akan berfokus pada empat aspek utama: teknik pengambilan video, pencahayaan, komposisi gambar, dan praktik langsung. Setiap aspek memiliki peran penting dalam menciptakan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual bagi calon wisatawan.

Pada tahap pelatihan ini peserta mempelajari dasar-dasar pengambilan video, termasuk bagaimana cara menahan kamera dengan stabil serta memilih sudut yang tepat untuk menghasilkan video yang menarik. Teknik pengambilan video yang tepat membantu menciptakan alur cerita visual yang mampu menyampaikan suasana dan keindahan desa wisata dengan baik. Misalnya, teknik *panning*

dan *tilting* diajarkan oleh dosen Sekolah Vokasi IPB untuk memberikan kesan gerakan yang lembut dan dinamis. Selain itu, peserta juga dikenalkan dengan penggunaan fitur *slow motion* dan *time-lapse* yang sering digunakan untuk menambahkan elemen dramatis dalam video wisata.

Peserta juga diajarkan pencahayaan yang merupakan elemen yang sangat penting dalam pengambilan video. Peserta akan diajarkan cara memanfaatkan cahaya alami untuk menghasilkan video yang terang dan jelas. Pada sesi ini, pelatih akan memberikan tips tentang pengambilan video pada waktu yang tepat, seperti saat matahari terbit atau terbenam, yang menghasilkan pencahayaan alami dengan efek yang lebih dramatis. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada teknik sederhana untuk menghindari bayangan yang tidak diinginkan atau area gelap dalam video. Penggunaan alat tambahan seperti *reflector* untuk memantulkan cahaya alami akan diperkenalkan untuk mengoptimalkan pencahayaan, terutama jika video diambil di dalam ruangan atau di area yang kurang pencahayaan.

Setelah mempelajari teknik-teknik dasar, peserta diberikan kesempatan untuk menerapkan keterampilan yang telah mereka pelajari melalui sesi praktik langsung. Dalam kegiatan ini, peserta diajak ke lokasi pengambilan gambar (AEWO Mulyaharja) dan diberi tugas untuk merekam video dengan menerapkan teknik-teknik pengambilan, pencahayaan, dan komposisi yang sudah dipelajari. Dosen mendampingi peserta dan memberi masukan secara langsung untuk memperbaiki teknik mereka jika diperlukan. Sesi praktik ini sangat penting karena memberikan pengalaman langsung dalam kondisi

nyata, sehingga memungkinkan peserta untuk mengeksplorasi kreativitas mereka sambil belajar cara menghadapi tantangan di lapangan, seperti pencahayaan yang berubah-ubah atau gangguan lingkungan.

Secara keseluruhan, sesi pelatihan pengambilan video konten ini dirancang untuk membekali peserta dengan keterampilan dasar dalam produksi video, penting untuk menghasilkan konten promosi desa wisata yang menarik. Melalui penguasaan teknik pengambilan video, pencahayaan, dan komposisi gambar, serta pengalaman praktik langsung, diharapkan peserta kedepannya akan mampu menghasilkan video promosi yang efektif dalam menarik minat wisatawan potensial dan mempromosikan desa wisata dengan lebih optimal. Proses pelatihan dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Peserta praktik mengambil gambar didampingi dosen

Kegiatan ini senada dengan penelitian Lestari et al. (2022), masyarakat yang terlibat dalam kegiatan promosi di media sosial menunjukkan keterlibatan dalam pengelolaan wisata desa. Pelatihan ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berkontribusi dalam pengembangan desa dengan menggunakan keterampilan digital

yang mereka miliki. Dengan melibatkan pemuda, desa wisata dapat memanfaatkan kreativitas mereka untuk menghasilkan konten promosi yang inovatif.

Pelatihan Editing Video

Sesi pelatihan editing video dalam konteks promosi desa wisata merupakan bagian penting dari proses pembuatan konten yang menarik dan berkualitas. Melalui sesi pelatihan ini, peserta akan belajar menggunakan aplikasi editing dasar, menerapkan teknik-teknik editing sederhana, serta mempraktikkan langsung keterampilan yang diperlukan dalam pengeditan video. Tujuannya adalah membekali peserta dengan keterampilan yang membuat mereka dapat menghasilkan video promosi yang profesional meskipun dengan alat sederhana, seperti smartphone.

