

## **PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL MENGGUNAKAN SIPETOK BAGI KARANG TARUNA DESA WRINGINSONGO UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG**

**Hiqma Nur Agustina<sup>1</sup>, Nugrahaningtyas Fatma Anyassari<sup>2</sup>, Yanik Lailinas  
Sakinah<sup>3</sup>, Novitasari<sup>4</sup>, Ane Fany Novitasari<sup>5</sup>, Yosi Afandi<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

E-mail address: <sup>1</sup>hiqma@poliema.ac.id; <sup>2</sup>nfanyassari@polinema.ac.id;  
<sup>3</sup>yanik.lailinas@polinema.ac.id; <sup>4</sup>novitasari@polinema.ac.id; <sup>5</sup>anefany@polinema.ac.id;  
<sup>6</sup>yosi.afandi@polinema.ac.id

### **Abstrak**

*Wringinsongo Village, located in Tumpang Subdistrict, Malang Regency, holds great potential to be developed as a tourism village based on its local assets. One of its flagship destinations is the Sumberingin Bath, which has recently extended its opening hours into the evening. To support the promotion of this destination, the Community Service Team from Politeknik Negeri Malang conducted a social media content creation training using the SIPETOK approach (Thematic Village Marketing Strategy through Instagram with Storytelling and Tourism Components). Through effective and appropriate content creation training, it is expected that the realization of Wringinsongo as a tourism village can be accelerated, bringing positive impacts to local residents and increasing the number of visitors to Sumberingin Bath at night. The training, attended by local youth organization (Karang Taruna), was highly interactive. The results showed an improvement in participants' understanding of how to create effective digital content. Evaluation through questionnaires indicated that all participants were satisfied and gained significant benefits. This activity not only strengthened the digital marketing capacity of village youth but also contributed to the accelerated development of Wringinsongo as a tourism village.*

**Keywords:** Wringinsongo Village, Youth Organizationa, Social Media Content, SIPETOK

### **Abstract**

Desa Wringinsongo, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang, memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai desa wisata berbasis potensi lokal. Salah satu destinasi unggulannya adalah Pemandian Sumberingin yang kini mulai dibuka hingga malam hari. Untuk mendukung promosi destinasi ini, Tim Pengabdian dari Politeknik Negeri Malang menyelenggarakan pelatihan pembuatan konten media sosial dengan pendekatan *SIPETOK* (Strategi Pemasaran Kampung Tematik melalui Instagram dengan Storytelling dan Komponen Kepariwisataan). Melalui pelatihan pembuatan konten media sosial yang baik dan tepat diharapkan dapat mempercepat terwujudnya desa wisata Wringinsongo yang berdampak positif bagi warga desa dan meningkatkan jumlah kunjungan ke Pemandian Sumberingin pada malam hari. Pelatihan diikuti oleh Karang Taruna berlangsung interaktif. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman

peserta dalam membuat konten digital yang efektif. Evaluasi melalui kuesioner menunjukkan seluruh peserta merasa puas dan memperoleh manfaat signifikan. Kegiatan ini tidak hanya memperkuat kapasitas pemuda desa dalam bidang digital marketing, tetapi juga mendorong percepatan realisasi desa wisata Wringinsongo.

**Kata Kunci:** Desa Wringinsongo, Karang Taruna, Konten Media Sosial, SIPETOK

---

## PENDAHULUAN

Desa Wringinsongo terletak di Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang. Meskipun jarak desa Wringinsongo ke Ibukota Kabupaten adalah 30 kilometer atau 1 jam, desa tersebut relatif dekat dengan kota Malang. Jarak antara Desa Wringinsongo dan pusat kota Malang adalah 16 kilometer atau 30 jam. Selain itu, desa Wringinsongo terletak di rute Malang-Gunung Bromo yang ramai pengunjung. Letaknya yang strategis menjadikan Desa Wringinsongo berpotensi sebagai daya tarik wisata baru di Kabupaten Malang.

