

Pelatihan Digital berbasis Videografi dan Fotografi untuk Pengembangan Potensi Wisata New Pantai Sumur Pawon Desa Mentoso

Sollaini *¹
Mila Nur Aviah ²
Fatimatuz Zahro' ³
Alfiatin Ni'mah ⁴

^{1,2,3,4}Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban

*e-mail: sulaini2003@gmail.com¹, milaaviah@gmail.com², fazaelbadri@gmail.com³,
alftnmh30@gmail.com⁴

Abstrak

Pelatihan digital berbasis videografi dan fotografi merupakan strategi penting untuk meningkatkan kapasitas masyarakat lokal dalam memproduksi konten promosi wisata yang kreatif dan kompetitif di era digital. Penelitian ini mendeskripsikan proses pendampingan pembuatan konten digital dan dampaknya terhadap pengembangan potensi wisata New Pantai Sumur Pawon, Desa Mentoso, Kabupaten Tuban. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap peserta pelatihan, fasilitator, dan pengelola wisata. Hasil menunjukkan bahwa sebelum pelatihan, peserta belum menguasai teknik dasar fotografi dan videografi. Setelah pelatihan, keterampilan teknis dan kreatif meningkat, termasuk pengaturan pencahayaan, komposisi, pembuatan storyline, dan editing menggunakan aplikasi CapCut, Canva, serta Lightroom Mobile. Terbentuknya tim media Pokdarwis memastikan promosi digital berjalan berkelanjutan di berbagai platform. Dampak pelatihan meliputi peningkatan citra destinasi, jangkauan promosi, kunjungan wisatawan, dan ekonomi lokal.

Kata kunci: pelatihan digital, videografi, fotografi, promosi wisata, pemberdayaan Masyarakat

Abstract

Digital training in videography and photography is an important strategy to enhance the capacity of local communities in producing creative and competitive tourism promotion content in the digital era. This study describes the process of mentoring digital content creation and its impact on the development of tourism potential at New Pantai Sumur Pawon, Mentoso Village, Tuban Regency. Using a descriptive qualitative method, data were collected through observation, interviews, and documentation involving training participants, facilitators, and tourism managers. The results show that before the training, participants had not mastered basic photography and videography techniques. After the program, technical and creative skills improved, including lighting settings, composition, storyline development, and editing using CapCut, Canva, and Lightroom Mobile. The formation of the Pokdarwis media team ensures sustainable digital promotion across various platforms. The training's impacts include improved destination image, wider promotional reach, increased tourist visits, and strengthened local economic growth.

Keywords: digital training, videography, photography, tourism promotion, community empowerment

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan sekitar 65% wilayahnya terdiri dari lautan dan perairan. Kondisi geografis ini menjadikan Indonesia dikenal luas akan kekayaan wisata baharinya. Banyak pantai di Indonesia yang menjadi destinasi favorit bagi para wisatawan, salah satunya adalah Pantai Kalora. Objek wisata sendiri merujuk pada segala hal yang menjadi daya tarik di suatu daerah tujuan wisata, yang mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Sayangnya, masih kurangnya promosi melalui media sosial menjadi salah satu kendala dalam pengembangan wisata ini. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi menjadi sangat penting untuk meningkatkan kunjungan wisatawan (Cholehah dkk., 2023).

Pariwisata di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat, salah satunya terlihat dari pengembangan desa wisata. Setiap desa wisata memiliki ciri khas dan keunikan yang

berbeda-beda di setiap daerah. Potensi yang dimiliki desa wisata mencakup keindahan alam, kekayaan budaya, serta nilai-nilai sejarah yang dapat menarik minat wisatawan. Dalam pengembangan desa wisata, diperlukan pengelolaan yang terintegrasi terhadap potensi desa, seperti sumber daya manusia, sumber daya alam, budaya lokal, dan lingkungan yang lestari, agar mampu menciptakan desa wisata yang berkualitas. Untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan memperkenalkan desa wisata secara lebih efektif, dibutuhkan media promosi yang tepat, salah satunya adalah media sosial. Penggunaan media sosial dapat mendukung promosi desa wisata, memperluas jangkauan pasar, serta mempererat hubungan antara wisatawan, komunitas lokal, dan pengelola wisata (Prasetyo dkk., 2023).

Desa wisata merupakan sebuah wilayah pedesaan yang memiliki potensi kepariwisataan yang dapat dikembangkan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Potensi tersebut dapat berupa keindahan alam, kekayaan budaya, kehidupan sehari-hari masyarakat, maupun unsur lainnya yang mampu menarik minat wisatawan untuk datang dan menikmati pengalaman di desa tersebut. Secara umum, objek dan daya tarik wisata mencakup segala hal yang mampu membangkitkan ketertarikan atau keinginan wisatawan untuk berkunjung. Sektor pariwisata memiliki peran yang sangat strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di berbagai wilayah, terutama di daerah yang memiliki potensi wisata alam dan budaya yang luar biasa. Salah satu destinasi wisata utama adalah pantai, yang memiliki daya tarik utama karena keindahan alam, kekayaan budaya lokal, dan keunikan lokal yang tidak dimiliki tempat lain. Salah satu tempat wisata di Kabupaten Tuban, Jawa Timur, Desa Mentoso, bersama dengan New Pantai Sumur Pawon, memiliki banyak potensi untuk menjadi destinasi unggulan. Namun, promosi digital yang tidak efektif dan keterbatasan kemampuan masyarakat lokal untuk mengelola dan memproduksi konten digital sebagai media pemasaran adalah masalah utama yang masih dihadapi.

