

Pelatihan Pemanfaatan Media Digital dalam Optimalisasi Pengembangan Wisata Sumber Jiput melalui Media Sosial

^aAlan Dwi Nurcahyo, ^{Ananta Nurhidayatika}, ^bBunga Fanani, ^dDanny Putra
Ardianto, ^fFebima Gibran Ananta Putra, ^bHendrik Ardiansyah, ⁱImroul
Awalin, ^kKhoiriyah, ^lLutfia Wafda Putri Arifin, ^mMohamad Luis Sanjaya,
ⁿNara Setya Wiratama, ^{Nova Rahma Dwi Pangastuti}, ^sSafira Yasmine
Chintyasari, ^uWa Rosmina, ^yYan Yusril Muzaky
a, b, d, f, h, i, k, l, m, n, s, w, y Universitas Nusantara PGRI Kediri

Abstrak— Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) Kelompok 26 di Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Kota, Kota Kediri, dengan fokus pada pengoptimalisasian promosi Wisata Sumber Jiput melalui pemanfaatan media digital. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas pemuda Karang Taruna dan pengelola wisata dalam membangun *personal branding* destinasi, mengelola media sosial, serta membuat konten promosi digital secara mandiri melalui pelatihan editing dasar menggunakan aplikasi Canva. Metode pengabdian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan tahapan observasi dan identifikasi permasalahan, perencanaan kegiatan, pelaksanaan *workshop* dan pendampingan, serta evaluasi. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk *workshop* yang dipadukan dengan praktik langsung dan pendampingan berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menerapkan *personal branding* destinasi, mengelola media sosial secara lebih terstruktur, serta menghasilkan konten visual promosi yang lebih menarik dan konsisten. Keterlibatan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) sebagai mitra pendamping turut mendukung keberlanjutan penerapan hasil pelatihan.

Kata Kunci— Media Digital, Pengembangan Wisata, *Personal Branding*

Abstract— This community service activity was carried out by the Thematic Community Service Program (KKN-T) Group 26 of 2026 in Rejomulyo Village, Kota District, Kediri City, with a focus on optimizing the promotion of Sumber Jiput Tourism through the use of digital media. The objective of this activity was to enhance the capacity of youth members of Karang Taruna and tourism managers in building destination *personal branding*, managing social media, and independently creating digital promotional content through basic editing training using the Canva application. The community service method employed a descriptive qualitative approach consisting of several stages, including observation and problem identification, activity planning, implementation of workshops and mentoring, and evaluation. The activities were conducted in the form of workshops combined with hands-on practice and continuous mentoring. The results indicate an improvement in participants' understanding and skills in applying destination *personal branding*, managing social media in a more structured manner, and producing more attractive and consistent visual promotional content. The involvement of the Tourism Awareness Group (POKDARWIS) as a mentoring partner supported the sustainability of the training outcomes.

Keywords— Digital Media, Tourism Development, *Personal Branding*

Corresponding Author:

Wa Rosmina,
Universitas Nusantara PGRI Kediri,
Email: wrsmn07@gmail.com



I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya air. Sumber daya air memiliki peran penting dalam menunjang kehidupan manusia, baik untuk kebutuhan sehari-hari seperti minum dan mandi, maupun untuk mendukung sektor pertanian sebagai sarana irigasi (Agustin et al., 2022). Selain dimanfaatkan untuk kebutuhan dasar, sumber daya air juga berpotensi untuk dikembangkan sebagai objek wisata berbasis alam. Salah satu bentuk pemanfaatan tersebut adalah Wisata Sumber Jiput yang terletak di Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Kota, Kota Kediri, Provinsi Jawa Timur. Yang mana hingga saat ini masih aktif dan banyak dikunjungi oleh masyarakat. Pada awalnya, Sumber Jiput dikenal sebagai kawasan mata air alami yang dipercaya sebagai sumber air dan angin. Terdapat lebih dari tiga sumber mata air yang berperan penting sebagai penunjang kehidupan masyarakat setempat, khususnya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti air minum, kegiatan pertanian, serta keperluan domestik lainnya (Nabila et al., 2023).

