



## **Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif sebagai Sarana Promosi pada Pengelola Wisata Pereng Puteh di Kelurahan Bandungan**

**Karsinah Karsinah<sup>1✉</sup>, Nadia Indah Femmithasari<sup>2</sup>, Rizky Candra Satria<sup>3</sup>,  
Mahbub Amrulloh Ikhsan<sup>4</sup>, Galih Pangestu Nugroho<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang

<sup>2</sup>Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

<sup>3</sup>Pendidika Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni,  
Universitas Negeri Semarang

<sup>4</sup>Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang

<sup>5</sup>Ilmu Keolahragaan, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Semarang

[iinkarsinah@mail.unnes.ac.id](mailto:iinkarsinah@mail.unnes.ac.id)

**Abstrak.** Pembuatan konten kreatif merupakan upaya untuk meningkatkan kesadaran atau perhatian terhadap suatu destinasi wisata. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat desa, khususnya di lingkungan Piyoto yang dikenal sebagai desa wisata, akan pentingnya promosi melalui media sosial. Metode pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari 3 tahap yaitu: persiapan, pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi. Kegiatan ini melibatkan karang taruna dan pengelola wisata sebagai peserta pelatihan. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan konten kreatif menggunakan Canva dan CapCut sangat bermanfaat bagi peserta, karena mendorong mereka, terutama para pemuda, untuk menjadi lebih aktif, inovatif, dan kreatif. Setelah mengikuti pelatihan, para pemuda lebih aktif dalam membuat dan membagikan konten kreatif yang menampilkan wisata Pereng Puteh melalui media sosial. Peserta juga memahami dasar-dasar pengeditan video dan desain grafis, sehingga dapat dengan mudah mempraktikkannya. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar potensi desa wisata lebih dikenal oleh masyarakat luas dan meningkatkan jumlah pengunjung wisata Pereng Puteh.

**Kata Kunci:** Konten Kreatif, Promosi, Pereng Puteh

**Abstract.** Creating creative content is an effort to increase awareness or attention toward a tourist destination. This training aims to raise awareness among the community, particularly in the Piyoto area, which is known as a tourist village, about the importance of promotion through social media. The method of implementing this activity consists of three stages: preparation, training implementation, and evaluation. This activity involved local youth organizations and tourism managers as training participants. The results of the training indicate that creative content creation using Canva and CapCut is highly beneficial for participants, as it encourages them, especially the youth, to become more active, innovative, and creative. After the training, the youth became more active in creating and sharing creative content featuring Pereng Puteh tourism through social media. Participants also gained an understanding of the basics of video editing and graphic design, making it easier for them to apply these skills. The goal of this activity is to increase the recognition of the tourist village's potential among the wider community and to boost the number of visitors to Pereng Puteh.

**Keywords:** Creative Content, Promotion, Pereng Puteh

## **Pendahuluan**

Peningkatan penggunaan teknologi dan Internet telah memberikan dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 78,19 persen, dengan 215.626.156 pengguna dari total populasi 275.773.901 jiwa (Kurniasari et al., 2024). Pengaruh teknologi dan internet juga merambah sektor industri pariwisata, yang merupakan salah satu sektor ekonomi dengan potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Berbagai metode dan teknik dapat diterapkan untuk mempromosikan pariwisata di Indonesia, termasuk melalui media tradisional seperti surat kabar, iklan, brosur, dan pameran. Namun, dengan perkembangan teknologi, promosi pariwisata kini semakin mengandalkan media sosial, yang mampu memperkenalkan destinasi wisata baru dan memiliki dampak besar dalam mendorong mobilitas wisatawan (Saifudin, 2022). Promosi melalui media sosial dapat meningkatkan dampak ekonomi suatu masyarakat dengan menciptakan peluang bisnis melalui platform seperti Facebook, X, Instagram, WhatsApp, TikTok, dan lainnya (Agustina et al., 2022). Meskipun penggunaan media sosial sangat bergantung pada akses internet, efektivitasnya dalam pemasaran pariwisata terasa signifikan. Keunggulannya terletak pada kesederhanaan, biaya yang lebih ekonomis, dan efektivitas yang tinggi dalam memasarkan destinasi wisata. Akibatnya, media sosial menjadi semakin populer dalam strategi pemasaran pariwisata. Pemanfaatan media sosial akan menjadi lebih efektif jika didukung dengan peningkatan keterampilan dalam pengeditan foto dan video untuk menghasilkan konten yang lebih menarik bagi wisatawan (Yanti et al., 2024).

