

Pemanfaatan teknologi AI untuk peningkatan kreativitas dan inovasi dalam pembuatan konten digital wisata Waduk Poncodan

Sintha Istikomah^{1,*}, Maulana Muhammad Jogo Samodro², Pipit Larasai³

^{1,2}Prodi Sistem Informasi, Universitas Safin Pati, Pati, Jawa Tengah, Indonesia

³Prodi Manajemen, Universitas Safin Pati, Pati, Jawa Tengah, Indonesia

Article Info

Article history:

Received March 12, 2025

Accepted April 17, 2025

Published November 1, 2025

Kata Kunci:

Artificial Intelligence (AI)

Konten Digital

Kreatifitas

Inovasi

Wisata Waduk

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Waduk Poncodan Kecamatan Gembong, Kabupaten Pati, bertujuan untuk meningkatkan kreativitas pembuatan konten digital dan kemampuan dalam promosi digital. Dalam menghadapi pesatnya perkembangan era digital, sektor industri wisata perlu mengatasi berbagai tantangan untuk tetap kompetitif. Oleh karena itu, program ini difokuskan pada pemberian sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan teknologi AI yaitu ChatGPT untuk menggali ide inovasi dan aplikasi Canva sebagai alat desain konten digital. Kegiatan ini dilaksanakan melalui empat tahapan yaitu, tahap observasi dan perizinan, tahap persiapan pembagian tugas oleh tim, tahap pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan, serta evaluasi kepuasan peserta. Peserta mudah dalam memahami dan mempraktikkan pelatihan secara langsung dengan tingkat kepuasan sebesar 80% dan kemanfaatan sebesar 100%. Selain memberikan keterampilan teknis, program ini juga memotivasi para pengelola wisata untuk mengoptimalkan pemasaran digital guna menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan memberikan dampak positif dalam peningkatan kualitas pemasaran melalui konten digital pada obyek wisata waduk Poncodan.



Corresponding Author:

Sintha Istikomah,

Program Studi Sistem Informasi,

Fakultas Ilmu Komputer,

Universitas Safin Pati,

Jln. Pati-Tayu Km. 13 Ds. Ketanen, Trangkil, Pati, Jawa Tengah 59153

Email: *sintha_istikomah@usp.ac.id

1. PENDAHULUAN

Kekayaan alam dan budaya merupakan komponen penting dalam pariwisata di Indonesia, yang dikenal dengan keragaman destinasi menarik seperti Bali, Yogyakarta, dan Raja Ampat. Objek wisata adalah lokasi yang menarik wisatawan karena sumber dayanya, baik alam maupun buatan manusia, termasuk pemandangan alam yang indah, pantai, flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah, monumen, candi, tarian, atraksi, dan budaya unik lainnya [1]. Obyek wisata ini melibatkan berbagai sektor industri yang berperan aktif dalam meningkatkan ekonomi negara sekaligus mendorong pembangunan daerah. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme. Dengan meningkatnya penghasilan masyarakat dan waktu luang akibat hari kerja yang lebih singkat, aktivitas wisata pun terus bertumbuh, memberikan dampak positif yang signifikan.

Industri pariwisata penting untuk ekonomi, menciptakan lapangan kerja dan mendukung bisnis lokal. Selain itu, pariwisata yang baik dapat memperbaiki citra negara di mata dunia. Untuk itu, pengembangan sektor ini perlu melibatkan masyarakat lokal, melindungi lingkungan, dan menjaga budaya. Kerjasama antara pemerintah, industri, dan komunitas lokal sangat penting untuk memastikan perkembangan pariwisata yang

berkelanjutan dan inklusif. Sektor pariwisata berkelanjutan memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, sekaligus menjaga keseimbangan lingkungan dan budaya [2].

Kabupaten Pati, khususnya di Kecamatan Gembong, menyimpan potensi wisata alam yang besar namun belum sepenuhnya dimanfaatkan. Salah satu contohnya adalah Waduk Poncodan yang terletak di Desa Pohgading. Waduk ini menawarkan pemandangan alam yang memukau dan suasana tenang, menjadikannya destinasi yang ideal untuk wisata rekreasi maupun edukasi. Namun, pengelolaan waduk saat ini masih terbatas, baik dalam hal fasilitas pendukung maupun strategi promosi. Salah satu tantangan utamanya adalah kurangnya pemanfaatan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan promosi dan menarik wisatawan secara efektif. Pada zaman dahulu untuk mendapatkan informasi yang diinginkan masih sangat sulit, kita harus mencari media cetak terlebih dahulu maupun lewat media elektronik seperti radio, televisi, dll. Kemajuan teknologi saat ini menuntut pengelola wisata untuk memanfaatkan tren digital agar tetap relevan dan menarik minat wisatawan. Untuk memenuhi kebutuhannya, hampir semua orang menggunakan layanan internet dan memanfaatkan teknologi untuk mendapatkan hiburan, pendidikan dan informasi [3]. Pengelola obyek wisata Waduk Poncodan menghadapi tantangan dalam mengakses informasi relevan untuk kebutuhan promosi yang efektif dalam menarik wisatawan. Kondisi ini dapat menghambat efektifitas perencanaan dan pelaksanaan program-program yang diperlukan dalam promosi wisata.



