



Pemberdayaan Pengelola Curug Song Melalui Pelatihan Promosi Digital dan Tata Kelola Wisata Alam Berkelanjutan

Resad Setyadi^{1*}, Ipam Fuaddina Adam¹

¹Universitas Telkom, Kampus Purwokerto, Jawa Tengah, 53147, Indonesia

resads@telkomuniversity.ac.id*

Artikel History:

Received: 9 Juni 2026 / Received in revised form: 7 Juli 2026 / Accepted: 10 Agustus 2026

ABSTRACT

Curug Song is a nature-based tourist attraction in Banyumas with strong landscape value and local economic potential, yet its management still requires support in digital promotion, visitor information, safety communication, and sustainable destination governance. This community service program aimed to strengthen the capacity of tourism managers, youth groups, and micro-enterprise actors through practical training in social media content, service standards, visitor safety, and environmentally responsible tourism. The participatory program included observation, problem mapping, training, guided practice, and evaluation using a seven-item four-point Likert questionnaire, open-ended feedback, and verification of five group outputs. Thirty participants completed the questionnaire. Positive responses reached 95.2% (38.1% strongly agree and 57.1% agree), while 4.8% disagreed and none strongly disagreed. All five expected outputs were verified at the program level: destination value mapping, visual content samples, informative captions, a one-month content calendar, and initial service, safety, and environmental recommendations. The findings indicate high participant acceptance and completion of practical outputs, but not individual competence gains because no pre-test-post-test or standardized psychometric testing was conducted. The activity offers a practical approach that integrates digital promotion with responsible nature-tourism governance.

Keywords: community service, curug song, destination governance, digital promotion, sustainable tourism.

ABSTRAK

Curug Song merupakan objek wisata alam di Kabupaten Banyumas yang memiliki nilai lanskap dan potensi ekonomi lokal, namun pengelolaannya masih membutuhkan penguatan pada aspek promosi digital, informasi pengunjung, komunikasi keselamatan, dan tata kelola destinasi berkelanjutan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas pengelola wisata, kelompok pemuda, dan pelaku usaha mikro melalui pelatihan praktis tentang konten media sosial, standar layanan, keselamatan pengunjung, dan wisata ramah lingkungan. Program partisipatif mencakup observasi, pemetaan masalah, pelatihan, praktik terpandu, serta evaluasi menggunakan kuesioner Likert empat pilihan sebanyak tujuh butir, tanggapan terbuka, dan verifikasi lima luaran kelompok. Sebanyak 30 peserta mengisi kuesioner. Respons positif mencapai 95,2% (38,1% sangat setuju dan 57,1% setuju), sedangkan 4,8% tidak setuju dan tidak ada respons sangat tidak setuju. Seluruh lima luaran yang ditetapkan terverifikasi pada tingkat program, yaitu pemetaan nilai jual destinasi, contoh konten visual, caption informatif, kalender konten satu bulan, serta rekomendasi awal layanan, keselamatan, dan lingkungan. Temuan menunjukkan penerimaan peserta yang tinggi dan ketercapaian luaran praktis, tetapi belum membuktikan peningkatan kompetensi individual karena tidak dilakukan pre-test-post-test dan pengujian

*Resad Setyadi

Tel.: +62821-2535-6284

Email: resads@telkomuniversity.ac.id

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



psikometrik terstandar. Kegiatan ini menawarkan pendekatan praktis yang mengintegrasikan promosi digital dengan tata kelola wisata alam yang bertanggung jawab.

Kata kunci: curug song, pariwisata berkelanjutan, pengabdian masyarakat, promosi digital, tata kelola destinasi.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata alam mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal karena menghubungkan pengelola destinasi dengan pelaku usaha mikro, penyedia jasa, pemandu lokal, dan kelompok pemuda desa (Setyaningsih, 2025; Syahputra et al., 2025). Namun, pengembangan destinasi tidak cukup berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan. Pengelolaan juga perlu menjaga kualitas pengalaman wisatawan, manfaat sosial-ekonomi, pelestarian budaya, keselamatan pengunjung, dan konservasi lingkungan (Laia et al., 2025; Putra & Astawa, 2022; Rudiyanto et al., 2025). Dengan demikian, daya tarik alam perlu ditempatkan dalam kerangka tata kelola destinasi yang berkelanjutan dan melibatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama.

Kabupaten Banyumas memiliki karakter wisata alam yang kuat, terutama kawasan air terjun atau curug yang tersebar di beberapa kecamatan. Pengembangan desa wisata di kawasan Baturraden dan sekitarnya menunjukkan bahwa potensi alam dapat memberi manfaat ekonomi dan sosial ketika dikelola bersama masyarakat (Thobari et al., 2025). Curug Song, yang berada di Kecamatan Kebasen, memiliki daya tarik berupa air terjun, aliran sungai, suasana alam, dan area rekreasi keluarga. Potensi tersebut perlu dikelola secara lebih sistematis agar tidak hanya menghasilkan kunjungan sesaat, tetapi berkembang menjadi destinasi yang aman, informatif, ramah lingkungan, dan berdaya saing.

