

PENDAMPINGAN PROMOSI WISATA DAN PENGEMBANGAN PRODUK LOKAL PADA LOKASI WISATA TITIAN MANGROVE PESINGHONG

Ferdinand Romelus Anigomang¹, Jon Idrison Molina², Hemy Ratmas Djasibani³,
Saul Brianto Belli⁴, Fegita Marleni Aleng⁵

¹Program Studi Manajemen, Universitas Tibuana Kalabahi, Indonesia

^{2,4,5}Program Studi Teknik Informatika, Universitas Tribuana Kalabahi, Indonesia

³Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Universitas Tribuana Kalabahi, Indonesia

¹fanigomang@gmail.com, ²jhonmolina8788@gmail.com, ³hemyrdjasibani@gmail.com, ⁴saulbelli@gmail.com,
⁵fegitamarlenialeng@gmail.com,

Diterima 30 November 2025, Direvisi 31 Desember 2025, Disetujui 3 Januari 2026

ABSTRAK

Salah satu wisata pantai yang sementara bergeliat di Kabupaten Alor adalah wisata pantai Titian Mangrove Pesinghong yang terletak di sekitar Kota Kalabahi dan berada di Kelurahan Mutiara. Usaha wisata ini dikelola kelompok nelayan peduli mangrove namun dalam proses pengelolaan mereka kesulitan untuk melakukan promosi melalui media sosial maupun media digital lainnya, belum adanya penyediaan produk-produk khas wisata mangrove yang bisa dijual untuk mendatangkan pendapatan kelompok. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam aspek produksi dan pemasaran. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tahapan sosialisasi, pelatihan dan praktik langsung untuk penyediaan produk-produk di Lokasi wisata dan pemasaran serta promosi wisata. Evaluasi dilakukan diawal (*pre test*) dan dilakukan diakhir kegiatan (*post test*) untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok wisata dalam mengikuti kegiatan pengabdian ini. Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan peningkatan pemahaman dari mitra tentang pentingnya melakukan promosi wisata sebesar 71,4%, peningkatan keterampilan untuk mengedit foto dan video promosi wisata menggunakan aplikasi Potoshop CS dan Movavi Video Editor Plus sebesar 68%, serta peningkatan keterampilan mitra tentang pembuatan produk buah mangrove menjadi sirup, kerupuk dan dodol sebesar 65%. Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan tingkat pemahaman dan keterampilan kelompok wisata dalam pengelolaan wisata pada aspek produksi dan pemasaran.

Kata kunci: *Mangrove; Pesinghong; Wisata; Promosi; Produk*

ABSTRACT

One of the beach tourism that is currently growing in Alor Regency is the Titian Mangrove Pesinghong beach tourism, located around Kalabahi City and in Mutiara Village. This tourism business is managed by a group of fishermen who care about mangroves, but in the management process, they have difficulty promoting through social media or other digital media, and there is no provision of typical mangrove tourism products that can be sold to generate group income. This community service activity aims to improve the capabilities of partners in production and marketing aspects. The method of implementation of the activity is carried out through stages of socialization, training, and direct practice for the provision of products at tourist locations and marketing and tourism promotion. Evaluations are carried out at the beginning (*pre-test*) and at the end of the activity (*post-test*) to measure the increase in knowledge and skills of the tourism group members in participating in this community service activity. The results of this community service activity show an increase in understanding of the importance of tourism promotion from partners by 71,4%, an increase in skills in editing photos and videos of tourism promotions using the Photoshop CS and Movavi Video Editor Plus applications by 68%, and an increase in skills in making mangrove fruit products into syrup, crackers and dodol by 65%. This community service activity successfully increased the tourism group's understanding and skills in tourism management, particularly in terms of production and marketing.

Keywords: *Mangrove; Pesinghong; Tourism; Promotion; Product*

Keywords: *separated by semicolon; remember the semicolon.*

PENDAHULUAN

Kabupaten Alor merupakan salah satu daerah tujuan wisata para turis mancanegara maupun domestik yang ada di Propinsi Nusa Tenggara Timur. Beragam destinasi wisata tersedia di Daerah ini, ada wisata budaya, wisata alam, dan juga wisata pantai. Salah satu wisata pantai yang sementara bergeliat adalah wisata pantai Titian Mangrove Pesinghong yang terletak di sekitar Kota Kalabahi dan berada di wilayah RT 14 RW 06, Kelurahan Mutiara, Kecamatan Teluk mutiara, Kabupaten Alor-NTT. Wisata pantai mangrove ini baru saja diluncurkan oleh Bupati Alor pada tanggal 15 Maret 2025. (link berita :<https://wartaalor.com/2025/03/16/launching-wisata-mangrove-pesinghong-bunda-julie-aiskodat-harap-berdayakan-kelompok-usaha/>).