Selain potensi alam tersebut, kawasan Wisata Sumber Jiput juga telah dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung, antara lain mushala, gazebo, area parkir, kamar mandi, serta keberadaan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) milik warga setempat. Tersedia pula sejumlah wahana rekreasi bagi anak-anak, seperti ayunan, perosotan, dan jungkat-jungkit. Adapun sarana penunjang lainnya meliputi wahana perahu bebek dengan tarif Rp10.000 tanpa batas waktu, fasilitas pemberian pakan ikan dengan biaya Rp1.000, serta aktivitas memberi makan bunglon yang dapat dilakukan tanpa dikenakan biaya. Keberadaan fasilitas dan wahana tersebut menunjukkan bahwa Wisata Sumber Jiput memiliki daya tarik wisata yang berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut.

Sarana dan prasarana pada suatu objek wisata memiliki peran penting dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Semakin lengkap dan memadai sarana serta prasarana yang disediakan, semakin tinggi tingkat kenyamanan wisatawan dalam menikmati objek wisata tersebut, sehingga mendorong wisatawan untuk berkunjung lebih lama dan kembali di kemudian hari. Dalam UU No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan dijelaskan bahwa pariwisata ialah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah (Purnawati, 2021).

Wisata Sumber Jiput berhasil masuk dalam peringkat 300 besar dari total 6.061 desa wisata di Indonesia serta memperoleh penghargaan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI, 2024). Capaian tersebut menunjukkan bahwa Wisata Sumber Jiput memiliki nilai dan kualitas sebagai destinasi wisata. Namun demikian, keberadaan wisata ini masih belum dikenal secara luas oleh masyarakat, khususnya di luar wilayah Kota Kediri. Kondisi tersebut disebabkan oleh belum optimalnya pengelolaan media digital sebagai sarana penyebaran informasi dan promosi wisata Sumber Jiput. Kurangnya pemanfaatan media digital berdampak pada rendahnya jumlah kunjungan wisatawan, yang pada akhirnya berimplikasi pada penurunan tingkat pendapatan masyarakat setempat.

Era disrupsi telah mendorong adanya modernisasi dalam berbagai aspek kehidupan (Wiratama, 2022). Dalam konteks era digital, calon wisatawan cenderung memanfaatkan internet dan media sosial sebagai sumber utama informasi sebelum menentukan destinasi wisata yang akan dikunjungi (Meyliana et al., 2024). Oleh karena itu, pemanfaatan media digital menjadi aspek penting dalam membangun kesadaran dan minat pengunjung terhadap suatu destinasi wisata. Dalam pengelolaan desa wisata, Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) memiliki peran strategis dalam menyajikan informasi dan promosi wisata melalui media digital. Permasalahan utama yang dihadapi Wisata Sumber Jiput adalah kurang optimalnya pengelolaan konten media sosial yang disebabkan oleh keterbatasan keterampilan anggota POKDARWIS dalam pembuatan dan pengeditan konten promosi menggunakan aplikasi Canva. Konten yang ditampilkan cenderung bersifat monoton, kurang variatif, dan belum mampu menarik perhatian audiens secara maksimal. Akibatnya, informasi mengenai daya tarik, fasilitas, dan aktivitas wisata tidak tersampaikan secara menarik, sehingga tingkat keterlibatan pemanfaatan media digital relatif rendah. Kondisi ini menyebabkan jangkauan promosi menjadi terbatas dan berdampak pada rendahnya jumlah kunjungan wisatawan.