Permasalahan yang umum terjadi pada destinasi wisata alam skala lokal adalah promosi digital yang belum optimal, identitas visual yang tidak konsisten, keterbatasan informasi keselamatan, standar pelayanan yang belum seragam, serta pengelolaan kebersihan dan sampah yang belum kuat (Minanda et al., 2025). Media sosial telah menjadi sumber informasi penting dalam pencarian perjalanan dan pembentukan keputusan wisatawan, terutama melalui konten visual, ulasan, interaksi, serta kemudahan memperoleh informasi destinasi (Leung et al., 2013; Xiang & Gretzel, 2010). Temuan pada jasa wisata alam juga menunjukkan bahwa konten visual dan media sosial berperan dalam keputusan penggunaan layanan (Kowiyanto et al., 2025). Oleh karena itu, pengelola membutuhkan keterampilan praktis untuk menyusun narasi destinasi, membuat konten visual, mengelola kanal digital, dan menyediakan informasi yang akurat.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Curug Song diarahkan untuk menjawab kebutuhan tersebut melalui pelatihan promosi digital dan tata kelola wisata alam berkelanjutan. Pendekatan yang digunakan bukan penyuluhan satu arah, melainkan pendampingan partisipatif agar peserta mempraktikkan pembuatan konten, menyusun kalender unggahan, mengidentifikasi titik foto, merancang pesan keselamatan, dan menyusun rekomendasi layanan. Pendekatan partisipatif menempatkan masyarakat sebagai mitra yang ikut mengidentifikasi masalah, melakukan tindakan, dan merefleksikan hasilnya, bukan sekadar sebagai penerima manfaat (Baum et al., 2006).

Pengalaman berbagai program digitalisasi dan pemberdayaan menunjukkan bahwa pelatihan yang disertai praktik langsung lebih mudah diterima dan diterapkan oleh mitra dibandingkan penyampaian materi secara satu arah (Afandi et al., 2022; Setyadi et al., 2025). Pada konteks pariwisata, pendekatan partisipatif dan digitalisasi juga dapat memperkuat kapasitas pengelola, pelaku UMKM, dan kelompok sadar wisata, meskipun kesinambungan penggunaan teknologi tetap memerlukan pendampingan (Ramli AT et al., 2025). Dengan mengadaptasi pendekatan tersebut, kegiatan ini diharapkan dapat membantu pengelola Curug Song membangun citra destinasi yang lebih informatif, aman, dan berkelanjutan.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah: (1) meningkatkan pemahaman pengelola dan komunitas lokal mengenai promosi digital wisata alam; (2) memperkuat keterampilan peserta dalam membuat foto, caption, dan rencana konten media sosial; (3) merumuskan rekomendasi awal terkait tata kelola layanan, kebersihan, dan keselamatan pengunjung; serta (4) menilai reaksi peserta dan ketercapaian luaran

keterampilan sebagai dasar perbaikan program lanjutan. Keunikan kegiatan ini terletak pada integrasi promosi digital, pelayanan wisata, komunikasi keselamatan, dan pariwisata berkelanjutan dalam satu rangkaian pendampingan pada objek wisata alam Curug Song.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang menempatkan pengelola wisata, perwakilan pemuda, pelaku usaha mikro, dan pemangku kepentingan lokal sebagai mitra aktif. PAR dipilih karena persoalan pengembangan wisata alam membutuhkan pemetaan masalah bersama, tindakan praktis, dialog, dan refleksi, bukan hanya transfer pengetahuan (Baum et al., 2006). Pendekatan serupa juga digunakan dalam pemberdayaan pariwisata dan UMKM berbasis digital untuk memperkuat kapasitas masyarakat lokal (Ramli AT et al., 2025). Lokasi kegiatan adalah kawasan wisata Curug Song, Kecamatan Kebasen, Kabupaten Banyumas. Sasaran kegiatan meliputi pengelola objek wisata, kelompok sadar wisata atau komunitas lokal, karang taruna, pelaku usaha sekitar kawasan, dan perwakilan warga yang terlibat dalam layanan wisata.

Rancangan kegiatan terdiri atas empat tahapan utama, yaitu persiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap persiapan dilakukan melalui identifikasi kebutuhan dan observasi awal terhadap promosi, layanan, akses informasi, kebersihan, dan keselamatan pengunjung. Tahap perencanaan mencakup penyusunan materi, instrumen evaluasi, alur pelatihan, dan daftar dokumentasi. Tahap pelaksanaan dilakukan melalui pemaparan materi, diskusi, praktik pembuatan konten, dan penyusunan rencana tindak lanjut. Tahap evaluasi menggabungkan kuesioner reaksi peserta, tanggapan terbuka, dan verifikasi luaran kelompok agar keberhasilan kegiatan tidak hanya dinilai dari kepuasan peserta.



Gambar 1. Kondisi awal dan potensi visual objek wisata Curug Song

Tabel 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian

No	Tahapan	Kegiatan Utama	Luaran
1	Persiapan	Koordinasi awal, observasi lapangan, identifikasi isu promosi, layanan, kebersihan, dan keselamatan.	Peta masalah awal dan daftar kebutuhan pendampingan.
2	Perencanaan	Penyusunan modul promosi digital, materi tata kelola destinasi, formulir evaluasi, dan daftar dokumentasi foto.	Modul pelatihan, instrumen evaluasi, dan agenda kegiatan.

