

Peningkatan Kapasitas Pokdarwis melalui AI & Digital Marketing Guna Meningkatkan Daya Saing Kawasan Wisata Waduk Sermo

Sugiyanto¹, Daris Yulianto², Hary Hermawan³

¹Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi AAN, Yogyakarta, Indonesia, email: ugesugiyanto@gmail.com

²Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi AAN, Yogyakarta, Indonesia

³Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta, Indonesia



Informasi artikel	ABSTRAK
Sejarah artikel Diterima : 31 Oktober 2025 Revisi : 5 Desember 2025 Dipublikasikan : 15 Januari 2026 Kata kunci: Pokdarwis Wisata Digital Marketing	<p>Salah satu permasalahan yang dihadapi dalam peningkatan daya saing Kawasan Wisata Waduk Sermo adalah keterbatasan kapasitas Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Dampaknya adalah penurunan jumlah wisatawan di kawasan tersebut sejak tahun 2022 sebesar 25-59%. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berupaya untuk meningkatkan kapasitas Pokdarwis Gumregah Hargowilis melalui penerapan teknologi sebagai media <i>digital marketing</i> yang saat ini digunakan untuk mempromosikan kawasan wisata. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Hasil kegiatan ini adalah terjadi kenaikan level keberdayaan, seperti mulai dibuatkannya media sosial yang dikelola oleh Pokdarwis, bertambahnya jumlah anggota Pokdarwis yang mampu mengoperasikan teknologi dalam kegiatan ini, diantaranya: drone, Canva Pro, Capcut Pro, AI:Chat GPT, dan teknik peningkatan tayangan sebuah konten di media sosial.</p>
Keywords: Pokdarwis Tourism Digital Marketing	ABSTRACT <p><i>Capacity Building of Pokdarwis through AI and Digital Marketing to Enhance the Competitiveness of the Waduk Sermo Tourism Area.</i></p> <p>One of the challenges facing the Sermo Reservoir Tourism Area's competitiveness is the limited capacity of the Tourism Awareness Group (Pokdarwis). This has resulted in a 25-59% decline in tourist numbers in the area since 2022. This Community Service (PkM) initiative aims to increase the capacity of the Gumregah Hargowilis Pokdarwis through the application of technology as a digital marketing tool, currently used to promote the tourism area. The methods used in this initiative include outreach, training, and mentoring. The results of this initiative include an increase in empowerment, such as the creation of social media managed by Pokdarwis, an increase in the number of Pokdarwis members capable of operating technology, including drones, Canva Pro, Capcut Pro, AI:Chat GPT, and techniques for increasing the number of views of content on social media.</p>

Pendahuluan

Sektor pariwisata merupakan peluang meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat sekitar karena mampu menyebabkan multiplier effect bagi kegiatan ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan. Namun demikian, tidak mudah dalam mengelola destinasi wisata untuk menciptakan keberlanjutan aktivitas tersebut mengingat kegiatan pemasaran dan tren permintaan wisatawan berubah-ubah tiap waktu. Pariwisata di setiap daerah selalu berkembang setiap waktu namun demikian tantangannya dibutuhkan manajemen pemasaran untuk mengembangkan obyek wisata tersebut. Oleh sebab itu, upaya pendekatan kesuksesan aktivitas pariwisata dan kepuasan wisatawan yang baik dan seimbang harus mampu menggabungkan dua konsep, yaitu sustainable development dengan sosial budaya, ekonomi, dan lingkungan. Pembangunan berkelanjutan merupakan proses dimana keberlanjutan harus terjadi dan secara harfiah keberlanjutan yaitu serangkaian situasi yang harus bertahan dari waktu ke waktu (Amini, dkk, 2024). Upaya keberlanjutan dapat dinilai dari perkembangan destinasi wisata, baik dari sisi pelayanan fisik maupun nonfisik.

Kawasan Wisata Waduk Sermo merupakan wisata alam yang berada di Kalurahan Hargowilis, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dari segi kondisi kewilayahan, kawasan wisata ini mudah diakses karena jalur yang dilalui telah beraspal dan kondisinya layak dilalui. Bahkan untuk mengakses melalui Gmaps tidak sulit menemukan Kawasan Wisata Waduk Sermo. Jarak dari Kota Yogyakarta, misalkan dari perguruan tinggi pengabdian Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi “AAN” hanya 37 km dengan waktu tempuh 1 jam 4 menit. Pemilihan mitra sasaran dikarenakan tindak lanjut dari kesepakatan bersama atau MoU antara STIA “AAN” dengan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo Nomor: 1/KB.KP/HKM/2023 dan 149/UM.01.47/2023 serta Perjanjian Kerjasama antara STIA “AAN” dengan Pemerintah Kalurahan Hargowilis Nomor: 312/UM.01.47/2023 dan 300/066/V/2023.

Kawasan Wisata Waduk Sermo memiliki potensi berbagai destinasi wisata berbasis alam berupa kawasan hutan dan perbukitan, diantaranya: wisata alam Kalibiru, Waduk Sermo, Pule Payung, dan Kawasan Jatimulyo. Hal ini tentu mempermudah bagi wisatawan mengeksplor berbagai destinasi wisata dalam satu kawasan wisata. Keberadaan kawasan wisata ini mampu menjadi peluang bagi masyarakat sekitar untuk meningkatkan pendapatannya. Kawasan ini juga dilengkapi dengan fasilitas seperti gardu pandang, dermaga perahu wisata, homestay, beberapa spot foto, warung makan, toilet, musholla, kantor informasi, festival kuliner, dan pusat oleh-oleh aneka olahan makanan dari ikan yang didapat di Waduk Sermo.