Desa wisata merupakan model pengembangan pariwisata yang menitikberatkan pada kesejahteraan masyarakat lokal serta pelestarian budaya dan lingkungan di sekitarnya. Untuk mewujudkan hal ini, desa wisata memerlukan strategi promosi yang efektif agar dapat dikenal oleh wisatawan dari berbagai daerah. Namun, sektor pariwisata di wilayah pedesaan seringkali kurang mendapat perhatian dan belum dioptimalkan potensinya. Oleh karena itu, pengembangan desa wisata menjadi salah satu alternatif yang penting dalam memajukan pariwisata pedesaan sekaligus memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar (Damayanti et al., 2022).

Gumuk Pereng Puteh, atau yang lebih dikenal sebagai Pereng Puteh, terletak di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Pereng Puteh adalah destinasi wisata yang menawarkan keindahan alam pegunungan dan perbukitan yang masih alami. Tempat ini menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang mencari suasana tenang dan ingin menikmati keindahan alam sambil berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Keunikan dari Pereng Puteh adalah keberadaannya yang masih relatif alami dan belum terlalu banyak terjamah oleh pembangunan komersial, sehingga memberikan pengalaman yang otentik bagi pengunjung. Pereng Putih berupaya memberdayakan masyarakat lokal melalui keterlibatan dalam pengelolaan dan pelayanan wisata. Ini termasuk penyediaan lapangan pekerjaan dan kesempatan berwirausaha bagi warga setempat, serta pelatihan terkait konservasi dan pengelolaan wisata.

Dalam perjalanannya pengelolaan wisata Pereng Puteh mengalami masalah pasca Covid-19 yang menyebabkan penurunan jumlah kunjungan yang mengindikasikan perlunya strategi promosi yang lebih efektif. Salah satu langkah penting yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan media sosial sebagai platform promosi. Dengan daya jangkauan yang luas dan kemampuan untuk menarik perhatian secara visual, promosi melalui media sosial dapat membantu meningkatkan kesadaran publik tentang keindahan dan potensi yang ditawarkan oleh destinasi ini. Melalui konten kreatif yang menarik dan interaktif, destinasi ini dapat menjangkau audiens yang lebih besar, menarik minat wisatawan baru, dan pada akhirnya meningkatkan

jumlah kunjungan. Oleh karena itu, perlu adanya sebuah pelatihan bagi pengelola ekowisata Pereng Puteh dalam membuat konten-konten kreatif pada media sosial sebagai salah satu strategi promosi Pereng Puteh.

Adapun tujuan pelatihan ini adalah untuk: (1) Memberikan pelatihan pembuatan konten kreatif sebagai sarana promosi destinasi wisata Pereng Puteh, dan (2) Memberikan edukasi tentang konten-konten kreatif guna meningkat jumlah pengunjung

## Metode Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu: (1) Persiapan Pelaksanaan. Pada tahap ini, melakukan koordinasi dengan Ketua RW, Ketua Karang Taruna dan pengelola wisata Pereng Puteh untuk menentukan waktu dan lokasi pelaksanaan pelatihan pembuatan konten kreatif. Selama proses koordinasi, dilakukan identifikasi terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi pengelola Pereng Puteh dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung. Temuan dari tahap persiapan ini menunjukkan bahwa salah satu faktor utama yang menyebabkan rendahnya jumlah pengunjung wisata adalah kurangnya konten promosi yang bersifat kreatif. Berdasarkan temuan tersebut, narasumber mengembangkan materi pelatihan pembuatan konten kreatif yang direncanakan untuk disampaikan pada pertemuan berikutnya.