Di era revolusi industri 4.0 yang terus berkembang, banyak hal yang telah terintegrasi dengan internet dan teknologi, sehingga mempengaruhi kehidupan masyarakat, terutama kehidupan sosial. Kehadiran internet telah mengubah aktivitas sosial masyarakat menjadi lebih kompleks. Media sosial transformasi yang berdampak pada semakin banyaknya pengguna media sosial yang aktif. Pengguna media berbasis internet di Indonesia mencapai 221.5 juta pada awal 2024, meningkat dari 213 juta pada tahun 2023, menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (Ratnaningtyas & Pratama, 2024)

Seiring berkembangnya era digital, videografi dan fotografi telah menjadi instrumen penting dalam dunia pariwisata untuk mengangkat citra serta merepresentasikan daya tarik wisata secara visual. Konten berbasis video dan foto yang kreatif dan menarik memiliki kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui berbagai platform digital seperti media sosial, website, dan kanal promosi online lainnya. Namun demikian, masyarakat lokal sebagai pengelola utama destinasi wisata sering kali menghadapi kendala terkait keterampilan teknis dalam pembuatan dan pengelolaan konten digital yang berkualitas. Hal ini menyebabkan kesempatan untuk memaksimalkan potensi wisata yang ada menjadi kurang optimal.

Pelatihan digital berbasis videografi dan fotografi menjadi solusi strategis untuk mengatasi hambatan tersebut. Pelatihan ini tidak hanya mentransfer keterampilan teknis penggunaan kamera, teknik pengambilan gambar, dan editing, tetapi juga menanamkan kemampuan kreatif dan manajerial dalam menghasilkan konten yang relevan serta mampu menceritakan keunikan New Pantai Sumur Pawon secara autentik dan menarik. Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kapasitas sumber daya manusia lokal, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan dan peningkatan kesejahteraan ekonomi komunitas setempat.

Studi terdahulu menunjukkan bahwa pelatihan terkait pembuatan konten digital untuk promosi wisata terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat serta memperkuat posisi mereka sebagai pelaku utama dalam pengelolaan wisata. Pelatihan videografi dan fotografi yang dirancang khusus untuk komunitas lokal membantu mereka mengidentifikasi potensi wisata secara visual dan menyajikannya dalam bentuk yang menarik dan informatif. Selain

meningkatkan kreativitas dan keterampilan teknis, pelatihan tersebut juga menumbuhkan rasa tanggung jawab terhadap pelestarian lingkungan dan budaya di sekitar destinasi wisata.

Keberhasilan pelatihan ini sangat bergantung pada pendekatan yang kontekstual dan berkelanjutan, yang disesuaikan dengan karakteristik sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat Desa Mentoso. Pendampingan dan evaluasi berkelanjutan serta penguatan jejaring pemasaran digital merupakan aspek penting agar pelatihan tidak berhenti pada sekadar transfer ilmu, melainkan mampu menghasilkan dampak jangka panjang yang mendukung pengembangan destinasi wisata secara efektif. Selain itu, pelatihan yang terstruktur juga dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dan media sosial sebagai strategi pemasaran pariwisata.

Pelatihan digital ini juga sejalan dengan kebijakan pemerintah yang menempatkan digitalisasi sebagai pilar utama dalam pengembangan pariwisata nasional. Dorongan untuk memperkuat kapasitas masyarakat lokal dalam mengelola konten digital tidak hanya menjadi kebutuhan saat ini, tetapi juga persiapan menghadapi persaingan pasar wisata global yang makin kompetitif dan dinamis. Dengan digitalisasi yang tepat, New Pantai Sumur Pawon bisa menjadi destinasi yang dikenal luas dengan citra yang kuat dan autentik, sekaligus membangun ekosistem pariwisata berbasis komunitas yang berkelanjutan.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah memberikan pelatihan digital berbasis videografi dan fotografi kepada masyarakat Desa Mentoso sebagai upaya pemberdayaan kemampuan mereka dalam memproduksi dan mengelola konten promosi digital yang profesional dan menarik. Dengan demikian, masyarakat diharapkan mampu meningkatkan eksposur digital destinasi wisata serta menarik lebih banyak kunjungan wisatawan. Pada akhirnya, hal ini diharapkan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui pengembangan sektor pariwisata.