Dalam konteks pengembangan pariwisata berbasis komunitas, promosi digital memegang peranan strategis sebagai sarana utama untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing destinasi wisata local (Sutanto et al., n.d.; Tuahuns et al., 2025)(Syaiful et al., n.d.). Pemanfaatan media sosial, konten visual, dan platform digital memungkinkan masyarakat pengelola wisata untuk mempromosikan potensi destinasi secara lebih luas, cepat, dan berbiaya relatif rendah(Syafa Aziz Syaputra et al., 2024)(David Adi Saputra, 2023)(Prasetyo et al., 2023). Promosi digital juga mendorong keterlibatan langsung masyarakat lokal dalam proses branding destinasi, sehingga menciptakan rasa kepemilikan (*sense of ownership*) serta memperkuat identitas wisata berbasis kearifan lokal yang berkelanjutan(Mubarak et al., 2025)(Adiatma et al., n.d.)(Isnaeni & Yucha, 2025).

Sejalan dengan hal tersebut, kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dirancang tidak hanya untuk meningkatkan kapasitas promosi wisata Titian Mangrove Pesinghong, tetapi juga sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Melalui peningkatan keterampilan digital, pengelolaan konten promosi, serta pengembangan produk lokal yang dapat dipasarkan kepada wisatawan, PKM ini diharapkan mampu membuka peluang usaha baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong tumbuhnya ekonomi kreatif di sekitar kawasan wisata. Dengan demikian, PKM ini berkontribusi langsung pada penguatan ekonomi lokal sekaligus mendukung keberlanjutan pengelolaan wisata berbasis komunitas di Kabupaten Alor.

Tim pengabdian telah mengunjungi lokasi wisata ini pada tanggal 4 April 2025 untuk melakukan survey sekaligus berdialog dengan

pimpinan dan anggota mitra yang dihadiri oleh Lurah Kelurahan Mutiara, Ketua LPM Kelurahan Mutiara, Ketua dan Anggota Kelompok Mitra. Lokasi wisata ini dikelola oleh Kelompok Nelayan Peduli Mangrove yang diketuai oleh Bapak Jackson L. Laana.



Gambar 1. Arahan Ketua Tim Pengabdian dan Suasana Pertemuan Awal Bersama Mitra

Saat survey ini kami mendapati fasilitas lokasi wisata yang tersedia antara lain, parkir yang dijaga oleh petugas parkir dengan biaya parkir Rp.2.000 / untuk kendaraan roda dua, ada tempat duduk yang disediakan bagi pengunjung, adanya tempat pertemuan terbuka dengan kapasitas terbatas antara 10-15 orang tempat pertemuan ini dijadikan juga sebagai tempat karaoke dengan biaya Rp.5.000 / 3 lagu. Tersedia juga kantin yang menyediakan snack dan jajanan yang bisa dibeli pengunjung untuk dinikmati di lokasi wisata, ada juga fasilitas jasa foto dengan harga per sekali foto Rp.5.000. Fasilitas lokasi wisata yang ada menyediakan pemandangan pantai dan pepohonan mangrove yang indah, disediakan juga tempat lokasi pemancingan bagi penikmat wisata pantai mangrove ini. Selain itu ada temuan tim saat survey, di lokasi wisata ada buah mangrove yang bisa dijadikan beberapa produk olahan seperti : Sirup Mangrove, Kerupuk Mangrove, dan Dodol Mangrove.