Rendahnya jumlah kunjungan wisatawan berimplikasi pada belum optimalnya pengembangan Wisata Sumber Jiput serta terbatasnya peningkatan pendapatan masyarakat setempat, khususnya pelaku UMKM. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis berupa optimalisasi pengembangan wisata agar potensi yang dimiliki dapat dimanfaatkan secara maksimal. Pengembangan desa yang berfokus pada sektor wisata

menjadi salah satu terobosan bagi masyarakat dalam memanfaatkan peluang dan potensi wisata di daerah mereka, yang pada gilirannya mampu meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan masyarakat (Perwita et al., 2025). Melalui pengembangan wisata yang terencana dan berkelanjutan, potensi lokal tidak hanya dapat dioptimalkan sebagai daya tarik wisata, tetapi juga sebagai sumber penguatan ekonomi masyarakat sekitar.

Pelatihan merupakan suatu proses pembelajaran yang di dalamnya mencakup berbagai aspek, seperti penguasaan keterampilan, pemahaman konsep, penerapan aturan, serta pembentukan sikap yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi sumber daya manusia (Riwayatiningsih et al., 2021). Berdasarkan pengembangan Wisata Sumber Jiput, salah satu peningkatan strategis yang dapat dilakukan adalah melalui penyelenggaraan program pelatihan pemanfaatan media digital bagi masyarakat setempat, khususnya pengelola destinasi wisata dan pelaku UMKM lokal. Program pelatihan pemanfaatan media digital telah banyak diterapkan dalam konteks pengembangan desa wisata dan UMKM di Indonesia dan terbukti mampu meningkatkan literasi digital serta keterampilan pemasaran digital masyarakat, sehingga berdampak positif terhadap kemampuan pengelolaan destinasi wisata secara mandiri, termasuk dalam aspek promosi dan penyebaran informasi wisata (Trimarsiah et al., 2024). Materi pelatihan yang relevan dan efektif dalam mendukung pengembangan wisata modern meliputi dasar-dasar *personal branding* destinasi wisata, pengelolaan konten media sosial, serta teknik dasar desain grafis menggunakan aplikasi desain berbasis digital seperti Canva, yang secara signifikan membantu peserta dalam memaksimalkan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi destinasi wisata (Fifaldyovan et al., 2024). Pembelajaran *personal branding* destinasi wisata bertujuan agar pengelola mampu membangun identitas digital yang kuat dan konsisten, sementara pengelolaan konten media sosial diarahkan pada kemampuan menciptakan konten yang menarik dan sesuai dengan karakteristik masing-masing *platform* untuk meningkatkan jangkauan serta interaksi audiens. Selain itu, pelatihan desain grafis menggunakan Canva memungkinkan peserta merancang konten visual promosi secara mandiri dengan tampilan profesional dan kreatif, sebagaimana dibuktikan dalam berbagai program pelatihan Canva yang menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam menghasilkan materi promosi digital bagi UMKM dan

destinasi wisata (Wadly et al., 2025). Melalui pendekatan pelatihan yang komprehensif dan partisipatif ini, diharapkan kapasitas teknis dan manajerial masyarakat lokal dapat meningkat, sehingga Wisata Sumber Jiput mampu memperkuat identitas digitalnya dan berdaya saing di pasar pariwisata digital secara lebih efektif dan berkelanjutan.

II. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh Kelompok Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) Kelompok 26 sebagai bagian dari implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kegiatan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Adapun tujuan dari penggunaan penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk menggambarkan, mendeskripsikan, menerangkan, menjelaskan serta menjawab secara terperinci mengenai permasalahan yang diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin sebuah objek dengan hasil penulisan berupa pernyataan sesuai dengan kondisi sebenarnya (Afrivania et al., 2022). Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena memungkinkan tim KKN-T 26 untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap permasalahan yang dihadapi masyarakat, khususnya pemuda dan pengelola wisata, serta untuk menyajikan solusi berdasarkan hasil observasi, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi program pengabdian yang telah dilakukan.

