



Pemberdayaan Masyarakat melalui Penguatan Tim Digital Kreatif dan Sistem Promosi Media Sosial di Desa Wisata Tambaknegara

Zanuar Rifai^{1*}, Yugha Maulana²

^{1,2} Universitas Amikom Purwokerto, Purwokerto, Indonesia
Email: zanuararifai@gmail.com^{1*}, yughamaulana0@gmail.com²

Article History

Submitted: 29-08-2026
Revised: 08-09-2026
Accepted: 15-09-2026
Published: 25-09-2026

Keywords:

Desa Wisata; Pemberdayaan Masyarakat; Media Sosial

Abstract

Transformasi digital menjadi faktor penting dalam mendukung promosi desa wisata berbasis komunitas, namun pengelolaan media sosial di Desa Wisata Tambaknegara masih terkendala keterbatasan sumber daya manusia, identitas visual yang belum konsisten, dan minimnya evaluasi berbasis data. Kegiatan pengabdian ini bertujuan membentuk dan memperkuat Tim Digital Kreatif sebagai pengelola promosi media sosial desa, meningkatkan kemampuan tim dalam produksi dan publikasi konten secara mandiri, serta menerapkan sistem pengelolaan promosi digital yang mencakup identitas visual, SOP, dan kalender konten. Program dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif selama empat bulan (Juni–September 2026) dengan melibatkan 20 peserta, lima di antaranya ditetapkan sebagai anggota tetap Tim Digital Kreatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan indikator performa Instagram, kemudian dianalisis secara deskriptif-komparatif. Hasil menunjukkan terbentuknya tim pengelola tetap, tersusunnya SOP dan kalender konten tiga bulan, serta publikasi 30 konten. Performa akun Instagram menunjukkan peningkatan, dengan followers bertambah dari 531 menjadi 1.087 (+104,7%), disertai peningkatan reach, impressions, views, dan engagement. Program ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas pengelola yang diiringi penyediaan perangkat kerja terdokumentasi dapat mendukung pengelolaan promosi digital desa wisata yang lebih konsisten dan berkelanjutan.



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

PENDAHULUAN

Transformasi digital semakin berperan dalam mendukung promosi destinasi wisata berbasis komunitas di Indonesia. Media sosial menjadi salah satu kanal promosi yang relatif mudah diakses dan mampu memperluas jangkauan informasi destinasi, sehingga dimanfaatkan oleh berbagai desa wisata untuk membangun citra dan memperkenalkan potensi wisatanya (Khasbulloh & Niawati, 2023). Namun, pemanfaatan media sosial oleh pengelola desa wisata masih menghadapi sejumlah kendala, antara lain keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, belum konsistennya identitas visual, serta belum optimalnya evaluasi promosi berbasis data (Martiyanti et al., 2025; Perwita et al., 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial tidak cukup hanya didukung oleh ketersediaan platform, tetapi juga memerlukan kapasitas pengelola dan sistem kerja yang mampu menjaga konsistensi pengelolaan promosi.

Desa Wisata Tambaknegara, yang terletak di Kecamatan Rawalo, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah, merupakan salah satu contoh nyata dari persoalan tersebut. Desa dengan luas wilayah 8,93 km² ini memiliki potensi wisata alam dan budaya yang cukup besar, bertumpu pada aktivitas pertanian, perikanan air tawar, serta keberadaan Sungai Serayu yang membentang di bagian utara desa (Bawono et al., 2023). Potensi ini diperkuat oleh tradisi sosial masyarakat yang masih terjaga, seperti kesenian lokal dan semangat gotong royong. Sejak tahun 2022, pengelolaan wisata desa digerakkan secara partisipatif oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Tambaknegara Berkarya. Sayangnya,

potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan sumber daya manusia, teknologi, dan strategi promosi digital yang memadai.

Pada saat program dirancang, belum tersedia tim khusus yang secara konsisten menangani produksi dan pengelolaan konten media sosial. Selain itu, sistem promosi digital belum terstruktur, identitas visual belum memiliki standar yang konsisten, dan evaluasi performa publikasi belum dilakukan secara sistematis menggunakan data analitik media sosial. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk memperkuat kapasitas pengelola sekaligus membangun sistem kerja promosi digital yang lebih terarah.

