



Pelatihan Pembuatan Konten Digital sebagai Media Promosi Wisata Tepian Batang Mandau Desa Balai Pungut Bengkalis

(Training on Digital Content Creation for Tourism Promotion at Tepian Batang Mandau, Balai Pungut Village Bengkalis)

**Khairiah^{1*}, Mohd. Idris T Al-Khairy², Meirita PH³, Aira Rahma Fani⁴,
Noni Septia⁵, Fhinta Arsyika⁶**

^{1,2,3,4,5,6}STAI Hubbulwathan Duri, Bengkalis, Riau

*email: khairiahalkhairi@gmail.com

Diterima: 21 Agustus 2026, Diperbaiki: 14 September 2026, Disetujui: 07 Oktober 2026

Abstract. *This community service activity aimed to provide students with training and understanding in creating digital content to promote Tepian Batang Mandau tourism. The activity was conducted at SMPN 7 Pinggir, Balai Pungut Village, on August 18, 2026, involving 75 students. A quantitative approach with a pre-experimental one-group pretest-posttest design was employed. Data were collected through tests, observation, and documentation. The average proportion of correct answers increased from 76.09% to 77.75%, representing a rise of 1.66 percentage points. Students participated in practical sessions on creating promotional posters using Canva, editing short videos with CapCut, and composing captions. Their work, presentations, and the involvement of school representatives demonstrated that the training provided students with experience in using digital tools to communicate local tourism potential. These findings indicate that practice-based training contextualized within local potential can introduce students to productive uses of digital media, although their conceptual understanding still requires further reinforcement.*

Keywords: *digital content; tourism promotion; Tepian Batang Mandau.*

Abstrak. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan pelatihan dan pemahaman kepada siswa mengenai pembuatan konten digital untuk promosi wisata Tepian Batang Mandau. Kegiatan dilaksanakan di SMPN 7 Pinggir Desa Balai Pungut, pada 18 Agustus 2026 dengan melibatkan 75 siswa. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *pre-experimental one-group pre-test dan post-test*. Data dikumpulkan melalui tes, observasi, dan dokumentasi. Rata-rata proporsi jawaban benar meningkat dari 76,09% menjadi 77,75%, atau sebesar 1,66 poin persentase. Siswa mengikuti praktik pembuatan poster promosi menggunakan Canva, penyuntingan video pendek dengan CapCut, serta penyusunan caption. Hasil karya, presentasi dan keterlibatan pihak sekolah menunjukkan bahwa pelatihan memberikan pengalaman kepada siswa dalam memanfaatkan perangkat digital untuk mengomunikasikan potensi wisata lokal. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik dan konteks lokal dapat menjadi sarana pengenalan pemanfaatan media digital secara produktif, meskipun pemahaman konseptual siswa masih perlu diperkuat.

Kata kunci: konten digital; promosi wisata; Tepian Batang Mandau

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara destinasi wisata diperkenalkan kepada masyarakat. Informasi mengenai suatu destinasi tidak

lagi hanya disampaikan melalui media konvensional tetapi semakin banyak dibangun melalui media sosial, foto, video, dan bentuk konten digital lainnya. Dalam



Lisensi

Lisensi Internasional Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0.

konteks pemasaran destinasi, media sosial memberikan ruang bagi pengelola maupun masyarakat untuk menyampaikan daya tarik tempat secara visual sekaligus membangun interaksi dengan calon pengunjung. Penelitian Grosso et al., (2024) menunjukkan bahwa karakteristik sumber, relevansi, dan sinyal sosial dalam konten media sosial destinasi berpengaruh terhadap aktivitas keterlibatan pengguna secara daring. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberadaan media sosial saja belum cukup; kualitas dan cara pengemasan konten menjadi bagian penting dalam komunikasi pemasaran destinasi.

Kekuatan konten visual juga semakin penting dalam promosi pariwisata. Analisis terhadap 139.273 unggahan foto pada Instagram menunjukkan bahwa foto yang menampilkan objek atau daya tarik wisata memperoleh tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan foto yang hanya menampilkan layanan perhotelan. Foto yang menampilkan manusia dan konten yang dibuat oleh wisatawan juga cenderung memperoleh keterlibatan yang lebih besar (Jiang et al., 2024). Penelitian lain mengenai video promosi destinasi menunjukkan bahwa karakteristik visual, struktur, dan isi video berkaitan dengan tingkat keterlibatan penonton pada media sosial (Zhou et al., 2025). Dengan demikian, kemampuan menghasilkan foto, video, desain visual, dan narasi singkat merupakan bagian penting dari kapasitas komunikasi digital yang dapat mendukung promosi destinasi.