3	Pelaksanaan	Sosialisasi, diskusi, praktik foto/video, penyusunan caption, kalender konten, serta rekomendasi layanan.	Draft konten promosi, rencana unggahan, dan rekomendasi operasional.
4	Evaluasi	Pengisian kuesioner, diskusi reflektif, dan penyusunan tindak lanjut bersama pengelola.	Data respons peserta dan agenda pendampingan lanjutan.

2.1 Tahap Persiapan dan Pemetaan Kebutuhan

Tahap persiapan dimulai dengan koordinasi antara tim pengabdian dan pihak pengelola Curug Song untuk menyepakati tujuan kegiatan, sasaran peserta, waktu pelaksanaan, kebutuhan peralatan, dan bentuk luaran yang diharapkan. Observasi lapangan diarahkan untuk melihat titik masuk, titik foto, kondisi alur pengunjung, potensi konten, fasilitas dasar, informasi keselamatan, ketersediaan tempat sampah, serta pola interaksi antara pengelola dan wisatawan. Observasi ini menjadi dasar penyusunan materi agar pelatihan tidak bersifat umum, tetapi sesuai dengan kebutuhan lokal Curug Song.

Pada tahap ini, tim juga menyusun daftar dokumentasi yang perlu disiapkan, yaitu foto akses masuk, foto area air terjun, foto fasilitas pengunjung, foto aktivitas pelatihan, foto praktik peserta, foto produk atau layanan lokal, dan foto bersama. Foto-foto tersebut diperlukan karena artikel pengabdian masyarakat pada umumnya menampilkan bukti visual kegiatan, sedangkan promosi digital destinasi juga sangat bergantung pada kualitas visual yang otentik dan konsisten.



Gambar 2. Koordinasi awal dan observasi kebutuhan pengelolaan wisata

2.2 Tahap Perencanaan Materi Pelatihan

Materi pelatihan dirancang dalam format praktis dan aplikatif. Fokus materi meliputi pengenalan promosi digital, pengelolaan media sosial destinasi, teknik foto dan video sederhana menggunakan gawai, penyusunan caption informatif, penggunaan tagar dan lokasi digital, penyusunan kalender konten, standar pelayanan pengunjung, komunikasi keselamatan, serta prinsip wisata berkelanjutan. Materi dibuat dengan bahasa sederhana agar dapat diterima oleh peserta dengan latar belakang pendidikan dan literasi digital yang beragam.

Tabel 2. Rancangan materi pelatihan dan praktik peserta

No	Materi	Substansi	Praktik/Luaran
1	Promosi digital destinasi	Pemetaan keunikan Curug Song, segmentasi wisatawan, dan narasi destinasi.	Daftar daya tarik utama dan pesan promosi.

No	Materi	Substansi	Praktik/Luaran
2	Fotografi dan video gawai	Komposisi foto, pencahayaan, angle, pengambilan video pendek, dan etika dokumentasi.	Foto/klip pendek untuk media sosial.
3	Caption dan kalender konten	Struktur caption informatif, ajakan berkunjung, informasi akses, jam layanan, dan tagar.	Contoh caption dan jadwal unggahan 1 bulan.
4	Layanan dan keselamatan	Informasi jalur, titik licin, kedalaman air, area aman, dan respons awal pengunjung.	Draft papan informasi dan pesan keselamatan.
5	Wisata berkelanjutan	Kebersihan, pengelolaan sampah, pembatasan perilaku berisiko, dan melibatkan masyarakat.	Rencana aksi kebersihan dan edukasi pengunjung.

2.3 Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara luring di sekitar kawasan Curug Song atau ruang pertemuan yang disepakati bersama pengelola. Kegiatan diawali dengan pembukaan dan penyamaan persepsi mengenai pentingnya promosi digital dan tata kelola berkelanjutan. Setelah itu, peserta memperoleh materi inti mengenai promosi digital destinasi, pengambilan foto/video, penulisan caption, standar layanan, dan keselamatan pengunjung. Bagian utama kegiatan adalah praktik langsung, yaitu peserta mencoba mengambil foto, memilih angle yang mewakili identitas Curug Song, menulis caption, serta menyusun rencana unggahan media sosial.

Metode penyampaian dibuat interaktif melalui tanya jawab, simulasi, kerja kelompok, dan diskusi kasus. Peserta tidak hanya mendengarkan materi, tetapi juga diminta mengidentifikasi keunggulan destinasi, kendala operasional, dan peluang perbaikan layanan. Praktik ini bertujuan agar peserta mampu menghubungkan materi dengan kondisi nyata di lapangan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian tidak berhenti pada sosialisasi, tetapi menghasilkan rencana sederhana yang dapat dilaksanakan oleh pengelola setelah kegiatan selesai.