Pemanfaatan media sosial di Desa Wisata Tambaknegara sebelumnya telah diinisiasi, sebagaimana didokumentasikan oleh Safitri dkk., 2023 dalam kajian mengenai implementasi pemanfaatan media sosial untuk pengembangan Desa Wisata Menari Tambaknegara. Namun, inisiatif tersebut belum disertai dengan pembentukan tim pengelola permanen maupun perangkat kerja berupa standar branding dan mekanisme evaluasi performa yang terstruktur. Pada desa wisata lainnya, penguatan literasi digital, pengelolaan media sosial, dan digitalisasi branding juga dilaporkan dapat mendukung peningkatan eksposur promosi ketika dilakukan secara sistematis (Andre et al., 2023). Sejumlah kajian juga menunjukkan pentingnya konsistensi identitas visual, pengelolaan alur konten, dan pemanfaatan data audiens dalam mendukung strategi promosi digital destinasi (Fasa et al., 2022).

Berdasarkan kajian terhadap sejumlah program pendampingan desa wisata, masih ditemukan pendekatan yang lebih banyak menekankan transfer pengetahuan dan keterampilan digital tanpa diikuti dengan penguatan struktur pengelola serta perangkat kerja yang mendukung keberlanjutan pengelolaan promosi. Kondisi serupa juga terlihat pada inisiatif pemanfaatan media sosial di Tambaknegara yang telah dilakukan sebelumnya, yang belum disertai pembentukan struktur pengelola permanen, penyusunan standar operasional pengelolaan akun, dan mekanisme monitoring performa media sosial secara terstruktur. Dengan demikian, kebutuhan yang muncul bukan hanya peningkatan kemampuan teknis peserta, tetapi juga pembentukan kapasitas kelembagaan dan sistem kerja yang memungkinkan pengelolaan promosi digital dilakukan secara lebih konsisten setelah pendampingan berakhir.

Kesenjangan tersebut menjadi dasar pelaksanaan program pengabdian yang mengintegrasikan penguatan kapasitas individu dengan pembentukan sistem kerja pengelolaan promosi digital. Pendekatan ini diterapkan melalui tiga komponen utama yang saling berkaitan, yaitu: (1) pembentukan Tim Digital Kreatif sebagai unit pengelola promosi digital desa, bukan sekadar peserta pelatihan; (2) keterlibatan anggota tim dalam seluruh alur produksi konten, mulai dari perencanaan, pengambilan gambar atau video, penyuntingan, hingga pengunggahan; dan (3) penerapan sistem publikasi konten terukur melalui kalender konten, SOP pengelolaan akun, serta monitoring indikator performa media sosial pada titik pengukuran yang ditetapkan. Dengan pendekatan tersebut, program diarahkan tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga membangun struktur dan mekanisme kerja yang dapat digunakan oleh mitra dalam pengelolaan promosi digital.

Berdasarkan permasalahan dan kesenjangan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk: (1) membentuk dan memperkuat Tim Digital Kreatif sebagai pengelola promosi media sosial Desa Wisata Tambaknegara; (2) meningkatkan kemampuan tim dalam menjalankan proses produksi dan publikasi konten secara mandiri; dan (3) menerapkan sistem pengelolaan promosi digital yang mencakup identitas visual, SOP, kalender konten, serta monitoring performa media sosial berbasis data. Hasil pelaksanaan program kemudian dievaluasi melalui perubahan kapasitas pengelola, output publikasi konten, dan perbandingan performa akun media sosial sebelum dan sesudah intervensi.

METODE

Desain dan Pendekatan Program

Program pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan mitra sebagai bagian aktif dalam proses identifikasi kebutuhan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program (Muntahanah et al., 2025). Pendekatan tersebut digunakan untuk memastikan bahwa pengembangan sistem promosi digital disusun berdasarkan kondisi dan kebutuhan pengelola Desa Wisata Tambaknegara. Pelaksanaan program dilakukan melalui tahapan asesmen kondisi awal, penguatan kapasitas, pembentukan Tim Digital Kreatif, pengembangan sistem branding dan publikasi, implementasi produksi konten, serta monitoring dan evaluasi.