Persoalan tersebut menjadi relevan bagi pengembangan potensi wisata lokal di Desa Balai Pungut. Berdasarkan hasil observasi awal dan komunikasi dengan pihak kepala desa yang menjadi dasar kegiatan pengabdian. Wisata Tepian Batang Mandau memiliki potensi untuk diperkenalkan sebagai ruang wisata lokal. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya didukung oleh kemampuan masyarakat sekitar dalam mengemas

informasi wisata ke dalam konten digital yang menarik dan mudah disebarluaskan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan potensi wisata dengan kemampuan memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi dan promosi. Permasalahan serupa ditemukan pada sejumlah destinasi wisata di Indonesia. Nurmadewi et al., (2024) menemukan bahwa pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran desa wisata telah dilakukan tetapi penggunaan media digital termasuk situs web dan media sosial, masih terbatas sehingga perlu disesuaikan dengan kebutuhan destinasi dan karakteristik target pasar.

Dalam konteks kegiatan ini, siswa SMP dipandang sebagai kelompok remaja yang strategis untuk diperkenalkan pada pemanfaatan media digital secara produktif. Pelatihan tidak diarahkan sekadar agar siswa mampu menggunakan aplikasi, tetapi agar mereka mampu mengubah kemampuan menggunakan perangkat digital menjadi keterampilan menghasilkan konten yang memiliki tujuan komunikasi. Penggunaan Canva dalam pembuatan poster dan CapCut dalam penyuntingan video memungkinkan siswa mempraktikkan proses tersebut secara langsung. Dengan pendekatan praktik, siswa belajar memilih objek yang akan ditampilkan, menyusun informasi, mengembangkan unsur visual, membuat video sederhana, dan menyusun caption yang sesuai dengan tujuan promosi.

Sejumlah kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan digital dapat meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mendukung promosi wisata. Ermanovida et al., (2023), misalnya, melaporkan bahwa pelatihan digital marketing meningkatkan pengetahuan peserta mengenai pentingnya promosi dan inovasi dalam mengembangkan potensi wisata berbasis masyarakat. Kegiatan pengabdian di Desa Wisata Jenissari juga menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan dapat meningkatkan kemampuan pengelola dalam menghasilkan

konten berupa foto dan video untuk memperluas penyampaian informasi mengenai desa wisata (Pujiastuti et al., 2024). Penelitian pengabdian lainnya menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dapat menjadi sarana penguatan kapasitas masyarakat dalam mendukung perkembangan desa wisata (Diwyarthi & Pratama, 2023).

Penelitian terdahulu juga memperlihatkan bahwa pemberdayaan berbasis teknologi akan lebih efektif apabila melibatkan partisipasi masyarakat. Solikhatus et al., (2023) menunjukkan pentingnya partisipasi masyarakat dalam pemberdayaan desa wisata, sedangkan Purworini et al. (2023) menempatkan peningkatan pengetahuan dan kemampuan komunikasi pemasaran masyarakat sebagai bagian penting dalam mengembangkan potensi desa wisata. Setiawan (2024) juga menegaskan bahwa pemberdayaan masyarakat berbasis digital di desa wisata membutuhkan peningkatan literasi digital, kapasitas sumber daya manusia, serta dukungan kelembagaan desa. Dengan demikian, pelatihan keterampilan digital tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan teknis, tetapi dapat menjadi bagian dari proses pemberdayaan masyarakat untuk mengelola potensi lokal.

Meskipun penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya telah banyak membahas digital marketing dan media sosial untuk promosi desa wisata, terdapat celah yang masih dapat dikembangkan. Sebagian penelitian berfokus pada pengelola desa wisata, pelaku usaha, kelompok sadar wisata, atau masyarakat yang telah terlibat langsung dalam pengelolaan destinasi. Penelitian mengenai pelatihan digital untuk promosi wisata juga lebih banyak diarahkan pada peningkatan kapasitas pengelola atau masyarakat dewasa. Sementara itu, keterlibatan siswa sekolah sebagai peserta pelatihan yang diarahkan untuk menghasilkan konten promosi bagi potensi wisata lokal masih relatif jarang dibahas. Padahal siswa

merupakan bagian dari masyarakat yang telah berinteraksi dengan perangkat digital dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Celah tersebut menjadi dasar penting bagi pelaksanaan kegiatan ini.