Kawasan Wisata Waduk Sermo mengalami penurunan jumlah wisatawan. Sejak tahun 2023, terjadi penurunan jumlah wisatawan berkisar 25%-59%. Berikut tabel kunjungan wisata di Kawasan wisata ini dari tahun 2021-2023.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Di Kawasan Wisata Waduk Sermo

No	Destinasi	2021	2022	2023
1	Kalibiru	22422	29653	12127
2	Waduk Sermo	55976	101603	75799
3	Pule Payung	23221	30989	13543
4	Kawasan Jatimulyo	35444	41793	22817

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Kulon Progo, 2024

Dari kondisi penawaran yang ada, permasalahannya terletak pada minimnya pemasaran destinasi pariwisata. Pernyataan seorang pengunjung, Wahyuni (38) “tempat ini sangat indah dan punya potensi besar tapi sayangnya kurang publikasi sehingga banyak orang di luar daerah yang belum tahu tempat ini”. Salah satu aspek yang menyebabkan masalah dalam pengelolaan Kawasan Wisata Waduk Sermo yaitu kurangnya partisipasi sebagian anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Gumregah Hargowilis terutama generasi muda dan kurangnya kapasitas pengelola dalam memasarkan kawasan wisata melalui media sosial. Dalam wawancara dengan Ketua Pokdarwis Sujarwanto mengeluhkan belum memiliki media sosial khusus untuk aktivitas Pokdarwis ini dan mirisnya generasi muda sudah mulai tidak ikut serta dalam setiap rapat (jumlah peserta yang hadir rapat hanya berkisar 7-10 orang dari 20 anggotanya dengan usia anggota yang hadir adalah lebih dari 50 tahun). Meskipun demikian, ketua Pokdarwis tersebut berupaya memasarkan kawasan wisata melalui jaringan internet, seperti menjadi

narasumber yang merupakan kerjasama antara Dinas Pariwisata DIY dengan RBTv dengan materi “Ekosistem Waduk Sermo yang Memikat Hati” yang dapat dilihat pada <https://www.youtube.com/watch?v=uVVU6BUXIeY>. Di satu sisi, permasalahan kualitas sumber daya manusia yang dilihat mayoritas tingkat pendidikan anggota Pokdarwis hanya lulusan SMA/ sederajat sementara yang lulusan perguruan tinggi kurang dari 5 orang. Beragamnya SDM yang berasal dari latar belakang pendidikan yang berbeda dari lulusan sekolah dasar hingga perguruan tinggi, menjadikan keanggotaan Pokdarwis sangat heterogen dengan berbagai kemampuan yang dimilikinya (Riyanto, dkk, 2022). Atas dasar masalah ini, tim pengabdian mencoba membantu mitra sasaran untuk meningkatkan kualitas SDM dengan memanfaatkan teknologi dalam digital marketing guna memasarkan kawasan wisata Waduk Sermo.

Metode

Kegiatan PkM ini dilaksanakan sejak bulan Agustus sampai dengan Desember 2025. Metode yang digunakan dalam kegiatan PkM ini, diantaranya: *Pertama*, **sosialisasi** dilakukan selama 2 kali yang mengundang narasumber kompeten dalam upaya peningkatan kapasitas anggota Pokdarwis Gumregah Hargowilis dengan topik pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam *digital marketing* Kawasan Wisata Waduk Sermo dan Manajemen pengelolaan kawasan wisata tersebut.

Kedua, **pelatihan** yang dilakukan selama 4 kali yang mengundang narasumber kompeten dalam bidangnya dengan topik: penggunaan *drone*, pemanfaatan Chat GPT untuk *copy writing*, pemanfaatan media grafis Canva Pro dan Capcut Pro serta media sosial dan strategi pengiklanan konten, dan terakhir pengelolaan sistem aplikasi penjadwalan konten media sosial.

Ketiga, **penerapan teknologi** untuk membuat konten di media sosial yang dikelola oleh Pokdarwis Gumregah Hargowilis, seperti: *drone*, aplikasi Canva Pro, Capcut Pro, AI: Chat GPT, media sosial, dan sistem aplikasi penjadwalan konten media sosial.

Keempat, **pendampingan dan evaluasi** dengan melibatkan tim pengabdian untuk mendampingi pemanfaatan teknologi yang digunakan dalam kegiatan PkM. Pendampingan dan evaluasi dilakukan secara luring maupun daring sehingga memudahkan berkomunikasi antara tim pengabdian dengan Pokdarwis Gumregah Hargowilis.

Kelima, **keberlanjutan program** akan dilaksanakan oleh tim pengabdian dan mitra sasaran dengan berlandaskan pada MoU antara STIA AAN dengan Pemerintah Kalurahan Hargowilis sebagai desa binaan. Keberlanjutan program dilakukan melalui program PkM maupun bakti sosial secara mandiri oleh STIA AAN dengan melibatkan dosen dan mahasiswa lainnya.