Mata pencaharian utama masyarakat desa adalah bertani. Lahan sawah dimanfaatkan untuk menanam padi, sayuran dan buah-buahan, seperti pisang pepaya dan nangka. Untuk mengairi sawah, masyarakat memanfaatkan embung. Selain untuk keperluan irigasi, embung tersebut juga dimanfaatkan untuk budidaya perikanan dan pariwisata.

Selain pertanian dan perikanan, masyarakat Desa Wringinsongo juga mengembangkan UMKM. Industri kreatif tersebut bergerak di bidang pembuatan

makanan tradisional Jemblem, keripik buah, minuman Kunyit dan kuliner tradisional lainnya (Agustina, 2024c). Namun, industri kreatif ini kurang berkembang karena kurangnya inovasi, kreativitas, promosi dan minat untuk berwirausaha mandiri. Jika dikelola dengan baik, UMKM di Desa Wringinsongo dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke desa tersebut dan mendukung perekonomian desa.

Salah satu sumber daya alam potensial Desa Wringinsongo adalah Pemandian Sumberingin yang berasal dari sumber mata air alami (Agustina, 2024d). Sebelumnya jam operasional Pemandian Sumberingin hanya pada pukul 07.00-16.00 setiap hari dari mulai hari Senin-Minggu dengan tarif 5.000 per orang. Setelah Politeknik Negeri Malang menjadikan Desa Wringinsongo sebagai desa mitra dan beberapa kegiatan pengabdian sudah dilakukan secara intensif selama beberapa tahun terakhir ini, maka sarana dan prasarana juga sudah mulai membaik dan lengkap. Oleh karena itu, pihak pengelola dalam hal ini BUMDES Wringinsongo bermaksud untuk

memperpanjang jam operasional pemandian hingga malam hari. Jam operasional yang lebih panjang diharapkan dapat meningkatkan pemasukan, jumlah pengunjung dan juga makin mengenalkan potensi sumber daya alam dan juga produk-produk UMKM Desa Wringinsongo di area Pemandian Sumberingin.

Untuk menginformasikan jam operasional yang lebih panjang tentu dibutuhkan strategi marketing sehingga khalayak umum tahu dan datang untuk berkunjung ke Pemandian Sumberingin. Strategi marketing yang dirasa sangat sesuai adalah menggunakan SIPETOK (Strategi Pemasaran Kampung Tematik melalui Instagram dengan Storytelling dan Komponen Kepariwisataan) (Agustina dkk, 2024e).

Menurut Agustina dkk (2024a), penggunaan storytelling dalam mempromosikan objek wisata di kota Malang di media sosial dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Dalam penelitian yang lain Agustina dkk (2024b) menjelaskan strategi marketing menggunakan pendekatan bahasa yakni menggunakan narasi yang tepat tentang sebuah tempat wisata atau produk dapat memberi nilai tambah dan manfaat. Sedangkan menurut Waruwu & Octafian (2024) penggabungan antara

promosi media sosial dengan partisipasi aktif dari warga sangat mendukung promosi objek wisata. Marsih & Silalahi (2022) menjelaskan pelatihan dan memproduksi storytelling penting dilakukan di sebuah daerah yang sedang mempromosikan sumber daya alam yang dimiliki. Miharja (2020) meneliti perancangan video promosi yang baik dan tepat dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Selain potensi pariwisata alam, Desa Wringinsongo juga memiliki kegiatan adat, seperti Bersih Desa dan selamatan sumber air yang digunakan untuk mendukung sektor pertanian dan perikanan, serta pembangkit listrik sederhana. Merujuk kepada potensi yang dimilikinya, Desa Wringinsongo memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi desa wisata. Masyarakat desa yang hampir separuhnya termasuk dalam kategori usia produktif memiliki motivasi yang tinggi untuk mengembangkan desa mereka. Hal ini terbukti dengan didirikannya BUMDes dan POKDARWIS di Desa Wringinsongo.