Kegiatan ini dilaksanakan pada 18 Agustus 2026 di SMPN 7 Pinggir dengan melibatkan 75 siswa. Pemilihan waktu kegiatan memiliki konteks yang strategis karena pada 19 Agustus 2026 terdapat agenda perlombaan pacu jalur di kawasan Tepian Batang Mandau. Momentum tersebut memberikan kesempatan kepada siswa untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam pelatihan dengan membuat konten yang berkaitan dengan daya tarik wisata dan aktivitas masyarakat di kawasan tersebut. Materi pelatihan diberikan secara langsung dan dilanjutkan dengan praktik menggunakan Canva dan CapCut serta latihan membuat caption. Hasil praktik kemudian dipresentasikan oleh perwakilan siswa dan dinilai berdasarkan kualitas hasil karya. Tiga karya terbaik diberikan penghargaan sebagai bentuk apresiasi terhadap kreativitas dan keterampilan peserta.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada siswa dalam membuat konten digital berupa poster dan video serta menyusun caption sebagai media promosi wisata Tepian Batang Mandau. Secara khusus, kegiatan ini diarahkan untuk mengetahui perubahan pemahaman siswa setelah mengikuti pelatihan, mengidentifikasi kemampuan siswa dalam menerapkan Canva dan CapCut untuk menghasilkan konten promosi, serta menggambarkan respons siswa dan pihak sekolah terhadap kegiatan pelatihan. Pertanyaan yang diarahkan dalam kegiatan ini adalah: (1) apakah terdapat perubahan pemahaman siswa mengenai pemanfaatan media digital untuk promosi wisata setelah mengikuti pelatihan; (2) bagaimana kemampuan siswa dalam menghasilkan poster dan video promosi menggunakan Canva dan CapCut; dan (3) bagaimana

respons siswa dan pihak sekolah terhadap pelatihan pembuatan konten digital untuk promosi Tepian Batang Mandau?

Kegiatan ini diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi siswa dalam memanfaatkan media digital secara produktif untuk mengenalkan potensi wisata di lingkungan mereka. Bagi sekolah dan masyarakat kegiatan ini dapat menjadi salah satu bentuk penguatan keterampilan digital siswa yang dikaitkan dengan potensi lokal. Secara akademik kegiatan ini turut memperluas kajian pengabdian berbasis digital *tourisme* dengan melibatkan siswa sekolah sebagai peserta dalam produksi konten promosi destinasi. Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada siswa dalam membuat konten digital berupa poster dan video serta menyusun caption menggunakan Canva dan CapCut sebagai media promosi wisata Tepian Batang Mandau. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui perubahan pemahaman siswa mengenai pemanfaatan media digital untuk promosi wisata serta menggambarkan kemampuan siswa dalam menghasilkan konten promosi dan respons pihak sekolah terhadap pelaksanaan pelatihan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *pre-experimental one-group pretest-posttest*. Desain tersebut dipilih untuk mengetahui perubahan pengetahuan dan keterampilan siswa setelah mengikuti pelatihan pembuatan konten digital untuk promosi wisata. Pengukuran dilakukan sebanyak dua kali, yaitu sebelum pelatihan melalui *pretest* dan setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai melalui *posttest* (Sukmaningsih et al., 2024; Sangadji et al., 2026). Selain pengukuran pengetahuan, penelitian juga dilengkapi dengan observasi terhadap keterampilan siswa ketika mempraktikkan pembuatan poster menggunakan Canva dan video

menggunakan CapCut. Penggunaan observasi praktik sebagai bagian dari evaluasi pelatihan diperlukan untuk memperoleh gambaran mengenai penerapan keterampilan peserta, tidak hanya berdasarkan hasil tes pengetahuan (Sukmaningsih et al., 2024). Dengan demikian perubahan kemampuan peserta tidak hanya dilihat dari skor tes, tetapi juga dari kemampuan mereka menghasilkan konten digital secara langsung. Pendekatan evaluasi melalui kombinasi *pretest-posttest*, praktik, dan observasi relevan dengan karakter kegiatan pelatihan keterampilan digital yang menempatkan pengalaman praktik sebagai bagian penting dari evaluasi keberhasilan program (Muliadi et al., 2026; Maryani et al., 2026).

Kegiatan dilaksanakan di SMPN 7 Pinggir Desa Balai Pungut Kecamatan Pinggir Kabupaten Bengkalis. Kegiatan ini dilakuka pada tanggal 18 Agustus 2026. Kegiatan dilaksanakan dalam konteks pengabdian kepada masyarakat yang diarahkan pada penguatan keterampilan digital siswa sekaligus pemanfaatan potensi lokal khususnya Tepian Batang Mandau sebagai objek promosi wisata melalui media sosial. Pelatihan mencakup pengenalan media digital untuk promosi wisata, teknik dasar pembuatan poster menggunakan Canva, pembuatan video pendek menggunakan CapCut, serta penyusunan *caption* yang sesuai untuk publikasi media sosial. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa yang mengikuti kegiatan pelatihan di SMPN 7 Pinggir yang berjumlah 75 siswa. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik total sampling terhadap peserta yang mengikuti rangkaian pengukuran secara lengkap, sehingga tidak dilakukan pengambilan sampel secara acak.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik, yaitu tes, observasi dan dokumentasi. Tes digunakan untuk mengukur pengetahuan siswa mengenai media digital, promosi wisata, media sosial, Canva, dan CapCut sebelum dan sesudah pelatihan. Instrumen tes diberikan dalam

bentuk *pretest* dan *posttest* dengan butir soal yang sama atau setara sehingga perubahan skor dapat dibandingkan secara langsung. Observasi dilakukan selama kegiatan praktik untuk menilai kemampuan siswa dalam menggunakan Canva dan CapCut serta kualitas dasar karya digital yang dihasilkan. Selain itu, observasi juga dibuat untuk melihat respon siswa dan guru terhadap pelatihan ini. Dokumentasi digunakan untuk merekam proses pelatihan, aktivitas peserta, dan hasil karya siswa. Hasil karya tersebut di nilai kemudian diambil 3 siswa dengan hasil karya terbaik untuk diberikan reward.