Pelatihan dimulai dengan pengenalan terhadap beberapa aplikasi editing dasar yang dapat digunakan di smartphone dan laptop. Aplikasi yang digunakan adalah Capcut yang sangat populer karena antarmuka yang ramah pengguna serta fitur yang cukup lengkap untuk pemula. Pada tahap ini, peserta akan diajarkan cara mengimpor klip video dari video yang telah mereka ambil di AEWO Mulyaharja di sesi praktik pada pelatihan sebelumnya ke dalam aplikasi Capcut, mengatur urutan klip, dan menyusun alur cerita video promosi yang menarik. Dengan mempelajari dasar-dasar ini, peserta memahami bagaimana mengedit video secara berurutan untuk membentuk narasi yang mudah dipahami oleh penonton.

Pada sesi teknik editing video sederhana, peserta telah diperkenalkan pada teknik-teknik dasar yang bisa memberikan dampak besar pada kualitas video, seperti *cutting*,

trimming, dan *splitting*. Teknik-teknik ini membuat mereka mampu memangkas bagian video yang tidak diinginkan dan menjaga alur cerita tetap relevan dan padat. Selain itu, peserta telah diajarkan penggunaan *transitions* atau transisi antar klip yang dapat membuat perpindahan antara satu adegan ke adegan lainnya terasa lebih halus. Transisi yang tepat, seperti *fade in* atau *fade out*, membantu meningkatkan kualitas visual dan membuat video lebih menarik.

Selain itu, peserta telah diajarkan tentang pengaturan warna (*color grading*) dan pencahayaan dasar. Ini termasuk mengatur *brightness*, *contrast*, dan *saturation* untuk menghasilkan warna yang lebih hidup dan cerah pada video. Teknik dasar ini sangat penting dalam mengedit video yang diambil di lokasi desa wisata, di mana kondisi cahaya bisa bervariasi. Mengatur pencahayaan dan warna, peserta bisa menyempurnakan tampilan visual yang mendukung suasana desa wisata agar terlihat lebih menarik di mata penonton.

Peserta juga telah diajarkan untuk menambahkan musik dan efek suara pada sesi pelatihan ini. Musik latar belakang dan efek suara berperan penting dalam meningkatkan suasana video promosi. Pada tahap ini, peserta telah belajar cara menambahkan musik dan efek suara yang sesuai dengan suasana yang ingin ditonjolkan. Musik yang tepat dapat menciptakan kesan positif dan menyenangkan dari desa wisata yang dipromosikan. Dosen telah menjelaskan cara memilih musik bebas hak cipta atau menggunakan musik dari perpustakaan audio aplikasi editing. Peserta juga akan diajarkan untuk mengatur volume musik agar tidak terlalu dominan dan mengganggu narasi atau dialog dalam video.

Peserta juga telah mempraktikkan langsung keterampilan yang telah dipelajari dengan menggunakan rekaman video yang mereka ambil selama sesi pengambilan video sebelumnya. Dalam praktik langsung ini, peserta menyusun alur cerita sederhana, menambahkan musik, efek suara, teks, dan menerapkan teknik pengeditan dasar seperti *trimming* dan transisi. dosen mendampingi dan memberikan arahan hingga peserta dapat menghasilkan video yang menarik dan berkualitas untuk promosi desa wisata.

Pradana dan Kurniawati (2021), menyatakan pelatihan editing video tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam menggunakan aplikasi editing, tetapi juga membantu mereka memahami cara menyampaikan pesan promosi secara efektif. Pelatihan ini membuat peserta memiliki kemampuan untuk membuat video promosi yang menarik. Sehingga dapat memperkuat daya tarik desa wisata dan menarik perhatian calon wisatawan melalui konten yang estetik dan berkualitas. Kegiatan sesi pelatihan editing video dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelatihan editing video dengan *smartphone*

Pelatihan Pembelian Media

Pelatihan mengenai pembelian media yaitu penggunaan platform iklan

digital, targeting audiens, serta cara mengoptimalkan dan menganalisis efektivitas promosi adalah elemen penting dalam strategi promosi modern untuk desa wisata. Aspek ini memungkinkan peserta untuk memaksimalkan dampak iklan digital secara efektif, menjangkau audiens yang lebih relevan, dan memastikan setiap investasi dalam promosi memiliki hasil yang optimal.