Sasaran utama dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemuda yang tergabung dalam Karang Taruna di Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Kota, Kota Kediri. Peserta kegiatan merupakan perwakilan pemuda dari masing-masing Rukun Tetangga (RT), dengan jumlah dua orang per RT, yang dipilih sebagai representasi pemuda setempat. Karang Taruna dipilih sebagai sasaran utama karena memiliki peran strategis dalam kegiatan sosial kemasyarakatan serta memiliki tingkat adaptasi yang relatif tinggi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan sosial. Pelaksanaan kegiatan ini juga didampingi oleh Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Sumber Jiput yang berperan sebagai mitra pendamping. POKDARWIS berfungsi sebagai fasilitator lapangan dalam proses pelatihan dan pendampingan, sekaligus sebagai penghubung antara program pengabdian kepada masyarakat dengan pengelolaan Wisata Sumber Jiput secara berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian ini difokuskan pada pelaksanaan *workshop* dan pendampingan pemanfaatan media digital sebagai strategi mengoptimalkan promosi Wisata Sumber Jiput. Metode yang diaplikasikan pada kegiatan pengabdian ini

adalah metode pelatihan yang terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi. (Fatmawati et al., 2024). Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu tahap observasi dan identifikasi permasalahan, tahap perencanaan kegiatan, tahap pelaksanaan *workshop* dan pendampingan, serta tahap evaluasi. Pada tahap awal, tim KKN-T 26 melakukan observasi langsung dan identifikasi permasalahan di kawasan Wisata Sumber Jiput untuk memperoleh gambaran kondisi aktual terkait pengelolaan destinasi wisata dan pemanfaatan media digital yang telah berjalan. Observasi dilakukan dengan mengamati fasilitas wisata, aktivitas promosi yang ada, serta keberadaan dan peran pengelola wisata dan pelaku UMKM. Selain itu, tim KKN-T 26 juga melakukan komunikasi dan diskusi awal dengan pengelola wisata, anggota POKDARWIS, dan masyarakat setempat untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi, khususnya keterbatasan keterampilan dalam pengelolaan media sosial dan pembuatan konten promosi digital. Hasil dari tahap ini menjadi dasar dalam menentukan kebutuhan dan arah program pengabdian yang akan dilaksanakan.

Tahap selanjutnya adalah tahap perencanaan kegiatan, yang dilakukan berdasarkan hasil observasi dan identifikasi permasalahan. Pada tahap ini, tim KKN-T 26 menyusun rancangan kegiatan pengabdian secara sistematis, meliputi penentuan tujuan program, sasaran kegiatan, materi *workshop*, metode pelaksanaan, serta jadwal kegiatan. Perencanaan difokuskan pada penyusunan materi pelatihan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, yaitu *personal branding* destinasi wisata, pengelolaan konten media sosial, dan teknik dasar desain grafis menggunakan aplikasi Canva. Selain itu, dilakukan koordinasi dengan pihak kelurahan, pengelola wisata, dan POKDARWIS untuk memastikan kesiapan lokasi, sarana pendukung, serta partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan *workshop* dan pendampingan.

Tahap pelaksanaan *workshop* dan pendampingan merupakan inti dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk *workshop* yang mengombinasikan penyampaian materi secara teoritis dan praktik langsung terkait pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi wisata. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya *personal branding* destinasi wisata, strategi pengelolaan konten media sosial yang menarik, serta teknik dasar pembuatan konten visual menggunakan Canva. Setelah penyampaian materi, peserta diarahkan untuk

melakukan praktik langsung dalam merancang konten promosi digital sesuai dengan karakteristik Wisata Sumber Jiput. Pendampingan dilakukan secara berkelanjutan untuk membantu peserta dalam mengaplikasikan materi yang telah diperoleh, memberikan bimbingan teknis, serta membantu mengatasi kendala yang dihadapi selama proses pembuatan dan pengelolaan konten media digital.

