

Pelatihan Produksi Video Berbasis Android dan Pelatihan Tiktok Afiliate untuk Mempromosikan Destinasi Wisata Tubing di Desa Beruk, Kecamatan Jatiyoso

**¹Hermansyah Muttaqin, ¹Ibnu Kuncoro Broto, ¹Jauhari Jauhari,
¹Sigied Himawan Yudhanto***

¹Program Studi D4 Desain Media Digital, Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

*Corresponding Author
Jl Kol Sutarto Nomor 150K, Jebres, Surakarta City, Central Java 57126
E-mail:sigiedhy@staff.uns.ac.id

Received:
24 April 2025

Revised:
15 August 2025

Accepted:
20 October 2025

Published:
27 November 2025

Abstrak

Desa Beruk di Kecamatan Jatiyoso, Kabupaten Karanganyar, terdapat potensi wisata alam berupa aliran sungai Kali Jlantah yang dimanfaatkan destinasi wisata tubing yang diberi nama Tubing Muslim 06. Untuk meningkatkan promosi destinasi wisata Tubing Muslim 06 diperlukan pelatihan produksi dan editing video berbasis Android dengan menggunakan aplikasi CapCut serta pemanfaatan TikTok Affiliate. Pelatihan tersebut menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR) yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat dan bertujuan untuk memberdayakan pengelola wisata dalam menciptakan konten kreatif dan efektif, sehingga dapat meningkatkan daya tarik wisatawan dan meningkatkan pendapatan komunitas secara ekonomi. Melalui rangkaian solusi tersebut, diharapkan mitra dapat meningkatkan keterampilan digital mereka dalam produksi video promosi, memanfaatkan TikTok Affiliate sebagai sumber pendapatan tambahan, serta mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif. Dengan implementasi yang tepat, wisata tubing di Desa Beruk dapat semakin dikenal dan menarik lebih banyak wisatawan, sehingga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

Kata kunci: Cap cut; Desa Wisata; Editing; Video tik tok; Tubing desa Beruk

Abstract

Beruk Village in Jatiyoso District, Karanganyar Regency, has natural tourism potential in the form of the Kali Jlantah river flow, which is used as a tubing tourist destination called Tubing Muslim 06. To increase the promotion of Muslim 06 Tubing tourist destinations, training in Android-based video production and editing is needed using the CapCut application and the TikTok Affiliate. The training uses the Participatory Action Research (PAR) method, which is oriented towards community empowerment and aims to empower tourism managers in creating creative and compelling content so as to increase tourist attraction and increase community income economically. Through this series of solutions, partners are expected to improve their digital skills in promotional video production, utilize TikTok Affiliate as an additional source of income, and develop effective digital marketing strategies. With proper implementation, tubing tourism in Beruk Village can be increasingly recognized and attract more tourists, thus contributing to local economic growth.

Keywords: Cap cut; Tourism Village; Video Editing; tik tok; Tubing Beruk village

PENDAHULUAN

Dusun Pondok di Desa Beruk, Kecamatan Jatiyoso, Kabupaten Karanganyar merupakan sebuah desa dengan topografi lembah yang selama ini lebih dikenal sebagai sentra pertaniannya, khususnya tanaman ubi jalak tawa, karena letak desa yang berada di dataran tinggi sebelah Selatan (lereng Gunung Lawu) yang memungkinkan tanaman tersebut tumbuh sangat subur. Selain potensi pertanian para pemuda desa Beruk juga ingin memaksimalkan potensi lain yang terdapat di desa mereka, yaitu potensi destinasi wisata (Afriadi, 2024; Yulianti, 2024). Di tengah desa Beruk terdapat sungai yang bernama kali Jlantah yang memiliki air yang jernih serta senantiasa mengalir deras, dan sungai tersebut oleh para pemuda desa yang tergabung dalam komunitas karang taruna Bintang timur untuk mengelola unit usaha sebagai event musiman untuk menambah kas Karang Taruna yang karena terus di kelola maka pada akhirnya menjadi sebuah destinasi wisata arung jeram atau lebih dikenal dengan wisata tubing, dan wisata tubing tersebut di beri nama Tubing Muslim 06 yang sebelumnya bernama Watu Gedepark (Dewanti et al., 2021; Yudhanto et al., 2022). Tubing Muslim 06 Kali Jlantah merupakan salah satu tempat tubing yang cocok dikunjungi untuk menguji adrenalin dengan nuansa alam pegunungan dan berlokasi di antara tebing yang tinggi. Lokasinya yang indah dengan air yang jernih dan sungai dengan bebatuan gunung yang masih alami dan terdapat turunan. Tubing Muslim menawarkan berbagai fasilitas selain tubing yaitu *outbond, archery* (memanah), *hiking, air softgun/paintball, motocross* dan pemandangan alam air terjun (Fikria, 2024).