Pendekatan partisipatif diterapkan dengan melibatkan mitra dalam penentuan kebutuhan pengelolaan media sosial, penyusunan identitas visual, perancangan kalender konten, pembagian tugas dalam tim, serta evaluasi terhadap hasil publikasi. Dengan demikian, intervensi tidak hanya berfokus pada pemberian materi pelatihan, tetapi juga pada penerapan langsung pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan akun media sosial desa. Perubahan hasil program kemudian diamati melalui output kegiatan, terbentuknya struktur Tim Digital Kreatif, penerapan perangkat kerja pengelolaan konten, serta perbandingan performa akun media sosial antara kondisi awal dan kondisi akhir program.

Lokasi, Mitra, dan Partisipan

Program dilaksanakan di Desa Wisata Tambaknegara, Kecamatan Rawalo, Kabupaten Banyumas, dengan mitra utama Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Tambaknegara Berkarya selama empat bulan, yaitu Juni–September 2026. Partisipan program berjumlah 20 orang yang berasal dari unsur Pokdarwis, Karang Taruna, BUMDes, dan perangkat desa. Seluruh partisipan mengikuti rangkaian kegiatan penguatan kapasitas dan praktik pengelolaan media sosial.

Dari 20 partisipan tersebut, lima orang ditetapkan sebagai anggota Tim Digital Kreatif Desa berdasarkan minat dan potensi di bidang digital yang teridentifikasi selama proses pendampingan. Kelima anggota tersebut selanjutnya menjadi pengelola utama dalam proses perencanaan, produksi, penyuntingan, dan publikasi konten media sosial desa. Tim ini ditempatkan sebagai unit pengelola promosi digital yang bekerja bersama Pokdarwis Tambaknegara Berkarya.

Kerangka Intervensi

Intervensi program terdiri atas lima komponen yang dilaksanakan secara berurutan dan saling berkaitan, yaitu (1) asesmen kondisi awal, (2) penguatan kapasitas tim, (3) pengembangan sistem branding dan publikasi, (4) implementasi produksi dan publikasi konten, serta (5) monitoring dan evaluasi.

Asesmen kondisi awal dilakukan pada Mei 2026 melalui pemetaan pengelolaan media sosial desa dan identifikasi calon anggota Tim Digital Kreatif dari 20 partisipan berdasarkan minat dan potensi di bidang digital. Tahap penguatan kapasitas dilakukan melalui pelatihan tatap muka yang mencakup manajemen media sosial, branding destinasi wisata, dasar fotografi dan videografi, teknik copywriting, serta penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) pengelolaan akun. Metode pelatihan meliputi penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik langsung menggunakan akun resmi media sosial desa.

Tahap pengembangan sistem branding dan publikasi meliputi analisis target audiens, perancangan identitas visual berupa template desain, palet warna, gaya visual, dan template posting, serta penyusunan kalender konten untuk periode tiga bulan. Selanjutnya, Tim Digital Kreatif melaksanakan produksi dan publikasi konten dengan mengacu pada kalender konten yang telah disusun. Selama periode intervensi, tim memproduksi dan mempublikasikan 30 konten yang mencakup tema wisata, budaya, edukasi, kuliner, UMKM, dan kegiatan desa. Optimalisasi profil akun juga dilakukan melalui penyesuaian foto profil, bio, highlight, dan tata letak feed.

Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan dengan memanfaatkan fitur Instagram Insights untuk mengamati indikator reach, impressions, views, engagement, dan followers. Data pada kondisi awal Mei 2026 dibandingkan dengan kondisi akhir September 2026 berdasarkan indikator yang tersedia. Hasil monitoring digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap pelaksanaan sistem publikasi konten dan performa akun selama periode program.

Sistem Pengelolaan dan Publikasi Konten Terukur

Salah satu komponen intervensi adalah penerapan sistem pengelolaan dan publikasi konten terukur yang mengintegrasikan tiga elemen utama. Pertama, kalender konten (content calendar) yang memuat tema, jadwal, dan penanggung jawab publikasi untuk periode tiga bulan. Kedua, SOP pengelolaan akun yang mengatur tahapan kerja mulai dari perencanaan materi, pengambilan gambar atau video, penyuntingan, persetujuan, hingga pengunggahan konten. Ketiga, monitoring performa publikasi menggunakan fitur analitik bawaan platform pada titik pengukuran yang telah ditetapkan, yaitu baseline pada Mei 2026 dan endline pada September 2026.