Melalui pelatihan ini pula, diharapkan akan tumbuh semangat partisipasi masyarakat dalam mengelola destinasi wisatanya sendiri, sekaligus memperkuat rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap pelestarian lingkungan dan budaya lokal. Dengan demikian, pengembangan wisata di New Pantai Sumur Pawon tidak hanya merupakan hasil dari intervensi eksternal, tetapi merupakan proses kolaboratif yang melibatkan masyarakat sebagai aktor utama.

Selain itu, pengembangan program ini diharapkan mampu meningkatkan kreativitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi demi kepentingan ekonomi dan sosial. Dengan penguasaan keterampilan videografi dan fotografi, masyarakat dapat mengoptimalkan promosi potensi wisata desa mereka melalui media sosial serta berbagai platform digital lainnya. Hal ini membuka peluang baru untuk kemajuan ekonomi desa, termasuk peningkatan jumlah kunjungan wisatawan sekaligus perluasan pasar untuk produk olahan hasil laut setempat. Sebagai bagian dari pemberdayaan, program ini juga menyertakan pelatihan berkelanjutan dan pendampingan agar keterampilan yang diberikan dapat diaplikasikan secara efektif. Dengan dukungan dari pemerintah daerah dan kolaborasi berbagai pihak, program ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi desa-desa lain dalam mengembangkan potensi lokal mereka secara berkelanjutan (Faisal Reza Alfianza dkk., 2024).

Pentingnya pelatihan digital dalam pengembangan pariwisata juga didukung oleh bukti empiris dari berbagai kajian yang menegaskan kontribusi signifikan keterampilan digital terhadap peningkatan promosi dan manajemen destinasi wisata berbasis masyarakat. Sebagai contoh, pelatihan serupa di berbagai daerah telah menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan keterampilan masyarakat untuk menggunakan media sosial dan platform digital sebagai alat promosi efektif yang berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan.

Dengan kerangka pikir tersebut, artikel ini akan membahas secara rinci metode pelatihan yang diaplikasikan, evaluasi hasil pelatihan, dan implikasi temuan untuk pengembangan dan pemberdayaan masyarakat di New Pantai Sumur Pawon. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan praktis bagi para pemangku kepentingan dalam mengembangkan potensi wisata berbasis pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai seluruh proses pendampingan pembuatan konten digital berbasis videografi dan fotografi, sekaligus mengidentifikasi dampaknya terhadap pengembangan potensi wisata New Pantai Sumur Pawon. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali fenomena secara komprehensif, tidak hanya melihat hasil akhir pelatihan, tetapi juga memperhatikan dinamika interaksi, partisipasi, serta perubahan keterampilan dan sikap masyarakat selama program berlangsung.

Lokasi penelitian berada di kawasan New Pantai Sumur Pawon, Desa Mentoso, Kecamatan Jenu, Kabupaten Tuban, yang merupakan destinasi wisata pesisir dengan potensi alam dan budaya yang khas. Subjek penelitian terdiri dari berbagai elemen, meliputi masyarakat lokal yang menjadi peserta aktif pelatihan, fasilitator yang memiliki kompetensi di bidang videografi dan fotografi wisata, serta pengelola destinasi (Pokdarwis) yang terlibat dalam proses pengembangan dan promosi kawasan wisata. Keberagaman subjek ini memungkinkan peneliti mendapatkan gambaran yang utuh mengenai keterkaitan antara pelatihan keterampilan digital dan upaya pemberdayaan masyarakat di sektor pariwisata.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik utama. Pertama, observasi langsung pada saat pelatihan dan pendampingan berlangsung, untuk mencatat secara rinci interaksi antara fasilitator dan peserta, penerapan teknik yang diajarkan, serta respon peserta terhadap materi. Kedua, wawancara mendalam dengan peserta, pengelola destinasi, dan fasilitator untuk menggali persepsi, pengalaman, hambatan, serta manfaat yang dirasakan dari program pelatihan. Ketiga, dokumentasi berupa foto, video, dan catatan lapangan yang merekam proses pembelajaran, hasil karya peserta, serta situasi di lapangan selama pelaksanaan program. Dengan kombinasi teknik tersebut, penelitian ini tidak hanya menghasilkan data deskriptif tentang peningkatan keterampilan teknis masyarakat, tetapi juga memberikan wawasan mengenai perubahan pola pikir, motivasi, dan kemampuan kolaborasi yang muncul setelah mengikuti pelatihan. Data yang diperoleh diharapkan dapat menjadi dasar bagi perumusan strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang lebih efektif, berkelanjutan, dan sesuai dengan konteks lokal Desa Mentoso.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Singkat New Pantai Sumur Pawon dan Potensi Wisata



Gambar 1. Profil New Pantai Sumur Pawon

New Pantai Sumur Pawon berlokasi di Desa Mentoso, Kecamatan Jenu, Kabupaten Tuban, Jawa Timur, dan merupakan destinasi wisata pantai yang telah menjalani proses revitalisasi serta resmi dibuka kembali pada Februari 2025. Tempat ini menawarkan panorama alam yang indah dan suasana yang tenang, sehingga menjadi pilihan tepat bagi wisatawan yang ingin berlibur jauh dari keramaian kota. Pantai ini berbatasan langsung dengan Laut Jawa yang jernih, memiliki hamparan pasir putih yang lembut, dan dikelilingi oleh keindahan alam yang masih terjaga keasliannya. Untuk kenyamanan pengunjung, tersedia berbagai fasilitas seperti toilet bersih, musala, sumber air bersih, area parkir luas, gazebo, dan stan makanan serta minuman lokal. Daya tarik utamanya meliputi pesona matahari terbit yang memukau, tebing alami, serta gua-gua kecil di sekitarnya yang menambah nilai estetis sekaligus potensi ekowisata.