HASIL DAN PEMBAHASAN
Perubahan Pemahaman Siswa tentang Promosi Digital

Pertanyaan penelitian pertama berkaitan dengan perubahan pemahaman siswa mengenai pemanfaatan media digital untuk promosi wisata. Data pemahaman siswa diperoleh melalui *pre-test* dan *post-test* yang diberikan kepada 75 siswa peserta pelatihan. Instrumen berupa 10 butir pertanyaan yang disusun berdasarkan materi pemanfaatan media digital untuk promosi wisata. Pertanyaan mencakup pengertian promosi digital, manfaat media

sosial, fungsi canva, unsur desain promosi, cara membuat konten menarik, kesesuaian konten dengan objek wisata, langkah membuat video promosi, pemilihan media sosial, karakteristik konten wisata yang baik, dan dampak promosi wisata. *Pre-test* diberikan sebelum penyampaian materi dan pelaksanaan praktik, sedangkan *post-test* diberikan setelah rangkaian pelatihan dan praktik pembuatan konten selesai. Soal di berikan kepada siswa melalui *google form*. Setiap jawaban benar diberi skor 1 dan jawaban salah diberi skor 0. Persentase jawaban benar dihitung dengan membandingkan jumlah jawaban benar dengan jumlah seluruh peserta pada setiap indikator, kemudian dikalikan 100%. *Pre-test* dan *post-test* selanjutnya dibandingkan untuk melihat perubahan pemahaman siswa pada setiap indikator dan secara keseluruhan. Penggunaan *pre-test* dan *post-test* sebagai evaluasi kegiatan pelatihan juga digunakan dalam kegiatan pengabdian lainnya untuk membandingkan proporsi jawaban benar sebelum dan sesudah pemberian materi atau edukasi (Sangadji & Rusdy, 2026; Pratita et al., 2024). Berikut dipaparkan hasil *pre-test* dan *post-test* pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Perbandingan Persentase Jawaban Benar *Pretest* dan *Posttest*

No	Indikator	<i>Pre-test</i> (%)	<i>Post-test</i> (%)	Perubahan (%)	Arah
1	Pengertian promosi digital	64,79	67,35	+2,56	Meningkat
2	Manfaat media sosial	73,24	65,31	-7,93	Menurun
3	Fungsi Canva	98,59	97,96	-0,63	Relatif tetap
4	Unsur desain promosi	53,52	63,27	+9,74	Meningkat
5	Cara membuat konten menarik	83,10	81,63	-1,47	Relatif tetap
6	Kesesuaian konten wisata	92,96	100,00	+7,04	Meningkat
7	Langkah membuat video promosi	95,77	95,92	+0,14	Relatif tetap
8	Pemilihan media sosial	94,37	91,84	-2,53	Relatif tetap
9	Karakteristik konten wisata yang baik	94,37	95,92	+1,55	Meningkat
10	Dampak promosi wisata	10,20	18,31	+8,11	Meningkat
Rata-rata		76,09	77,75	+1,66	Meningkat

Sumber: Data hasil evaluasi kegiatan.

Tabel 1 memperlihatkan bahwa secara keseluruhan terjadi kenaikan rata-rata proporsi jawaban benar sebesar 1,66 poin persentase, dari 76,09% pada *pre-test* menjadi 77,75% pada *post-test*. Pola tersebut menunjukkan bahwa perubahan pemahaman siswa tidak terjadi secara merata pada seluruh aspek. Peningkatan terbesar terdapat pada pemahaman mengenai unsur desain promosi, kesesuaian konten wisata, dan dampak promosi wisata. Sebaliknya, beberapa indikator justru mengalami penurunan kecil, terutama pemahaman mengenai manfaat media sosial. Dengan demikian, hasil *pretest-posttest* tidak menunjukkan peningkatan yang seragam pada semua aspek, melainkan memperlihatkan bahwa pelatihan memberikan penguatan pada kompetensi tertentu sementara beberapa konsep masih membutuhkan pendalaman.