Ketiga elemen tersebut digunakan sebagai perangkat kerja untuk mengatur pembagian tanggung

jawab, jadwal publikasi, standar proses produksi, dan evaluasi performa konten. Sistem ini diterapkan selama periode intervensi melalui produksi dan publikasi konten oleh Tim Digital Kreatif dengan mengacu pada kalender konten dan SOP yang telah disusun.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Data program dikumpulkan melalui observasi langsung selama pelaksanaan kegiatan, wawancara dengan pengurus Pokdarwis dan anggota Tim Digital Kreatif, dokumentasi kegiatan, serta ekstraksi data kuantitatif dari fitur Instagram Insights. Observasi dan wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai proses pembentukan tim, keterlibatan anggota dalam pengelolaan konten, dan penerapan sistem kerja yang telah disusun. Dokumentasi digunakan untuk merekam pelaksanaan pelatihan, produksi konten, serta penggunaan perangkat kerja seperti SOP dan kalender konten. Data kuantitatif diperoleh dari indikator performa akun yang tersedia pada titik pengukuran sebelum dan sesudah intervensi.

Analisis data dilakukan secara deskriptif-komparatif. Data performa media sosial dibandingkan antara kondisi awal (baseline) pada Mei 2026 dan kondisi akhir (endline) pada September 2026 berdasarkan indikator yang tersedia, yaitu reach, impressions, views, engagement, dan followers. Perubahan followers dihitung berdasarkan selisih jumlah pengikut antara baseline dan endline, sedangkan perubahan indikator lainnya disajikan berdasarkan nilai yang tersedia pada masing-masing titik pengukuran.

Temuan mengenai kapasitas pengelola dianalisis secara deskriptif berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi selama program. Analisis tersebut digunakan untuk menggambarkan keterlibatan anggota Tim Digital Kreatif dalam proses perencanaan, produksi, penyuntingan, dan publikasi konten serta penerapan SOP dan kalender konten. Indikator yang tidak memiliki data terukur pada titik pengukuran tertentu tidak disajikan sebagai angka pasti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal Mitra (Baseline)

Sebelum program dilaksanakan, pengelolaan media sosial Desa Wisata Tambaknegara oleh Pokdarwis masih terbatas dan berdasarkan hasil observasi serta wawancara cenderung dilakukan ketika terdapat kegiatan atau event tertentu. Kondisi tersebut juga terlihat pada data performa akun Instagram pada titik pengukuran awal (Mei 2026), yaitu reach sebesar 0, impressions sebesar 11, views sebesar 11, engagement sebesar 24, dan jumlah followers sebanyak 531 akun. Data baseline tersebut digunakan sebagai titik awal untuk membandingkan perubahan performa akun setelah pelaksanaan program. Temuan observasi mengenai pola pengelolaan dan data analitik media sosial selanjutnya menjadi dasar dalam menentukan kebutuhan intervensi berupa pembentukan tim, penyusunan sistem kerja, dan penguatan pengelolaan konten.

Intervensi Program

Pembentukan Tim Digital Kreatif. Pembentukan Tim Digital Kreatif merupakan salah satu intervensi utama dalam program. Dari 20 peserta yang berasal dari unsur Pokdarwis, Karang Taruna, BUMDes, dan perangkat desa, lima orang ditetapkan sebagai anggota tetap Tim Digital Kreatif berdasarkan minat dan potensi di bidang digital yang teridentifikasi selama proses pendampingan. Tim tersebut selanjutnya diberikan tanggung jawab dalam pengelolaan promosi digital desa, khususnya pada proses perencanaan, produksi, penyuntingan, dan publikasi konten.

Pembentukan tim menghasilkan struktur pengelola yang lebih jelas dibandingkan kondisi awal, dengan anggota yang memiliki tanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan publikasi digital. Struktur tersebut menjadi bagian dari sistem pengelolaan promosi digital yang diterapkan selama periode program.

Pengembangan Sistem Branding, SOP, dan Kalender Konten. Sejalan dengan pembentukan tim, dikembangkan perangkat pendukung pengelolaan promosi digital yang meliputi template desain, palet warna, gaya visual, template posting, SOP pengelolaan akun, dan kalender konten. SOP digunakan sebagai acuan dalam mengatur alur produksi, standar proses, dan pembagian tugas, sedangkan kalender konten digunakan untuk mengatur tema dan jadwal publikasi selama periode tiga bulan.