Pengelolaan dan musyawarah terkait pengembangan New Pantai Sumur Pawon dilaksanakan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dengan dukungan penuh dari pemerintah desa dan kecamatan setempat. Fokus utama mereka adalah menjaga kebersihan, kelestarian lingkungan, serta menegakkan tata tertib pengunjung demi kenyamanan bersama. Menariknya, pantai ini tidak menerapkan tarif masuk, hanya membebaskan biaya parkir kendaraan, sehingga tetap ramah dan terjangkau bagi semua kalangan.

Nama pantai ini berasal dari keberadaan sumur tua dengan diameter menyerupai “pawon” (tungku dapur dalam bahasa Jawa), yang menjadi ciri khas dan nilai historis tersendiri. Selain itu, New Pantai Sumur Pawon menawarkan spot berkemah serta rencana pengembangan kegiatan luar ruang seperti *outbound*, menambah variasi aktivitas yang dapat dinikmati wisatawan. Kejernihan air laut dan kebersihan pasir putihnya menjadi daya tarik utama, khususnya bagi pecinta snorkeling dan pengunjung yang menginginkan suasana pantai alami nan teduh.

Sebagai bagian dari Desa Mentoso yang sadar akan kearifan lokal dan tradisi pesisir, pengelolaan pantai melibatkan masyarakat secara aktif. Peran Pokdarwis tidak hanya menjaga dan mempromosikan destinasi, tetapi juga membuka peluang usaha bagi warga, seperti mendirikan warung makan, menjual kerajinan tangan, serta mengembangkan produk ekonomi kreatif. Upaya ini mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan dengan memanfaatkan potensi pariwisata sebagai sumber pendapatan.

Pengelolaan lingkungan turut diperkuat melalui partisipasi kader lingkungan hidup dan pelaksanaan program bank sampah, yang meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga alam. Sinergi antara pelestarian lingkungan, pengembangan ekonomi, dan penguatan budaya lokal menjadikan New Pantai Sumur Pawon tidak hanya sebagai objek wisata alam, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat dan pelestarian warisan budaya secara terpadu.

Strategi Pelatihan Digital Berbasis Videografi dan Fotografi untuk Pemberdayaan Masyarakat New Pantai Sumur Pawon

Strategi pelatihan digital berbasis videografi dan fotografi untuk pemberdayaan masyarakat di kawasan wisata New Pantai Sumur Pawon dirancang untuk meningkatkan kapasitas masyarakat lokal dalam memproduksi konten visual yang kreatif, informatif, dan berdaya tarik tinggi. Strategi ini disusun dengan memperhatikan karakteristik sosial-budaya masyarakat Desa Mentoso, potensi keunikan alam setempat, serta kebutuhan promosi destinasi wisata di era digital.



Gambar 2. Pelatihan Fotografi dan Videografi

1. Pendekatan Partisipatif Berbasis Kearifan Lokal

Pelatihan dilaksanakan dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan, termasuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pelaku usaha mikro dan kecil, generasi muda, serta tokoh masyarakat. Pendekatan ini memastikan keterlibatan aktif peserta sejak tahap perencanaan hingga evaluasi kegiatan. Materi dan metode pelatihan disesuaikan dengan profil peserta, di mana generasi muda difasilitasi dengan pembelajaran berbasis teknologi, sedangkan generasi yang kurang terbiasa dengan teknologi diberikan pendampingan lebih intensif. Selain itu, unsur

kearifan lokal, seperti keberadaan sumur tua “pawon” dan tradisi masyarakat pesisir, diintegrasikan dalam pembuatan konten sebagai identitas visual destinasi.

2. Tahapan Pelatihan

Pelatihan dirancang dalam tiga tahapan utama:

a. Sosialisasi

Peserta diberikan paparan mengenai urgensi promosi digital dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Materi yang disampaikan mencakup teknik dasar fotografi dan videografi, meliputi pencahayaan, komposisi, sudut pengambilan gambar, latar belakang, serta teknik *visual storytelling*. Studi kasus konten promosi wisata yang berhasil digunakan sebagai referensi, sehingga peserta dapat memahami penerapan strategi visual yang efektif.

b. Praktik Lapangan

Kegiatan praktik dilaksanakan secara langsung di kawasan New Pantai Sumur Pawon, sehingga peserta dapat mengaplikasikan materi yang telah dipelajari. Peserta dilatih mengambil gambar lanskap pantai, aktivitas wisata, serta potret produk lokal dengan teknik komposisi yang tepat. Pada tahap ini, peserta juga menyusun *storyboard* untuk video promosi, melakukan pengambilan gambar bergerak, dan mempraktikkan teknik transisi. Editing dilakukan menggunakan perangkat lunak yang mudah diakses, seperti CapCut, Canva, atau Lightroom Mobile, dengan fokus pada penyesuaian warna, pencahayaan, penambahan teks, serta pengaturan audio latar.

c. Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman teoritis dan keterampilan praktis peserta. Penilaian mencakup aspek teknis (komposisi, pencahayaan, kestabilan gambar), aspek kreatif (inovasi visual, orisinalitas), serta efektivitas pesan promosi yang disampaikan.