Tahap terakhir adalah tahap evaluasi, yang dilakukan untuk menilai efektivitas dan keberhasilan program pengabdian yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan, khususnya terkait perubahan pemahaman dan keterampilan peserta dalam pemanfaatan media digital. Penilaian dilakukan melalui pengamatan terhadap hasil konten promosi digital yang dihasilkan peserta, tingkat partisipasi masyarakat selama kegiatan, serta umpan balik yang diberikan oleh peserta terkait manfaat *workshop* dan pendampingan. Hasil evaluasi ini digunakan untuk mengetahui capaian program pengabdian serta sebagai dasar perbaikan dan pengembangan kegiatan serupa di masa mendatang.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Aula Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Kota, Kota Kediri, Provinsi Jawa Timur. Seiring pesatnya perkembangan teknologi digital, telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi dan promosi di berbagai sektor, termasuk sektor pariwisata berbasis masyarakat. Media digital kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat strategis dalam membangun citra dan daya tarik suatu destinasi wisata. Salah satu bentuk media digital yang banyak dimanfaatkan dalam kegiatan promosi adalah konten visual pada media sosial, yang didukung oleh aplikasi desain grafis berbasis daring seperti Canva. Canva memungkinkan masyarakat umum untuk membuat desain visual secara praktis, cepat, dan menarik tanpa memerlukan keahlian desain profesional, sehingga sangat relevan digunakan dalam konteks pengabdian kepada masyarakat.

1. Tahap Observasi dan Identifikasi Permasalahan

Tim KKN-T 26 melaksanakan kegiatan observasi melalui metode survei lapangan dan wawancara semi terstruktur. Observasi ini bertujuan untuk

memastikan serta mengonfirmasi permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya agar sesuai dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan (Santoso et al., 2023). Hasil observasi yang telah dilakukan dapat dimanfaatkan sebagai landasan awal dalam merumuskan dan menyusun program kerja yang sesuai dengan kebutuhan, potensi, serta permasalahan yang terdapat di lokasi kegiatan, sehingga program yang dirancang menjadi lebih terarah dan tepat sasaran (Permatasari et al., 2025). Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh tim KKN-T 26 di kawasan Wisata Sumber Jiput, diperoleh temuan bahwa destinasi wisata ini memiliki potensi yang cukup besar, baik dari aspek alam, fasilitas pendukung, maupun keberadaan UMKM lokal. Potensi tersebut meliputi daya tarik sumber mata air alami, fasilitas wisata keluarga, serta produk UMKM berupa kuliner dan kerajinan lokal. Namun demikian, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi masih belum dilakukan secara optimal. Konten promosi yang tersedia masih belum dikelola secara sistematis, cenderung kurang menarik secara visual, dan belum mencerminkan keseragaman identitas desain destinasi wisata (Fatmawati, 2026).

Selain itu, hasil observasi juga menunjukkan bahwa keterbatasan optimalisasi media digital dipengaruhi oleh rendahnya tingkat literasi digital pengelola wisata dan pemuda setempat, khususnya dalam hal perencanaan konten, pemilihan visual, serta penggunaan aplikasi desain grafis berbasis digital. Pengelolaan akun media sosial wisata belum dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan, sehingga informasi mengenai daya tarik wisata, fasilitas, serta aktivitas yang tersedia tidak tersampaikan secara konsisten kepada masyarakat luas. Kondisi ini menyebabkan jangkauan promosi menjadi terbatas dan potensi wisata yang dimiliki belum sepenuhnya dikenal oleh calon wisatawan di luar wilayah sekitar. Lebih lanjut, melalui diskusi dan komunikasi awal dengan pengelola wisata, anggota POKDARWIS, serta perwakilan pemuda Karang Taruna, diketahui bahwa belum pernah dilakukan pelatihan khusus yang berfokus pada pengelolaan media digital dan pembuatan konten promosi secara mandiri. Keterbatasan tersebut berdampak pada rendahnya kemampuan masyarakat dalam membangun identitas digital destinasi wisata yang menarik dan konsisten. Oleh karena itu, hasil observasi dan identifikasi permasalahan ini menjadi dasar perumusan

program pengabdian kepada masyarakat berupa *workshop* dan pendampingan pemanfaatan media digital sebagai strategi pengoptimalisasian promosi Wisata Sumber Jiput.