Gambar 3. Sesi pelatihan promosi digital dan tata kelola wisata alam



Gambar 4. Praktik pembuatan konten promosi Curug Song

2.4 Tahap Evaluasi

Evaluasi dirancang secara formatif dengan mengadaptasi dua tingkat awal evaluasi pelatihan, yaitu reaksi peserta dan pembelajaran atau keterampilan awal (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006). Seluruh 30 peserta yang mengikuti sesi inti mengisi kuesioner tertutup yang terdiri atas tujuh pernyataan dengan skala Likert empat pilihan: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Butir kuesioner mengukur kesesuaian materi, kejelasan narasumber, manfaat praktik, kemudahan penerapan, relevansi materi keselamatan dan kebersihan, kesiapan melanjutkan rencana konten, serta kebutuhan pendampingan lanjutan. Persentase setiap kategori dihitung dengan membagi frekuensi respons terhadap jumlah respons, sedangkan persentase agregat dihitung dari 210 unit respons (30 peserta x 7 butir). Respons positif merupakan gabungan kategori SS dan S.

Validitas instrumen dijelaskan sebagai validitas isi secara logis melalui pemetaan langsung antara tujuan kegiatan, materi, indikator, dan butir evaluasi pada Tabel 3. Instrumen ini bukan skala psikometrik baku. Karena data yang tersedia berupa rekap agregat dan jumlah responden terbatas, uji validitas konstruk serta reliabilitas statistik belum dilakukan. Oleh sebab itu, hasil kuesioner ditafsirkan sebagai data reaksi peserta terhadap program, bukan sebagai bukti kausal peningkatan kompetensi.

Untuk melengkapi data persepsi, tim memverifikasi ketercapaian lima luaran kelompok, yaitu: (1) pemetaan nilai jual destinasi; (2) contoh foto atau video promosi; (3) caption informatif; (4) kalender konten satu bulan; dan (5) rekomendasi awal layanan, keselamatan, kebersihan, serta pelibatan masyarakat. Kegiatan dinyatakan memenuhi kriteria operasional apabila respons positif agregat mencapai sekurang-kurangnya 80% dan seluruh lima luaran inti tersedia. Ambang tersebut digunakan sebagai kriteria program, bukan batas validitas statistik. Tanggapan terbuka dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi manfaat, kendala penerapan, dan kebutuhan tindak lanjut. Penilaian luaran dilakukan pada tingkat kelompok sehingga tidak digunakan untuk menyimpulkan peningkatan keterampilan individual.

Tabel 3. Indikator evaluasi kegiatan

No	Dimensi/Instrumen	Indikator	Kriteria Keberhasilan
1	Reaksi peserta (kuesioner 7 butir)	Kesesuaian materi, kejelasan, manfaat praktik, kemudahan penerapan, relevansi keselamatan-kebersihan, kesiapan tindak lanjut, dan kebutuhan pendampingan.	Gabungan respons SS dan S secara agregat $\geq 80\%$.
2	Keterampilan awal luaran (verifikasi kelompok)	Pemetaan nilai jual, konten visual, caption, kalender konten, serta rekomendasi layanan, keselamatan, kebersihan, dan pelibatan masyarakat.	Seluruh lima luaran inti tersedia dan memuat unsur minimum yang ditetapkan.
3	Umpan balik kualitatif (pertanyaan terbuka)	Manfaat yang dirasakan, kendala penerapan, dan kebutuhan tindak lanjut.	Tema utama teridentifikasi sebagai dasar agenda pendampingan lanjutan.

3. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Kondisi Awal dan Potensi Pengembangan Curug Song

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa Curug Song memiliki kekuatan utama pada lanskap air terjun, aliran sungai, suasana alami, serta peluang pengembangan spot foto berbasis pengalaman wisata alam. Daya tarik ini sesuai dengan karakter wisatawan keluarga dan wisatawan muda yang mencari destinasi alam untuk rekreasi singkat, dokumentasi foto, dan aktivitas bermain air. Namun, potensi visual tersebut perlu didukung dengan pengelolaan informasi yang lebih rapi, terutama terkait akses lokasi, jam layanan, fasilitas, titik aman, larangan aktivitas berisiko, dan ajakan menjaga kebersihan.

Dari sisi promosi, destinasi wisata alam lokal sering menghadapi tantangan berupa unggahan media sosial yang belum terjadwal, informasi yang belum konsisten, kualitas foto yang bervariasi, dan belum adanya pedoman sederhana untuk menjawab pertanyaan calon pengunjung. Kondisi ini membuat potensi Curug Song belum sepenuhnya tersampaikan kepada pasar wisata yang lebih luas. Padahal, promosi digital yang baik tidak harus selalu menggunakan perangkat mahal; pengelola dapat memanfaatkan gawai, teknik pengambilan gambar sederhana, caption informatif, dan konsistensi unggahan untuk meningkatkan visibilitas destinasi.

Dari sisi tata kelola destinasi, isu yang perlu diperhatikan adalah keselamatan pengunjung di sekitar area air, pengelolaan sampah, kenyamanan jalur, dan kesiapan informasi layanan. Pada destinasi air terjun, komunikasi keselamatan menjadi aspek penting karena pengunjung dapat menghadapi risiko terpeleset, kedalaman air, arus, atau perilaku bermain air yang tidak sesuai. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian menempatkan promosi digital dan tata kelola keselamatan sebagai dua bagian yang saling terkait. Promosi harus menarik, tetapi tetap bertanggung jawab dan tidak mendorong perilaku wisata yang berisiko.