Pada saat kunjungan tersebut kami juga mendengar langsung permasalahan-permasalahan mitra yang disampaikan oleh perwakilan kelompok, antara lain mitra berharap agar lokasi wisata ini bisa mendatangkan pendapatan yang lebih bagi mitra selain dari beberapa pendapatan yang sudah digambarkan diatas. Walaupun kantin mitra di lokasi wisata sudah ada namun hanya menjual snack dan jajanan yang dibeli dari toko untuk itu mitra berharap ada produk yang dihasilkan sendiri oleh mitra yang bisa dijual di kantin mitra sebagai produk yang menjadi ciri khas mitra untuk

mendatangkan daya tarik pengunjung dan menjadi sumber pendapatan mitra. Selain itu ada juga keterbatasan mitra dalam pemahaman tentang promosi, membuat konten-konten dalam bentuk foto dan video promosi serta melakukan promosi wisata untuk menarik dan mendatangkan pengunjung yang banyak.

Promosi merupakan salah satu cara yang perlu dilakukan untuk mendatangkan banyak pengunjung ke lokasi wisata karena promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengunjung untuk mendatangi lokasi wisata, hal ini dapat dibuktikan dengan penelitian ketua tim peneliti yang sudah dipublikasikan di jurnal nasional (Klaten, 2019).

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini untuk mengembangkan kemampuan mitra dalam menyediakan produk-produk olahan yang dapat mendatangkan pendapatan bagi mitra. Selain itu melalui kegiatan ini bisa meningkatkan kemampuan manajemen mitra dalam penguasaan media teknologi untuk melakukan promosi lokasi wisata dan produk yang dihasilkan (Bandung, n.d.).

Solusi yang ditawarkan

Adapun solusi yang dapat dilakukan untuk menjawab permasalahan-permasalahan mitra antara lain dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pelatihan pembuatan produk-produk olahan yang akan menjadi ciri khas wisata mangrove
2. Sosialisasi tentang pentingnya melakukan promosi wisata mangrove
3. Pelatihan edit foto dan video untuk dijadikan konten-konten promosi menggunakan software atau program komputer
4. Membuat akun media sosial milik wisata mangrove pesinghong menggunakan media facebook, tiktok, youtube, instagram
5. Melakukan promosi wisata di media sosial menggunakan konten-konten yang sudah didesain melalui pelatihan
6. Melakukan promosi dan penjualan produk yang dihasilkan mitra melalui website

METODE

Pelaksanaan program pemberdayaan kemitraan masyarakat (PKM) di kelompok peduli mangrove pada lokasi wisata mangrove Kelurahan Mutiara, Kecamatan Teluk Mutiara, melibatkan beberapa pihak antara lain :

1. Universitas Tribuana Kalabahi melalui lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) yang memberikan dukungan kepada tim pengabdian ini.
2. Pemerintah setempat dalam hal ini Lurah Kelurahan Mutiara beserta jajarannya sebagai pemangku wilayah lokasi pengabdian.

3. Kelompok peduli mangrove pada lokasi Wisata Mangrove Pesinghong sebagai mitra yang diketuai oleh Bapak Jackson L. Laana beserta anggotanya sebagai mitra kegiatan pengabdian ini.

Adapun tahapan yang dilaksanakan sesuai solusi dibagi menjadi 3 tahap, yaitu: Tahap Persiapan, Tahap Pelaksanaan Kegiatan, dan Tahap Evaluasi (Upaya & Literasi, 2025) :

1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan dilakukan beberapa persiapan antara lain :

- a. Melakukan survey ke lokasi mitra pada tanggal 4 April 2025 di lokasi wisata Mangrove Pesinghong, kelurahan Mutiara, Kec. Teluk Mutiara, Kab. Alor – Nusa Tenggara Timur.
- b. Menyiapkan materi pelatihan pembuatan produk-produk olahan berupa Sirup Mangrove, Kerupuk Mangrove, dan Dodol Mangrove, yang nantinya dijual di lokasi wisata mangrove pesinghong
- c. Menyiapkan materi tentang pentingnya melakukan promosi wisata mangrove
- d. Menyiapkan materi pelatihan edit foto dan video menggunakan software
- e. Menyiapkan data-data yang diperlukan saat pembuatan akun media sosial facebook, tiktok, youtube, instagram
- f. Menyiapkan materi tentang langkah-langkah promosi usaha di media sosial dan website

2. Tahap Pelaksanaan

Setelah tahap persiapan selesai dilaksanakan, maka tahap selanjutnya adalah tahap pelaksanaan yang terdiri dari (Lelloltery et al., 2023) :