Gambar 1. Tahap Identifikasi

2. Tahap Perencanaan Kegiatan

Pada tahap perencanaan kegiatan, tim KKN-T 26 melakukan perumusan program secara sistematis dengan mengacu pada hasil observasi dan identifikasi permasalahan di lapangan. Perencanaan diawali dengan penentuan tujuan kegiatan, yaitu meningkatkan kemampuan pemuda Karang Taruna dalam memanfaatkan media digital, khususnya penyampaian materi mengenai *personal branding*, pengelolaan media sosial dan editing dasar aplikasi Canva, sebagai sarana promosi Wisata Sumber Jiput. Selanjutnya, tim menetapkan sasaran kegiatan, menyusun konsep pelatihan, serta menentukan bentuk kegiatan yang paling sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik peserta.

Tahap perencanaan juga mencakup persiapan teknis dan administratif kegiatan, seperti penyusunan jadwal pelaksanaan, pembagian peran dan tugas anggota tim pengabdian, serta penyediaan sarana dan prasarana pendukung kegiatan *workshop*. Selain itu, tim melakukan koordinasi dengan pihak Kelurahan Rejomulyo dan perwakilan Karang Taruna guna memastikan kelancaran pelaksanaan kegiatan serta meningkatkan partisipasi masyarakat. Perencanaan yang matang ini diharapkan dapat mendukung efektivitas pelaksanaan program dan pencapaian tujuan pengabdian kepada masyarakat secara optimal.



Gambar 2. Tahap Perencanaan



Gambar 3. Pendampingan DPL

3. Tahap Pelaksanaan *Workshop* dan Pendampingan

Tahap pelaksanaan *workshop* dan pendampingan merupakan inti dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh tim KKN-T 26. Kegiatan ini dirancang sebagai proses transfer pengetahuan dan keterampilan secara langsung kepada pemuda Karang Taruna dengan dukungan POKDARWIS Wisata Sumber Jiput melalui pendekatan partisipatif. *Workshop* diawali dengan materi *personal branding* destinasi wisata yang bertujuan membangun identitas dan citra Wisata Sumber Jiput di media digital, meliputi pengenalan nilai keunikan destinasi, penentuan pesan promosi, serta konsistensi narasi dan visual dalam konten promosi.

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pengelolaan media sosial dan praktik pembuatan konten visual menggunakan aplikasi Canva. Peserta dibekali pemahaman mengenai pemilihan platform media sosial, perencanaan dan penjadwalan konten, penyusunan caption yang informatif dan persuasif, serta penggunaan tagar untuk meningkatkan jangkauan audiens. Pada sesi praktik,

peserta didampingi secara langsung dalam memilih template desain, mengatur elemen visual, serta menyusun konten promosi wisata dan UMKM lokal yang selaras dengan identitas Wisata Sumber Jiput.

Tahap akhir dari pelaksanaan kegiatan adalah pendampingan pasca-*workshop* untuk memastikan keberlanjutan penerapan materi yang telah diberikan. Peserta didampingi dalam proses pembuatan dan publikasi konten media sosial secara mandiri dengan monitoring dari POKDARWIS. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan, pemahaman, dan kepercayaan diri peserta dalam mengelola media digital, serta meningkatnya aktivitas promosi Wisata Sumber Jiput secara lebih terstruktur dan berkelanjutan.



Gambar 4. Tahap Pelaksanaan

4. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas pelaksanaan *workshop* dan pendampingan pemanfaatan media digital sebagai strategi pengoptimalisasian promosi Wisata Sumber Jiput. Selama pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, antara lain perbedaan tingkat literasi digital peserta yang menyebabkan kecepatan pemahaman materi tidak seragam. Sebagian peserta masih memerlukan pendampingan intensif, khususnya dalam penggunaan fitur-fitur dasar aplikasi Canva dan penerapan konsep desain visual. Selain itu, keterbatasan perangkat pendukung seperti gawai dan koneksi internet yang tidak selalu stabil juga menjadi tantangan dalam proses praktik pembuatan konten digital.