(2) Pelaksanaan Kegiatan. Peserta dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang berupa pelatihan pembuatan konten kreatif adalah karang taruna dan pengelola wisata Pereng Puteh. Mereka diberikan penjelasan dan edukasi tentang cara membuat konten-konten kreatif menggunakan aplikasi CapCut dan Canva untuk mempromosikan destinasi wisata Pereng Puteh. Lokasi pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan konten kreatif ini dilakukan di RW 6 Lingkungan Piyoto, Kelurahan Bandungan dengan pertimbangan bahwa lingkungan ini adalah salah satu desa wisata di Kelurahan Bandungan yang memiliki destinasi wisata Pereng Puteh yang di kelola oleh pemuda desa setempat. (3) Pembuatan Laporan. Laporan kegiatan pengabdian masyarakat disusun setelah proses pelaksanaan penyuluhan selesai. Laporan ini kemudian dipublikasikan dalam bentuk jurnal.

## Hasil Dan Pembahasan

Dalam mendukung potensi desa wisata, Tim KKN menyelenggarakan pelatihan pembuatan konten kreatif bagi pemuda dan pengelola wisata di wilayah Lingkungan Piyoto. Dalam kegiatan ini, Tim KKN bertujuan untuk meningkatkan kemampuan promosi para pemuda dan pengelola wisata di lingkungan Piyoto sebagai desa wisata melalui pembuatan konten kreatif.



**Gambar 1.** Media Pelatihan Dan Pengenalan Konten Kreatif  
(Sumber; Penulis, Agustus 2024)

## **Tahapan Pelaksanaan Kegiatan oleh Tim KKN**

### **Perencanaan**

Kegiatan ini diawali dengan mengidentifikasi potensi sumber daya manusia di Lingkungan Piyoto. Setelah itu, tim perencanaan menetapkan pelatihan pembuatan konten kreatif menggunakan Canva dan Capcut sebagai langkah awal. Selanjutnya, tim mempersiapkan segala kebutuhan untuk pelatihan, termasuk perencanaan anggaran, administrasi surat-menyurat, penentuan lokasi yang tepat, serta perlengkapan pendukung lainnya.

### **Pengorganisasian**

Dalam tahap ini, penanggung jawab acara membagi tim menjadi beberapa divisi, seperti divisi dokumentasi, divisi konsumsi, pembawa acara serta pemateri yang akan menyampaikan poin-poin pelatihan.

### **Pelaksanaan**

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Minggu, 4 Agustus 2024 yang dimulai pukul 19.30 hingga pukul 21.00 WIB, bertempat di Balai RW 5 Lingkungan Piyoto. Dalam kegiatan ini terdapat empat sesi. Sesi pertama yaitu, pengenalan aplikasi canva dengan memberikan pemahaman tentang cara penggunaan dan pembuatan desain grafis yang baik dan menarik menggunakan template-template yang telah tersedia secara gratis. Selanjutnya, sesi kedua yaitu, pengenalan dan pelatihan menggunakan aplikasi edit video Capcut, dalam sesi ini peserta diajarkan cara editing video dan praktik membuat video sinematik yang menarik menggunakan fitur-fitur yang tersedia. Selanjutnya, sesi ketiga, pada sesi ini peserta diberikan penjelasan bagaimana cara mempromosikan wisata Pereng Puteh melalui media sosial. Terakhir, sesi keempat adalah sesi tanya jawab yang memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan.



**Gambar 2.** Pelatihan konten kreatif kepada pemuda di balai RW 5 Lingkungan Piyoto  
(Kelurahan Bandungan)  
(Sumber; Penulis, Agustus 2024)

### **Evaluasi**

Penentuan waktu pelaksanaan kegiatan ini kurang efektif karena dilakukan di malam hari sehingga fokus peserta kurang maksimal dalam menyerap materi yang telah disampaikan.

### **Manfaat Bagi Masyarakat**

Pelatihan ini telah memberikan wawasan baru pada peserta akan pembuatan konten kreatif yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi di media sosial, serta meningkatkan

kesadaran mereka akan pentingnya mempromosikan desa wisata melalui platform digital. Pelatihan ini merupakan langkah awal dalam upaya mengembangkan destinasi wisata Pereng Puteh.