Temuan awal tersebut konsisten dengan Minanda et al. (2025), yang menempatkan literasi digital, kesiapan infrastruktur, dan strategi promosi sebagai prasyarat optimalisasi digital tourism. Dimensi keselamatan, kebersihan, dan pengelolaan informasi yang ditemukan di Curug Song juga sejalan dengan kerangka pariwisata berkelanjutan yang menekankan pengelolaan destinasi, manfaat sosial-ekonomi, budaya, dan lingkungan (Laia et al., 2025; Rudiyanto et al., 2025). Dengan demikian, masalah Curug Song bukan semata kurangnya publikasi, tetapi belum terintegrasinya promosi dengan informasi layanan dan pengendalian risiko pengunjung.

Tabel 4. Ringkasan masalah awal dan solusi pendampingan

No	Aspek	Masalah Awal	Solusi Pendampingan
1	Promosi digital	Konten belum terjadwal dan narasi destinasi belum konsisten.	Pelatihan kalender konten, caption, foto, dan video pendek.
2	Informasi wisata	Informasi akses, jam layanan, fasilitas, dan aturan belum tersusun rapi.	Penyusunan template informasi dan FAQ pengunjung.
3	Keselamatan	Pesan keselamatan di area air perlu diperkuat.	Draft papan informasi, narasi risiko, dan edukasi perilaku aman.
4	Kebersihan	Perlu penguatan pesan jaga kebersihan dan pengelolaan sampah.	Rencana aksi kebersihan dan ajakan wisata bertanggung jawab.
5	Keterlibatan pemuda	Peran pemuda dalam konten dan layanan belum terstruktur.	Pembentukan tim kecil pengelola konten dan dokumentasi.

3.2 Pelaksanaan Pelatihan Promosi Digital

Sesi pelatihan promosi digital menghasilkan beberapa luaran praktis. Pertama, peserta mampu mengidentifikasi nilai jual utama Curug Song, yaitu suasana alam, air terjun, aktivitas bermain air, spot foto, dan kedekatan dengan pengalaman wisata keluarga. Kedua, peserta menyusun contoh caption yang memuat informasi penting seperti lokasi, jam operasional, imbauan keselamatan, kebersihan, dan ajakan

berkunjung secara bertanggung jawab. Ketiga, peserta merancang kalender konten selama satu bulan dengan variasi tema, misalnya konten akses lokasi, konten daya tarik utama, konten fasilitas, konten keselamatan, konten UMKM lokal, dan konten testimoni pengunjung.

Praktik foto dan video dilakukan dengan menekankan prinsip sederhana: objek utama harus jelas, pencahayaan cukup, latar tidak terlalu ramai, dan foto tidak menampilkan perilaku berisiko. Peserta juga diarahkan untuk membuat dokumentasi yang menghargai pengunjung, menghindari penggunaan foto wajah tanpa izin, serta mengutamakan konten yang mendidik wisatawan mengenai kebersihan dan keselamatan. Dengan cara ini, promosi digital tidak hanya berfungsi menarik kunjungan, tetapi juga membangun budaya wisata yang lebih bertanggung jawab.

Hasil diskusi menunjukkan bahwa peserta membutuhkan panduan konten yang mudah digunakan, bukan teori pemasaran yang terlalu teknis. Oleh karena itu, tim pengabdian menyusun contoh format sederhana berupa daftar ide konten, struktur caption, tagar, dan daftar foto yang perlu diperbarui secara berkala. Format ini dapat ditempel di ruang pengelola atau dibagikan melalui grup pesan internal agar menjadi acuan bersama

Hasil tersebut mendukung literatur yang menempatkan media sosial sebagai sumber informasi perjalanan sekaligus ruang interaksi antara destinasi dan calon wisatawan (Leung et al., 2013; Xiang & Gretzel, 2010). Pada konteks jasa wisata alam, Kowiyanto et al. (2025) juga menunjukkan bahwa konten visual dan media sosial berkaitan dengan keputusan penggunaan layanan. Kontribusi kegiatan di Curug Song terletak pada penerjemahan temuan tersebut menjadi keterampilan operasional yang dapat digunakan pengelola. Meskipun demikian, kegiatan ini belum mengukur perubahan jangkauan akun, tingkat interaksi, pertanyaan calon pengunjung, atau jumlah kunjungan sehingga dampak pemasaran jangka menengah belum dapat disimpulkan.

Tabel 5. Contoh rencana konten media sosial Curug Song

Minggu	Tema Konten	Isi Utama	Tujuan
1	Kenali Curug Song	Foto air terjun, informasi lokasi, akses, dan jam layanan.	Meningkatkan awareness calon pengunjung.
2	Wisata Aman	Imbauan area licin, kedalaman air, dan larangan perilaku berisiko.	Meningkatkan literasi keselamatan wisatawan.
3	Jaga Alam	Ajakan membawa kembali sampah dan menjaga fasilitas.	Mendorong wisata bertanggung jawab.
4	Cerita Lokal	UMKM, petugas lokal, atau cerita pengelola Curug Song.	Menguatkan keterlibatan masyarakat lokal.