Hasil dan Pembahasan

Kawasan Waduk Sermo terletak di Kalurahan Hargowilis, Kapanewon Kokap, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Waduk ini dibangun pada tahun 1994 dan diresmikan oleh mantan presiden Soeharto pada tanggal 20 November 1996. Tujuan awal dibangunnya waduk ini adalah untuk irigasi (membendung Kali Ngrancah), pengendalian banjir di kawasan sekitarnya (terutama daerah dataran rendah sekitar waduk), dan sebagai destinasi pariwisata. Adapun luas Waduk Sermo yaitu 7.152 Ha yang memakan biaya pembangunan berkisar Rp. 22 Miliar. Saat ini Kawasan Waduk Sermo dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kulon Progo yang bekerjasama dengan berbagai *stakeholders*, termasuk Pokdarwis Gumregah Hargowilis.



Gambar 1. Kawasan Wisata Waduk Sermo

Pokdarwis Gumregah Hargowilis merupakan salah satu aktor pengembangan kawasan wisata Waduk Sermo. Dasar aktivitas yang dilakukan oleh komunitas ini berdasarkan Surat Keputusan Lurah Hargowilis Nomor 49 Tahun 2022 tentang Pembentukan Pengurus Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Gumregah Hargowilis Periode 2022-2027. Dalam aturan tersebut, peran Pokdarwis Gumregah Hargowilis yaitu meningkatkan kualitas perkembangan kepariwisataan di Kalurahan Hargowilis melalui perwujudan nilai-nilai sapta pesona. Namun demikian dalam perwujudannya, Pokdarwis tersebut mengalami kendala untuk memasarkan Kawasan Wisata Waduk Sermo. Hal ini dikarenakan keterbatasan alat dan sumber daya manusia untuk memasarkan kawasan wisata tersebut. Oleh sebab itu, diperlukan harmonisasi antarlembaga baik Pemerintah Kalurahan Hargowilis, Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, Pokdarwis Gumregah Hargowilis, Kementerian/Lembaga, dan akademisi seperti halnya yang dilakukan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi AAN dengan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA melalui Pengabdian kepada Masyarakat. Harmonisasi antarlembaga merupakan salah satu kunci yang berkontribusi terhadap peningkatan efektivitas pengelolaan wisata sehingga menjadi lebih mandiri dan berkelanjutan (Solimun, 2025).

Berdasarkan permasalahan di atas, tim pengabdian berinisiatif untuk memberikan solusi terkait dengan peningkatan kapasitas anggota Pokdarwis Gumregah Hargowilis dalam upaya memasarkan kawasan wisata Waduk Sermo melalui digital marketing. Tim pengabdian melakukan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan serta evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian. Ada beberapa teknologi yang telah diadopsi oleh tim pengabdian sebagai fasilitas kepada Pokdarwis Gumregah Hargowilis dengan harapan mampu meningkatkan angka kunjungan wisatawan di kawasan wisata Waduk Sermo.

Pada hari Kamis tanggal 7 Agustus 2025 telah dilakukan sosialisasi dan pelatihan terkait dengan pemanfaatan Digital Marketing dalam mempromosikan kawasan wisata Waduk Sermo dan pelatihan tentang penggunaan Artificial Intelligence (AI) berupa Chat GPT guna menulis copy writing dalam setiap deskripsi konten. Sesi pertama dilakukan sosialisasi kemudian dilanjutkan pelatihan AI: Chat GPT. Jumlah peserta atau anggota Pokdarwis Gumregah Hargowilis yang hadir sebanyak 17 dari 22 total keseluruhan anggota atau 77,27%. Hal ini dikarenakan aktivitas yang tidak bisa ditinggalkan dan beberapa sedang masuk kerja sehingga tidak bisa mengikuti kegiatan sosialisasi tersebut. Kegiatan ini difokuskan pada pengenalan Chat GPT dan praktik kepada mitra sasaran sehingga memudahkan mitra dalam membuat deskripsi konten atau dikenal dengan caption. Kalimat promosi yang menarik mampu menjadi kunci kesuksesan bagi pelaku usaha sehingga menarik perhatian dan mempengaruhi perilaku konsumen di era digital ini (Maudiarti, dkk, 2024). Peserta sangat antusias dan aktif untuk bertanya karena memang Chat GPT ini mengoperasikannya mudah bagi anggota yang tergolong usia muda. Berdasarkan kuisioner yang disebarkan oleh tim pengabdian sebanyak 40% peserta menganggap bahwa pelatihan teknologi AI: Chat GPT merupakan yang paling diminati dibanding lainnya. Hambatan dalam kegiatan ini adalah peserta yang hadir terlambat melebihi jam yang telah ditentukan. Dengan demikian,

acara mundur hingga 30-45 menit dan tim pengabdian menyampaikan agar peserta hadirnya lebih tepat waktu.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan AI: Chat GPT