Gambar 1. Atraksi tubing Wisata Tubing Muslim 06,
Desa Beruk Ke Jatiyoso Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah

Rencana program pengabdian pada masyarakat (PKM) Prodi D3 DKV SV UNS untuk tahun 2025 ini merupakan tindak lanjut dari PKM pada tahun 2022 (SKIM HGR 2022) tentang pelatihan SEO dan manajemen sosial media (Prayoga, 2023). Dimana kondisi terkini Tubing Muslim 06 dan Bumbes Giri Tani melakukan patungan modal dan juga mendapat suntikan dana investor dari luar untuk mengelola wisata tubing tersebut. Tubing Muslim 06 buka dari jam 09.00 – 16.00 WIB pada hari Senin – Sabtu dan buka jam 08.00 – 17.00 pada hari Ahad. Harga tiket masuk untuk wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara Rp.5.000,-/ orang. Terdapat beberapa fasilitas di Tubing Muslim 06 Kali Jlantah antara lain *Safety Realing*, Makan, *Coffee Break*, Dokumentasi, tubing, tempat *archery* dan *hiking* (Pro, 2024). Pengelolaan Tubing Muslim 06 dilakukan secara mandiri oleh pemuda Desa Beruk. Mereka bertanggung jawab atas operasional harian, pemeliharaan fasilitas, dan pelayanan kepada pengunjung. Namun, dalam hal produksi konten promosi, masih terus di lakukan pembaruan untuk mendapatkan sisi positif dari promosi

wilayah yang bisa terus di maksimalkan aspek atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas (Ariyani, 2023), meski secara tata kelola usaha berjalan dengan baik, tetapi masih ada ruang untuk lebih bisa meningkatkan promosi terutama dalam strategi pemasaran digital (Putu Henny Puspawati & Ristanto, 2018; Sihombing & Hariyanto, 2019; Wicaksono et al., 2023).



Gambar 2. Peserta Wisata Tubing Muslim 06, Desa Beruk Ke Jatiyoso
Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah

Hasil *follow up* yang juga merupakan tindak lanjut dari hasil PKM pertama tahun 2022 maka dapat disimpulkan bahwa persoalan yang dihadapi mitra Tubing Muslim 06 yaitu masih perlu memaksimalkan promosi yang terbatas karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan khususnya *upskilling* dan *reskilling soft skill* dalam memproduksi dan editing video dalam membuat konten promosi yang menarik namun efisien sehingga menyebabkan minimnya konten promosi yang menarik di *platform digital* termasuk belum optimalnya penggunaan *platform* media sosial seperti TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Membangun strategi komunikasi pemasaran digital sangat penting bagi kewirausahaan untuk meningkatkan reputasi bisnis dan identitas produk (Rozaq & Nugrahani, 2023; Susanti et al., 2022). Persaingan dengan destinasi wisata sejenis di sekitar desa Beruk di Jatiyoso Karanganyar menuntut strategi promosi digital yang lebih kreatif dan efektif untuk menarik minat wisatawan. Sehingga dengan mengidentifikasi permasalahan tersebut, diharapkan pelatihan pengabdian masyarakat yang direncanakan dapat memberikan solusi yang tepat guna meningkatkan kapasitas mitra dalam mempromosikan destinasi Tubing Muslim 06. Untuk mengatasi hal tersebut, ditawarkan beberapa solusi strategis yang sistematis dan berorientasi pada hasil nyata.

Tim pengusul pengabdian masyarakat telah melakukan studi awal terhadap strategi pemasaran digital untuk sektor pariwisata berbasis alam. Berdasarkan riset yang dilakukan Kotler dalam Andhika (2019; Dewi et al., 2019), pemasaran berbasis video mampu meningkatkan engagement hingga 80% lebih tinggi dibandingkan pemasaran berbasis teks dan juga dapat menciptakan *online engagement* (Nurmasari et al., 2023) kepada audiens.