3.3 Penguatan Tata Kelola Wisata Alam Berkelanjutan

Materi tata kelola destinasi berkelanjutan difokuskan pada aspek yang paling dekat dengan kegiatan operasional pengelola, yaitu pelayanan, informasi, keselamatan, kebersihan, dan pelibatan masyarakat. Pada aspek pelayanan, peserta didorong untuk menyiapkan informasi dasar yang seragam, seperti harga tiket, jam operasional, fasilitas, larangan, dan kontak pengelola. Pada aspek keselamatan, peserta menyusun pesan singkat yang mudah dipahami pengunjung, misalnya imbauan berhati-hati di batu licin, larangan berenang di area tertentu, dan pentingnya pendampingan orang dewasa bagi anak-anak.

Pada aspek kebersihan, peserta menyepakati pentingnya edukasi pengunjung melalui papan informasi, caption media sosial, dan penempatan tempat sampah pada titik yang mudah dijangkau. Prinsip wisata berkelanjutan tidak hanya berkaitan dengan konservasi alam, tetapi juga membangun perilaku kolektif antara pengelola dan wisatawan. Pengelola perlu terus mengingatkan bahwa keindahan Curug Song merupakan aset bersama yang harus dijaga agar manfaat ekonomi dan sosialnya dapat berlangsung jangka panjang.

Pelibatan pemuda menjadi salah satu rekomendasi penting karena kelompok ini umumnya lebih adaptif terhadap teknologi digital dan media sosial. Pemuda dapat dilibatkan sebagai tim konten, dokumentasi, admin media sosial, atau relawan edukasi pengunjung pada saat kunjungan ramai. Dengan pembagian

tugas yang jelas, keberlanjutan program tidak bergantung pada satu orang, tetapi menjadi kerja bersama komunitas.

Rekomendasi pelibatan pemuda dan pembagian tugas pengelola sejalan dengan temuan bahwa kolaborasi Pokdarwis, masyarakat, pemerintah, dan lembaga pendidikan diperlukan untuk memperkuat pengelolaan wisata berbasis komunitas (Syahputra et al., 2025). Hasil ini juga searah dengan Ramli AT et al. (2025), yang menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dan digitalisasi dapat memperkuat kapasitas pengelola wisata dan UMKM, tetapi kesinambungannya bergantung pada konsistensi kelembagaan. Oleh karena itu, luaran Curug Song perlu dipahami sebagai fondasi tata kelola awal, bukan bukti bahwa keberlanjutan destinasi telah tercapai dalam jangka panjang.

Tabel 6. Rekomendasi peningkatan tata kelola destinasi

No	Bidang	Rekomendasi
1	Informasi layanan	Membuat papan informasi terpadu berisi jam operasional, tarif, fasilitas, kontak, dan aturan kunjungan.
2	Keselamatan	Menambahkan imbauan pada titik licin, area air dalam, dan jalur yang membutuhkan kehati-hatian.
3	Kebersihan	Menempatkan tempat sampah terpilah, membuat jadwal piket, dan mengunggah konten ajakan menjaga lingkungan.
4	Promosi	Menetapkan admin media sosial dan kalender konten rutin minimal 3 unggahan per minggu.
5	UMKM lokal	Mempromosikan produk atau layanan warga sekitar sebagai bagian dari pengalaman wisata.

3.4 Evaluasi Respons Peserta

Sebanyak 30 peserta menghasilkan 210 unit respons dari tujuh pernyataan evaluasi. Rekapitulasi agregat setara dengan 80 respons Sangat Setuju, 120 respons Setuju, 10 respons Tidak Setuju, dan tidak ada respons Sangat Tidak Setuju. Dengan demikian, 38,1% respons berada pada kategori Sangat Setuju, 57,1% Setuju, 4,8% Tidak Setuju, dan 0,0% Sangat Tidak Setuju. Gabungan respons positif mencapai 95,2%, melampaui kriteria operasional program sebesar 80%.

Dalam kerangka Kirkpatrick dan Kirkpatrick (2006), hasil kuesioner terutama menggambarkan evaluasi tingkat reaksi, yaitu penerimaan peserta terhadap relevansi materi, metode, dan peluang penerapan. Respons positif yang tinggi menunjukkan bahwa pelatihan dipersepsikan sesuai dengan kebutuhan pengelola, terutama pada praktik foto atau video, penyusunan caption, dan promosi digital. Pola ini sejalan dengan kegiatan digitalisasi layanan berbasis praktik langsung yang juga memperoleh penerimaan peserta yang tinggi (Setyadi et al., 2025). Namun, tingginya reaksi positif tidak dengan sendirinya membuktikan peningkatan kompetensi atau perubahan perilaku setelah pelatihan.

Respons Tidak Setuju sebesar 4,8% terutama muncul pada aspek kemudahan penerapan dan kesiapan tindak lanjut. Temuan ini memperlihatkan bahwa konsistensi promosi digital membutuhkan waktu, perangkat, koneksi internet, pembagian tugas, dan komitmen pengelola. Oleh sebab itu, kegiatan lanjutan perlu difokuskan pada pendampingan admin media sosial, penyusunan SOP konten, serta evaluasi rutin terhadap kualitas unggahan dan respons calon pengunjung.