Gambar 1. Foto bersama dengan peserta dan Pengelola Wisata

Kegiatan pengabdian Masyarakat melalui kegiatan pelatihan pembuatan poster digital memanfaatkan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) sebagai salah satu pilar Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pengabdian diselenggarakan di Wisata Waduk Poncodan Kecamatan Gembong Kabupaten Pati seperti pada [Gambar 1](#). AI mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam kurun waktu saat ini. AI memungkinkan perangkat lunak untuk belajar secara alami dari pola atau fitur dalam data dengan menggabungkan sejumlah besar data dengan pemrosesan berulang yang cepat dan menggunakan algoritma yang cerdas [4]. Dalam konteks ini, menyelenggarakan pelatihan dengan dua platform penting pembuatan konten digital yang menarik dan berkualitas tinggi, yakni ChatGPT dan Canva. ChatGPT adalah chatbot AI atau sistem kecerdasan buatan yang memungkinkan interaksi percakapan berdasarkan teks [5], [6]. Selain itu juga digunakan untuk pengembangan pemasaran berbasis digital, meningkatkan kemampuan menulis seseorang, memperbaiki desain teks promosi, dan mengoptimalkan bisnis [7], [8]. Canva merupakan platform desain grafis yang memungkinkan pengguna membuat poster, presentasi, grafis media sosial, dan konten visual lainnya [9], [10], [11]. Canva memiliki keunggulan dalam penggunaannya seperti mudah digunakan, menarik, informatif, interaktif, mudah diakses, memiliki fleksibilitas dalam proses desain [12].

Pariwisata berkelanjutan menjadi prioritas penting di era modern, di mana pelestarian keindahan alam dan kekayaan budaya harus dilakukan dengan cermat untuk mendukung kesejahteraan masyarakat tanpa merusak ekosistem [13]. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memastikan bahwa warisan budaya dan keindahan alam tetap terjaga untuk dinikmati oleh generasi mendatang [14]. Waduk Poncodan memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata berkelanjutan. Dengan melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaannya, memanfaatkan teknologi inovatif seperti AI untuk promosi digital, dan mengembangkan fasilitas wisata ramah lingkungan, kawasan ini dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan pada lingkungan, budaya, dan ekonomi lokal.

2. METODE

Metode pelaksanaan pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi secara persuasif dan edukatif. Penyampaian materi dari awal hingga akhir dengan metode ceramah, yaitu tutor memulai pelatihan dengan menjelaskan materi tentang manfaat kecerdasan buatan dalam pembuatan konten digital, selanjutnya melakukan praktik langsung dengan peserta dan diakhiri dengan sesi tanya jawab yang digunakan untuk wadah diskusi menjawab pertanyaan peserta mengenai materi yang belum dipahami [15]. Pelatihan pembuatan konten digital menggunakan teknologi AI terdiri dari 4 tahap, seperti pada [Gambar 2](#). Tahap awal dilakukan observasi survei untuk memahami tingkat pengetahuan peserta dan tujuan yang ingin dicapai. Berdasarkan hasil survei, program pelatihan dirancang secara terorganisir dengan fokus pada penerapan manfaat kecerdasan buatan dalam pembuatan konten digital yang kreatif dan inovatif untuk branding obyek wisata waduk Poncodan

Tahap kedua ialah persiapan, Pada tahap ini dilakukan persiapan dengan rapat tim dan pembagian tugas sebelum kegiatan dilaksanakan, ketika kegiatan berlangsung, dan setelah kegiatan selesai. Pembagian tugas ini dilakukan agar aktifitas dalam kegiatan dapat berjalan dengan lancar. Selain itu juga melakukan koordinasi kepada pihak mitra dengan menjelaskan kegiatan yang akan dilaksanakan.