3. Materi Inti Pelatihan

Materi yang diberikan meliputi:

a. Fotografi: pengambilan gambar lanskap, potret aktivitas, dan *close-up* produk lokal.

b. Videografi: teknik panning, zoom, *storyboard*, dan pengambilan gambar bergerak.

c. Editing Digital: penyesuaian warna, penggunaan filter, penambahan teks dan efek transisi.

d. Visual Storytelling: pengemasan narasi visual yang mengintegrasikan elemen alam, budaya, dan aktivitas wisata.

4. Faktor Pendukung Keberhasilan

Keberhasilan pelatihan dipengaruhi oleh penggunaan lingkungan pantai sebagai media pembelajaran langsung, penerapan metode *learning by doing*, pendampingan oleh fasilitator profesional di bidang videografi dan fotografi wisata, serta kolaborasi antarpeserta untuk saling bertukar ide kreatif.

5. Tindak Lanjut

Untuk menjaga keberlanjutan dampak pelatihan, diperlukan pembentukan tim media Pokdarwis yang bertugas mengelola konten digital destinasi. Program pendampingan pascapelatihan diarahkan untuk memastikan peserta secara konsisten memproduksi dan mempublikasikan konten. Selain itu, kemitraan dengan pemerintah daerah, komunitas kreatif, dan *influencer* lokal perlu dibangun guna memperluas jangkauan promosi digital. Strategi promosi disusun berdasarkan kalender wisata tahunan, misalnya penyelenggaraan festival matahari terbit atau lomba fotografi Pantai (Pratiwi dkk., 2025).

Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Wisata

Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi memiliki sejumlah keunggulan, antara lain biaya yang relatif rendah, efisiensi waktu, serta kemudahan dalam penyebaran informasi. Media ini juga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung dengan menyediakan ulasan dari pengunjung sebelumnya secara langsung. Selain itu, jangkauannya mencakup berbagai kelompok usia, mudah diakses, dan dapat menjangkau audiens baik di tingkat lokal maupun global.

Sebagian besar masyarakat Indonesia kini aktif menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi. Aktivitas mereka beragam, mulai dari membuat konten, memberikan komentar,

menyukai unggahan, berinteraksi secara langsung melalui siaran langsung (live), hingga sekadar menjadi penonton atau penikmat konten. Media sosial berperan sebagai platform digital yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi informasi, berinteraksi, serta melakukan berbagai aktivitas secara langsung dan real-time (Qolbi dkk., 2024).

Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan perekonomian negara melalui sektor pariwisata antara lain dengan memperkaya konten promosi yang memuat informasi secara rinci dan menarik. Selain itu, fasilitas umum di kawasan wisata perlu ditingkatkan, begitu pula perbaikan infrastruktur pendukung. Pengelolaan dan pelestarian tempat wisata tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga memerlukan partisipasi aktif dari wisatawan. Setiap destinasi wisata sebaiknya memiliki ciri khas unik yang dapat menjadi ikon sekaligus memberikan nilai tambah bagi daya tarik wisata tersebut (Setiawati & Pritalia, 2023).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan perubahan signifikan terhadap cara promosi di berbagai sektor, termasuk pariwisata. Media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok, kini menjadi salah satu alat promosi yang paling efektif untuk memperkenalkan destinasi wisata kepada khalayak luas. Keunggulan media sosial terletak pada jangkauannya yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu, kemampuannya menyebarkan informasi secara cepat, serta sifatnya yang interaktif sehingga memungkinkan komunikasi dua arah antara pengelola wisata dan calon wisatawan. Penggunaan media sosial berbasis internet sebagai sarana komunikasi dalam sektor pariwisata kini menjadi lebih fleksibel dan memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Hal ini disebabkan oleh kemudahan dalam penerapannya serta jangkauannya yang luas, karena dapat diakses kapan saja dan oleh siapa pun, di mana pun mereka berada (Yelvianti Tumba' Makko' & Abedneigo Carter Rambulangi, 2023).

Melalui media sosial, promosi wisata dapat dilakukan dengan biaya yang relatif rendah namun memiliki potensi jangkauan yang luas, baik secara lokal, nasional, maupun internasional. Konten promosi dapat berupa foto, video, ulasan, maupun cerita pengalaman yang diunggah oleh pengelola wisata maupun pengunjung. Foto-foto dan video yang menarik perhatian mampu membangkitkan rasa penasaran calon wisatawan, sehingga mendorong mereka untuk berkunjung.