Gambar 5. Distribusi respons peserta terhadap kegiatan pelatihan

Tabel 7. Rekapitulasi evaluasi reaksi peserta berdasarkan skala Likert

No	Pernyataan Evaluasi	SS (%)	S (%)	TS (%)	STS (%)
1	Materi sesuai dengan kebutuhan pengelolaan Curug Song.	40,0	56,7	3,3	0,0
2	Narasumber menyampaikan materi dengan jelas.	33,3	63,4	3,3	0,0
3	Praktik foto/video dan caption bermanfaat.	43,3	53,4	3,3	0,0
4	Materi promosi digital mudah diterapkan.	30,0	63,3	6,7	0,0
5	Materi keselamatan dan kebersihan relevan.	36,7	60,0	3,3	0,0
6	Peserta siap melanjutkan rencana konten.	30,0	63,3	6,7	0,0
7	Kegiatan pendampingan perlu dilanjutkan.	53,4	46,6	0,0	0,0
Rerata	Agregat respons	38,1	57,1	4,8	0,0

Catatan: angka merupakan rekapitulasi 210 unit respons (30 peserta x 7 pernyataan) dari kuesioner kegiatan pengabdian.

Tabel 8. Verifikasi ketercapaian keterampilan dan luaran kelompok

No	Indikator Keterampilan/Luaran	Bukti yang Diverifikasi	Status
1	Pemetaan nilai jual destinasi	Daftar daya tarik utama dan pesan promosi Curug Song.	Tercapai
2	Pembuatan konten visual sederhana	Contoh foto atau klip pendek dengan objek utama, pencahayaan, dan etika dokumentasi yang diperhatikan.	Tercapai
3	Penyusunan caption informatif	Caption memuat lokasi atau akses, jam layanan, keselamatan, kebersihan, dan ajakan berkunjung bertanggung jawab.	Tercapai
4	Penyusunan kalender konten	Rencana unggahan satu bulan dengan tema daya tarik, keselamatan, lingkungan, dan cerita lokal.	Tercapai
5	Perumusan rekomendasi tata kelola	Rancangan informasi layanan, pesan keselamatan, aksi kebersihan, dan pelibatan pemuda atau UMKM.	Tercapai

Verifikasi menunjukkan bahwa seluruh lima indikator luaran kelompok tercapai. Bukti ini melengkapi data kepuasan karena menunjukkan kemampuan peserta menghasilkan produk kerja selama praktik terpandu. Meskipun lebih objektif daripada persepsi kepuasan, hasil tersebut tetap berada pada tingkat program dan kelompok. Penilaian belum menggunakan skor individu, kondisi awal, atau

pengukuran sesudah kegiatan sehingga belum dapat digunakan untuk menghitung besarnya peningkatan kapasitas setiap peserta.

3.5 Temuan Kualitatif dan Keterbatasan Evaluasi

Selain data kuantitatif, peserta memberikan tanggapan terbuka mengenai manfaat kegiatan dan saran perbaikan. Tanggapan tersebut dikelompokkan ke dalam empat tema. Pertama, peserta menilai kegiatan membantu mereka memahami cara mempromosikan Curug Song secara lebih menarik dan informatif. Kedua, praktik foto, video, dan caption dinilai lebih mudah dipahami dibandingkan materi yang hanya bersifat teori. Ketiga, peserta mengusulkan pendampingan lanjutan untuk pengelolaan akun media sosial. Keempat, peserta menekankan pentingnya fasilitas pendukung, seperti papan informasi, jaringan internet, dan pembagian tugas admin konten.

Masukan tersebut memperkuat temuan Minanda et al. (2025) dan Ramli AT et al. (2025) bahwa keberlanjutan digitalisasi pariwisata dipengaruhi oleh literasi, infrastruktur, pembagian peran, dan pendampingan kelembagaan. Pengelola perlu menetapkan penanggung jawab konten, jadwal unggahan, tata cara merespons pertanyaan wisatawan, dan mekanisme pemeriksaan akurasi informasi. Keterbatasan utama evaluasi ini adalah tidak tersedianya pre-test dan post-test, belum digunakannya rubrik keterampilan individual, serta belum adanya pengukuran tindak lanjut setelah pelatihan. Evaluasi berikutnya perlu menambahkan tes pengetahuan, penilaian individu terhadap produk konten, dan pemantauan satu hingga tiga bulan atas frekuensi unggahan, keterlibatan audiens, konsistensi informasi, serta penerapan rekomendasi keselamatan dan kebersihan.