Promosi pariwisata berbasis video telah muncul sebagai strategi yang efektif untuk menarik pengunjung ke berbagai destinasi. Penelitian menunjukkan bahwa video promosi dapat menampilkan keindahan alam, kekayaan budaya, dan pengalaman unik dari suatu lokasi (Crestini, 2023). Video-video ini sering kali menggunakan teknik sinematik dan pengeditan yang inovatif

untuk membuat konten yang menarik yang dapat dibagikan di platform media sosial (Marta & Usman, 2023).



Gambar 3. PKM Prodi D3 DKV SV UNS Tahun 2022 di Tubing Muslim 06

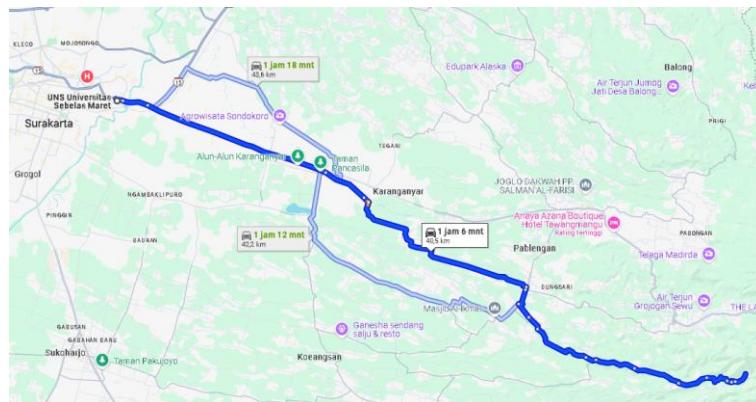
Selain itu, menggabungkan kearifan lokal dan elemen cerita dalam video promosi dapat memberikan perspektif yang lebih mendalam dan memuaskan bagi calon wisatawan (Pamungkas, 2022). Pencitraan merek kota melalui promosi video menjadi semakin penting dalam persaingan global di antara daerah perkotaan, dengan kota-kota seperti Surabaya memanfaatkan pendekatan ini untuk menyoroti atribut unik mereka dan menarik pengunjung (Lestari et al., 2022). Secara keseluruhan, promosi pariwisata berbasis video berfungsi sebagai alat yang ampuh untuk menampilkan destinasi, meningkatkan visibilitas, dan berpotensi meningkatkan kunjungan wisatawan dan manfaat ekonomi lokal.

Studi terbaru menyoroti dampak signifikan TikTok terhadap pariwisata. *Platform* ini memengaruhi keputusan perjalanan dan pilihan destinasi, terutama di kalangan wisatawan muda Tiongkok (Zhou et al., 2023). Efektivitas TikTok dalam mempromosikan destinasi pariwisata disebabkan oleh kontennya yang menarik, feed yang atraktif, dan kemampuannya untuk menampilkan atraksi (Belza et al., 2024). Aplikasi ini berfungsi sebagai alat pemasaran yang ampuh, menjangkau audiens yang lebih besar dan memengaruhi niat perjalanan (Belza et al., 2024; Nurbaiti, 2024). Penelitian di Penang, Malaysia, mengungkapkan bagaimana pengguna yang berbeda, termasuk organisasi pengelola destinasi dan influencer, menggunakan TikTok untuk berinteraksi dengan target pasar (Tham et al., 2024).

Di Indonesia, potensi TikTok untuk mempromosikan ekowisata dan konservasi alam dalam negeri terlihat jelas, dengan konten yang berhubungan dengan pariwisata yang menghasilkan jutaan penayangan dan keterlibatan yang signifikan (Nurbaiti, 2024). Temuan ini menggarisbawahi peran TikTok dalam membentuk strategi pemasaran pariwisata dan pengambilan keputusan konsumen di era digital (Tham et al., 2024; Yudhanto, 2025; Zhou et al., 2023). Dengan mempertimbangkan hasil riset ini, solusi yang ditawarkan telah disusun secara strategis agar sesuai dengan tren pemasaran digital terkini serta kondisi spesifik yang dihadapi oleh mitra Tubing Muslim 06. Melalui rangkaian solusi ini, diharapkan mitra dapat meningkatkan keterampilan digital mereka dalam produksi video promosi, memanfaatkan TikTok *Affiliate* sebagai sumber pendapatan tambahan, serta mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif. Dengan implementasi yang tepat, wisata tubing di Desa Beruk dapat semakin dikenal dan menarik lebih banyak wisatawan, sehingga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