- a. Sebelum semua kegiatan dilaksanakan terlebih dahulu dilakukan Pre Test untuk mengetahui tingkat pemahaman dan keterampilan dasar dari anggota kelompok. Setelah semua kegiatan dilakukan maka akan dilakukan Post Test untuk mengetahui tingkat pemahaman dan keterampilan dari anggota kelompok setelah mengikuti kegiatan.
- b. Pelatihan pembuatan produk-produk olahan berupa Sirup Mangrove, Kerupuk Mangrove, dan Dodol Mangrove dengan menggunakan bahan dasar buah mangrove yang ada di lokasi wisata (Dwiratna, 2016).
- c. Sosialisasi tentang pentingnya melakukan promosi usaha wisata mangrove pesinghong agar kelompok usaha dapat memahami pentingnya melakukan promosi usaha untuk

meningkatkan minat pengunjung dalam mengunjungi Lokasi wisata mangrove pesinghong(Salampessy et al., 2024).

- d. Pelatihan edit foto dan video menggunakan software Wondershare Filmora 11 untuk meningkatkan keahlian kelompok usaha dalam mengedit foto dan video agar menghasilkan konten-konten promosi wisata(Syawaldipa et al., 2024).
- e. Membuat akun media sosial facebook, tiktok, youtube, instagram sebagai wadah yang dapat digunakan oleh kelompok wisata mangrove dalam melakukan promosi wisata mangrove pesinghong
- f. Promosi wisata di media sosial dan website menggunakan konten-konten yang sudah di edit dalam pelatihan sebagai konten-konten promosi wisata mangrove serta melakukan penjualan produk di website(Saputra & Ramansyah, 2023).

Partisipasi Mitra

Adapun partisipasi mitra dalam kegiatan pengabdian ini antara lain dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Menyiapkan tempat dan fasilitas untuk kegiatan pelatihan pembuatan produk dan sosialisasi di lokasi mitra
 - b. Berpartisipasi dalam mengikuti pelatihan pembuatan produk-produk olahan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menyediakan produk di lokasi wisata mangrove pesinghong
 - c. Sebagai peserta dalam sosialisasi tentang pentingnya melakukan promosi usaha wisata
 - d. Sebagai peserta dalam pelatihan edit foto dan video menggunakan software komputer untuk melatih keahlian mitra dalam melakukan edit foto dan video
 - e. Terlibat dalam pembuatan akun media sosial facebook, tiktok, youtube, instagram
 - f. Terlibat langsung dalam melakukan promosi wisata menggunakan konten-konten multimedia untuk promosi wisata melalui akun media sosial facebook, tiktok, youtube, instagram dan
 - g. Terlibat langsung dalam melakukan promosi melalui website dan melakukan penjualan melalui website
3. Tahap Evaluasi
- Untuk evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan selesai dilaksanakan, tim pengabdian telah melakukan evaluasi terhadap keberlanjutan dari program pengabdian ini. Pada tahap ini tim memantau aktifitas penyediaan produk olahan yang disediakan oleh

kelompok wisata secara mandiri agar produk-produk tersebut tetap diproduksi dan dijual di lokasi wisata untuk dikonsumsi atau dibeli oleh pengunjung wisata mangrove pesinghong secara berkelanjutan. Selain itu tim juga melakukan evaluasi dengan cara memantau aktifitas promosi yang dilakukan oleh kelompok wisata mangrove. Evaluasi ini dilakukan agar jika ada kendala-kendala yang dialami oleh kelompok wisata maka tim membantu mencari solusi agar keberlanjutan dari wisata mangrove pesinghong terus terjaga dan berkelanjutan(Tanjung & Arifudin, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan PKM menunjukkan bahwa pendampingan promosi digital pada wisata Titian Mangrove Pesinghong mampu meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan serta promosi destinasi wisata. Pemanfaatan media digital dan konten promosi mendorong visibilitas destinasi sekaligus membuka peluang ekonomi bagi masyarakat lokal melalui pengembangan produk dan jasa pendukung pariwisata. Temuan ini sejalan dengan laporan UNWTO (Kamalaveni et al., n.d.) yang menekankan pentingnya transformasi digital dalam mendukung pariwisata berkelanjutan berbasis komunitas, serta hasil penelitian Dredge dan Sigala yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital dalam pariwisata mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dan berkontribusi langsung pada pemberdayaan ekonomi lokal (Dredge et al., 2019) (Dredge et al., 2018).