### **Pencapaian Keberhasilan dalam Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif**

1. Menghidupkan kembali akun media sosial pengelola wisata Pereng Puteh yang dapat dilihat dengan mulai bertambahnya jumlah unggahan video dan foto yang menunjukkan keindahan destinasi wisata Pereng Puteh setelah adanya pelatihan. Aktivitas ini secara otomatis membuat bertambahnya jumlah pengikut akun tersebut sehingga semakin dikenal oleh Masyarakat luas.
2. Meningkatkan keterampilan peserta dalam menggunakan aplikasi Canva dan Capcut.
3. Meningkatkan pengetahuan dan wawasan peserta akan pentingnya promosi di media sosial di masa kini karena meningkatkan kualitas konten media sosial dapat menarik lebih banyak pengunjung.

### **Keunggulan Media Sosial dalam Meningkatkan Awareness atau Perhatian suatu Destinasi Wisata Dipengaruhi oleh Beberapa Faktor, antara lain:**

#### **1. Jangkauan yang Luas**

Media sosial memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens yang sangat luas tanpa batasan geografis. Melalui platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok, informasi tentang destinasi wisata dapat disebarluaskan ke berbagai segmen masyarakat di seluruh dunia. Hal ini memungkinkan promosi yang dilakukan dapat mencapai audiens yang lebih beragam, termasuk calon wisatawan dari luar negeri, yang mungkin tidak terjangkau melalui metode promosi konvensional. (Yascya & Widyowati, 2024)

#### **2. Interaktivitas dan Keterlibatan Pengguna**

Media sosial memberikan kesempatan untuk interaksi langsung antara pengelola destinasi wisata dengan audiens. Fitur-fitur seperti komentar, pesan langsung, dan ulasan memungkinkan pengelola untuk berkomunikasi secara real-time dengan calon wisatawan. Interaksi ini tidak hanya membangun hubungan yang lebih personal, tetapi juga memungkinkan pengelola untuk merespon masukan dan pertanyaan dengan cepat, yang dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan audiens.

#### **3. Kreativitas Konten**

Konten visual seperti foto, video, dan infografis yang menarik dapat meningkatkan daya tarik suatu destinasi wisata. Kreativitas dalam pembuatan konten sangat penting untuk membedakan destinasi tersebut dari kompetitor dan menarik minat audiens. Misalnya, video promosi yang dikemas dengan cerita yang menarik atau gambar destinasi yang estetik dapat mempengaruhi keputusan audiens untuk mengunjungi tempat tersebut. Selain itu, konten yang disesuaikan dengan tren media sosial dapat memperluas jangkauan promosi secara signifikan.

#### **4. Efek Viral dan Keterlibatan Komunitas**

Salah satu kekuatan media sosial adalah kemampuannya untuk menciptakan efek viral melalui keterlibatan komunitas. Pengguna media sosial seringkali berbagi pengalaman pribadi mereka saat mengunjungi destinasi wisata, yang kemudian dapat diikuti oleh jaringan pertemanan mereka. Ulasan positif dan rekomendasi dari pengguna lain sering kali lebih dipercaya oleh calon wisatawan dibandingkan promosi yang dilakukan secara formal oleh pengelola. Efek ini dapat secara drastis meningkatkan kesadaran dan daya tarik destinasi wisata (Khasbulloh et al., 2023).

#### **5. Efisiensi Biaya dan Pengukuran Kinerja**

Promosi melalui media sosial umumnya lebih ekonomis dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional seperti iklan televisi atau cetak. Penggunaan media sosial memungkinkan

pengelola destinasi untuk melakukan promosi dengan biaya yang lebih rendah, namun dengan dampak yang signifikan. Selain itu, media sosial menyediakan berbagai alat analitik yang memungkinkan pengelola untuk mengukur kinerja kampanye promosi secara real-time, termasuk metrik seperti jangkauan, keterlibatan, dan konversi. Ini memungkinkan penyesuaian strategi promosi secara dinamis berdasarkan data yang diperoleh, sehingga kampanye dapat lebih efektif dan efisien.