Ketiga perangkat tersebut menjadi komponen utama dalam sistem pengelolaan dan publikasi konten yang diterapkan selama program. Perangkat kerja tersebut juga didokumentasikan dan diserahkan kepada mitra sebagai acuan yang dapat digunakan dalam pengelolaan media sosial setelah periode pendampingan berakhir.

Implementasi Produksi dan Publikasi Konten. Selama periode intervensi, Tim Digital Kreatif memproduksi dan mempublikasikan 30 konten pada akun media sosial resmi desa yang mencakup enam kategori, yaitu wisata, budaya, edukasi, kuliner, UMKM, dan kegiatan desa. Proses produksi meliputi perencanaan materi, pengambilan gambar atau video, penyuntingan, dan pengunggahan dengan mengacu pada kalender konten dan SOP yang telah disusun.

Keragaman kategori konten digunakan untuk memperluas jenis informasi yang disampaikan melalui akun media sosial desa, tidak hanya mengenai destinasi wisata tetapi juga potensi ekonomi lokal, budaya, dan aktivitas masyarakat. Dengan demikian, pelaksanaan publikasi konten tidak hanya diarahkan pada frekuensi unggahan, tetapi juga pada variasi informasi yang tersedia bagi audiens.

Perubahan Kapasitas Pengelola

Selain menghasilkan perangkat kerja dan konten publikasi, program menunjukkan perubahan pada keterlibatan anggota Tim Digital Kreatif dalam proses pengelolaan konten. Berdasarkan hasil observasi, dokumentasi kegiatan, dan wawancara dengan anggota tim, anggota Tim Digital Kreatif terlibat dalam keseluruhan alur produksi konten, mulai dari perencanaan materi, pengambilan foto atau video, penyuntingan, hingga pengunggahan.

Keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa anggota tim tidak hanya mengikuti pelatihan, tetapi juga menerapkan keterampilan yang diperoleh dalam kegiatan produksi dan publikasi konten selama periode intervensi. Temuan ini digunakan sebagai indikator deskriptif mengenai perubahan kapasitas pengelola. Namun, karena program tidak menggunakan instrumen penilaian kompetensi kuantitatif sebelum dan sesudah intervensi, perubahan kapasitas tidak dinyatakan dalam bentuk skor atau persentase peningkatan.

Hasil Terukur: Perubahan Performa Media Sosial

Perbandingan kondisi media sosial desa sebelum dan sesudah program ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Media Sosial Sebelum dan Sesudah Program

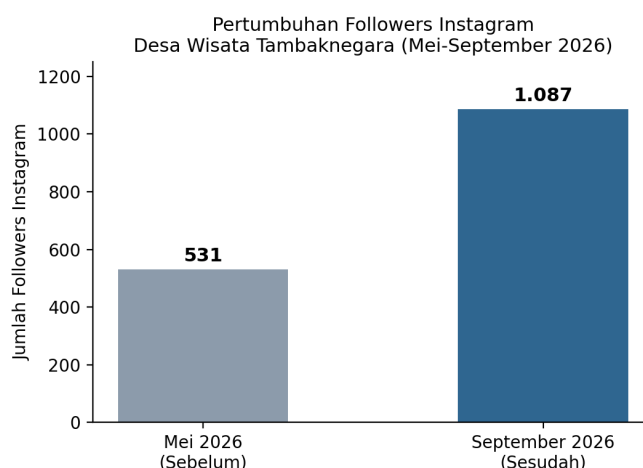
Indikator	Sebelum (Mei 2026)	Sesudah (September 2026)
Followers Instagram	531	1.087
Pertumbuhan followers	–	+556 (≈104,7%)
Jumlah konten	Sangat terbatas, bersifat event-based	30 konten
Reach	0	≈200
Impressions	11	≈2.000
Views	11	Rata-rata ≈8.000
Engagement	24	≈2.000

Jumlah followers Instagram meningkat dari 531 pada Mei 2026 menjadi 1.087 pada September 2026, atau bertambah 556 followers (sekitar 104,7%). Indikator lain turut menunjukkan peningkatan yang cukup besar dibandingkan kondisi awal: reach meningkat dari 0 menjadi sekitar 200, impressions dari 11 menjadi sekitar 2.000, views dari 11 menjadi rata-rata sekitar 8.000, dan engagement dari 24 menjadi sekitar 2.000. Seluruh angka pada kondisi sesudah program merupakan nilai pendekatan (≈) berdasarkan data terbaru yang diperoleh tim pelaksana.