Adapun kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan antara lain :

1. Sosialisasi tentang pentingnya promosi wisata
Sosialisasi tentang pentingnya melakukan promosi wisata mangrove telah dilaksanakan pada hari Selasa, 22 Juli 2025 yang materinya dibawa oleh Bapak Alvonso F. Gorang, S.Sos.,MM. Materi ini disampaikan setelah pembukaan kegiatan PKM di lokasi wisata Mangrove Pesinghong yang dihadiri oleh Ketua dan anggota Kelompok mitra serta Pemerintah Kelurahan dan Pimpinan Universitas Tribuana Kalabahi.



Gambar 2. Kegiatan Pembukaan dan materi tentang pentingnya promosi

2. Pelatihan Edit Foto dan Video Promosi

Untuk kegiatan Pelatihan edit foto dan video dilaksanakan selama 4 hari dari tanggal 23-26 Juli 2025. Pelatihan edit foto menggunakan *software* Potoshop CS dan untuk pelatihan edit video menggunakan *software* Movavi Video Editor Plus. Selain menggunakan aplikasi berbasis desktop kami juga melakukan pelatihan edit foto dan video menggunakan aplikasi mobile atau berbasis android.



Gambar 3. Pelatihan Edit Foto dan Video Promosi

3. Pelatihan pembuatan buah mangrove menjadi produk sirup, kerupuk dan dodol.

Untuk kegiatan pelatihan pembuatan produk Sirup Mangrove, Kerupuk Mangrove, dan Dodol Mangrove, tim menunggu ketersediaan buah mangrove yang merupakan bahan utama pembuatan mangrove yang ketersediaannya ada sesuai musimnya. Dalam kegiatan pelatihan pembuatan produk buah mangrove dimulai dengan tahapan pengadaan bahan baku buah mangrove, setelah itu dilakukan pra pengolahan pada tanggal 26 September 2025. Kemudian pelatihan pembuatan produk dilakukan pada tanggal 30 September 2025.



Gambar 4. Pelatihan pembuatan buah mangrove menjadi sirup, kerupuk dan dodol



Gambar 5. Produk Sirup, Kerupuk dan Dodol dari buah mangrove yang sudah ada dalam kemasan

Setelah melalui proses pelatihan pembuatan buah mangrove menjadi sirup, kerupuk dan dodol. Produk-produk yang sudah dihasilkan tersebut diberi label agar menjadi menarik bagi konsumen (Setiawan et al., 2025). Label tersebut berupa identitas kelompok PKM Mangrove Pesinghong untuk dipromosikan dan dijual melalui media social dan media website.

Sebelum kegiatan PKM, dilakukan pre test untuk mengetahui pengetahuan anggota kelompok mitra dalam memahami pentingnya promosi, dan juga keterampilan kelompok mitra dalam mengedit foto dan video serta keterampilan mitra dalam pengolahan buah mangrove menjadi sirup, kerupuk dan dodol. Setelah pelatihan dilakukan post test untuk mengetahui perubahan pengetahuan dan keterampilan mitra sasaran PKM.

Untuk Gambaran hasil pre test dan post test dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Tes Pengetahuan

Aspek Penilaian	Skor Pre Test (%)	Skor Post Test (%)	Peningkatan (%)
Komunikasi Informasi Produk	10	80	70
Penciptaan dan Peningkatan Kesadaran Merek (Brand Awareness)	15	85	70
Mempengaruhi dan Membujuk (Persuasi)	10	87	77
Membangun dan Memelihara Hubungan Pelanggan	20	90	70
Keunggulan Kompetitif	10	80	70
Rata-Rata	13	84,4	71,4

Dari tabel 1. Terbaca terjadi peningkatan pengetahuan pemahaman anggota kelompok mitra dalam memahami aspek-aspek dari pentingnya promosi. Dimana terjadi peningkatan pemahaman dengan rata-rata prosentase sebesar 71,4%.

Untuk keterampilan mitra terjadi peningkatan keterampilan pada dua kegiatan yaitu pelatihan edit foto dan video serta pelatihan pengolahan buah mangrove menjadi sirup, kerupuk dan dodol buah mangrove.