METODE PELAKSANAAN

Gambaran lokasi mitra Tubing Muslim 06 tempat pengabdian masyarakat di desa Beruk Jatiyoso Kabupaten Karanganyar dengan jarak sekitar 40 Km dari kampus UNS Kentingan dan waktu perjalanan sekitar 1 jam kearah timur dengan menggunakan Google Map.



Gambar 4. Screenshot Google Map jarak tempuh mitra dari UNS

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat untuk tahun 2025 kurang lebih sama dengan PKM tahun 2022 dimana kegiatan pelaksanaan untuk PKM tahun 2025 di laksanakan pada hari selasa tanggal 22 Mei yang di mulai pukul 08.30 hingga selesai dalam bentuk kegiatan berupa *workshop* atau pelatihan dalam skala kecil untuk 10-15 orang peserta, sebab dinilai akan lebih efektif jika yang ikut merupakan *stakeholders* yang terlibat dalam pengelolaan Tubing Muslim dan dapat mencapai standar capaian yang diharapkan. Detail kegiatan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

1	Nama Kegiatan	: Pelatihan Produksi Video dengan menggunakan CapCut untuk Pemuda Desa Beruk
	Peserta	: 10 orang pemuda dari Karang Taruna Bintang timur desa Beruk
	Peralatan	: Laptop
		: Smartphone pribadi peserta
		: LCD proyektor
	Lokasi	: Gedung balai desa Beruk
	Narasumber	: Wahyu Lies Sundoro., S.Si.
	Pelaksana	: 1 orang instruktur Produksi & Editing Video dari praktisi Broadcasting. : 2 orang mahasiswa prodi D-3 DKV Sekolah Vokasi UNS.
2	Nama Kegiatan	: Pelatihan Tiktok Affiliate untuk Pemuda Desa Beruk
	Peserta	: 10 orang pemuda desa Beruk
	Peralatan	: Laptop
		: Smartphone pribadi peserta
		: LCD proyektor
	Lokasi	: Gedung balai desa Beruk
	Narasumber	: Wahyu Lies Sundoro., S.Si.
	Pelaksana	: 1 orang instruktur Editing Video dari praktisi Broadcasting. : 2 orang mahasiswa prodi D-3 DKV Sekolah Vokasi UNS.
	Kelengkapan lain	: Vandel, sertifikat, konsumsi, laptop, LCD, dan pengeras suara.
	Hasil kegiatan :	: Hasil dari pelatihan Produksi Video akan mendukung kegiatan pelatihan selanjutnya. : Sumber daya manusia pemuda desa Beruk yang memiliki kemampuan Produksi Video. : Liputan kegiatan di media massa cetak/ <i>online</i> . : Dokumentasi berupa video yang diupload melalui <i>Youtube</i> dan media sosial.

Gambaran IPTEKS yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian tersebut adalah sebagaimana yang ditampilkan pada table 3, terdapat beberapa aspek multidisiplin dari ilmu pengetahuan yang di dapatkan.

Tabel 2. Metode Implementasi Penggunaan IPTEKS pada Kegiatan Pengabdian

Aspek	Ilmu Pengetahuan yang Diterapkan	Teknologi yang Diterapkan
Desain Komunikasi Visual/Desain Media	Prinsip desain dalam pembuatan video promosi	Aplikasi CapCut untuk editing video di Android
Digital Marketing	Komposisi visual, warna, tipografi, dan storytelling dalam video	Teknik editing: <i>trimming, color grading, efek transisi, teks, dll.</i>
	Strategi pemasaran digital berbasis media sosial (TikTok)	Algoritma TikTok untuk meningkatkan engagement
	Teknik <i>soft-selling</i> dan <i>content marketing</i> dalam promosi wisata	Optimasi video TikTok (<i>hashtags, captions, trending sounds, dll.</i>)
Pariwisata & Ekonomi Kreatif	Konsep pariwisata berbasis komunitas (<i>community-based tourism</i>)	TikTok sebagai <i>platform</i> promosi wisata
	Strategi branding destinasi wisata	Program TikTok Affiliate untuk monetisasi konten
Analitik Digital	Evaluasi efektivitas konten dan engagement audiens	Fitur <i>Analytics</i> TikTok untuk mengukur performa video
	Strategi peningkatan <i>reach</i> dan interaksi	Monitoring performa video dan optimasi konten

Dengan tabel ini, penerapan Iptek dalam program pengabdian masyarakat dapat lebih jelas dan terstruktur.