Secara keseluruhan, kemampuan media sosial untuk menjangkau audiens yang luas, memfasilitasi interaksi langsung, memungkinkan kreativitas konten, memanfaatkan efek viral, serta menawarkan efisiensi biaya dan pengukuran kinerja, menjadikannya alat yang sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran dan daya tarik suatu destinasi wisata.

Secara keseluruhan, kegiatan ini telah terlaksana dengan baik. Hal ini terlihat dari implementasi hasil pelatihan oleh sebagian besar kalangan muda dalam penggunaan media sosial. Namun, optimalisasi penggunaan media sosial perlu ditingkatkan lebih lanjut untuk mencapai tujuan yang diharapkan dari pelatihan ini. Untuk mencapai hasil maksimal, diperlukan upaya dalam memanfaatkan faktor-faktor yang mempengaruhinya, yaitu waktu, keinginan, dan tekad kuat dari para peserta. Akan lebih efektif jika peserta memiliki keterampilan dalam mengoperasikan aplikasi seperti CapCut dan Canva serta menggunakan media sosial lainnya untuk mendukung kegiatan promosi.

## Simpulan

Pelatihan ini efektif dalam meningkatkan kemampuan peserta, terutama dalam menciptakan konten visual yang menarik dan profesional. Dengan keterampilan yang diperoleh, peserta dapat lebih efektif dalam mempromosikan destinasi wisata melalui media sosial, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya tarik dan jumlah pengunjung. Pelatihan ini menekankan pentingnya kreativitas dan pemanfaatan teknologi digital dalam strategi pemasaran pariwisata, serta menunjukkan bahwa penguasaan alat seperti Canva dan CapCut adalah langkah penting menuju promosi destinasi wisata yang lebih efisien dan berdampak.

Melalui pelaksanaan kegiatan ini, diharapkan para pemuda dan pengelola Pereng Puteh dapat mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama pelatihan dan berpartisipasi aktif dalam mempromosikan wisata Pereng Puteh. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat luas terhadap keberadaan Pereng Puteh, sehingga desa wisata ini dapat berkembang lebih pesat dan menarik minat lebih banyak wisatawan.

## Referensi

- Agustina, H. N., Ririn Pratiwi Suharto, Nugrahaningtyas Fatma Anyassari, Maya Rizky Fauzia, & Novitasari. (2022). Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial Menuju Terwujudnya Desa Wisata Wringinsongo Tumpang Malang. *Jurnal Pengabdian Polinema Kepada Masyarakat*, 9(1), 17–25. <https://doi.org/10.33795/jppkm.v9i1.117>
- Damayanti, A., Nugroho, A., & Windarti, S. (2022). Peningkatan Kapasitas Kelompok Desa Wisata Wukirsari Dalam Pemasaran Online Menggunakan Sosial Media Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat - Teknologi Digital Indonesia*, 1(1), 15.

<https://doi.org/10.26798/jpm.v1i1.566>

- Kenyo Kharisma Kurniasari, Eki Melina Widanti, & Atika Nur Hidayah. (2024). Literatur Review: Pengaruh Media Sosial terhadap Industri Pariwisata dari Perspektif Destinasi dan Wisatawan. *Indonesian Journal of Tourism Business and Entrepreneurship*, 1(1), 71–82. <https://doi.org/10.31002/ijtbe.v1i1.1467>
- Khasbulloh, M. N., Bela, L., Niawati, I., Huda, A., & Jeaqulien, N. K. (2023). Peran Media Digital dalam Meningkatkan Branding Desa Wisata. *NAJWA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 137–145. <https://doi.org/10.30762/najwa.v1i2.243>
- Saifudin, W. (2022). Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Digital Desa Wisata Alassumur. *Jabn*, 3(1), 68–78.
- Yanti, D., Ramadhan, I., Yunita, D., & Lubis, M. R. (2024). Peran Media Sosial dalam Mempromosikan Pariwisata Di Desa Perkebunan Bukit Lawang. *Jurnal Pariwisata*, 11(1), 1–13. <https://doi.org/10.31294/par.v11i1.21228>
- Yascya, M. N., & Widyowati, W. (2024). Pelatihan Penyusunan Konten Media Sosial Bagi Pemuda Desa Untuk Promosi Wisata Desa Wonokitri. 01(2), 114–121.