Meskipun menghadapi berbagai kendala tersebut, kegiatan *workshop* dan pendampingan dapat terlaksana dengan baik berkat partisipasi aktif peserta

dukungan POKDARWIS, serta keterlibatan seluruh anggota tim KKN-T 26. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya *personal branding* destinasi wisata, pengelolaan media sosial yang terstruktur, serta kemampuan dasar dalam menghasilkan konten visual promosi yang lebih menarik dan konsisten. Antusiasme peserta terlihat dari keaktifan dalam sesi diskusi, praktik pembuatan konten, serta keterlibatan dalam proses publikasi konten media sosial Wisata Sumber Jiput.

Keberlanjutan program pengabdian ini sangat bergantung pada komitmen masyarakat, khususnya pemuda Karang Taruna dan POKDARWIS, dalam menerapkan dan mengembangkan keterampilan yang telah diperoleh. Tindak lanjut yang disarankan meliputi pengelolaan media sosial secara rutin dan terjadwal, pengembangan variasi konten promosi wisata dan UMKM lokal, serta evaluasi berkala terhadap performa konten digital. Melalui penerapan berkelanjutan tersebut, program ini diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang dalam meningkatkan visibilitas Wisata Sumber Jiput, memperluas jangkauan promosi, serta mendukung peningkatan kunjungan wisatawan dan kesejahteraan masyarakat setempat.



Gambar 5. Tahap Evaluasi

IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh KKN-T 26 di Kelurahan Rejomulyo bertujuan untuk mengoptimalkan promosi Wisata Sumber Jiput melalui pemanfaatan media digital. Program ini dilaksanakan melalui pendekatan *workshop* dan pendampingan yang menitikberatkan pada penguatan *personal*

branding destinasi wisata, pengelolaan media sosial, serta pelatihan editing dasar menggunakan aplikasi Canva sebagai sarana pendukung promosi digital.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemuda Karang Taruna dalam mengelola promosi digital secara lebih terstruktur dan mandiri. Melalui pelaksanaan program pelatihan, peserta diarahkan untuk mampu mengaplikasikan konsep personal branding dalam pembuatan konten promosi, mengelola media sosial dengan perencanaan yang lebih baik, serta menghasilkan konten visual yang menarik dan konsisten dengan identitas Wisata Sumber Jiput. Pendekatan partisipatif berbasis praktik langsung dirancang sebagai strategi yang efektif untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan media digital.