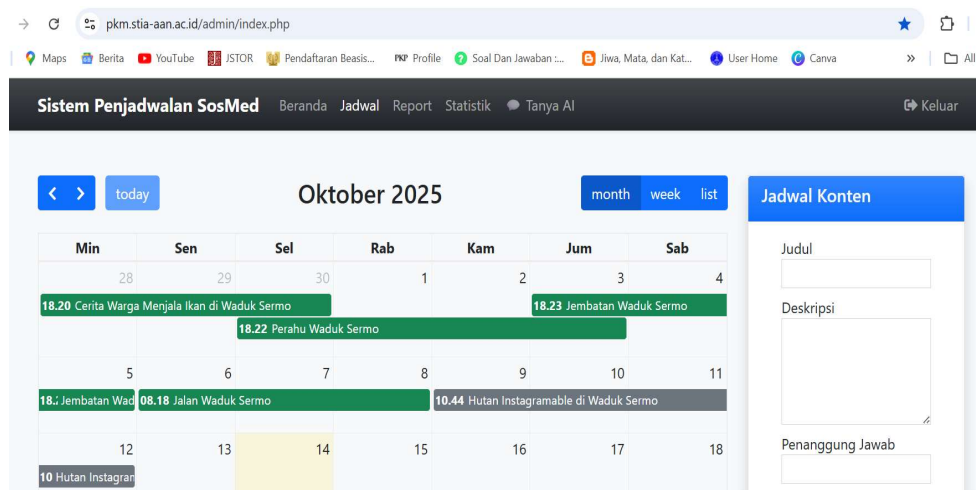
Pada hari Kamis, tanggal 21 Agustus 2025, tim pengabdian melaksanakan pelatihan kedua dengan topik Pemanfaatan Drone dan Aplikasi Editing Konten dengan menghadirkan dua narasumber. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 8 anggota Pokdarwis Gumregah Hargowilis atau 36,36% saja. Hal ini dikarenakan banyak anggota pokdarwis yang sedang beraktifitas pada saat jadwal kegiatan sosialisasi dan pelatihan berlangsung. Pada kesempatan ini, tim pengabdian memberikan sebuah drone yang digunakan untuk membuat materi konten sehingga bisa diunggah di media sosial pokdarwis tersebut. Pada kegiatan ini, sesi pertama dilakukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan drone. Tiap peserta mencoba untuk mengoperasikan drone tersebut atas arahan dari narasumber. Sesi kedua, pelatihan membuat konten berupa poster dan video melalui aplikasi Canva Pro dan Capcut Pro yang telah didaftarkan oleh tim pengabdian sebagai fasilitas bagi Pokdarwis Gumregah Hargowilis dengan masa langganan 1 tahun sejak bulan September 2025 sampai dengan Agustus 2026. Pada pelatihan ini, anggota Pokdarwis Gumregah Hargowilis diminta untuk membuat akun media sosial sebagai sarana pemasaran kawasan wisata Waduk Sermo. Adapun media sosial yang dibuat, yaitu: Instagram dan Tiktok. Media sosial sebagai media digital yang memiliki manfaat bila difungsikan dari sisi media branding sebagai akselerator memperkenalkan produk, media sharing, promosi, dan juga marketing (Sukmasetya, dkk, 2021). Hambatan yang dialami selama kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini yaitu peserta yang hadir hanya 36,36% saja dari total keseluruhan anggota pokdarwis sehingga upaya transfer of knowledge dari tim pengabdian kepada audiens tidak sepenuhnya tersampaikan.



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan Pemanfaatan *Drone*

Pada hari Kamis tanggal 28 Agustus 2025 telah dilakukan sosialisasi dan pelatihan. Sosialisasi yang dimaksud terkait dengan manajemen pengelolaan destinasi pariwisata. Sementara pelatihan berupa penggunaan aplikasi sistem penjadwalan konten media sosial. Dalam kegiatan ini menghadirkan 2 narasumber. Kegiatan ini diikuti oleh 9 dari 22 anggota atau 40,91%. Sesi pertama diisi oleh sosialisasi manajemen pengelolaan destinasi pariwisata yang membahas bagaimana manajemen pengelolaan

Kawasan Wisata Waduk Sermo. Sesi kedua diisi oleh pelatihan aplikasi sistem penjadwalan konten media sosial yang telah difasilitasi oleh tim pengabdikan secara gratis kepada Pokdarwis Gumregah Hargowilis. Tujuan adanya sistem ini adalah untuk memudahkan mitra dalam menjadwalkan unggahan konten secara tertib. Hal ini sesuai dengan asumsi dari Juni, dkk (2023) pembuatan jadwal unggah bertujuan agar postingan konten dapat berjalan dengan teratur sehingga tampak aktif bagi pembaca. Antusiasisme peserta bisa dikategorikan cukup karena menyimak sampai selesai acara dan belajar melakukan input jadwal konten.