Priasukmana dan Mulyadi (2011) mendefinisikan desa wisata sebagai suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur

bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik, serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya atraksi, akomodasi, makanan-minuman, cendera-mata dan kebutuhan wisata lainnya.

Cooper dkk (1993) menyatakan bahwa daya tarik wisata harus memiliki 4 komponen, yaitu attraction, accesibilities, amenities, dan ancillary services. Ini sejalan dengan Yoeti (2002) bahwa keberhasilan suatu kawasan wisata sangat tergantung pada 3A, yaitu attraction, accesibilities, dan amenities. Madiun (2008) mengidentifikasi satu komponen tambahan yang menjadi inti dari pengembangan pariwisata, yaitu keterlibatan masyarakat (community involvement).

Menurut Antara Made dan I Nyoman Arinda (2015), desa wisata dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

Desa wisata embrio, desa yang mempunyai potensi wisata yang dapat dikembangkan menjadi desa wisata dan sudah mulai ada gerakan masyarakat/desa untuk mengelolanya menjadi desa wisata.

Desa wisata berkembang, desa wisata embrio yang sudah dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa, sudah ada swadaya masyarakat/desa untuk

pengelolaannya, sudah mulai melaksanakan promosi dan sudah ada wisatawan yang mulai tertarik untuk berkunjung.

Desa Wringinsongo termasuk dalam kategori desa wisata embrio karena memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan menjadi desa wisata dan mulai ada gerakan masyarakat atau desa untuk mengelolanya menjadi desa wisata dengan dukungan dari Politeknik Negeri Malang. Salah satu yang diupayakan adalah memberikan motivasi dan membagikan strategi bagi para pemuda Karang Taruna untuk mulai sadar berwirausaha mandiri mengingat Desa Wringinsongo memiliki potensi sumber daya alam dan juga sumber daya manusia yang potensial.

Sumber daya alam yang dimiliki oleh Desa Wringinsongo diantaranya adalah Pemandian Sumberingin yang menggunakan mata air alami, sedangkan sumber daya manusia berupa produk-produk UMKM yang dihasilkan seperti Keripik Pisang, Singkong, Talas, Minuman tradisional Sari Kunyit, dan Ice Cream.

Dari semua potensi yang dimiliki oleh Desa Wringinsongo, kesadaran pemuda desa Wringinsongo untuk membuat konten yang berisi potensi sumber daya alam dan produk UMKM belum cukup maksimal dilakukan. Dengan membuat

konten berupa video dan narasi yang tepat dan menarik diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan ke desa Wringinsongo dan melakukan pembelian produk UMKM. Melalui pelatihan pembuatan konten video dan narasi dengan menggunakan SIPETOK, pemuda desa diharapkan dapat memberikan dampak positif baik berupa kunjungan wisatawan maupun peningkatan jumlah pembeli produk UMKM sehingga dapat menggerakkan roda perekonomian desa Wringinsongo.

Para pemuda Karang Taruna di Desa Wringinsongo jumlahnya cukup banyak dan perlu diinisiasi melalui pelatihan pembuatan konten di media sosial. Dengan demikian desa wisata yang ingin diwujudkan dapat segera terealisasi. Beberapa materi pelatihan yang akan diberikan kepada para pemuda Karang Taruna adalah strategi pembuatan konten di media sosial dengan menggunakan SIPETOK (Strategi Pemasaran Kampung Tematik melalui Instagram dengan Storytelling dan Komponen Kepariwisataan) bagi Karang Taruna Desa Wringinsongo untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Setelah mengikuti kegiatan ini, Karang Taruna Desa Wringinsongo diharapkan dapat membuat konten video dengan narasi yang tepat dan menarik

untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan pembelian produk UMKM. Menerapkan ilmu yang diperoleh dari pelatihan dan langsung mempraktikkan membuat konten video dengan narasi ke media sosial Instagram. Turut membantu memasarkan produk UMKM secara online. Serta menjadi content creator dengan aktif membuat video yang berisi potensi sumber daya alam dan produk UMKM warga desa.