Pembagian tugas dalam tim telah dilakukan dengan beberapa tugas seperti moderator, tutor, seksi dokumentasi, seksi absensi dan seksi konsumsi. Tahap selanjutnya yaitu pelaksanaan, kegiatan ini diikuti oleh 10 orang peserta anggota pengelola waduk poncodan. Dimana tutor menjelaskan dengan materi “Pemanfaatan Teknologi AI untuk Peningkatan Kreativitas dan Inovasi” kemudian dilanjutkan dengan implementasi materi yaitu pembuatan konten digital berbasis Instagram menggunakan Canva dan sesi tanya jawab. Setelah acara pelatihan selesai, dilanjutkan kegiatan penanaman pohon tabebuaya oleh pihak pengelola, mahasiswa, dan peserta kegiatan. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini berlangsung pada hari Jumat, tanggal 24 Januari 2025 selama 3 jam dengan beberapa sesi acara.

Tahap terakhir yaitu evaluasi, diakhir kegiatan para peserta akan dimintai untuk mengisi kuesioner mengenai evaluasi kegiatan. Adapun hasil dari kuesioner tersebut akan dianalisis untuk mengetahui tanggapan dan tingkat pemahaman dari pemaparan materi yang dilakukan.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Kegiatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pemanfaatan teknologi AI untuk peningkatan kreatifitas dan inovasi dalam pembuatan konten digital wisata waduk poncodan” bertujuan untuk pengoptimalan promosi wisata berbasis digital salahsatunya ialah melalui sosial media. Hingga saat ini belum efektif adanya sosial media khusus untuk mempromosikan obyek wisata tersebut. Sehingga target peserta pengabdian masyarakat ini adalah pihak pengelola harus kreatif dalam memuat konten untuk mempromosikan sehingga informasi bisa tersebar dan menarik minat calon wisatawan yang ingin berkunjung. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 24 Januari 2025 secara tatap muka langsung yang dihadiri oleh 10 anggota pengelola wisata, dosen prodi sistem informasi dan manajemen, serta mahasiswa prodi sistem informasi. Kegiatan penyampaian materi dan sesi tanya jawab dapat dilihat pada [Gambar 3](#) dan [Gambar 4](#). Pelatihan ini mendapatkan dampak positif melalui apresiasi dari peserta yang dibuktikan dengan diskusi banyaknya pertanyaan yang disampaikan dan hasil kuesioner yang memuaskan.



Gambar 3. Penyampaian Materi "Pemanfaatan teknologi AI dalam pembuatan konten digital"



Gambar 4. Sesi Tanya Jawab Selama Pelatihan

1. Penyampaian materi tentang Instagram sebagai media promosi digital kepada pengelola wisata waduk Poncodan. Dalam sesi ini pemateri menyampaikan materi tentang

- a. Instagram

Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan diseluruh dunia termasuk di Indonesia yang hingga sampai tahun 2024 menempati peringkat ke empat pengguna Instagram terbanyak setelah negara Brazil [16]. Media sosial ini memiliki berbagai macam fitur yang memungkinkan penggunanya dapat menyebarluaskan informasi melalui postingan konten berbagai format seperti live streaming, video, corousel photos dan juga dilengkapi dengan efek kamera, stiker sehingga Instagram ini disebut kekuatan baru media pemasaran yang harus diperhitungkan. Pemasaran digital baik berupa produk maupun jasa melalui media sosial bisa lebih optimal daripada dengan cara konvensional [17].

- b. ChatGPT

Materi yang disampaikan pada pelatihan ini melalui diskusi, studi kasus, dan sesi praktik. Peserta diberikan kesempatan untuk berlatih secara langsung dengan alat desain konten yaitu Canva dan perangkat lunak AI yaitu ChatGPT. Generative Pre-training Transformer adalah Chatbot AI atau sistem kecerdasan buatan yang memiliki fungsi untuk berinteraksi dalam percakapan berbasis teks [5]. Cara penggunaan ChatGPT ini cukup mudah. Langkah awal yang untuk bisa memulainya dengan menggunakan teknik *prompting*. Proses ini dilakukan dengan memasukkan satu maupun beberapa kata perintah/instruksi atau pertanyaan kepada model AI untuk menghasilkan jawaban atau respon yang relevan [18]. *Framework prompt* ChatGPT adalah kerangka kerja yang telah dirancang untuk mengarahkan respons model AI secara lebih spesifik dan terstruktur.

- c. Canva

Selanjutnya pemateri/tutor membahas tentang cara penggunaan aplikasi Canva dalam membuat konten digital. Dalam sesi ini peserta diperkenalkan dengan aplikasi Canva untuk mendesain poster menggunakan berbagai *template* desain serta kreatifitas dari peserta secara langsung [19]. Peserta diajak untuk mengeksplorasi fitur-fitur yang tersedia di Canva agar dapat berkreasi dalam

mendesain poster maupun brosur digital. Selain itu para peserta diperlihatkan beberapa contoh sosial media yang aktif mengunggah konten wisata waduk serupa dan contoh desain yang menggunakan template gratis dari Canva.