Tabel 2. Tes Keterampilan Mitra untuk Pelatihan edit foto dan video

Aspek Penilaian	Skor Pre Test (%)	Skor Post Test (%)	Peningkatan (%)
Penguasaan Perangkat Lunak (Software Proficiency)	5	65	60
Kemampuan Teknis Pengeditan	5	70	65
Pemahaman Estetika dan Komposisi Visual	15	85	70
Penceritaan Visual (<i>Visual Storytelling</i>)	20	90	70
Dampak dan Hasil (Output)	10	85	75
Rata-Rata	11	79	68

Dari tabel 2 terbaca bahwa dari 5 aspek penilaian terjadi peningkatan keterampilan mitra sebesar 68% untuk kegiatan pelatihan edit foto dan video. Untuk perubahan peningkatan keterampilan mitra dalam pengolahan buah mangrove menjadi sirup, kerupuk dan dodol, terjadi peningkatan sebesar 65% yang dapat kami uraikan pada tabel 3 dibawah ini :

Tabel 3. Tes Keterampilan mitra untuk pengolahan buah mangrove

Aspek Penilaian	Skor Pre Test (%)	Skor Post Test (%)	Peningkatan (%)
Aspek Bahan Baku dan Persiapan	35	90	55
Aspek Proses Pengolahan	20	85	65
Aspek Pengemasan dan Pemasaran	5	80	75
Rata-Rata	20	85	65

Dari temuan pada pre test dan post tes ini menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra yang cukup signifikan. Dengan hasil ini diharapkan mitra penerima manfaat dari PKM ini dapat secara rutin melakukan promosi wisata mangrove dan menyediakan sendiri produk olahan dari buah mangrove untuk meningkatkan pendapatan mitra.

SIMPULAN DAN SARAN

Mitra kelompok wisata titian mangrove pesinghong telah mengikuti sosialisasi tentang pentingnya melakukan promosi wisata, selain itu pelatihan edit foto dan video serta pelatihan pengolahan buah mangrove menjadi sirup, kerupuk dan dodol. Dari hasil kegiatan ini terjadi

peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang cukup signifikan berdasarkan aspek-aspek yang dinilai yaitu untuk peningkatan pengetahuan sebesar 71,4%, peningkatan keterampilan edit foto dan video sebesar 68% serta peningkatan keterampilan pengolahan buah mangrove sebesar 65%.

Saran yang dapat kami berikan kepada pengurus dan anggota kelompok wisata titian mangrove pesinghong antara lain : dengan adanya pengetahuan dan keterampilan yang telah didapat maka mitra dapat secara rutin melakukan promosi wisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada Lokasi wisata titian mangrove pesinghong serta mitra juga dapat secara rutin mengolah produk buah mangrove menjadi sirup, kerupuk dan dodol untuk dijual di Lokasi wisata agar dapat meningkatkan pendapatan mitra.

UCAPAN TERIMAKASIH

Melalui kesempatan ini Tim PKM Universitas Tribuana Kalabahi mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi Sains dan Teknologi yang telah mendukung kegiatan ini melalui bantuan pendanaan berupa Hibah Kemendikstisaintek. Ucapakan terimakasih juga kami sampaikan kepada Kepala LPPM dan Rektor Universitas Tribuana Kalabahi yang telah mendukung kami selama ini, dan Ketua serta anggota kelompok wisata Titian Mangrove Pesinghong yang telah bersama-sama mendukung kegiatan ini dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Adiatma, D., Susilawati, W., & Muminin, R. S. (n.d.). *Menuju Branding Pariwisata Berkelanjutan: Integrasi AR, Pemasaran Influencer, dan Partisipasi Komunitas dalam Promosi Destinasi*. 14(4), 2025. Bandung, K. (n.d.). <http://dx.doi.org/10.30656/ka.v2i2.2066>.
- David Adi Saputra, I. P. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Mempromosikan Destinasi Pariwisata. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* (E-ISSN 2745-4584), 4(1), 345–353. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3621>
- Dredge, D., Phi, G., Mahadevan, R., Meehan, E., & Popescu, E. (2019). Digitalisation in tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 30, 100–115
- Dredge, D., Phi, G., Mahadevan, R., Meehan, E., & Popescu, E. S. (2018). *Digitalisation in Tourism In-depth analysis of challenges and opportunities*.