Tabel 2. Bentuk Intervensi dan Hasil Program

Bentuk Intervensi	Hasil
Pembentukan Tim Digital Kreatif	Terbentuk tim tetap beranggotakan 5 orang, direkrut dari 20 peserta pelatihan, dengan kemampuan mandiri melakukan editing dan upload konten

Pengembangan sistem branding, SOP, dan kalender konten	Tersedia template desain, palet warna, gaya visual, template posting, SOP pengelolaan akun, dan kalender konten tiga bulan sebagai sistem upload yang terukur
Implementasi produksi dan publikasi konten	30 konten dipublikasikan, mencakup tema wisata, budaya, edukasi, kuliner, UMKM, dan kegiatan desa
Monitoring dan evaluasi performa	Followers meningkat dari 531 menjadi 1.087 (+104,7%); reach, impressions, views, dan engagement juga meningkat signifikan menjadi masing-masing ≈ 200 , ≈ 2.000 , ≈ 8.000 , dan ≈ 2.000 dibandingkan kondisi baseline



Gambar 1. Pertumbuhan Followers Instagram Desa Wisata Tambaknegara (Mei–September 2026)

Pembahasan

Perubahan pada indikator performa media sosial menunjukkan adanya perbedaan kondisi akun antara periode baseline dan endline. Temuan tersebut sejalan dengan sejumlah program pendampingan desa wisata yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan penguatan eksposur destinasi (Astuti & Nurdin, 2022). Dalam program ini, perubahan tersebut berlangsung bersamaan dengan penerapan kalender konten, identitas visual, dan SOP pengelolaan akun.

Secara konseptual, kalender konten memberikan pedoman mengenai tema dan jadwal publikasi, identitas visual memberikan konsistensi pada tampilan konten, sedangkan SOP mengatur tahapan produksi dan pembagian tanggung jawab. Ketiga perangkat tersebut menyediakan struktur kerja yang sebelumnya belum tersedia secara formal pada mitra. Namun, karena evaluasi dilakukan secara deskriptif-komparatif tanpa kelompok pembandingan, peningkatan indikator media sosial tidak dapat diatribusikan secara eksklusif kepada intervensi program (Wirana et al., 2026). Faktor eksternal seperti perubahan algoritma platform, karakteristik konten, tren, dan aktivitas pengguna juga dapat memengaruhi performa akun.

Program ini memiliki fokus yang lebih luas dibandingkan inisiatif pemanfaatan media sosial yang sebelumnya didokumentasikan di Desa Wisata Tambaknegara oleh Safitri dkk., 2023. Selain pemanfaatan platform media sosial, kegiatan ini mengintegrasikan pembentukan Tim Digital Kreatif, pengembangan identitas visual, penyusunan SOP, dan kalender konten sebagai perangkat pengelolaan promosi digital. Pendekatan tersebut sejalan dengan temuan mengenai pentingnya konsistensi identitas visual dan perencanaan pengelolaan konten dalam mendukung promosi digital destinasi (Putu et al., 2025). Dengan demikian, kontribusi program ini terletak pada penggabungan penguatan kapasitas pengelola dengan perangkat kerja pengelolaan promosi digital dalam satu rangkaian intervensi.

Bagi kajian pemberdayaan masyarakat, hasil program tidak hanya terlihat dari pertumbuhan indikator media sosial, tetapi juga dari keterlibatan mitra dalam proses pengelolaan konten. Anggota Tim Digital Kreatif terlibat dalam perencanaan, produksi, penyuntingan, dan publikasi konten selama periode intervensi (Sulistyo et al., 2023). Temuan tersebut menunjukkan adanya penerapan keterampilan yang diperoleh selama pendampingan dalam aktivitas pengelolaan media sosial secara langsung. Hal ini sejalan dengan konsep pemberdayaan berbasis pemasaran digital yang menekankan pentingnya

kemampuan mitra dalam mengelola instrumen promosi secara mandiri (Khansa et al., 2022; Mistriani & Putra, 2023), serta prinsip partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata berbasis komunitas (Andjanie et al., 2023). Karena tidak terdapat pengukuran kompetensi secara kuantitatif sebelum dan sesudah program, temuan tersebut diposisikan sebagai perubahan kapasitas yang diamati secara deskriptif, bukan sebagai peningkatan kompetensi yang telah terukur secara statistik..