Karena obyek wisata waduk Poncodan ini belum memiliki akun official di Instagram, pihak pengelola juga diarahkan download dan dibimbing untuk membuat akun untuk mempublikasikan konten promosi wisata. Setelah akun Instagram sudah ada, pelatihan dilanjutkan dengan penggalan ide inovasi konten dengan ChatGPT, setelah ide didapatkan, dituangkanlah pembuatan konten baik berupa visual foto/video maupun keduanya pada aplikasi Canva. Keberagaman daya tarik konten tersebut berperan penting dalam menarik perhatian calon wisatawan terhadap obyek wisata yang dipromosikan dalam pemasaran digital[20].

2. Cara membuat akun Instagram menggunakan HP dengan Langkah sebagai berikut:
 - a. Unduh aplikasi Instagram di playstore ataupun Appstore kemudian install aplikasi tersebut pada perangkat HP yang digunakan oleh admin pengelola wisata.
 - b. Setelah terinstall, buka aplikasinya lalu pilih “daftar” atau “sign up”
 - c. Pilih metode pendaftaran: pilih opsi melalui email atau nomor telepon
 - d. Buat akun dengan melengkapi data dengan memasukkan email/no telepon, nama pengguna dan kata sandi yang kuat
 - e. Kemudian verifikasi akun dengan kode yang telah dikirimkan melalui email/no telepon
 - f. Lengkapi profil dengan nama pengguna, bio, foto profil
 - g. Selesai, pembuatan akun Instagram sudah berhasil

3. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat kali ini dijelaskan tips menggunakan framework prompt ChatGPT agar respons model AI lebih spesifik dan terstruktur dengan framework prompt. RACE.

RACE (Role, Action, Context, Expectation)

- Role: Tentukan peran yang diambil oleh ChatGPT.
- Action: Detailkan tindakan yang diperlukan.
- Context: Berikan konteks atau latar belakang situasi.
- Expectation: Deskripsikan hasil yang diinginkan.

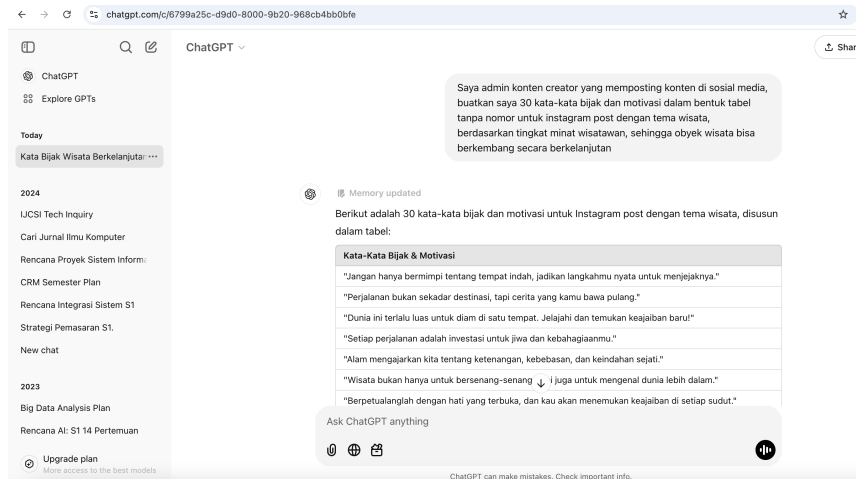
Contoh

- Role = “sebagai admin konten creator”
- Action = “membuat konten kata-kata motivasi”
- Context = “mengacu pada memancing minat wisatawan”
- Expectation = “obyek wisata berkembang”

Prompt lengkap:

Sebagai admin konten creator yang memposting konten di sosial media, buatlah saya 30 kata-kata bijak dan motivasi dalam bentuk tabel tanpa nomor untuk instagram post dengan tema wisata, berdasarkan tingkat minat wisatawan, sehingga obyek wisata bisa berkembang secara berkelanjutan. Penggunaan prompting pada framework ChatGPT dapat dilihat pada [Gambar 5](#).

4. Cara Menggunakan ChatGPT
 - a. Pertama-tama, buka browser di PC ataupun ponsel.
 - b. Kunjungi laman <https://chat.openai.com>.
 - c. Setelah itu, sign up untuk membuat akun dengan klik Create an OpenAI account atau dengan login akun gmail.
 - d. Lakukan registrasi melalui email, Microsoft, atau Google.
 - e. Selanjutnya OpenAI akan mengirimkan kode verifikasi melalui email/nomor yang digunakan.
 - f. Setelah kode muncul, masukan kode dan Anda akan langsung dialihkan ke dashboard platform
 - g. Masukkan perintah atau prompting yang diinginkan
 - h. Tunggu beberapa detik hingga AI memberikan jawaban
 - i. Selesai.