- Dwiratna, S. H. S. N. P. (2016). *Proses saponifikasi terjadi karena reaksi antara trigliserida dengan alkali , sedangkan proses netralisasi terjadi karena reaksi asal lemak bebas dengan alkali....* 5(1), 29–33.
- Isnaeni, F., & Yucha, N. (2025). Strategi Branding Digital Untuk Desa Wisata Di Banyuwangi Berbasis Pendekatan Partisipatif Dan Inovasi Lokal. *Semeru: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 188–196. <https://doi.org/10.55499/semeru.v2i1.1548>
- Kamalaveni, M. S., Suriya, A., Sakthivel, P., & Vignesh, S. (n.d.). Issue 4 (I). In *International Journal of Advance and Innovative Research* (Vol. 8). www.googleimages.com
- Klaten, K. (2019). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul*. 17(1), 13–27.
- Lelloltery, Y., Kanety, D. H., Nanulaita, M., Warsoy, L., Gideon, J., Mauday, F., Mehmorliay, B., Porloy, C., Pooroe, D. F., Kilikily, C., Ma, R. K., & Sugiarto, S. (2023). *Pengabdian Mahasiswa Melalui Program Bimbingan Belajar Pada Siswa SD Inpres Werwaru*. 2(3), 221–227.
- Mubarak, F., Nauval Fazrur Rohman, M., Nur Rahmad, A., Munir, S., Maya Julianti, D., Raya Telang, J., Telang, D., Kamal, K., Bangkalan, K., Jawa Timur, P., & Penulis, K. (2025). PT. Media Akademik Publisher Transformasi Promosi Wisata Lokal Melalui Platihan Branding Digital Marketing: Studi Pada Pokdarwis Desa Kramat, Kabupaten Bangkalan. *JMA*, 3, 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Prasetyo, H., Irawati, N., & Satriawati, Z. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Desa Wisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(2), 515. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1281>
- Salampessy, M. L., Widhyastini, I. G. A. M., Sonani, N., & Lidiawati, I. (2024). *Sosialisasi Peluang Promosi Digital Produk Olahan Mangrove di Desa Pantai Bahagia Bekasi*. 5, 186–192.
- Saputra, C., & Ramansyah, A. (2023). *Strategi Promosi Pariwisata melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pengunjung di Desa Wisata*. 10, 52–60.
- Setiawan, A. P., Wardhana, D. I., Aulia, A. N., Priyandana, D. A., & Muchta, A. M. (2025). *Peningkatan kapasitas kelompok wanita tani nawasena melalui pelatihan pembuatan sabun cuci piring berbahan baku bunga mawar*. 4(September).
- Sutanto, H., Ika Supryadi, D., & Handika Putra, T. (n.d.). *Strategi Marketing Dan Pengembangan Desa Wisata Berbasis Digital Di Kabupaten Lombok Utara*.
- Syafa Aziz Syaputra, Hasbullah Azis, & Rahmat Wisudawanto. (2024). Integrated Marketing Communication dalam Mempromosikan Wisata Waduk Gajah Mungkur di Era Digital. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 212–238. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i4.1304>
- Syaiful, S., Tinggi, S., & Riau, P. (n.d.). *KOMUNIKASI PARIWISATA DI ERA DIGITAL*.
- Syawaldipa, A., Yosse, S., Meri, R., Fryonanda, H., & Laia, B. (2024). *Pelatihan Editing Foto dan Video Bagi Karang Taruna Limau Manis Peningkatan Promosi Potensi Desa Melalui Media Visual*. 4(6). <https://doi.org/10.59818/jpm.v4i6.989>
- Tanjung, R., & Arifudin, O. (2023). *Pendampingan meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menulis jurnal ilmiah*. 1(1), 1–2.
- Tuahuns, F., Pinoa, S., Partini, D., & Sephnath Pinoa, W. (2025). *Pengembangan Obyek Wisata Pantai Gumumae di Kota Bula Melalui Promosi Media Sosial* (Vol. 1).
- Upaya, D., & Literasi, M. (2025). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pengabdian Masyarakat : Pelatihan Penggunaan Microsoft Word Pada Siswa / I Sd Gmit Belemana*. 2(1), 21–26.