Aspek yang paling menonjol adalah kesesuaian konten wisata. Persentase jawaban benar meningkat hingga mencapai 100%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setelah memperoleh pelatihan, peserta semakin mampu mengidentifikasi jenis materi visual yang relevan untuk

memperkenalkan Tepian Batang Mandau. Kemampuan ini penting karena promosi destinasi tidak cukup hanya menampilkan aktivitas penggunaan aplikasi, tetapi harus mampu memilih objek dan pengalaman wisata yang menjadi daya tarik utama.

Hasil kegiatan ini juga sejalan dengan Pratita et al. (2024) yang menggunakan desain *one-group pretest-posttest* untuk mengevaluasi perubahan pengetahuan peserta setelah kegiatan penyuluhan. Perbedaannya, peningkatan pada kegiatan tersebut terlihat lebih besar, sedangkan pada kegiatan ini perubahan rata-rata hanya sebesar 1,66 poin persentase. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa hasil evaluasi pelatihan dapat dipengaruhi oleh kondisi awal peserta dan karakteristik materi yang diberikan. Oleh karena itu, hasil *pre-test* dan *post-test* dalam kegiatan ini digunakan untuk menggambarkan perubahan pemahaman siswa secara deskriptif, sedangkan kemampuan siswa dalam menerapkan materi selanjutnya dilihat melalui praktik pembuatan poster dan video promosi.



Gambar 1. Pemberian materi dan praktek pada siswa

Temuan tersebut sejalan dengan Blanco-Moreno et al., (2024) yang menunjukkan bahwa karakteristik visual suatu unggahan memiliki hubungan dengan tingkat keterlibatan pengguna pada konten destinasi. Analisis terhadap 27.088

unggahan instagram menunjukkan bahwa foto yang berfokus pada tempat atau daya tarik wisata menghasilkan engagement yang lebih tinggi dibandingkan foto yang berfokus pada layanan *hospitality*. Temuan tersebut memperkuat pentingnya

kemampuan memilih objek wisata sebagai pusat pesan visual dalam pembuatan konten promosi.

Sebaliknya, indikator manfaat media sosial mengalami penurunan dari 73,24% menjadi 65,31%. Temuan ini tidak seharusnya langsung dipahami sebagai kegagalan pelatihan. Perubahan tersebut dapat menunjukkan bahwa siswa telah memperoleh pemahaman yang lebih kompleks mengenai fungsi media sosial sehingga tidak lagi melihat media sosial hanya sebagai sarana untuk memperoleh perhatian, tetapi perlu memahami tujuan komunikasi, sasaran audiens, dan dampak promosi secara lebih luas. Namun, interpretasi tersebut masih bersifat kontekstual karena data yang tersedia dalam artikel belum memungkinkan analisis terhadap perubahan skor masing-masing siswa.

Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa kompetensi digital memiliki beberapa lapisan. Kemampuan mengoperasikan aplikasi merupakan kompetensi teknis, sedangkan kemampuan memahami tujuan, sasaran, dampak, dan efektivitas komunikasi merupakan

kompetensi yang lebih konseptual. Tran et al., (2024) menempatkan pengetahuan dan kemampuan pemanfaatan sumber daya digital sebagai bagian penting dalam kompetensi digital, sedangkan Alam et al., (2024) menunjukkan bahwa kompetensi digital memiliki hubungan dengan keterlibatan peserta didik dalam lingkungan pembelajaran digital.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa literasi digital tidak dapat dipersempit menjadi kemampuan menggunakan aplikasi. Dalam konteks promosi wisata, literasi digital mencakup kemampuan memahami informasi, memilih materi yang relevan, mengolah pesan, menghasilkan konten, dan mengarahkannya kepada tujuan komunikasi tertentu.

Kemampuan Siswa Menghasilkan Poster dan Video Promosi

Pertanyaan penelitian kedua berkaitan dengan kemampuan siswa menerapkan Canva dan CapCut untuk menghasilkan konten promosi, serta membuat caption yang relevan (Tabel 2).

Tabel 2. Hasil Praktik Pembuatan Konten Digital

Aspek praktik	Bentuk kemampuan yang diamati	Hasil kegiatan
Canva	Membuat desain visual/poster	Siswa mampu menghasilkan poster promosi
Pemilihan objek	Menentukan daya tarik yang ditampilkan	Siswa menggunakan Tepian Batang Mandau sebagai objek konten
Penyusunan informasi	Memasukkan informasi yang relevan	Informasi wisata dimasukkan ke dalam karya
Unsur visual	Mengombinasikan gambar dan tulisan	Siswa menerapkan unsur visual dalam desain
CapCut	Menyusun dan menyunting video	Siswa mampu menghasilkan video pendek
Penyampaian pesan	Mengarahkan konten untuk promosi	Konten diarahkan untuk memperkenalkan wisata
Caption	Menyusun teks pendukung	Siswa berlatih membuat caption
Presentasi	Menjelaskan hasil karya	Perwakilan siswa mempresentasikan karya
Apresiasi	Penilaian hasil karya	Tiga karya terbaik memperoleh penghargaan

Sumber: Hasil observasi dan dokumentasi kegiatan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa siswa mampu mengikuti praktik pembuatan poster menggunakan Canva dan video pendek menggunakan CapCut. Peserta diarahkan untuk memilih objek wisata, menentukan informasi yang akan ditampilkan, menyusun unsur visual, melakukan penyuntingan video.

Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta tidak berhenti pada kemampuan mengenali fungsi aplikasi, tetapi telah mencoba menggunakan aplikasi untuk

menghasilkan produk komunikasi. Perubahan tersebut merupakan bagian penting dari proses pembelajaran keterampilan karena pengetahuan yang diperoleh melalui pelatihan diterapkan dalam bentuk karya nyata. Dalam artikel ini, poster dan video diposisikan sebagai bukti pendukung keterampilan, sedangkan hasil tes digunakan terutama untuk menggambarkan pemahaman konseptual peserta.



Gambar 2. Hasil poster siswa menggunakan canva

Temuan ini juga sejalan dengan kegiatan Muhida et al., (2025) yang memadukan pelatihan Canva dan CapCut dalam promosi pariwisata. Pelatihan yang berbasis demonstrasi dan praktik memungkinkan peserta memperoleh pengalaman langsung dalam menghasilkan poster dan video sebagai bahan promosi. Dengan demikian, kegiatan yang dilakukan di SMPN 7 Pinggir memperluas penerapan pendekatan tersebut pada kelompok siswa sekolah yang belum secara langsung terlibat sebagai pengelola destinasi.

Namun demikian, kemampuan teknis tersebut belum dapat diartikan bahwa seluruh peserta telah mencapai tingkat keterampilan yang sama. Hasil tes pada aspek unsur desain yang relatif rendah menunjukkan bahwa kemampuan mengoperasikan fitur aplikasi belum selalu diikuti kemampuan menerapkan prinsip

desain secara optimal. Oleh karena itu, keterampilan digital perlu dipahami sebagai kombinasi antara *technical skill* dan *content judgment*, yaitu kemampuan mengambil keputusan mengenai apa yang harus ditampilkan, bagaimana menampilkannya, dan untuk siapa konten tersebut dibuat.

Respons Peserta dan Konteks Pelaksanaan Pelatihan

Pertanyaan penelitian ketiga berkaitan dengan respons siswa dan pihak sekolah terhadap kegiatan pelatihan. Berdasarkan dokumentasi kegiatan, siswa mengikuti demonstrasi, praktik, presentasi, dan proses penilaian karya. Kegiatan juga memberikan ruang bagi siswa untuk menghasilkan karya berdasarkan objek wisata yang berada di lingkungan sekitar mereka.

Tabel 3. Bentuk Keterlibatan Peserta Selama Pelatihan

Bentuk keterlibatan	Indikasi yang diamati
Mengikuti materi	Peserta mengikuti penyampaian materi promosi digital
Praktik Canva	Peserta membuat desain/poster
Praktik CapCut	Peserta membuat video pendek
Penyusunan caption	Peserta mencoba membuat teks promosi
Presentasi	Perwakilan peserta mempresentasikan karya
Apresiasi	Tiga karya terbaik diberikan penghargaan
Pemanfaatan konteks lokal	Konten diarahkan pada Tepian Batang Mandau

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang menggabungkan penjelasan, demonstrasi, praktik, dan apresiasi memberikan ruang partisipasi yang cukup besar bagi siswa. Penggunaan objek wisata yang berada di lingkungan mereka juga membuat materi pelatihan lebih kontekstual. Siswa tidak diminta membuat konten dengan objek

yang jauh atau abstrak, tetapi diarahkan untuk mengolah potensi yang mereka kenal dalam kehidupan sehari-hari. Temuan ini sejalan dengan Muhida et al. (2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan Canva dan CapCut melalui penyampaian materi dan praktik langsung dapat mendorong peserta menghasilkan konten visual dan video yang diarahkan untuk promosi pariwisata lokal.



Gambar 3. Foto bersama dan pembagian hadiah reward oleh kepala sekolah dan guru

Keterlibatan pihak sekolah selama pelaksanaan pelatihan turut memberikan gambaran mengenai relevansi program dengan kebutuhan siswa. Kepala sekolah menilai bahwa pelatihan pembuatan konten digital merupakan kegiatan yang bermanfaat, mengingat masih terdapat siswa yang belum memahami pemanfaatan media digital secara produktif. Dukungan kepala sekolah juga terlihat dari kehadirannya yang secara konsisten mendampingi kegiatan di lapangan sejak

pelatihan dimulai hingga selesai. Selain kepala sekolah, guru turut menunjukkan keterlibatan aktif dengan mengikuti kegiatan sejak awal hingga akhir pelaksanaan. Salah seorang guru bahkan berpartisipasi sebagai juri dalam penilaian poster dan video yang dihasilkan siswa. Keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya memperoleh dukungan dari pihak sekolah, tetapi juga membuka ruang kolaborasi dalam proses

pendampingan dan apresiasi terhadap karya siswa.