Gambar 5. Penerapan Framework Prompting ChatGPT

5. Membuat konten digital dengan Canva

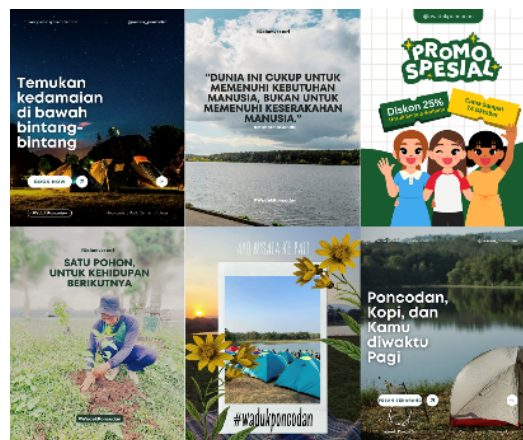
Peserta diajak untuk mengeksplorasi fitur-fitur yang tersedia di Canva agar dapat berkreasi dalam mendesain poster maupun brosur digital. Hasil karya pelatihan peserta dapat terlihat pada [Gambar 6](#). Selain itu para peserta diperlihatkan beberapa contoh sosial media yang aktif mengusung konten wisata waduk serupa dan contoh desain yang menggunakan template gratis dari Canva.

Langkah Persiapan:

1. Siapkan Ide Utama yang menarik
2. Siapkan Konten Promosi (dalam bentuk visual, teks)
3. Buka aplikasi ChatGPT
4. Buka aplikasi Microsoft Word
5. Buka aplikasi Canva

Langkah Penyusunan Konten Digital yang menarik

1. Gunakan ChatGPT untuk brainstorming ide secara cepat dengan mengajukan pertanyaan dengan *Framework prompt* yang sesuai misal "Ide konten Instagram untuk wisata waduk dalam 30 hari"
2. Pilih jenis konten sesuai tujuan dan target audiens
3. Rancang desain visual yang menarik menggunakan aplikasi Canva, tambahkan sentuhan unik dengan efek AI
4. Pendalaman dan validasi respon, kemudian melengkapi konten (Gambar, caption, dll).
5. Optimalkan konten untuk platform media sosial, gunakan format vertical untuk reels dan pastikan copywrite singkat padat



Gambar 6. Kolase Hasil Karya Pelatihan Peserta

6. Evaluasi Pelaksanaan Pelatihan

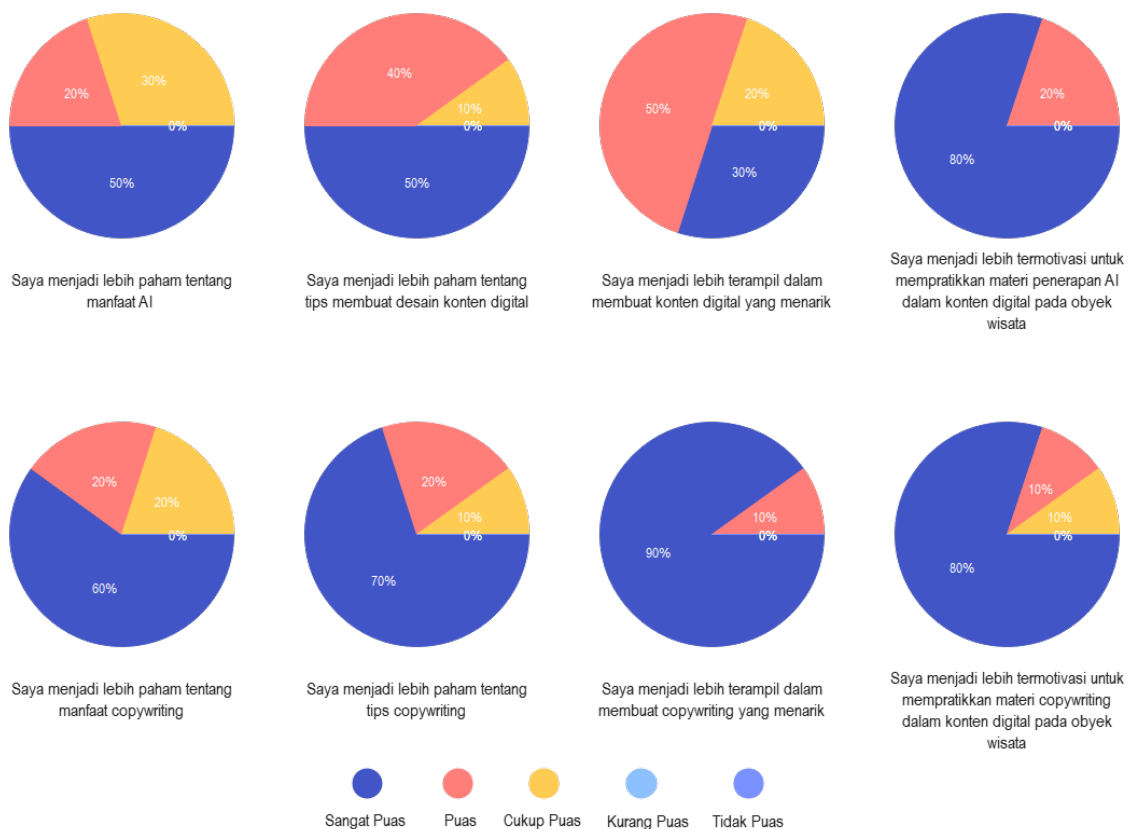
Dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi ini, para peserta pelatihan akan mamapu memahami konsep maupun manfaat kecerdasan buatan AI, menguasai penggunaan ChatGPT dan Canva dalam pembuatan konten digital serta memiliki pemahaman tentang penerapan AI dalam menggali ide inovasi konten digital bertema wisata waduk. Adapun materi-materi ini telah dirancang untuk memberikan keterampilan dan inovasi kepada peserta kegiatan agar mereka dapat memanfaatkan teknologi AI dalam pembuatan konten digital.