Saat ini, media sosial telah menjadi bagian yang sulit dipisahkan dari kehidupan manusia modern. Fungsinya tidak hanya terbatas pada komunikasi di dunia maya, tetapi juga memberikan dampak nyata dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor pariwisata. Pemanfaatan media sosial yang luas mampu membuat objek wisata baru mendadak populer dan ramai dikunjungi. Dengan kata lain, media sosial berperan sebagai sarana promosi yang efektif untuk memperkenalkan potensi wisata suatu daerah, khususnya destinasi baru (Nurjanah, 2020).

Ketika berkunjung ke tempat wisata, wisatawan kerap menemukan pemandangan unik yang diabadikan melalui ponsel, baik untuk foto selfie maupun fotografi profesional. Foto-foto tersebut kemudian diunggah ke media sosial dan dengan cepat tersebar luas. Hal ini menimbulkan rasa penasaran banyak orang untuk mendatangi lokasi tersebut. Akhirnya, para pengguna media sosial berlomba-lomba mengunjungi dan membagikan pengalaman mereka di berbagai platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, Path, hingga menjadikannya foto profil di WhatsApp, Line, atau aplikasi komunikasi lainnya.

Dampak Pelatihan terhadap Peningkatan Keterampilan dan Kapasitas Masyarakat

Pelatihan digital berbasis videografi dan fotografi yang diselenggarakan di kawasan New Pantai Sumur Pawon telah memberikan perubahan yang signifikan bagi masyarakat Desa Mentoso, baik dari sisi peningkatan keterampilan teknis, penguatan kapasitas kreatif, maupun pengembangan strategi promosi digital yang berkelanjutan.

1. Dampak pada Keterampilan Teknis

Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian besar peserta belum menguasai teknik dasar fotografi dan videografi. Mereka mengalami kesulitan dalam mengatur pencahayaan yang seimbang, menentukan komposisi visual yang proporsional, serta memilih sudut pengambilan gambar (angle) yang tepat. Teknik perekaman video yang stabil juga belum menjadi perhatian utama, sehingga hasil video seringkali goyah dan kurang nyaman ditonton.

Selain itu, meskipun hampir semua peserta memiliki smartphone dengan fitur kamera yang mumpuni, pemanfaatan perangkat tersebut untuk menghasilkan konten promosi yang profesional masih jauh dari optimal.

Pasca pelatihan, kemampuan teknis peserta meningkat tajam. Mereka kini mampu:

- Mengatur pencahayaan alami maupun buatan agar hasil foto/video lebih jernih dan dramatis.
- Menggunakan prinsip rule of thirds dan teknik framing untuk menghasilkan komposisi yang menarik.
- Memanfaatkan fitur kamera smartphone seperti *grid lines*, *exposure control*, dan *focus lock* untuk memaksimalkan kualitas gambar.
- Melakukan teknik perekaman yang stabil, termasuk penggunaan gerakan panning dan tracking secara halus.

Peningkatan ini sejalan dengan hasil penelitian Pratiwi dkk. (2025) dalam *JAMAS: Jurnal Abdi Masyarakat*, yang menunjukkan bahwa pelatihan foto dan video untuk UMKM di Kabupaten Bogor secara signifikan menaikkan skor *post-test* keterampilan peserta, di mana mayoritas beralih dari kategori “baik” menjadi “sangat baik”.

2. Dampak pada Kapasitas Kreatif

Selain aspek teknis, pelatihan ini juga memperkuat kreativitas peserta dalam menghasilkan konten visual. Mereka tidak hanya belajar memotret atau merekam, tetapi juga menyusun alur cerita (*storyline*) yang menarik agar konten promosi lebih hidup dan emosional.

Teknik *visual storytelling* yang diajarkan mendorong peserta untuk memadukan elemen budaya lokal, lanskap alam, dan aktivitas wisata ke dalam satu narasi utuh yang merepresentasikan keunikan New Pantai Sumur Pawon.

Penguasaan aplikasi editing sederhana namun efektif seperti CapCut, Canva, dan Lightroom Mobile menjadi modal besar bagi peserta untuk mempercantik hasil karya mereka. Mereka mampu menyesuaikan tone warna, mengatur pencahayaan, menambahkan teks informatif, hingga menyematkan musik latar yang relevan.

3. Dampak Strategis pada Promosi Wisata

Keberhasilan pelatihan ini tidak berhenti pada peningkatan keterampilan individu. Efeknya merambah pada strategi promosi destinasi wisata secara kolektif. Setelah pelatihan, dibentuk tim media Pokdarwis yang bertugas mengelola dan mempublikasikan konten digital New Pantai Sumur Pawon secara rutin di platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube. Langkah ini memastikan promosi berjalan konsisten, menjangkau audiens yang lebih luas, dan membangun citra destinasi secara berkelanjutan.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Ratnaningtyas & Pratama (2024) pada destinasi wisata Umbul Sidomulyo, yang menegaskan bahwa pelatihan fotografi yang dipadukan dengan strategi distribusi konten digital dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan serta keterlibatan audiens online.