## **METODE DAN PELAKSANAAN**

### **Metode**

Sesuai dengan tema pengabdian ini, materi pelatihan adalah Strategi Pemasaran Kampung Tematik melalui Instagram dengan Storytelling dan Komponen Kepariwisataan (SIPETOK) yang ditujukan untuk para pemuda karang taruna Desa Wringinsongo. Dalam pelaksanaannya, tim PPM yang terdiri dari dosen dan mahasiswa bersama mitra atau partner kerja bekerja sama dalam pelaksanaan pelatihan dan bimbingan teknis.

Tim dosen mengidentifikasi masalah di lapangan, merancang solusi dan mengaplikasikannya kepada pemuda karang taruna Desa Wringinsongo, Kec. Tumpang, Kab. Malang melalui pelatihan. Melalui pelatihan tersebut, mitra diberikan pelatihan tentang membuat konten untuk media sosial Instagram dengan

menggunakan storytelling dan komponen kepariwisataan.

### Pelaksanaan Kegiatan

Untuk memastikan agar tujuan program tercapai, program pengabdian ini akan dilaksanakan melalui 4 (empat) tahapan. Tabel 1 mendeskripsikan model pelaksanaan kegiatan dan peranan tim dalam setiap tahapan.

Tabel 1 Metode Pelaksanaan Program Pengabdian Pada Masyarakat

No	Model Pelaksanaan	Peran Tim Pengabdian Pada Masyarakat
1	Menyampaikan tujuan program	Menjelaskan tujuan dan manfaat pelatihan, kompetensi yang ingin dicapai dan informasi teknis lainnya (tempat dan jadwal pelatihan)
2	Pemaparan Materi	Menyajikan informasi tentang strategi pembuatan konten dengan menggunakan SIPETOK.
3	Bimbingan Teknis	Melaksanakan pelatihan dengan pemateri dosen yang memahami pembuatan konten dengan menggunakan SIPETOK.
4	Mengecek pemahaman peserta	Memeriksa pemahaman peserta mengenai materi pelatihan sehingga dapat mempraktikan setelah pelatihan.

Rancangan evaluasi program pengabdian ini meliputi tiga aspek, yaitu pemahaman terhadap materi yang disampaikan, relevansi materi yang disampaikan, tingkat kelayakan tempat PPM yang menjadi sasaran.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PPM (Pengabdian kepada Masyarakat) dengan judul “Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial Menggunakan SIPETOK bagi Karang Taruna Desa Wringinsongo untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung” tidak mengalami kendala dalam pelaksanaan. Mulai dari perencanaan dengan anggota Tim Pengabdian, Kepala Desa, Pengurus dan Anggota BUMDes dapat dilaksanakan dengan baik dan sesuai waktu yang disepakati. Desa Wringinsongo memiliki potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang terus dapat dikembangkan untuk mendukung terwujudnya desa wisata. Beberapa potensi sumber daya alam yang dimiliki oleh Desa Wringinsongo adalah Pemandian Sumberingin, Gedung Serbaguna, sumber mata air alami, sedangkan sumber daya manusia berupa kreativitas warga berupa produk UMKM minuman Sari Kunyit, makanan tradisional Jemblem, Keripik Pisang, dan Ice Cream. Beberapa potensi tersebut akan lebih dikenal oleh

masyarakat luas apabila para pemuda di Desa Wringinsongo dapat memasarkan dengan menggunakan strategi marketing yang baik dan benar.

Salah satu yang potensi Desa Wringinsongo yang saat ini yang perlu dipasarkan adalah Pemandian Sumberingin yang memiliki jam operasional lebih panjang hingga malam hari. Sarana dan prasarana Pemandian Sumberingin juga semakin baik dan lengkap sehingga dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk lebih sering datang berkunjung. Namun, informasi tentang jam operasional yang lebih panjang dan fasilitas yang semakin lengkap ini belum banyak diketahui oleh masyarakat. Oleh karena itu kegiatan PPM berupa pelatihan pembuatan konten media sosial menggunakan SIPETOK bagi karang taruna Desa Wringinsongo untuk meningkatkan jumlah pengunjung perlu dilakukan sehingga para pemuda karang taruna juga dapat menjadi *content creator* dan penggerak majunya potensi Desa Wringinsongo.