Tingkat kepaahaman dan keterampilan peserta dalam menerima materi dievaluasi menggunakan form kuisioner yang disebarkan secara langsung pada sesi akhir pelatihan. Kuesioner evaluasi pelatihan menggunakan skala likert dengan rentang skor 1 hingga 5, yaitu sangat tidak puas (1), tidak puas (2), cukup puas (3), puas (4), dan sangat puas (5) [21]. Adapun skor yang didapatkan akan dihitung untuk menentukan kriteria penilaian. [Tabel 1](#) merupakan kriteria skor dengan 5 interval penilaian. Kriteria tersebut terdiri dari Sangat tidak puas, Tidak puas, Cukup puas, Puas, dan Sangat puas.

Tabel 1. Kriteria Interpretasi Skor	
Persentase (%)	Kriteria
0-20	Sangat tidak puas
21-40	Tidak puas
41-60	Cukup puas
61-80	puas
81-100	Sangat puas

a. Evaluasi Materi

Berikut adalah evaluasi materi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diukur tingkat keberhasilannya berdasarkan kuisioner yang disebat kepada peserta pelatihan yang hasilnya dapat dilihat pada [Gambar 7](#).

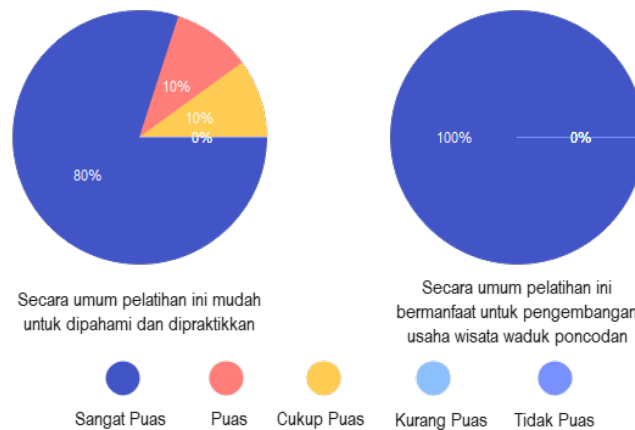


Gambar 7. Persepsi Peserta Mengenai Hasil Kegiatan

Berdasarkan [Gambar 7](#) mengenai persepsi mengenai hasil kegiatan yang disebarkan melalui kuisioner mendapatkan hasil yang cukup memuaskan yaitu 50% sangat puas, 20% puas dan 30% cukup puas. AI juga dapat dijadikan tips sebagai penggalan ide desain. Masyarakat menjadi lebih paham terkait adanya AI hal ini terlihat dengan persentase kepuasan 80% sangat puas dan 20% puas. Materi *copywriting* juga memiliki tingkat kepuasan yang tinggi dari peserta. Manfaat yang dirasakan masyarakat sangat puas terhadap materi *copywriting* dibuktikan dengan persentase sebesar 60%, puas 20%, dan 20% cukup puas. masyarakat juga lebih paham dalam pembuatan *copywriting*. Keterampilan dalam pembuatan *copywriting* menjadi lebih menarik dengan adanya pelatihan, persentase kepuasan 90% sangat puas, dan 10% puas. Pelatihan penggunaan AI sebagai pembuatan konten desain dan *copywriting* menunjukkan respon yang sangat puas, dengan persentase kepuasan 80%.