Dokumentasi untuk kegiatan tersebut sebagaimana ditampilkan pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan	Deskripsi
	Suasana pembukaan kegiatan pelatihan oleh tim pengabdian masyarakat dari prodi D4 Desain Media digital (D4 DMD) Sekolah vokasi Visual Universitas Sebelas Maret, dihadiri oleh ketua, karang taruna, dan peserta pelatihan, perwakilan remaja dan Bumdes. Acara dibuka secara resmi oleh Kepala Kaprodi D3 DKV Sekolah vokasi UNS.
	Foto bersama seluruh peserta, sebagai awal pembukaan sebelum acara ini dimulai terdiri dari tim pengabdian, dan pemuda karang taruna karang taruna, dan peserta pelatihan, perwakilan remaja dan Bumdes.



Pemateri sedang memberikan penjelasan teknis tentang penggunaan TikTok Affiliate dengan menggunakan smartphone Android. Peserta terlihat antusias menyimak sambil membuka aplikasi TikTok di ponsel mereka.



Pemateri sedang memberikan penjelasan teknis tentang tahapan produksi video menggunakan smartphone Android. Peserta terlihat antusias menyimak sambil membuka aplikasi editing di ponsel mereka.



Peserta duduk berkelompok sambil mengedit video hasil rekaman mereka menggunakan aplikasi CapCut. Tim pengabdian mendampingi secara langsung proses editing.



Deskripsi: Pemateri menjelaskan cara mendaftar dan mengaktifkan akun TikTok Affiliate. Tampak peserta sedang mencoba mengatur akun TikTok mereka secara langsung.



Peserta mencoba mengunggah video ke akun TikTok masing-masing dan menyisipkan link afiliasi. Aktivitas dilakukan secara interaktif dengan bimbingan dari tim pengabdian.



Foto bersama seluruh peserta, tim pengabdian, dan perangkat desa setelah kegiatan selesai. Tampak suasana akrab dan penuh semangat, serta penyerahan sertifikat kepada peserta pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Beruk, Kecamatan Jatiyoso, terbagi dalam dua sesi utama, yaitu pelatihan produksi video berbasis Android dan pelatihan pemanfaatan program TikTok Affiliate untuk promosi destinasi wisata tubing. Kegiatan ini diikuti oleh perwakilan karang taruna, pelaku wisata lokal, serta masyarakat yang terlibat langsung dalam pengelolaan destinasi wisata.

Pelatihan Produksi Video Berbasis Android

Peserta dilatih untuk menggunakan perangkat Android yang mereka miliki guna merekam dan mengedit video promosi secara mandiri. Aplikasi yang digunakan antara lain CapCut dan Kinemaster. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebelum pelatihan, 80% peserta belum pernah menggunakan aplikasi editing video. Setelah pelatihan, peserta mampu memproduksi video pendek berdurasi 30 detik hingga 1 menit dengan kualitas cukup baik untuk diunggah ke media sosial. Output yang dihasilkan berupa 10 video pendek yang menampilkan aktivitas tubing di sungai Desa Beruk, suasana alam sekitar, dan testimoni wisatawan. Video-video ini kemudian diunggah ke akun media sosial masing-masing peserta dan akun bersama milik komunitas wisata.

Pelatihan Produksi dan Editing Video Berbasis Android menggunakan CapCut

Tujuan: Meningkatkan keterampilan mitra dalam membuat konten promosi yang menarik dan profesional dengan menggunakan aplikasi CapCut.