Gambar 4. Dokumentasi Aplikasi Sistem Penjadwalan Konten Media Sosial

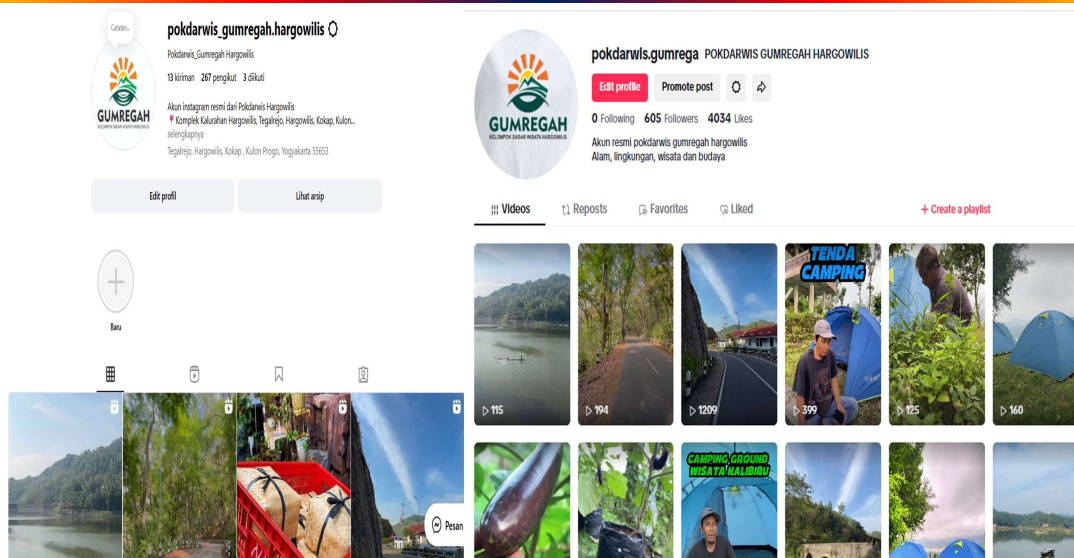
Dalam kegiatan PkM ini, tim pengabdikan berupaya untuk mengadopsi beberapa teknologi yang bisa berpeluang meningkatkan pemasaran dari kawasan wisata Waduk Sermo. Penerapan teknologi yang digunakan dalam kegiatan ini lebih ditujukan untuk membuat konten di media sosial yang akan dikelola oleh Pokdarwis Gumregah Hargowilis, seperti: *drone*, aplikasi Canva Pro, Capcut Pro, AI: Chat GPT, media sosial, dan sistem aplikasi penjadwalan konten media sosial. Tim pengabdikan memberikan *drone* dengan seri S1S Max yang memang ditujukan untuk pemula karena anggota Pokdarwis Gumregah Hargowilis belum mengoperasikan alat sejenisnya. Selain itu, memang karena keterbatasan anggaran yang dimiliki oleh Tim Pengabdikan. *Drone* dapat dimanfaatkan untuk pemetaan terkait potensi kawasan wisata Waduk Sermo baik atraksi wisata, amenitas, maupun aksesibilitasnya sehingga nanti akan memudahkan kelompok melakukan perencanaan pengelolaannya (Thoha, dkk, 2022). Selain itu, teknologi *drone* dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan dokumentasi yang menarik guna mengenalkan potensi wisata di suatu daerah (Ramawangsa, dkk, 2024). Adapun spesifikasi dari *drone* ini yaitu memiliki kamera 8K HD dalam merekam video dan mengambil foto udara. Selain itu, *drone* ini mampu mendeteksi adanya ancaman tabrakan sehingga alat ini cenderung lebih awet. Selama pelaksanaan kegiatan pelatihan hingga pendampingan, anggota Pokdarwis Gumregah Hargowilis mengalami peningkatan dalam jumlah yang mampu mengoperasikan *drone*. Peserta aktif selama pelatihan, berdasarkan kuisioner yang disebarkan oleh tim pengabdikan sebanyak 20% peserta menganggap bahwa pelatihan teknologi *drone* merupakan yang paling diminati dibanding lainnya. Selain itu, sebanyak 60% peserta menganggap bahwa *drone* mudah digunakan pasca pelatihan sementara sisanya mengatakan mungkin.



Gambar 5. Dokumentasi *Drone* yang telah difasilitasi oleh Tim Pengabdi

Untuk meningkatkan kapasitas dalam penggunaan media sosial, tim Pengabdi memberikan fasilitas langganan setahun dalam media editing foto dan video seperti aplikasi Canva Pro dan Capcut Pro. Aplikasi ini bisa dioperasikan melalui laptop maupun smartphone. Selama pelatihan, pengoperasian kedua aplikasi ini melalui smartphone. Dari sesi pelatihan hingga pendampingan telah terjadi keberdayaan, dari 2 anggota yang mampu mengoperasikan aplikasi Canva Pro menjadi 5 anggota. Sementara itu, untuk teknologi Capcut Pro hanya sebanyak 3 anggota dari sebelumnya 1 anggota yang mampu mengoperasikannya. Dengan demikian, terjadi peningkatan kapasitas dalam mengoperasikan aplikasi Canva Pro dan Capcut Pro. Teknologi lain yang diadopsi oleh tim pengabdi kepada anggota Pokdarwis Gumregah Hargowilis yaitu pemanfaatan AI: Chat GPT. Ada peningkatan kapasitas setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, dari 30% anggota menjadi 100% peserta yang mampu memanfaatkan Chat GPT tersebut pasca pelatihan. Salah satu penggunaan Chat GPT dalam pelatihan ini adalah membuat deskripsi atau caption untuk sebuah konten di media sosial. Hal ini tentu memudahkan bagi anggota Pokdarwis Gumregah Hargowilis sehingga tidak perlu terlalu memikirkan atau kebingungan dalam membuat deskripsi sebuah konten kawasan wisata Waduk Sermo.