4. Implikasi terhadap Ekonomi Lokal dan Branding Digital

Dengan keterampilan baru ini, masyarakat Desa Mentoso tidak hanya mampu menarik lebih banyak wisatawan, tetapi juga:

- Memperluas pasar bagi produk olahan lokal, seperti hasil laut dan kerajinan tangan.
- Membangun branding digital New Pantai Sumur Pawon sebagai destinasi wisata yang indah, unik, dan ramah pengunjung.
- Memperkuat rasa kepemilikan dan tanggung jawab masyarakat terhadap kelestarian lingkungan dan budaya lokal.

Pelatihan ini menjadi model pemberdayaan yang terukur, partisipatif, dan berbasis potensi lokal, yang dapat direplikasi di destinasi wisata lain di Indonesia.

Strategi Keberlanjutan dan Penguatan Jejaring Promosi Digital

Agar dampak positif dari pelatihan ini dapat berkelanjutan, diperlukan strategi tindak lanjut yang terstruktur dan melibatkan berbagai pihak secara aktif. Salah satu langkah utama adalah membentuk tim media Pokdarwis sebagai pengelola resmi konten promosi digital New Pantai Sumur Pawon. Tim ini bertugas memproduksi dan mempublikasikan foto maupun video secara rutin di berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube, yang telah terbukti menjadi saluran promosi efektif berkat jangkauan yang luas, sifat interaktif, dan kemampuan menyebarkan informasi dengan cepat (Setiawati & Pritalia, 2023).

Selain pengelolaan konten secara internal, strategi keberlanjutan dapat diperkuat melalui kolaborasi lintas pihak, termasuk pemerintah daerah, komunitas kreatif, pelaku UMKM, hingga influencer lokal yang memiliki basis audiens relevan. Bentuk kolaborasi ini mencakup pembuatan kampanye digital bersama, promosi terjadwal sesuai kalender wisata tahunan, dan partisipasi dalam event promosi pariwisata daerah. Penelitian Faisal Reza Alfianza dkk. (2024) menunjukkan bahwa kemitraan semacam ini dapat memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan daya tarik destinasi secara signifikan, terutama ketika dikombinasikan dengan konten visual yang konsisten dan autentik.

Program pendampingan pascapelatihan juga menjadi kunci penting agar keterampilan yang diperoleh peserta tidak berhenti pada tahap pembelajaran, melainkan terus diaplikasikan dalam produksi konten nyata. Studi oleh Pratiwi dkk. (2025) menegaskan bahwa keberhasilan pelatihan digital sangat dipengaruhi oleh keberlanjutan praktik, dukungan jejaring, dan sistem evaluasi berkala yang mampu menjaga konsistensi kualitas konten promosi PDF.

Berikut beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran melalui media sosial (Yanti dkk., 2024):

1. **Membangun Kesadaran Merek (*Brand Awareness*)**
Tingkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek agar kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan semakin kuat.
2. **Konten Berkualitas**
Sajikan konten yang informatif, menarik, dan relevan untuk menarik perhatian serta minat audiens terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.
3. **Menentukan Target Audiens**
Gunakan fitur-fitur media sosial seperti mention akun, penggunaan tagar (*hashtag*), dan membagikan ulang cerita (*repost story*) untuk menjangkau calon konsumen yang sesuai dengan target pasar.
4. **Waktu Unggah Konten**
Susun jadwal posting secara konsisten di media sosial. Idealnya, lakukan unggahan sebanyak 3 hingga 4 kali dalam seminggu agar tetap relevan di mata audiens.
5. **Membangun Komunikasi dan Interaksi**
Jalin komunikasi dua arah dengan pengikut untuk mendapatkan masukan serta mengetahui pandangan mereka terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga dapat dijadikan bahan evaluasi dan pengembangan.

Dengan penerapan strategi ini, New Pantai Sumur Pawon memiliki peluang besar untuk mempertahankan kualitas promosi digital, membangun citra destinasi wisata yang kuat dan autentik, serta meningkatkan eksposur di ranah digital. Konten yang dihasilkan secara berkelanjutan tidak hanya memperluas pasar wisatawan, tetapi juga memberikan dampak ekonomi langsung bagi masyarakat lokal, sekaligus mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan di Desa Mentoso.

KESIMPULAN

Pelatihan digital berbasis videografi dan fotografi yang dilaksanakan di New Pantai Sumur Pawon, Desa Mentoso, telah terbukti menjadi langkah strategis dalam pemberdayaan masyarakat dan pengembangan sektor pariwisata lokal. Program ini menjawab permasalahan mendasar yang selama ini dihadapi, yaitu rendahnya keterampilan teknis masyarakat dalam memproduksi konten digital dan kurangnya efektivitas promosi wisata di ranah online. Dengan pendekatan

partisipatif yang mengintegrasikan kearifan lokal, pelatihan ini tidak hanya mengajarkan teknik fotografi dan videografi secara teknis, tetapi juga membangun kapasitas kreatif peserta untuk menghasilkan narasi visual yang autentik, merepresentasikan keindahan alam dan budaya khas Desa Mentoso.

Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada keterampilan teknis, seperti pengaturan pencahayaan, komposisi, pemilihan sudut, serta teknik perekaman video yang stabil. Kemampuan kreatif masyarakat juga berkembang pesat, terlihat dari kemampuan mereka menyusun alur cerita promosi wisata yang menarik dan menggunakan aplikasi editing populer seperti *CapCut*, *Canva*, dan *Lightroom Mobile* untuk menghasilkan konten yang layak bersaing di media sosial. Peningkatan ini selaras dengan temuan penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung dapat meningkatkan keterampilan dan rasa percaya diri masyarakat dalam mengelola media promosi digital.

Dampak pelatihan tidak hanya dirasakan pada level individu, tetapi juga kolektif. Terbentuknya tim media Pokdarwis menjadi tonggak penting dalam menjaga kesinambungan produksi konten promosi dan memastikan promosi berjalan konsisten di berbagai platform digital. Strategi kolaborasi dengan pemerintah daerah, komunitas kreatif, pelaku UMKM, dan influencer lokal memperluas jangkauan promosi dan memperkuat citra destinasi di mata publik. Selain itu, program pendampingan pascapelatihan memastikan keterampilan yang telah diperoleh peserta terus diterapkan dalam konteks nyata, sehingga dampaknya tidak bersifat sementara.

Secara strategis, pelatihan ini berkontribusi pada peningkatan daya tarik wisata, pertumbuhan jumlah kunjungan, serta perluasan pasar bagi produk-produk lokal seperti hasil laut dan kerajinan tangan. Lebih dari itu, keberhasilan pelatihan memperkuat rasa kepemilikan masyarakat terhadap destinasi wisata mereka sendiri, menumbuhkan kesadaran akan pelestarian lingkungan, dan membangun fondasi pariwisata berbasis komunitas yang berkelanjutan. Dengan pencapaian ini, model pelatihan yang diterapkan di Desa Mentoso layak dijadikan rujukan bagi daerah lain yang ingin mengoptimalkan potensi wisata lokal melalui integrasi teknologi digital dan pemberdayaan masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Desa dan seluruh perangkat Desa Mentoso atas dukungan, bantuan, dan kerja samanya dalam pelaksanaan program ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Mentoso yang telah berperan aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Tidak lupa, penghargaan yang setinggi-tingginya kami berikan kepada seluruh masyarakat Desa Mentoso atas partisipasi, antusiasme, dan keterbukaan yang luar biasa, sehingga program pemberdayaan ini dapat berjalan lancar dan memberikan manfaat nyata bagi bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Cholehah, S. M., Fairudin, F., Deslin, D., Firman, F., Syaiful, M., & Sapriyadi, S. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Pariwisata di Pantai Kalora Kelurahan Toari Provinsi Sulawesi Tenggara*. 1(3), 409–414. <https://doi.org/10.54082/ijpm.235>
- Faisal Reza Alfianza, Muhammad Zaenuri, Seration Neranain Jalu, Muhammad Rizqi Ariansyah, Angger Mahawira Agung Laksita, Salsabilla Prilia Nastiti, Athok Murtadhlo, & Supriadi. (2024). Pembelajaran Videografi dan Fotografi di Desa Gisik Cemandi Sedati Sidoarjo. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 4(2), 103–108. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v4i2.885>
- Nurjanah, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Masyarakat Sadar Wisata Dalam Mempromosikan Potensi Wisata Baru. *MEDIUM*, 6(2), 39–50. [https://doi.org/10.25299/medium.2018.vol6\(2\).2412](https://doi.org/10.25299/medium.2018.vol6(2).2412)
- Prasetyo, H., Irawati, N., & Satriawati, Z. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Desa Wisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(2), 515–522. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1281>

- Pratiwi, A., Silitong, B. A. F., & Artamevia, M. (2025). *PELATIHAN FOTO DAN VIDEO UNTUK PEMASARAN DIGITAL UMKM KABUPATEN BOGOR*. 3(1).
- Qolbi, R., Wulandari, I., & I, P. E. (2024). STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI WISATA SUNGAI MERAH DESA BANDUR PICAK KABUPATEN KAMPAR. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(6), 11950–11955. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i6.38840>
- Ratnaningtyas, R. P., & Pratama, M. Y. (2024). *Pelatihan fotografi dan social media marketing untuk pengelolaan destinasi wisata Umbul Sidomulyo Kalasan*. 8(2).
- Setiawati, R., & Pritalia, G. L. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Sektor Pariwisata. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(2), 278–285. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v3i2.7255>
- 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>
- Yelvianti Tumba' Makko' & Abedneigo Carter Rambulangi. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Dan Potensi Kearifan Lokal Di Kolam Alam Tilanga' Kecamatan Makale Utara Kabupaten Tana Toraja. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 1(4), 20–33. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i4.213>