Target pelatihan pembelian platform iklan digital adalah kemampuannya untuk menargetkan audiens secara spesifik. Pada sesi pelatihan ini, peserta telah belajar mengidentifikasi dan memahami audiens yang relevan untuk desa wisata AEWO Mulyaharja. Targeting yang efektif membantu memastikan iklan dilihat oleh orang-orang yang paling mungkin tertarik untuk berkunjung, yang pada akhirnya meningkatkan peluang konversi.

Pelatihan dimulai dengan memperkenalkan beberapa platform iklan digital yang umum digunakan, seperti Facebook Ads, Instagram Ads, dan Tiktok Ads. Pelatihan ini menjelaskan cara untuk menargetkan calon wisatawan berdasarkan berbagai kriteria, termasuk usia, lokasi, minat, dan perilaku online. Dosen memandu peserta dalam memahami antarmuka dasar setiap platform, dari mulai membuat akun, menyusun kampanye, hingga mengatur anggaran.

Instagram Ads, adalah platform yang digunakan untuk praktik pada sesi ini karena sangat populer untuk promosi wisata dan memiliki kemampuannya menjangkau audiens luas dengan biaya yang relatif terjangkau. Peserta telah mempelajari cara memilih jenis iklan yang sesuai, seperti iklan gambar, video, atau cerita, sesuai dengan konten yang ingin mereka promosikan. Instagram Ads

dengan fitur pengaturan target dan karakteristik audiens, menjadi contoh pelatihan tentang cara menargetkan wisatawan yang mencari informasi tentang destinasi wisata di lokasi tertentu. Pelatihan di sesi ini peserta dapat memilih target audiens yang sesuai dengan desa wisata AEWOW Mulyaharja untuk mempromosikan desa wisata mereka. Dokumentasi kegiatan pelatihan sesi ke 3 dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Pelatihan Pembelian Medsos

Evaluasi Pelatihan

Hasil pre-test dan post-test dalam pelatihan pembuatan konten digital promosi desa wisata di AEWOW Mulyaharja menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kemampuan peserta dalam tiga aspek utama: teknik pengambilan video, teknik editing video, dan teknik pembelian media sosial. Setiap aspek mengalami perubahan positif yang terlihat dari persentase hasil post-test yang jauh lebih tinggi dibandingkan pre-test.

Pada aspek teknik pengambilan video, hasil pre-test menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman awal sebesar 32,60%. Setelah mengikuti pelatihan, hasil post-test meningkat menjadi 76,90%, dengan peningkatan sebesar 44,30%. Ini menunjukkan bahwa peserta mendapatkan

peningkatan kemampuan yang cukup signifikan dalam teknik pengambilan video. Peningkatan ini mungkin disebabkan oleh pelatihan yang mencakup materi-materi teknis mengenai pencahayaan, komposisi gambar, dan stabilisasi kamera, yang menjadi dasar penting dalam menghasilkan video yang berkualitas untuk promosi desa wisata. Peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mendapatkan kesempatan untuk mempraktikkan teknik pengambilan gambar secara langsung, yang membantu memperkuat keterampilan mereka.

Hasil post-test pada aspek editing video menunjukkan peningkatan yang signifikan dengan skor mencapai 84,60%, atau peningkatan sebesar 50,70%. Ini menunjukkan bahwa pelatihan telah berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam mengedit video. Teknik editing video meliputi dasar-dasar pemotongan video, penambahan transisi, pengaturan pencahayaan dan warna, serta penambahan elemen audio seperti musik latar. Peningkatan dalam teknik ini menunjukkan bahwa peserta dapat memahami dan menerapkan teknik editing yang relevan untuk memperindah video promosi

Setelah pelatihan, pemahaman peserta meningkat drastis hingga mencapai 80,90%, dengan peningkatan sebesar 67,60%. Peningkatan ini merupakan yang tertinggi di antara ketiga aspek yang diuji, hal ini karena peserta belum pernah sebelumnya melakukan pembelian media *ads* (promosi berbayar) melalui media sosial maupun media digital. Hasil ini menunjukkan bahwa peserta berhasil mendapatkan pemahaman baru dan keterampilan dalam mengelola promosi berbayar di media sosial. Hal ini penting untuk membantu peserta

sebagai pengelola AEWOW dalam mempromosikan desa wisata secara lebih efektif dan efisien, serta menjangkau audiens yang lebih relevan. Hasil evaluasi pre-test dan post-test dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pre-test dan Post-test