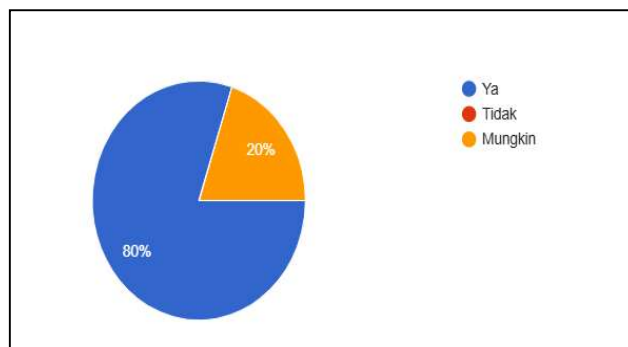
Untuk memasarkan kawasan wisata Waduk Sermo, tim pengabdi memanfaatkan digital marketing melalui media sosial. Urgensi mengenai digital marketing dalam media sosial dimulai saat maraknya Pandemi Covid-19 yang mengharuskan berbagai sektor bisnis tetap melakukan kegiatan pemasaran produknya (Teguh, dkk, 2022). Penggunaan media massa seperti media sosial mampu menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam pengelolaan kawasan wisata yang berkelanjutan dan berdampak baik bagi masyarakat (Tyas, dkk, 2025). Media sosial tersebut yaitu instagram dan tiktok yang saat ini sedang berada di urutan 3 besar dalam memasarkan sebuah kawasan wisata dan jumlah pengguna yang lebih banyak dibandingkan media sosial lainnya. Awalnya Pokdarwis Gumregah Hargowilis belum memiliki akun media sosial kemudian telah memiliki 2 media sosial tersebut selama kegiatan pelatihan dan pendampingan. Dalam pelatihan ini, berdasarkan kuisoner mitra mengungkapkan 40% teknologi media sosial dan fasilitas tayangan iklan yang paling diminati dan nilainya sama dengan pelatihan AI: Chat GPT.



Gambar 5. Dokumentasi *Drone* yang telah difasilitasi oleh Tim Pengabdi

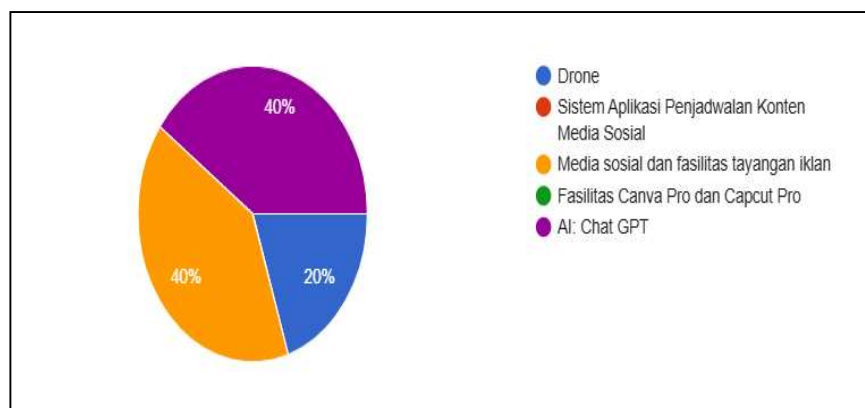
Saat ini fokus dari tim pengabdi adalah membantu meningkatkan jumlah followers dari kedua akun media sosial tersebut dengan target 1.500 followers (saat ini Instagram sejumlah 276 followers atau 18,4% dan Tiktok sejumlah 658 followers atau 43,87%). Di satu sisi, tim pengabdi juga membantu bagi anggota Pokdarwis Gumregah Hargowilis untuk mengunggah konten di kedua media sosial tersebut agar tercapai jumlah followers yang diinginkan. Media sosial mampu memberikan dampak kuat terhadap pembentukan citra destinasi wisata karena berfungsi sebagai platform bagi wisatawan untuk mencari informasi dan media promosi destinasi wisata sehingga mampu meningkatkan minat kunjungan (Ullaedi, dkk, 2024). Selain itu, tim pengabdi berupaya membantu mitra dalam mendisiplinkan mengunggah konten sebagai strategi digital marketing di kedua media sosial melalui pembuatan aplikasi sistem penjadwalan konten media sosial. Harapannya, aplikasi ini mampu memberikan semangat bagi mitra untuk selalu mengunggah konten secara periodik. Dalam keberdayaannya, sebelum pelatihan semua anggota Pokdarwis Gumregah Hargowilis belum mampu mengoperasikan sistem tersebut. Namun demikian, berdasarkan kuisisioner, pelatihan sistem ini bukan merupakan 3 besar pelatihan teknologi yang diminati oleh peserta. Keunikannya 100% peserta menganggap mudah mengoperasikan sistem tersebut.

Secara keseluruhan, berdasarkan tingkat kepuasan terhadap kegiatan PkM yang dilaksanakan oleh tim pengabdi kepada anggota Pokdarwis Gumregah Hargowilis sebesar 60% kategori sangat memuaskan dan 40% kategori memuaskan. Tim pengabdi juga mengajukan pertanyaan terkait dengan teknologi yang diberikan apakah sesuai dengan kebutuhan mitra, hasilnya yaitu: 80% peserta menyatakan sangat sesuai dan 20% sesuai dengan kebutuhan Pokdarwis Gumregah Hargowilis. Untuk meyakinkan kembali demi keberlanjutan, tim pengabdi juga menanyakan apakah teknologi yang sudah diberikan dan difasilitasi oleh tim pengabdi akan digunakan setelah kegiatan ini sudah selesai, hasilnya 80% peserta menyatakan Ya dan 20% menyatakan Mungkin.



Gambar 5. Hasil Kuisioner Pertanyaan Apakah Teknologi akan digunakan Oleh Mitra

Dari beberapa teknologi yang diberikan kepada Pokdarwis Gumregah Hargowilis sebagai bentuk fasilitas, berikut ini tiga besar teknologi berdasarkan peminatan peserta PkM: media sosial dan fasilitas tayangan iklan serta AI: Chat GPT mendapatkan nilai yang sama yaitu 40%. Sementara *drone* merupakan teknologi urutan ketiga yang paling diminati sebanyak 20%. Namun demikian, baik teknologi sistem aplikasi penjadwalan konten media sosial dan fasilitas Canva Pro dan Capcut Pro tidak mendapatkan suara sama sekali. Tim pengabdian melihat bahwa teknologi yang pengoperasiannya mudah dan sedang *trending* mendapatkan posisi tertinggi bagi peserta PkM.