Hal yang menarik dalam penelitian ini adalah konteks penggunaannya. Siswa tidak diarahkan membuat konten digital secara umum, tetapi diminta mengangkat Tepian Batang Mandau sebagai objek nyata yang berada dalam lingkungan sosial mereka. Konteks lokal tersebut membuat proses belajar menjadi lebih bermakna karena keterampilan digital yang dipelajari memiliki tujuan yang jelas. Siswa tidak hanya belajar "cara menggunakan Canva" atau "cara mengedit video", tetapi belajar bagaimana suatu tempat dapat dikemas menjadi informasi visual yang menarik bagi calon pengunjung. Pendekatan serupa terlihat dalam kegiatan pelatihan Canva dan CapCut bagi remaja Desa Penakir, yang mengarahkan keterampilan digital pada pembuatan konten positif yang dapat digunakan dan disebarluaskan melalui media sosial (Ningrum et al., 2024).

SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan pembuatan konten digital di SMPN 7 Pinggir memberikan pengalaman kepada siswa dalam menerapkan Canva dan CapCut untuk menghasilkan poster dan video promosi wisata Tepian Batang Mandau, disertai latihan penyusunan caption, presentasi, dan apresiasi karya. Rata-rata proporsi jawaban benar meningkat sebesar 1,66 poin persentase, dari 76,09% pada pretest menjadi 77,75% pada posttest, meskipun perubahan pada setiap indikator tidak seragam.

Hasil observasi menunjukkan keterlibatan siswa dalam menghasilkan konten digital, sementara kepala sekolah dan guru turut mendukung pelaksanaan kegiatan. Dengan demikian, pelatihan berbasis praktik dan potensi lokal dapat menjadi sarana penguatan literasi digital produktif siswa. Namun, peningkatan pemahaman masih relatif terbatas dan belum merata. Oleh karena itu, pelatihan lanjutan perlu memperdalam pemahaman mengenai manfaat media sosial, prinsip

desain, serta evaluasi kualitas konten promosi wisata.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada Ketua STAI dan UPPM STAI Hubbulwathan Duri atas dukungan, fasilitas, dan partisipasi yang diberikan selama kegiatan berlangsung. Penulis juga dapat mengucapkan terima kasih kepada Kepala Sekolah dan para Guru SMPN 7 Pinggir serta seluruh peserta dan pihak-pihak terkait yang telah berpartisipasi aktif sehingga kegiatan pengabdian dapat terlaksana dengan baik. Terimakasih juga kepada mahasiswa yang melakukan Kukerta di Desa Balai Pungut yang turut adil dalam proses Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi masyarakat serta pengembangan ilmu pengetahuan.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan dalam penelitian, penulisan, maupun publikasi artikel ini. Seluruh proses penelitian dilakukan secara independen dan tidak dipengaruhi oleh kepentingan pribadi, institusi, maupun pihak lain yang dapat memengaruhi objektivitas hasil penelitian.

SUMBER PENDANAAN

Sumber pendanaan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan tidak memperoleh pendanaan khusus dari lembaga pemerintah, swasta, maupun organisasi lainnya. Seluruh kegiatan penelitian dilakukan secara mandiri oleh penulis sebagai DPL dan Mahasiswa Kukerta sebagai tim.

PERNYATAAN PENGGUNAAN AI

Dalam proses penyusunan manuskrip ini, penulis menggunakan bantuan Artificial Intelligence (AI) secara terbatas untuk mendukung proses