Keberadaan SOP dan kalender konten diproyeksikan dapat mendukung konsistensi pengelolaan media sosial setelah program berakhir. SOP menyediakan dokumentasi mengenai alur kerja dan pembagian tugas, sedangkan kalender konten memberikan pedoman mengenai tema dan jadwal publikasi. Kedua perangkat tersebut dapat membantu mengurangi ketergantungan terhadap pengetahuan individual karena proses kerja telah terdokumentasi dalam bentuk perangkat yang dapat digunakan kembali oleh pengelola.

Meskipun demikian, keberlanjutan tersebut belum dapat dinyatakan sebagai hasil yang telah terukur dalam penelitian ini karena periode evaluasi hanya mencakup sampai September 2026. Oleh karena itu, keberadaan Tim Digital Kreatif, SOP, dan kalender konten lebih tepat dipandang sebagai perangkat dan kondisi awal yang mendukung keberlanjutan pengelolaan promosi digital. Evaluasi lanjutan diperlukan untuk mengetahui apakah sistem tersebut tetap digunakan secara konsisten setelah periode pendampingan berakhir.

Perlu ditegaskan bahwa perubahan performa promosi digital dalam program ini tidak dapat serta-merta diartikan sebagai peningkatan jumlah kunjungan wisatawan maupun perubahan status kelembagaan Desa Wisata Tambaknegara. Program tidak mengumpulkan data terukur mengenai jumlah kunjungan wisatawan sebelum dan sesudah intervensi sehingga hubungan antara performa media sosial dan dampak pariwisata belum dapat dievaluasi. Interpretasi hasil dalam kajian ini dibatasi pada indikator yang tersedia dan dapat diamati, yaitu performa akun media sosial, jumlah konten yang dipublikasikan, serta perubahan kapasitas pengelola berdasarkan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Tambaknegara menghasilkan tiga perubahan utama. Pertama, terbentuk Tim Digital Kreatif yang beranggotakan 5 orang dari 20 peserta kegiatan dan ditetapkan sebagai pengelola promosi digital desa. Kedua, tersusun perangkat pengelolaan promosi digital yang meliputi identitas visual, SOP pengelolaan akun, dan kalender konten tiga bulan. Perangkat tersebut digunakan sebagai acuan dalam perencanaan, produksi, dan publikasi konten selama periode program. Ketiga, berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, anggota Tim Digital Kreatif terlibat dalam seluruh alur produksi konten, mulai dari perencanaan, pengambilan gambar atau video, penyuntingan, hingga pengunggahan.

Penerapan sistem pengelolaan dan publikasi konten juga diikuti oleh perubahan pada performa akun Instagram Desa Wisata Tambaknegara. Jumlah followers meningkat dari 531 pada Mei 2026 menjadi 1.087 pada September 2026, atau bertambah 556 followers (104,7%). Indikator reach, impressions, views, dan engagement juga menunjukkan peningkatan berdasarkan data Instagram Insights yang tersedia. Namun, angka pada indikator tersebut perlu dipastikan kembali kesesuaian periode pengukurannya sebelum digunakan sebagai data final dalam kesimpulan.

Secara keseluruhan, program menunjukkan bahwa penguatan pengelola dan penyediaan perangkat kerja yang terdokumentasi dapat diterapkan secara bersamaan dalam pengelolaan promosi digital Desa Wisata Tambaknegara. Hasil program tidak hanya berupa produksi 30 konten, tetapi juga terbentuknya tim pengelola dan sistem kerja berupa SOP serta kalender konten yang dapat digunakan oleh mitra. Meskipun demikian, keberlanjutan penerapan sistem tersebut belum dapat dinilai karena evaluasi hanya dilakukan sampai September 2026. Selain itu, perubahan performa media sosial belum dapat digunakan sebagai bukti langsung peningkatan kunjungan wisatawan maupun perubahan status Desa Wisata Tambaknegara. Evaluasi lanjutan dengan periode pengamatan yang lebih panjang dan indikator dampak pariwisata diperlukan untuk mengetahui keberlanjutan sistem serta dampaknya terhadap perkembangan desa wisata.