Gambar 6. Hasil Kuisioner Teknologi yang Paling diminati oleh Peserta PkM

Kegiatan PkM ini mengungkap beberapa teknologi dengan mengutamakan *digital marketing* sebagai output yang bisa dimanfaatkan oleh Pokdarwis Gumregah Hargowilis. Mitra didorong untuk aktif mengunggah konten di media sosial yang telah dibuat (baik instagram maupun tiktok) sehingga peluang menarik wisatawan lebih banyak. Selain itu, perlu ada upaya aktif merespons setiap komentar oleh netizen agar tercipta rasa kebersamaan dan kepercayaan (Widodo & Aznam, 2025). Dengan demikian, Pokdarwis Gumregah Hargowilis tidak hanya mengunggah konten tetapi juga berupaya berdialog dengan netizen. Hal yang penting mengingat keterbatasan SDM yang dialami oleh mitra, tim pengabdian merekomendasikan adanya pembentukan tim *digital marketing* terpadu yang mengelola konten media sosial. Pembentukan tim tersebut dinilai krusial yang berdampak pada peningkatan efektivitas promosi dan daya saing kawasan wisata secara berkelanjutan. Hal ini sesuai dengan asumsi dari Risda & Candraningrat (2025) bahwa pembentukan tim *digital marketing* mampu meningkatkan efektivitas promosi dan daya saing destinasi pariwisata secara berkelanjutan. Dengan demikian *digital marketing* mampu menjadi pionir dan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan ke suatu destinasi pariwisata (Ningrum, dkk, 2023). Mitra harus didukung oleh Pemerintah Kalurahan Hargowilis dan pemerintah daerah setempat dalam mempromosikan kawasan wisata Waduk Sermo. Hal

ini juga sebagai upaya menjaga motivasi pengelolaan dan menciptakan inovasi strategi melalui pemasaran berbasis digital sebagai terobosannya (Fatmawati & Sulisty, 2022).

Simpulan

Kegiatan PkM dengan judul Peningkatan Kapasitas Pokdarwis melalui AI & *Digital Marketing* Guna Meningkatkan Daya Saing Kawasan Wisata Waduk Sermo sesuai dengan judul jurnal ini sebagai bentuk tindak lanjut dari kerjasama antara STIA AAN Yogyakarta dengan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dan Pemerintah Kalurahan Hargowilis dalam upaya memajukan sumber daya masyarakat lokal dan memasarkan kawasan wisata Waduk Sermo. Kegiatan ini menjadi langkah awal bagi Pokdarwis Gumregah Hargowilis dalam mempromosikan kawasan wisata Waduk Sermo melalui hasil sosialisasi dan pelatihan serta fasilitasi teknologi dari tim pengabdian guna membuat konten promosi yang akan diunggah ke media sosial sebagai bentuk implementasi *digital marketing*. Hal ini mengingat tren jumlah kunjungan ke kawasan wisata tersebut semakin menurun sehingga dengan keterlibatan aktif dari konten yang dibuat oleh Pokdarwis Gumregah Hargowilis diharapkan mampu meningkatkan minat kunjungan wisatawan karena pengaruh dari konten di media sosial (instagram maupun tiktok) milik mitra. Selama pelaksanaan kegiatan PkM, antusiasme anggota mitra sudah tampak terlihat terutama kegiatan pelatihan penggunaan teknologi yang harapannya dapat diberdayakan secara berkelanjutan oleh mitra. Anggota Pokdarwis Gumregah Hargowilis mulai tergerak untuk memajukan kawasan wisata Waduk Sermo dengan melihat dari konten-konten yang dibuat oleh mitra dan telah diunggah dalam media sosialnya. Namun demikian, tim pengabdian berharap Pokdarwis Gumregah Hargowilis tetap perlu pendampingan baik dari akademisi maupun pemerintah setempat.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang membantu seperti Pemerintah Kalurahan Hargowilis yang telah merekomendasikan Pokdarwis Gumregah Hargowilis sebagai mitra sasaran. Mahasiswa STIA AAN atas nama Muhammad Ibnu Qushoy dan Satriya Yudhi Candra yang membantu dalam kegiatan PkM ini baik secara teknis maupun nonteknis. Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi sebagai pemberi dana dalam kegiatan PkM ini. Tak luput pula, mitra sasaran yaitu Pokdarwis Gumregah Hargowilis yang telah antusias berpartisipasi selama kegiatan PkM ini dan harapannya mampu melanjutkan kegiatan pemasaran Kawasan Wisata Waduk Sermo pasca kegiatan ini telah usai.