Kegiatan PPM ini dilaksanakan di Pendopo Desa Wringinsongo, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang. Kegiatan PPM berhasil dilaksanakan pada tanggal 12 Juni 2024 mulai pukul 09.00–12.00 WIB secara tatap muka. Peserta yang hadir dalam kegiatan tersebut sekitar 30 orang

termasuk peserta pelatihan, perangkat desa setempat, dan anggota tim pengabdian. Pemateri utama dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah Dr. Hiqma Nur Agustina, dosen dan sekaligus ketua tim pengabdian Politeknik Negeri Malang. Judul pelatihan adalah “Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial Menggunakan SIPETOK bagi Karang Taruna Desa Wringinsongo untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung”.



Gambar 1. Pemaparan Materi

Materi pelatihan yang disampaikan oleh pemateri dapat membangkitkan semangat dan keingintahuan para peserta untuk bertanya dan meminta saran dalam pembuatan konten di media sosial. Materi yang disampaikan oleh pemateri dapat menjadi pemicu pemuda karang taruna untuk membuat konten yang lebih menarik karena mengandung unsur Storytelling (setting, karakter, plot, konflik dan pesan) dan unsur kepariwisataan (atraksi, amenitas, aksesibilitas, aktivitas, dan ancillary).



Gambar 2. Sesi Tanya Jawab antara Pemateri dan Peserta Pelatihan

Dari pemaparan pemateri, para peserta kemudian langsung dapat berinteraksi dengan menceritakan pengalaman membuat konten berupa video di media sosial yang masih belum maksimal. Adanya interaksi dan komunikasi dua arah antara pemateri dan peserta tentu patut diapresiasi. Peserta memahami strategi membuat konten, mengatasi kendala dan mendapatkan solusi agar konten yang dibuat lebih tepat sasaran bagi calon pengunjung.

Pemateri dapat membangkitkan semangat para pemuda karang taruna untuk mengikuti pemilihan video yang paling menarik sebagai bagian dari output kegiatan pengabdian. Sebagai hasil, terpilih tiga video terbaik dari peserta pelatihan yang menampilkan konten Pemandian Sumberingin di malam hari dengan mengusung unsur storytelling dan komponen kepariwisataan dengan menarik.



Gambar 3. Tangkapan Layar Konten Video Peserta Pelatihan Terbaik Kedua

Di akhir sesi pelatihan, peserta diminta untuk membuat video promosi Pemandian Sumberingin untuk mengecek pemahaman peserta tentang materi yang disajikan pemateri. Sebagai hasil, diperoleh 3 video terbaik yang menampilkan storytelling dan komponen Kepariwisataan yang berguna untuk mempromosikan salah satu potensi Desa Wringinsongo, Pemandian Sumberingin yang memiliki kekhasan sumber mata air alami.



Gambar 4. Peserta sedang Mengisi Lembar Kuesioner PPM

Hasil kuesioner kepuasan peserta menunjukkan bahwa hampir seluruh peserta merasa puas dengan adanya kegiatan PPM. Kepuasan peserta tersebut

meliputi kegiatan PPM mampu memberi solusi, pendampingan yang diberikan cukup, peningkatan pengetahuan. Berikut hasil kuesioner tersebut. Berikut hasil kuesioner tersebut.