b. Evaluasi Pelaksanaan

Untuk terus melakukan *continuous improvement*, sehingga perlu dilakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan secara umum. Evaluasi digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan. Terdapat 2 pertanyaan dalam unit evaluasi yaitu kemudahan dan kebermanfaatan pelatihan. Peserta mudah dalam memahami dan mempraktikkan pelatihan secara langsung, hal ini ditunjukkan pada [Gambar 8](#) dengan tingkat persentase kepuasan sebesar 80%. Secara umum pelatihan ini memiliki tingkat kemanfaatan yang sangat puas dengan tingkat persentase sebesar 100%.



Gambar 8. Persepsi Peserta Evaluasi

Luaran dari pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah pihak pengelola wisata khususnya bagian admin sosial media mampu memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan atau AI yang dituangkan dalam bentuk desain brosur dan poster yang mengangkat tema waduk Poncodan. Luaran tersebut dijadikan konten digital dan disebarkan sebagai bentuk promosi berbasis digital melalui pelatihan yang disampaikan seperti [Gambar 9](#).



Gambar 9. Luaran Kegiatan Pengabdian Masyarakat

4. KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Waduk Poncodan Desa Pohgading, Kecamatan Gembong, Kabupaten Pati, sukses memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada anggota pengelola wisata terkait pemanfaatan teknologi AI dan aplikasi Canva. Program pelatihan ini berfokus pada teknik copywriting yang efektif dan desain konten digital yang telah terbukti meningkatkan kualitas strategi pemasaran. Melalui pelatihan ini, para pengelola wisata waduk Poncodan memperoleh keterampilan dalam menghasilkan konten digital yang menarik dengan memanfaatkan aplikasi Canva dan teknologi AI untuk menciptakan materi promosi yang profesional sehingga dapat menarik minat calon wisatawan. Selain meningkatkan pemahaman peserta terhadap teknologi AI, program ini juga memotivasi mereka untuk terus mempraktikkan keterampilan yang diperoleh guna mengembangkan usaha ke arah yang lebih baik. Sebagai tindak lanjut dari hasil kegiatan ini, beberapa langkah strategis direkomendasikan untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan dampaknya. Untuk itu disarankan untuk memberikan pendampingan secara berkala kepada mitra dalam penerapan teknologi yang telah diajarkan. Pendampingan ini dapat dilakukan melalui kunjungan lapangan atau konsultasi online guna memastikan bahwa teknologi tersebut diaplikasikan secara efektif. Kemudian perlu adanya pengembangan materi pelatihan yang lebih komprehensif, mencakup teknologi pemasaran digital lainnya seperti manajemen media sosial agar obyek wisata tersebut dapat bersaing lebih kompetitif di pasar digital.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] O. Ananto, "Persepsi Pengunjung Pada Objek Wisata Danau Buatan Kota Pekanbaru," *J. Organ. dan Manaj. Fisip*, vol. 5, no. 1, 2018.
- [2] R. Rosidah, Latifaturrahmah, N. Wahyuni, and Yayat, "Strategi Pengembangan Objek Wisata dan Pengelolaan Wisata Berkelanjutan Terhadap Perekonomian Masyarakat Garut," *Indones. J. Tour. Bus. Entrep.*, pp. 15-24, 2024, doi: <https://10.31002/ijtbe.v1i1.1463>
- [3] N. Vendyansyah, D. Rudhistiar, and P. I. Gultom, "Pembuatan Website Company Profile dan Pelatihan di Bengkel RPM Motor Desa Ngijo Kabupaten Malang Sebagai Media Publikasi," *J. Apl. Sains Teknol. Nas.*, vol. 1, no. 1, pp. 7-13, 2020.
- [4] D. Rahayu, Mukrodin, and R. C. S. Hariyono, "Penerapan Artificial Intelligence Dalam Aplikasi Chatbot Sebagai Helpdesk Objek Wisata Dengan Permodelan Simple Reflex-Agent (Studi Kasus: Desa Karangbenda)," *Smart Comp*, pp. 7-22, 2020, doi: <https://10.30591/smartcomp.v9i1.1813>
- [5] W. Suharmawan, "Pemanfaatan Chat GPT Dalam Dunia Pendidikan," *Educ. J. J. Educ. Res. Dev.*, vol. 7, no. 2, pp. 158-166, 2023, doi: <https://10.31537/ej.v7i2.1248>
- [6] H. Apriyanti, "Pemahaman Orang Tua Terhadap Pentingnya Pendidikan Anak Usia Dini," *Education Journal : Journal Education Research and Development*, pp. 13-20, <https://10.31537/ej.v3i1.137>
- [7] J. H. Prasetyo, F. Sarasati, L. Mazia, and W. Astuti, "Pemanfaatan ChatGPT untuk Pengotimalan Copywriting pada Madaris Jakarta Islamic Center," *J. Abdimas Perbanas*, vol. 5, no. 1, pp. 21-27, 2024, doi: <https://10.56174/jap.v5i1.565>
- [8] Aditya Nirwana, Sudarmiatin, and Melany, "Implementation of Artificial Intelligence in Digital Marketing Development: a Thematic Review and Practical Exploration," *J. Manaj. Bisnis, Akunt. dan Keuang.*, vol. 2, no. 1, pp. 85-112, 2023, doi: <https://10.55927/jambak.v2i1.4034>
- [9] L. Hijrah, M. F. Arransyah, K. Putri, N. Arija, and R. K. Putri, "Pelatihan Penggunaan Canva Bagi Siswa di Samarinda," *Plakat (Pelayanan Kpd. Masyarakat)*, vol. 3, no. 1, p. 98, 2021, doi: <https://10.30872/plakat.v3i1.5849>
- [10] A. Justitia, I. Werdiningsih, F. Effendy, and T. Taufik, "Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Jasa Laundry menuju UMKM Go Digital," *J. Nas. Pengabdi. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 60-72, 2021, doi: <https://10.47747/jnpm.v2i2.388>
- [11] Idawati et al., "Pemanfaatan Canva Sebagai Media Pembelajaran Sains Jenjang SD," vol. 4, pp. 745-752, 2022.
- [12] L. Rahmawati, N. Ambulani, W. D. Febrian, R. Widyatiningtyas, and R. S. Rita, "Pemanfaatan Aplikasi Canva Dalam Penyusunan Media," vol. 5, no. 1, pp. 129-136, 2024.
- [13] Muchammad Satrio Wibowo and L. A. Belia, "Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan," *J. Manaj. Perhotelan dan Pariwisata*, vol. 6, no. 1, pp. 25-32, Mar. 2023, doi: <https://10.23887/jmpp.v6i1.58108>
- [14] I. Permatasari, "Peran Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) Dalam Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism) di Bali," *KERTHA WICAKSANA*, vol. 16, no. 2, pp. 164-171, Jul. 2022, doi: <https://10.22225/kw.16.2.2022.164-171>
- [15] D. Yatimah, E. Sari, and A. Irvansyah, "Pelatihan Keterampilan Limpad Menjadi Hantaran Pengantin