Langkah-langkah implementasi:

1. *Workshop* Teori dan Praktik: Peserta akan diberikan teori dasar tentang videografi, storytelling, dan teknik editing video.
2. Praktik Editing Video: Peserta akan diajarkan cara menggunakan aplikasi CapCut untuk memotong, menggabungkan, menambahkan efek, teks, dan musik.
3. Pembuatan Video Promosi: Setiap peserta akan membuat video pendek mengenai wisata tubing yang nantinya akan diunggah di media sosial.

Luaran yang dihasilkan:

1. Video promosi profesional yang dapat diunggah ke media sosial.
2. Modul pelatihan editing video dengan CapCut.
3. Peningkatan keterampilan pengelola dalam produksi konten digital untuk media social.

Pelatihan TikTok Affiliate

Pelatihan ini bertujuan agar peserta tidak hanya mempromosikan destinasi wisata secara organik, tetapi juga mampu mendapatkan potensi penghasilan tambahan melalui program TikTok Affiliate. Peserta diperkenalkan dengan cara membuat akun TikTok Shop Affiliate, memilih produk terkait wisata (seperti perlengkapan *outdoor*, pakaian renang, dan souvenir), serta menyisipkan tautan

affiliate ke dalam video promosi mereka. Hasilnya, sebanyak 6 peserta berhasil mendaftar dan mengaktifkan akun TikTok Affiliate mereka. Beberapa peserta sudah mulai mendapatkan klik dan interaksi pada tautan affiliate yang mereka bagikan, meskipun belum menghasilkan konversi penjualan secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman dan penerapan awal program sudah berjalan, namun perlu didampingi secara berkala untuk mencapai hasil yang optimal.

Pelatihan dan Implementasi TikTok Affiliate untuk Mempromosikan Wisata Tubing

Tujuan: Mengajarkan mitra cara memanfaatkan program TikTok Affiliate untuk meningkatkan eksposur wisata tubing sekaligus menghasilkan pendapatan tambahan dari komisi produk terkait wisata.

Langkah-langkah implementasi:

1. Pengenalan TikTok Affiliate: Peserta akan diberikan pemahaman tentang konsep TikTok Affiliate, cara kerja, dan manfaatnya bagi usaha wisata.
2. Optimalisasi Akun TikTok: Pelatihan tentang strategi membangun akun TikTok yang menarik dan profesional, termasuk pengaturan bio, penggunaan hashtag, dan tren konten viral.
3. Strategi Pemasaran TikTok: Peserta akan belajar teknik membuat video menarik untuk mempromosikan wisata tubing sambil menyiapkan produk-produk yang dapat dimonetisasi melalui TikTok Affiliate.
4. Monitoring dan Evaluasi: Evaluasi kinerja akun TikTok mitra dan bimbingan berkelanjutan untuk meningkatkan engagement serta konversi penjualan.

Luaran yang dihasilkan:

1. Akun TikTok dengan konten menarik dan strategi promosi yang efektif.
2. Peningkatan keterampilan *digital marketing* berbasis media sosial.
3. Penghasilan tambahan melalui program TikTok Affiliate.

Hasil yang Diharapkan dan Luaran Terukur

1. Peningkatan produksi konten digital
 - a. Minimal 10 video promosi profesional dihasilkan dan diunggah ke TikTok dan YouTube.
 - b. Modul pelatihan editing video CapCut tersedia untuk referensi mitra.
2. Optimalisasi TikTok Affiliate
 - a. Minimal 5 akun TikTok peserta aktif dengan peningkatan jumlah pengikut dan interaksi.
 - b. 70% peserta mendapatkan komisi pertama dari TikTok Affiliate dalam 3 bulan.

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan produksi video berbasis Android dan TikTok Affiliate di Desa Beruk, Kecamatan Jatiyoso, telah terlaksana dengan baik dan mencapai beberapa indikator kesuksesan. Hal ini terlihat dari meningkatnya kemampuan teknis peserta dalam membuat konten promosi wisata secara mandiri, terbentuknya tim kreatif muda desa yang aktif memproduksi dan membagikan video promosi Tubing Muslim 06 melalui media sosial, serta bertambahnya jangkauan dan interaksi digital destinasi wisata di *platform* TikTok dan Instagram. Meskipun pelatihan masih berada pada tataran dasar, kegiatan ini merupakan tahap lanjutan dari program penguatan digitalisasi promosi wisata pedesaan. Hasilnya memberikan pondasi kuat bagi para