Keterlibatan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) sebagai mitra pendamping diarahkan untuk mendukung keberlanjutan penerapan materi pelatihan dalam pengelolaan promosi wisata. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperkuat identitas digital Wisata Sumber Jiput serta meningkatkan peran pemuda dan pengelola wisata dalam mendukung pengembangan destinasi wisata berbasis media digital secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- ADWI. (2024). *Desa Wisata Sumber Jiput*. https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/sumber_jiput
- Afrivania, G. N., Nugraha, I. G. P., & Widiastini, N. M. A. (2022). Strategi Promosi Pesona Alam Desa Lemukih Berbasis Media Digitalisasi. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 182–189. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i2.46732>
- Agustin, A., Wiratama, N. S., & Yatmin. (2022). Dampak Pembangunan Bendung Gerak Waru Turi terhadap Sosial-Ekonomi Masyarakat Desa Gampeng Kecamatan Gampengrejo Kabupaten Kediri Tahun 1988-2019. *PROSIDING SEMDIKJAR (Seminar Nasional Pendidikan Dan Pembelajaran)*, 5, 454–462. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/41hjya46>
- Erna Fatmawati, Sheva Rahmadhani, & Nara Setya Wiratama. (2026). Penguatan Pemahaman Masyarakat terhadap Sejarah Cerita Panji sebagai Warisan Budaya Kediri melalui Seminar Nasional. *ARDHI : Jurnal Pengabdian Dalam Negri*, 4(2), 09–18. <https://doi.org/10.61132/ardhi.v4i2.1852>
- Fatmawati, E., Wiratama, N. S., Afandi, Z., Budianto, A., & Ardhana, A. I. (2024). Pendampingan Pengajaran dan Konservasi Cagar Budaya Masyarakat Desa Adan-Adan Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri. *PakMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(1), 8–17. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v4i1.2474>
- Fifaldyovan, M. I., Dewi, S. M., & Astuti, R. D. (2024). *Pelatihan Canva untuk Optimalisasi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM*. 1, 81–87.
- Meyliana, A., Rapiyanta, P. T., Indriyanti, & Safitri, L. A. (2024). Pemanfaatan Media Digital untuk Meningkatkan Visibilitas dan Brand Awareness Wisata Edukasi. *Jurnal BUDIMAS*, 06(03), 1–11.
- Nabila, N. D. A., Anggraeni, N. A., & Annisa, N. (2023). Manajemen Pengelolaan Wisata Sumber Jiput. *Jurnal Aktualisasi Pengabdian Masyarakat (Akdimas)*, 1(1), 30–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.30762/akdimas.v1i1.1538>
- Permatasari, D., Pratiwi, R. B. A., & Al-Fahmi, S. N. (2025). Peran Mahasiswa KKN-T dalam Pengoptimalan Kemampuan Literasi dan Numerasi Peserta Didik SD di Kampung Ilmu. *Proceedings of The National Conference on Community Engagement*, 2(1), 327–337.
- Perwita, A. I., Nurfaizal, Y., Namira, D. P., & Melani, R. I. (2025). Optimalisasi Pengelolaan Promosi Melalui Media Sosial Dalam Rangka Mewujudkan Desa Wisata Sikapat. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 14(2), 236–249. <https://doi.org/https://doi.org/10.35508/jikom.v14i2.9714>
- Purnawati, L. (2021). Pembentukan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dan Pengembangan Wisata di Pantai Gemah. *PUBLICIANA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 14(02), 293–307. <https://doi.org/https://doi.org/10.36563/publiciana.v14i02.372>
- Riwayatiningsih, R., Wicaksono, A., Khoiriyah, & Sulistyani, Puji P.A., M. (2021). Meningkatkan Keterampilan Komunikasi Guru Bahasa Inggris di Kediri melalui Pelatihan Public Speaking. *Jurnal KONTRIBUSI Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 112–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.53624/kontribusi.v1i2.27>
- Santoso, A. M., Hariyadi, S., Siswati, B. H., Darmawan, E., Oktivasari, A. R., Ristanto, R. H., Utami, B., Budiretnani, D. A., Sulistiyowati, T. I., Rahmawati, I., Herawati, E., Primandiri, P. R., Khoiriyah, Sujarwoko, Zaman, W. I., Budiono, H., Arianti, W., & Setiani, D. E. (2023). Upaya Meningkatkan Kesadaran dan Keterampilan Menyusun Dokumen Ajuan Hak Cipta bagi Guru-Guru. *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 276–289. <https://doi.org/https://doi.org/10.55506/arch.v2i2.73>
- Trimarsiah, Y., Sri, D., Taufik, A., & Astuti, F. K. (2024). *Pelatihan Desain & Digital*. 2(4), 17–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.59031/jpbmi.v2i4.506>
- Wadly, F., Kurniawan, H., Akbar, A., Muttaqin, M., & Nasution, D. (2025). Pelatihan Media Sosial untuk Pemasaran UMKM dengan Digital Marketing di Desa Kota Pari. *JURNAL HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT (JURIBMAS)*, 4(1), 200–206. <https://doi.org/https://doi.org/10.62712/juribmas.v4i1.478>
- Wiratama, N. S. (2022). Manfaat Personal Website sebagai Media Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 7(2), 33–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/historis.v7i2.17131>