No	Aspek	Test		Peningkatan
		pre	post	
1.	Teknik pengambilan video	32,60%	76,90%	44,30%
2.	Teknik editing video	33,90%	84,60%	50,70%
3.	Teknik pembelian media sosial	13,30%	80,90%	67,60%

Saputra et al. (2024) dan dalam penelitiannya menggunakan metode evaluasi dengan menggunakan pre-test dan post test efektif untuk mengetahui tingkat pengetahuan peserta pelatihan. Hal serupa disampaikan juga oleh Sari et al. (2024) yang menggunakan metode pre-test dan post-test untuk mengukur kemampuan keterampilan peserta untuk melihat hasil pelatihan urban farming.

SIMPULAN

Pelatihan pembuatan konten promosi desa wisata di AEWOW Mulyaharja menunjukkan hasil yang positif dan signifikan dalam meningkatkan keterampilan digital para pengelola desa wisata. Tiga aspek utama yang dilatihkan—teknik pengambilan video, editing video, dan pembelian media sosial—semuanya mengalami peningkatan yang mencolok setelah pelatihan. Teknik pengambilan video meningkat sebesar 44,30%, editing video sebesar 50,70%, dan pembelian media sosial menunjukkan

peningkatan tertinggi sebesar 67,60%. Peningkatan ini menandakan bahwa pelatihan telah berhasil membekali peserta dengan kemampuan yang lebih baik dalam mengelola konten promosi secara mandiri dan efektif. Pengelola desa wisata AEWOW Mulyaharja dapat memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk memperluas jangkauan promosi mereka, menarik lebih banyak wisatawan, dan berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada sekolah Vokasi IPB University yang telah memberikan fasilitas dan dana kepada program studi Komunikasi Digital dan Media untuk melaksanakan pengabdian Masyarakat di AEWOW Mulyahaja. Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada pengelola AEWOW Mulyaharja atas partisipasi dan kerjasamanya sehingga kegiatan berjalan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmawan, L., Muljono, P., Retno Hapsari, D., & Priyo Purwanto, B. (2022). Pemanfaatan Komunikasi Inovasi Digital Pertanian Perkotaan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Penyuluhan*, 19(01), 1-11. <https://doi.org/10.25015/19202340647>
- Fitriani, S., Rahmawati, T., & Susanto, R. (2022). Peran pelatihan dalam memperkuat partisipasi komunitas desa wisata. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 15(1), 60–68.
- Lestari, M., & Rachman, H. (2022). Pelatihan Pembuatan Konten

- Media Sosial untuk Meningkatkan Branding Desa Wisata. *Jurnal Pariwisata Berkelanjutan*, 11(1), 99–108.
- Pradana, R., & Kurniawati, M. (2021). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Pelatihan Pembuatan dan Optimasi Konten Media Sosial. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal*, 9(2), 143–152.
- Purnomo, A., & Saraswati, L. (2019). Pelatihan budaya untuk masyarakat desa wisata di Yogyakarta. *Jurnal Budaya dan Pariwisata*, 10(3), 45–53.
- Santoso, J., & Nugroho, D. (2018). Efektivitas pemasaran digital di desa wisata. *Jurnal Pemasaran Digital*, 6(2), 78–85.
- Santoso, Y., & Wijayanti, L. (2017). Efektivitas Konten Promosi di Media Sosial untuk Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 5(2), 123–132
- Suhardi, T., Dewi, L., & Wahyuni, M. (2016). Peningkatan keterampilan masyarakat dalam manajemen pariwisata di desa wisata Bali. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 8(1), 15–23.
- Saputra, S., Dharmawan, L., & Wiraguna, E. (2024). Peningkatan Pengetahuan Petani Dusun Silimapuluh Melalui Penyuluhan Mikroorganisme Lokal Dari Bonggol Pisang Dan Alat Emposan. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 7(10), 4099-4106.
- Sari, Sekar, I., Dharmawan, L., & Wiraguna, E. (2024). Pemberdayaan Kelompok Tani Melalui Program Urban Farming Kampung Sayur Surabaya (Kasurboyo): Studi Kasus Kelompok Tani Pilang Makmur Di Surabaya. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 7(9), 3664-3670.
- Wicaksono, T. (2020). Konservasi lingkungan dalam pengelolaan desa wisata. *Jurnal Lingkungan dan Pariwisata*, 12(2), 102–110.