pemuda yang didukung oleh BUMDes untuk lebih adaptif terhadap perkembangan media digital dan teknologi promosi. Ke depan, diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan intensif dan pelatihan lanjutan agar potensi ekonomi digital yang telah tumbuh dapat berkembang lebih optimal serta memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat Desa Beruk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini didanai oleh RKAT PTNBH Universitas Sebelas Maret (UNS) Tahun Anggaran 2025 melalui skema P2M PENGABDIAN HIBAH GRUP RISET (PENELITIAN HGR-UNS C) Desain Media dengan Nomor kontrak Pengabdian masyarakat:370/UN27.22/PT.01.03/2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriadi, A. (2024, June 3). *Ngadem Seseruan di Tubing Muslim Kali Jlantah Jatiyoso, Ini Rute, Alamat, Jam Buka dan Harga Tiket Masuknya*. Karanganyarnews.Pikiran-Rakyat.Com. <https://karanganyarnews.pikiran-rakyat.com/wisata/pr-1908167425/ngadem-seseruan-di-tubing-muslim-kali-jlantah-jatiyoso-ini-rute-alamat-jam-buka-dan-harga-tiket-masuknya?page=all>
- Andhika, A. (2019). Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Ke Provinsi Kalimantan Selatan. *MUTAKALLIMIN; Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 26–30. <http://dx.doi.org/10.31602/jm.v2i2.3515>
- Ariyani, L. (2023). *Struktur dan Kemandirian Pembangunan Manajemen Bencana Kawasan Wisata Lereng Gunung Lawu di Kabupaten Karanganyar* [Universitas Sebelas Maret]. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/101736/>
- Belza, A. Y. M., Rosario, J. S. R. D., Fowler, A. R. B., Lauron, F. M., Lumabas, A. F. P., & Dellova, R. (2024). Tiktok Herd: A Significance Study in the Tourism Industry. *Lacultour: Journal of Language And Cultural Tourism*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.52352/lacultour.v3i1.1383>
- Crestini, N. (2023). Perancangan Video Promosi Pantai Parang Semar sebagai Tempat Wisata Keluarga. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 3(2), 93–108. <https://doi.org/10.33479/sb.v3i2.222>
- Dewanti, R. P., Ningsih, H., Paryanto, E., & Yudhanto, S. H. (2021). Desain Kemasan Produk UMKM Makanan Ringan sebagai Peningkatan Daya Beli Konsumen Keripik Singkong. *UN PENMAS (Jurnal Pengabdian Masyarakat Untuk Negeri)*, 1(2), 50–56. <https://doi.org/10.29138/un-penmas.v1i2.1593>
- Dewi, S. W. K., Hernawan, Y., & Musafa, M. (2019). Pelatihan Pengembangan Strategi Pemasaran Kopi Palasari Melalui Pembuatan Video Kreatif di Kampung Wisata Edukasi Kopi Palasari Bandung. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 105–117. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v2i1.4976>
- Fikria, S. (2024, Jumat, Mei). *Wisata Karanganyar: Tubing Muslim Kali Jlantah, Hidden Gem Bagi Pecinta Alam dan Petualang yang Rindu Suasana Asri nan Alami*. Radarsolo.Jawapos.Com. <https://radarsolo.jawapos.com/karanganyar/844662816/wisata-karanganyar-tubing-muslim-kali-jlantah-hidden-gem-bagi-pecinta-alam-dan-petualang-yang-rindu-suasana-asri-nan-alami>
- Lestari, M. M., Agustin, S. A., & Sayatman, S. (2022). Perancangan Video Promosi Wisata Kota Surabaya dengan Menggunakan Branding Semarak Surabaya. *E-Journal SPIRIT PRO PATRIA: Journal of Research-Based Community Service*, 8(1), 58–66. <https://doi.org/10.29138/spirit.v8i1.2187>