Gambar 6. Foto bersama tim pengabdian dan peserta kegiatan

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Curug Song melalui pelatihan promosi digital dan tata kelola wisata alam berkelanjutan menghasilkan pendekatan pendampingan yang aplikatif bagi pengelola destinasi lokal. Respons positif peserta mencapai 95,2% dan seluruh lima luaran kelompok yang ditetapkan berhasil diverifikasi, meliputi pemetaan nilai jual, contoh konten visual, caption informatif, kalender konten, serta rekomendasi layanan, keselamatan, kebersihan, dan pelibatan masyarakat. Hasil tersebut menunjukkan penerimaan yang tinggi dan ketercapaian luaran pada tingkat program, tetapi belum membuktikan peningkatan kompetensi individual karena tidak terdapat pengukuran pre-test-post-test dan penilaian psikometrik terstandar. Keberlanjutan program memerlukan pembagian tugas pengelola, pendampingan rutin, serta pemantauan penerapan konten dan rekomendasi tata kelola dalam operasional destinasi.

SARAN

Pengelola Curug Song disarankan membentuk tim kecil promosi digital yang melibatkan pemuda lokal, menetapkan kalender unggahan, dan memastikan informasi dasar destinasi selalu diperbarui. Pemerintah desa atau pemangku kepentingan setempat perlu mendukung papan informasi, fasilitas kebersihan, jaringan komunikasi, dan pesan keselamatan pada titik strategis. Tim perguruan tinggi disarankan melanjutkan pendampingan melalui evaluasi konten, pelatihan lanjutan, dan monitoring penerapan rekomendasi tata kelola. Pada kegiatan berikutnya, evaluasi perlu dilengkapi dengan pre-test-post-test, rubrik penilaian keterampilan individual, dan pemantauan indikator digital serta operasional selama satu hingga tiga bulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, I. R., Pratiwi, N., Rizki, A. A., Irva, M., & Aulia, M. F. (2022). Perancangan sistem informasi pelayanan pembuatan surat online di Desa Ciangsana berbasis website. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 6(2), 571–577. <https://doi.org/10.36040/jati.v6i2.5318>
- Baum, F., MacDougall, C., & Smith, D. (2006). Participatory action research. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 60(10), 854–857. <https://doi.org/10.1136/jech.2004.028662>
- Kirkpatrick, D. L., & Kirkpatrick, J. D. (2006). *Evaluating training programs: The four levels* (3rd ed.). Berrett-Koehler Publishers.
- Kowiyanto, Dewi, H. M. F., Sedyastuti, K., & Nurhasan, R. (2025). Pengaruh konten visual dan media sosial terhadap keputusan penggunaan jasa Jeep Bromo. *Journal of Entrepreneurship and Strategic Management*, 4(1), 17–26. <https://doi.org/10.52434/jesm.v4i01.597>
- Laia, I. F., Halisa, Gaurifa, R. M. S., Reskinta, R., & Sulisty, A. (2025). Studi penerapan pariwisata berkelanjutan pada Kampung Wisata Taman Sari. *UNIMUS Web Conferences*, 8, 543–553. <https://doi.org/10.26714/uwc.v8.543-553.2025>
- Leung, D., Law, R., van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social media in tourism and hospitality: A literature review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1–2), 3–22. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.750919>
- Minanda, H., Ulya, B. N., Budiatiningsih, M., & Hulfa, I. (2025). Optimalisasi digital tourism di Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur. *Journal of Responsible Tourism*, 5(2), 1159–1168. <https://doi.org/10.47492/jrt.v5i2.3973>
- Putra, M. S. P., & Astawa, I. N. D. (2022). Profil industri pariwisata dan ekonomi kreatif Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 12(2), 234–248. <https://doi.org/10.22334/jihm.v12i2.213>
- Ramli AT, M., Nurlela, A., Abbas, R. R., Usman, M., Rahim, H., & Fridayanti, N. (2025). Meningkatkan kualitas UMKM dan pariwisata berkelanjutan di Takalar melalui pendekatan partisipatif dan digitalisasi. *Proficio: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 805–814. <https://doi.org/10.36728/jpf.v6i1.4385>
- Rudiyanto, R., Cahyani, E. K. S., Kusnanto, Seran, M. Y., & Viviani, J. (2025). Tinjauan penerapan konsep destinasi pariwisata berkelanjutan (Studi kasus: Kabupaten Manggarai Barat). *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 16(2), 116–122. <https://doi.org/10.31294/khasanah.v16i2.3398>
- Setyadi, R., Adam, I. F., Euclides, N., & Anwar, T. (2025). Optimalisasi pelayanan administrasi melalui sosialisasi website SIMPEL di Kelurahan Margasana. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (PIMAS)*, 4(3), 276–285. <https://doi.org/10.35960/pimas.v4i3.1906>
- Setyaningsih, U. (2025). Pengaruh pariwisata terhadap perekonomian lokal di kawasan wisata pantai. *Tourism and Hospitality Research*, 1(1), 16–22. <https://doi.org/10.70716/thr.v1i1.55>
- Syahputra, M., Fikri, A. N., & Suryaningsih. (2025). Peran Pokdarwis dalam pengembangan potensi desa wisata dan meningkatkan ekonomi masyarakat di Desa Resun. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(1), 31–40. <https://doi.org/10.59025/1drje689>
- Thobari, M. S., Wisanggeni, S. B., Maghfiroh, S., Restiani, W. E., & Sari, W. L. P. (2025). Dampak pengembangan desa wisata terhadap ekonomi sosial masyarakat Desa Karangsalam Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 253–264. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i1.3503>
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>