- Untuk Meningkatkan Ekonomi Ibu-Ibu Pkk Di Sukabumi," Pros. Semin. Nas. Pengabdi. Kpd. Masy., vol. 2021, p. 2021, 2021
- [16] S. Aslam, "Instagram by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts", 2024
- [17] T. A. Widiastuti and Y. M. Djajalaksana, "Implementasi dan Analisis Digital Marketing pada Toko Kebutuhan Bayi dan Anak," J. Tek. Inform. dan Sist. Inf., vol. 8, no. 1, pp. 119-130, 2022, doi: <https://10.28932/jutisi.v8i1.4249>
- [18] R. D. Dermawan and Herdianto, "Meningkatkan Kinerja Output ChatGPT Melalui Teknik Prompt Engineering Yang Dapat Dikustomisasi," J. Soc. Sci. Res., vol. 4, no. 1, pp. 10646-10664, 2024.
- [19] M. Sholeh, R. Y. Rachmawati, and E. Susanti, "Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm," SELAPARANG J. Pengabdi. Masy. Berkemajuan, vol. 4, no. 1, p. 430, 2020, doi: <https://10.31764/jpmb.v4i1.2983>
- [20] P. E. R. D. Yanthi, N. K. D. P. Nirmala, and N. P. S. Dewi, "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Digital Marketing Pada Crème Pastry di Denpasar Barat Tahun 2022," J. Arthaniti Stud., vol. 4, no. 1, pp. 16-24, 2023
- [21] S. P. Rizki et al., "Pelatihan Ai Dan Canva Untuk Pemasaran Produk UMKM Di Dukuh Sutorejo Surabaya," vol. 3, no. 1, pp. 40-48, 2024, doi: <https://10.31294/jatik.v1i2.3407>