REFERENSI

Andjanie, I. F., Asyifa, N., Pratama, R. K., & Furqan, A. (2023). STRENGTHENING COMMUNITY

- INVOLVEMENT: AN IN-DEPTH EXPLORATION OF THE COMMUNITY- BASED TOURISM (CBT) APPROACH IN LAMAJANG TOURISM VILLAGE , BANDUNG REGENCY. *Jurnal Kepariwisata Indonesia* 17, 17(December), 182–205.
- Andre, B., Sinaga, G., Maqbullah, A., Suthanto, G. R., Aulia, T., Fadilah, P. S., & Muhaimin, I. (2023). Pengembangan Digitalisasi Melalui Branding Wisata Di Desa Wisata Pekunden. *ABDIMAS45*, 02(1), 01–14.
- Astuti, M., & Nurdin, R. (2022). Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata menggunakan media sosial. *Kacangegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 59–66.
- Bawono, I. R., Naufalin, R., & Denta, D. A. (2023). Pengamatan potensi desa di kecamatan rawalo. *Jurnal Abdikaryasakti*, 3(2), 179–200.
- Fasa, A. W. H., Berliandaldo, M., & Prasetyo, A. (2022). *STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA BERKELANJUTAN DI INDONESIA: PENDEKATAN ANALISIS PESTEL SUSTAINABLE TOURISM VILLAGES DEVELOPMENT STRATEGY IN INDONESIA: PESTEL ANALYSIS APPROACH*. 1(1), 22–26.
- Khansa, F. P., Nurjanah, S., Iskandar, D. A., & Uswatunkasanah, A. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Pemasaran Digital di Paguyuban Pusaka Berkarya Karawang. *BERDAYA : Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 95–102. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v4i2.691>
- Khasbulloh, M. N., & Niawati, I. (2023). *Peran Media Digital dalam Meningkatkan Branding Desa Wisata*. 01(02), 137–145.
- Martiyanti, D., Heldir, M., Aditya, P., Wiranata, R., Mandala, K., & Tjiang, C. (2025). Optimizing the social media promotion strategy to improve the branding of Putak Tourism Villages. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 10(May), 376–385.
- Mistriani, N., & Putra, D. T. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pemasaran Digital : Paket Wisata Terintegrasi di Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(3), 2501–2507.
- Muntahanah, S., Ningrum, E., & Maulidina, C. (2025). Penguatan Kelembagaan untuk Meningkatkan Kemandirian dan Daya Saing pada Kelompok Wanita Tani Sekar Wangi Desa Krajan. *INDONESIAN JOURNAL OF COMMUNITY SERVICE AND INNOVATION*, 5(2), 122–130. <https://doi.org/10.20895/ijcosin.v5i2.9793>
- Perwita, A. I., Nurfaizal, Y., Namira, D. P., & Melani, R. I. (2025). Optimalisasi Pengelolaan Promosi Melalui Media Sosial dalam rangka mewujudkan Desa Wisata Sikapat Optimization of Promotion Management through Social Media in order to realize Sikapat Tourism Village. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 14(2), 236–249.
- Putu, N., Krisna, Y., Hadan, F. R., & Pranindyastami, N. W. (2025). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Promosi pada Usaha Tourist Information Center. *JAVOK: Jurnal Akademisi Vokasi*, 4(1), 58–75.
- Safitri, N., Amalia, J., Mustika, A. M., Rahayu, S., & Siska, D. (2023). *Implementasi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pengembangan Desa Wisata Menari Tambaknegara*. 1(4).
- Sulistyo, A., Yudiandri, T. E., Annisa, R. N., & Mudiono. (2023). *PENGUATAN KELEMBAGAAN DESA WISATA MELALUI KAMPANYE SADAR WISATA 5.0 DALAM MENCIPTAKAN PARIWISATA BERKELANJUTAN*. 7(5), 1–10.
- Wirana, Salfia, W. ode, & Sya'baan, A. M. R. (2026). Optimalisasi Pengelolaan Media Sosial Instagram melalui Penyusunan Standar Operasional Prosedur dan Kalender Konten pada Jurusan Pendidikan Sejarah Universitas Halu Oleo Optimizing. *JESASI (JURNAL EDUKASI, SAINS, DAN INOVASI)*, 3(1), 60–66.