Tabel 2. Hasil Kuesioner

Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi mitra.	66,7%	33,3%	0	0
Anggota tim yang terlibat dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat aktif dalam memberikan bantuan.	55,6%	44,4%	0	0
Frekuensi pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian pada masyarakat dirasakan sudah sesuai.	44,4%	55,6%	0	0
Terjadi peningkatan kemandirian atau penambahan pengetahuan dan keterampilan pada mitra.	66,7%	33,3%	0	0
Secara keseluruhan mitra merasakan kepuasan atas kegiatan pengabdian pada masyarakat yang telah dilaksanakan.	66,7%	33,3%	0	0

Berdasarkan hasil survei, seluruh responden menyatakan setuju atau sangat setuju terhadap semua aspek kegiatan pengabdian masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan yang dilaksanakan telah memberikan solusi yang tepat, dilakukan secara aktif dan sesuai frekuensi, serta mampu meningkatkan kemandirian mitra. Secara keseluruhan, mitra merasa puas atas pelaksanaan kegiatan tersebut.

Berikut ini adalah manfaat yang diperoleh dari kegiatan PPM bagi Mitra Pengabdian, yaitu mendapatkan ilmu dan informasi tentang strategi membuat konten untuk media sosial Instagram dengan menggunakan SIPETOK, Mendapatkan pelatihan dan bimbingan teknis tentang cara membuat kontensi untuk media sosial agar lebih menarik dan tepat sasaran;, Mendapatkan pelatihan dan bimbingan teknis tentang cara menampilkan potensi Pemandian Sumberingin melalui video sehingga diharapkan akan semakin banyak pengunjung yang datang, Mendapatkan ilmu dan pengalaman tentang keistimewaan membuat konten khususnya video yang menampilkan keistimewaan Pemandian Sumberingin dibandingkan dengan kolam renang lain.

Manfaat yang diperoleh dari kegiatan PPM bagi Tim Pengabdian dan institusi

penyelenggara yaitu anggota Tim Pengabdian memperoleh kesempatan untuk melaksanakan salah satu kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu Pengabdian kepada Masyarakat, anggota Tim Pengabdian berbagi ilmu pengetahuan tentang cara membuat konten media sosial Instagram dengan menggunakan unsur Storytelling dan Kepariwisataan, Politeknik Negeri Malang dapat menjalin kerjasama dengan mitra masyarakat setempat melalui kegiatan pengabdian.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Kegiatan pelatihan pembuatan konten media sosial menggunakan SIPETOK bagi Karang Taruna Desa Wringinsongo berhasil dilaksanakan dengan baik dan mendapat respons positif dari peserta. Pelatihan ini mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemuda desa dalam mempromosikan potensi lokal, khususnya Pemandian Sumberingin, melalui media sosial berbasis storytelling dan komponen kepariwisataan. Seluruh peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti materi, berdiskusi, dan menghasilkan konten video yang menarik. Hasil evaluasi melalui kuesioner menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan solusi atas permasalahan

promosi wisata desa, pendampingan dirasakan cukup, serta terjadi peningkatan kemandirian dan kepuasan mitra. Selain memberikan manfaat langsung bagi masyarakat, kegiatan ini juga menjadi sarana implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi bagi tim pengabdian serta memperkuat sinergi antara institusi pendidikan dan masyarakat desa dalam upaya pengembangan desa wisata.

### **Saran**

Berikut saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan. Saran ini diharapkan dapat menjadi tindak lanjut yang konstruktif untuk pengembangan potensi Desa Wringinsongo secara berkelanjutan, khususnya dalam mempromosikan wisata desa melalui media digital:

1. Pelatihan serupa sebaiknya dilaksanakan secara berkala agar keterampilan peserta, khususnya dalam membuat konten media sosial, dapat terus diasah dan disesuaikan dengan perkembangan tren digital yang dinamis.
2. Perlu adanya pendampingan lanjutan dalam bentuk klinik konten atau mentoring khusus, sehingga peserta dapat memperoleh bimbingan praktis secara berkelanjutan saat membuat dan mengelola konten promosi.

3. Pemerintah desa bersama BUMDes dan Karang Taruna disarankan untuk membentuk tim promosi digital desa secara formal, yang bertugas secara khusus dalam mengelola akun media sosial dan strategi pemasaran destinasi wisata.
4. Kegiatan pengabdian dapat diperluas dengan pelatihan tambahan seperti manajemen media sosial, fotografi pariwisata, atau pengelolaan event lokal untuk mendukung pembentukan ekosistem desa wisata yang lebih lengkap dan profesional.

### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Politeknik Negeri Malang yang telah mendanai kegiatan PPM ini untuk menjalankan salah satu bentuk Tri Dharma Perguruan Tinggi. Ucapan terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada Kepala Desa Wringinsongo, perangkat desa, pengurus dan anggota BUMDes, serta Karang Taruna Desa Wringinsongo yang telah memberikan dukungan penuh dan antusiasme selama proses perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat Desa Wringinsongo dalam mengembangkan potensi desa, serta menjadi inspirasi untuk kolaborasi-kolaborasi positif di masa yang akan datang.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, H. N., Anyassari, N. F. ., Sakinah, Y. L. ., & Rahayu, E. L. . (2024a). Exploring Social Media Storytelling to promote Tourist Destinations: A case study of thematic villages in Malang City. *International Journal of Studies in Social Sciences and Humanities (IJOSSH)*, 1(2), 91–102. <https://doi.org/10.25047/ijossh.vi12.5470>
- Agustina, H.N., Anyassari, N.F., & Fauzia, M. R. (2024b). Indonesian Tourism Village Potentials, Marketing Strategies and Language: A Case of Wringinsongo Village. *Modality Journal: International Journal of Linguistics and Literature*. Vol. 4(1). <https://doi.org/10.30983/mj.v4i1.8367>
- Agustina, H. N. (2024c). Desa Wringinsongo Siap Jadi Desa Wisata dengan Produk UMKM Unggulan. 22 November 2024 <https://timesindonesia.co.id/peristiwa-daerah/521072/desa-wringinsongo-siap-jadi-desa-wisata-dengan-produk-umkm-unggulan>, 10 Desember 2024
- Agustina, H.N., Anyassari, N.F., Fauzia., M.F., Novitasari, Rahayu, E.L., Handayani, T.A. (2024d). Video-Making Training of Sumberingin Natural Swimming Pond's Official Video to Fashion a Tourism Village in Wringinsongo Village, Tumpang District, Malang Regency. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, Vol. 8, No. 1. DOI: <https://doi.org/10.21009/JPMM.007.2>
- Agustina, H. N. (2024e). SIPETOK: Strategi Pemasaran Kampung Tematik Melalui Storytelling dan Media Sosial, <https://timesindonesia.co.id/peristiwa-daerah/521907/sipetok-strategi-pemasaran-kampung-tematik-melalui-storytelling-dan-media>

- sosial 18 Desember 2024
- Antara, I Made dan I Nyoman Arinda. (2015). *Panduan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Cooper, C. et al. (1993). *Tourism Principles and Practice*. United Kingdom: Longman Group Limited.
- Madiun, I.N. (2008). "Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Kawasan Pariwisata Nusa Dua (Perspektif Kajian Budaya)." Disertasi. Program Studi Doktor Kajian Budaya, Program Pascasarjana Universitas Udayana. Denpasar.
- Marsih, L. & Silalahi, P. V. (2022). Pelatihan Storytelling sebagai Media Promosi dalam Mempersiapkan Desa Plunturan sebagai Desa Wisata Budaya. *Abdi Massa: Jurnal Pengabdian Nasional*, Vol. 2(4).
- Miharja, H. S. (2020). Thesis. Perancangan Video Promosi Desa Wisata Balearjo Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan. Fakultas Teknologi dan Informatika. Universitas Dinamika.
- Priasukmana, S & R.M. Mulyadi. (2001). Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan Undang-Undang Otonomi Daerah. *Info Sosial Ekonomi*, 2 (1): 37-44.
- Yoeti, O.A. (2002). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT PradayaParamita.
- Waruwu, D. K., & Octafian, R. (2024). Inovasi Promosi Kampung Pelangi: Keterlibatan Masyarakat dan Penggunaan Media Sosial. *Pariwisata*, 11(1), April.