Referensi

- Amini A, Jafarinia G, Ghalehtimouri KJ, Gorgin B. (2024). A Sustainable Social Development Model Based On Cultural Barriers. *Indonesian Journal of Social Research (IJSR)*, Vol. 6, No.3. Diakses dalam: <http://dx.doi.org/10.30997/ijsr.v6i3.436>
- Fatmawati, I, & Sulisty, A. (2022). Peningkatan Daya Saing Objek Wisata Berbasis Masyarakat melalui Strategi Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 6, No. 2. Diakses dalam <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i2.12400>
- Juni, Asma Wati SA., Firmansyah F., & Layli, M. (2023). Edukasi Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Dengan Memanfaatkan Digital Marketing Melalui Sosial Media. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 4, No. 1. Diakses dalam: <http://dx.doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2572>
- Maudiarti, S., Achmadi, M., & Pramanik, P, D. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Peningkatan Potensi Pariwisata Desa Kaduela Kuningan – Jawa Barat. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, Vol. 6, No.1. Diakses dalam <https://doi.org/10.30647/jpp.v30647/jpp.v6i1.1811>
- Ningrum, S., Monoarfa, M, A, S., & Juanna, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Botutonuo. *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 6, No. 1. Diakses dalam <https://doi.org/10.37479/jimb.v6i1.19347>

- Ramawangsa, P, A., Prihatiningrum, A., & Sari, E, V. (2024). Pendampingan Penggunaan Drone Guna Promosi Desa Wisata Alam dan Budaya Bagi Pokdarwis Di Kelurahan Kemumu. *Martable: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 7, No. 4. Diakses dalam <https://doi.org/10.31604/jpm.v7i4.%25p>
- Risda & Candraningrat. (2025). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Destinasi Pariwisata melalui Media Sosial (Studi Kasus Pantai Tanjung Jumalai). *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, Vol. 2, No. 4. Diakses dalam <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i4.5564>
- Riyanto S, Azis MNL, Putera AR. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 5, No. 1. Diakses dalam: <http://dx.doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.11534>
- Solimun, Fernandes, A, A, R., Isaskar, R., & Pramono, D. (2025). Pemetaan Harmonisasi Kelembagaan untuk Penguatan Kelembagaan Pokdarwis Desa Sumberputih dalam Pengelolaan Hutan Pinus Semeru (HPS). *Jurnal Abdimas Pariwisata*. Vol. 6, No. 2. Diakses dalam <https://jurnal.ampta.ac.id/index.php/JAP/article/view/855/568>
- Sukmasetya P, Apriyani H, Wahyuni T, Wulan BS, Nugroho W, Ardiyansah AH. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*. Vol. 4, No. 3. Diakses dalam: <http://dx.doi.org/10.30591/japhb.v4i3.2331>
- Teguh M, Phieter GA, Marceline S. (2022). Optimasi Digital Marketing Communication Bagi UMKM Relajarse id. *Society : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*. Vol. 2, No. 2. Diakses dalam: <http://dx.doi.org/10.37802/society.v2i2.206>
- Thoha, A, S., Fitri, I., Yanti, D, F., Manurung, O, H, E., Simamora, A, M., Nurfauziah, L., Jayanti, N,K., & Firmansyah, D. (2022). Pemanfaatan Drone untuk Pemetaan Potensi Ekowisata Mangrove di Percut Sei Tuan Deli Serdang Sumatera Utara. *Proceeding: Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-2. Pemberdayaan Masyarakat untuk Meningkatkan Ketahanan Pangan Menuju Indonesia Emas 2045*. Diakses dalam <https://proceeding.uns.ac.id/pengabdianfp/article/view/115/97>
- Tyas, M, A., Resmi, P, C., Purwaningsih, D., Ryan, N, N. (2025). Desa Wisata Umbul Udal-Udalan Go Digital Pelatihan Manfaat Media Digital Untuk Masyarakat. *Jurnal Abdimas Pariwisata*. Vol. 6, No. 2. Diakses dalam <https://jurnal.ampta.ac.id/index.php/JAP/article/view/839/569>
- Ullaedi, S., Maulana, H., Wati, L., Sari, A, F., & Andayani, L. (2024). Dampak Adanya Media Sosial Terhadap Citra Destinasi Wisata. *Multiple: Journal of Global and Multidisciplinary*, Vol. 2, No. 12. Diakses dalam <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple/article/view/634>
- Widodo, W, I, & Aznam, A, F, P. (2025). Inovasi Paket Wisata dan Strategi Promosi Digital Berbasis Komunitas di Desa Wisata Donokerto, Sleman. *Jurnal Abdimas Pariwisata*. Vol. 6, No. 2. Diakses dalam <https://jurnal.ampta.ac.id/index.php/JAP/article/view/881/582>

Biografi Penulis

Sugiyanto, S.T., M.P.A., lahir di Jakarta, 13 Agustus 1989, saat ini tinggal di Kabupaten Kulon Progo. Aktif mengajar di STIA AAN Prodi Administrasi Publik. Bidang kepakaran ilmu adalah manajemen publik. Alumni Prodi S1 Perencanaan Wilayah dan Kota UGM dan S2 Manajemen dan Kebijakan Publik UGM.

Daris Yulianto, SIP. MPA., lahir di Yogyakarta, 7 Juli 1975. Sekarang bekerja di STIA AAN Prodi Administrasi Publik. Alamat rumah Gampingan Baru No. 19 RT 42 RW 09, Pakuncen, Yogyakarta, e-mail: darisaan79@gmail.com. Bidang kepakaran ilmu di inovasi teknologi informasi perkantoran. Alumni Prodi Menejemen Kebijakan Publik Pasca Sarjana UGM.

Hary Hermawan, S.Par., M.M., merupakan Dosen di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Memiliki fokus pada kajian Manajemen Kepariwisata. Email: haryhermawan8@gmail.com