penulisan, khususnya dalam membantu memperbaiki struktur kalimat, tata bahasa, dan penyusunan redaksi agar lebih sistematis. AI tidak digunakan untuk menghasilkan, mengubah, atau memanipulasi data hasil kegiatan. Seluruh data, hasil pengamatan, analisis, interpretasi, serta kesimpulan dalam manuskrip ini merupakan tanggung jawab penulis. Setiap keluaran yang dihasilkan dengan bantuan AI diperiksa, disesuaikan, dan ditelaah kembali oleh penulis berdasarkan data dan pelaksanaan kegiatan yang sebenarnya. Penulis bertanggung jawab penuh atas keakuratan, keaslian, integritas, dan substansi ilmiah manuskrip ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, M. M., et al. (2024). *Digital competence and students' engagement: A comprehensive analysis of smartphone utilization, perceived autonomy and formal digital learning as mediators. Interactive Technology and Smart Education*, 21(3), 461–488. <https://doi.org/10.1108/ITSE-09-2023-0189>
- Diwyarthi, N. D. M. S., & Pratama, I. W. A. (2024). Aktivitas PKM berupa penguatan desa wisata dalam bentuk pelatihan pemasaran digital di Desa Wisata Cemagi. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(1), 297–303. <https://doi.org/10.30653/jppm.v9i1.678>
- Ermanovida, E., Imania, K., Khairunnisyah, T., & Putri, A. U. (2023). Strengthening digitalmarketing in empowering typical culinary business actors as tourism potential in Meranjat Village, Ogan Ilir. *Community Empowerment*, 8(5), 716–722. <https://doi.org/10.31603/ce.8127>
- Grosso, F. O., Rodriguez-Molina, M. Á., & Castañeda-Garcia, J. A. (2024). The impact of destination-brand social media content on consumer online brand-related activities (COBRAs). *Tourism Management Perspectives*, 51, 101239. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101239>
- Jiang, et al. (2024). Understanding engagement with Instagram posts about tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 34, 100948. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100948>
- Muhida, R., Murwadi, H., Ainita, O., Sulistiyanti, S. R., & Kusumastuti, D. I. (2025). Pemberdayaan digital untuk pariwisata: Workshop Canva dan CapCut bagi pemuda Karang Taruna. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sakai Sambayan*, 9(1), 37–41. <https://doi.org/10.23960/jss.v9i1.572>
- Ningrum, N. S., Putri, I. R., Latifah, S. N., & Kurniawan, G. F. (2024). Pelatihan Canva dan Capcut sebagai upaya peningkatan kapasitas cakap digital serta penguatan nilai-nilai Pancasila pada remaja Desa Penakir. *Jurnal Bina Desa*, 6(3). <https://doi.org/10.15294/jurnalbina.desa.v6i3.13129>
- Nurmadewi, D., Yuniati, S., Firdaus, M. V., & Rachman, I. M. (2024). Digital marketing as a tourism village marketing strategy in East Java's Horseshoe Region. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 46–53. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp46-53>
- Pratita, A. T. K., Octavia, D. R., Mutiarani, S. S., Putra, G. T. D., Ramadan, R. S., & Nurazizah, R. (2024). Peningkatan pengetahuan masyarakat tentang penyakit demam berdarah dengue melalui penyuluhan di Provinsi Jawa Barat. *JMM (Jurnal MasyarakatMandiri)*, 8(5). <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i5.25452>
- Pujiastuti, E. E., Rahmawati, K., Hapsari, N. R., Korrag, S. T. G., Mu'afi, M. I., Zaki, A., et al. (2024). Peningkatan kualitas konten sebagai strategi promosi desa wisata. *Tepis Wiring: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 65–77.

- <https://doi.org/10.33379/tepiswirin.g.v3i1.4197>
- Purworini, D., Chasana, R. R. B., Palupi, P., Setyawan, S., Triyono, A., & Yuwono, I. T. (2023). *The role of community empowerment in the development of a marketing communication strategy for Kembang Kuning Tourism Village. ASEAN Journal of Community Engagement*, 7(1), 113–126. <https://doi.org/10.7454/ajce.v7i1.1193>
- Sangadji, N. W., & Rusdy, M. D. R. (2026). Efektivitas edukasi penanganan serangan jantung dan resusitasi jantung paru (RJP) terhadap peningkatan pengetahuan kader kesehatan: Studi pretest–posttest di wilayah kerja Puskesmas Kelurahan Jatipulo II. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 9(3). <https://doi.org/10.33024/jkpm.v9i3.24761>
- Setiawan, A. (2024). The role of village government in digital-based community empowerment in tourism villages. *Journal of Governance*, 9(3), 461–475. <https://doi.org/10.31506/jog.v9i3.28017>
- Sukmaningsih, W. R., Habibi, M., Wulandari, N. S., & Putri, W. N. (2024). Pelatihan deteksi dini stunting pada kader Posyandu pasca pandemi COVID-19 di Desa Plumbon, Mojolaban, Sukoharjo. *Jurnal Abdi Mas Adzkia*, 5(1).
- Solikhatus, E. Y., Kusumadewi, Y., Sari, L. K., Sulaiman, A. I., Wuryaningsih, T., & Prastyanti, S. (2023). Women's participation in tourist village empowerment. *Journal of Digital Marketing and Communication*, 3(1), 36–48. <https://doi.org/10.53623/jdmc.v3i1.261>
- Tran, et al. (2024). Digital competence of students in higher education: An assessment framework in Vietnam. *Asian Education and Development Studies*, 13(5), 473–487. <https://doi.org/10.1108/AEDS-04-2024-0080>
- Zhou, et al. (2025). Unveiling customer engagement in destination marketing: A multimodal approach to analyzing official promotional videos. *International Journal of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1002/jtr.70152>