- Marta, W., & Usman, R. (2023). Mengembangkan Branding Desa Wisata Nyarai Melalui Video Promosi Dengan Teknik-Teknik Editing yang Menarik. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1921–1929. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i3.1101>
- Nurbaiti, H. R. (2024). Scroll, Discover, Visit: Potential Of Tiktok Media Platform In Boosting Indonesian Domestic Ecotourism And Nature Conservation. *Media Konservasi*, 29(3), 492. <https://doi.org/10.29244/medkon.29.3.492>
- Nurmasari, N. D., Jazuli, A. M., Nurad, R., & Muthmainna, M. (2023). Peningkatan Online Engagement Melalui Sosialisasi Pembuatan Video Konten Pemasaran dan Media Promosi Digital. *Dedikasi Sains Dan Teknologi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 206–211. <https://doi.org/10.47709/dst.v3i2.3229>
- Pamungkas, A. (2022). Narasi dan Representasi Kearifan Lokal dalam Video Promosi Pariwisata The Heartbeat of Toba. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 8(3), 278–297. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v8i3.5624>
- Prayoga, D. E. T. (2023, March 3). *Prodi D3 DKV Sekolah Vokasi UNS Kembangkan Destinasi Wisata di Dusun Pondok, Desa Beruk Jatiyoso, Karanganyar*. Vokasi.Uns.Ac.Id. <https://vokasi.uns.ac.id/berita/prodi-d3-dkv-sekolah-vokasi-uns-kembangkan-destinasi-wisata-di-dusun-pondok-desa-beruk-jatiyoso-karanganyar>
- Pro, S. (2024, November 18). *Yuk Intip Keseruan Wisata Arung Jeram Tawangmangu*. Kontenbisnis.Id. <https://kontenbisnis.id/wisata-arung-jeram-tawangmangu/>
- Putu Henny Puspawati, D., & Ristanto, R. (2018). Strategi Promosi Digital untuk Pengembangan Pariwisata Kota Magelang. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 1(2), 1–20. <https://doi.org/10.56354/jendelainovasi.v1i2.14>
- Rozaq, M., & Nugrahani, R. U. (2023). Penggunaan Platform Video Pendek Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Digital untuk UMKM. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(1), 21–30. <https://doi.org/10.33366/jkn.v5i1.271>
- Sihombing, D. A., & Hariyanto, O. I. B. (2019). Digital Pemasaran Pariwisata dan Pendekatan Soft Skill di Destinasi Wisata. *Jurnal ALTASIA*, 1(2), 47–52. <https://doi.org/10.37253/altasia.v1i2.464>
- Susanti, R., Silvia, E. D., & Ariani, F. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing Berbasis Konten pada Ve Bordir dan Sulaman Bukittinggi. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 1129–1136. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.5516>
- Tham, A., Chen, S.-H. (Ava), & Durbidge, L. (2024). A Pentadic Analysis of TikTok Marketing in Tourism: The Case of Penang, Malaysia. *Tourist Studies*, 24(1), 75–103. <https://doi.org/10.1177/14687976231218483>
- Wicaksono, B., Muchran, M., & Basri, A. I. (2023). Pengembangan Wisata Watu Gendong Melalui Optimalisasi Manajemen dan Promosi Digital di Desa Beji Kabupaten Gunung Kidul. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.33394/jpu.v4i1.6439>
- Yudhanto, S. H. i, Prayoga, D. E. T., Setyawan, A., Widayamurti, N., Muttaqin, H., & Jauhari, J. (2022). Pelatihan Search Engine Optimization (SEO) dan Manajemen Media Sosial Berbasis Android untuk Meningkatkan Eksposur Destinasi Wisata Tubing di Desa Beruk, Kecamatan Jatiyoso, Kabupaten Karanganyar. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 807–815. <https://doi.org/10.20527/btjpm.v4i3.5583>
- Yudhanto, S. H. (2025). *Desain Media Digital Fundamental*. Pena Persada. https://penapersada.id/buku/detail_buku.php?id=2487
- Yulianti, N. D. (2024, November 30). *Petualangan Seru Wisata Alam yang Menawarkan Petualangan River Tubing Menantang, Kunjungi saat Liburan Tahun Baru 2025 di Karanganyar*. Kelumajang.Com. <https://www.kelumajang.com/wisata/98114052899/petualangan-seru-wisata-alam-yang-menawarkan-petualangan-river-tubing-menantang-kunjungi-saat-liburan-tahun-baru-2025-di-karanganyar?page=2>

Zhou, Q., Sotiriadis, M., & Shen, S. (2023). Using TikTok in Tourism Destination Choice: A Young Chinese tourists' Perspective. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101101. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101101>