

PENINGKATAN KOMPETENSI POKDARWIS MELALUI WORKSHOP KONTEN DIGITAL UNTUK BRANDING WISATA BUKIT PINTEIR

Yusuf¹, Unggul Utan Sufandi², Ida Zubaidah³, Dessy Mayasari⁴

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka

yusuf_se@ecampus.ut.ac.id*

ABSTRAK

Bukit Pinteir memiliki potensi sebagai destinasi wisata alam, olahraga, dan edukasi yang memerlukan penguatan promosi digital untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kompetensi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Bukit Pintear Lestari dalam pembuatan konten digital dan penguatan branding destinasi. Kegiatan meliputi sosialisasi, workshop konten wisata, praktik pembuatan konten, pendampingan, serta evaluasi kinerja media sosial yang diikuti oleh 30 peserta. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas tim humas Pokdarwis yang ditandai dengan keberhasilan menghasilkan 12 konten digital berupa foto dan video hasil editing selama periode pendampingan 15 Juni hingga 19 Juli 2026. Aktivitas promosi digital juga mengalami perkembangan positif, ditunjukkan oleh capaian Facebook sebanyak 12 postingan, 261 followers, dan 402 likes; Instagram 12 postingan, 129 followers, dan 420 likes; serta TikTok 7 postingan, 58 followers, dan 482 likes. Selain itu, jumlah followers meningkat rata-rata sekitar 10% per minggu sebagai dampak konsistensi publikasi konten dan partisipasi pengunjung dalam membagikan pengalaman wisata. Kegiatan ini berkontribusi terhadap penguatan branding Wisata Bukit Pintear sekaligus meningkatkan kapasitas Pokdarwis dalam mendukung promosi wisata yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Branding wisata, Bukit Pintear, Digital marketing, Konten digital, Pokdarwis.

ABSTRACT

Bukit Pintear has considerable potential as a nature, sports, and educational tourism destination that requires strengthened digital promotion to enhance its attractiveness and visitor interest. This community service program aimed to improve the competence of the Bukit Pintear Lestari Tourism Awareness Group (Pokdarwis), particularly its public relations team, in digital content creation and destination branding. The program consisted of socialization activities, tourism content workshops, content creation practices, mentoring, and social media performance evaluation involving 30 participants. The results demonstrated an improvement in the capacity of the Pokdarwis public relations team, as evidenced by the production of 12 digital contents in the form of edited photos and videos during the mentoring period from June 15 to July 19, 2026. Digital promotional activities also showed positive growth, with Facebook achieving 12 posts, 261 followers, and 402 likes; Instagram 12 posts, 129 followers, and 420 likes; and TikTok 7 posts, 58 followers, and 482 likes. Furthermore, the average number of followers increased by approximately 10% per week due to consistent content publication and visitor participation in sharing tourism experiences. The program contributed to strengthening the branding of Bukit Pintear Tourism while enhancing the capacity of the Pokdarwis to support sustainable tourism promotion.

Keywords: Bukit Pintear, Digital Content, Digital Marketing, Pokdarwis, Tourism Branding.

PENDAHULUAN

Bukit Pinteir merupakan destinasi wisata alam yang terletak di Kelurahan Dul, Kecamatan Pangkalanbaru, Kabupaten Bangka Tengah, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Kawasan ini memiliki luas sekitar 6.131 hektar dan dikenal sebagai gugusan tujuh bukit yang saling terhubung, yaitu Bukit Pao, Bukit Pinteir, Bukit Anyan, Bukit Dul, Bukit Batu Anyir, Bukit Manggis (Bukit Merbau), dan Bukit Kejora (DLH, 2023). Nama "Pinteir" berasal dari kondisi topografi bukit yang melintir atau berkelok sehingga menjadi identitas khas kawasan tersebut. Keunikan tersebut menjadikan Bukit Pinteir memiliki nilai jual yang tinggi sebagai destinasi wisata berbasis alam.

Selain menyuguhkan panorama yang menarik, Bukit Pinteir juga berpotensi dikembangkan sebagai wisata olahraga dan edukasi. Jalur pendakian sepanjang sekitar dua kilometer dapat ditempuh dalam waktu 60-90 menit oleh berbagai kalangan, termasuk pendaki pemula. Dari puncak bukit, pengunjung dapat menikmati pemandangan Kota Pangkalpinang, Bandar Udara Depati Amir, kawasan pesisir timur Pulau Bangka, serta Taman Hutan Raya Mangkol. Keberadaan berbagai jenis vegetasi dan tanaman lokal juga memberikan peluang pengembangan wisata edukasi lingkungan bagi masyarakat dan pelajar (Atmaja, 2022).

Meskipun memiliki potensi yang besar, promosi Wisata Bukit Pinteir belum dilakukan secara optimal. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan pengelola, jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan dari sekitar 2.000-3.500 orang per bulan pada masa awal operasional menjadi 1.000-2.000 orang per bulan saat ini. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya inovasi pengelolaan dan strategi promosi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi agar daya tarik dan daya saing destinasi tetap terjaga (Yusuf dkk, 2024).

Salah satu permasalahan yang dihadapi mitra adalah keterbatasan kemampuan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), khususnya tim humas, dalam menghasilkan konten digital yang menarik dan mengelola media sosial secara konsisten. Promosi wisata masih dilakukan secara sederhana dan belum didukung oleh perencanaan konten, ide dan konsep, teknik fotografi serta videografi, maupun kemampuan editing yang memadai. Padahal, media sosial digital saat ini menjadi sarana utama dalam membangun citra destinasi dan menjangkau calon wisatawan secara lebih luas.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa digital marketing berperan penting dalam pengembangan pariwisata. Integrasi komunikasi pemasaran digital dan partisipasi masyarakat dapat mendukung pembangunan destinasi wisata yang berkelanjutan (Maulana dkk, 2025). Selain itu, pemanfaatan media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook terbukti mampu meningkatkan jangkauan promosi, memperkuat citra destinasi, serta mendorong keterlibatan wisatawan (Sutama dkk, 2025). Digital marketing juga dapat memberdayakan masyarakat lokal melalui peningkatan keterampilan promosi dan pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan ekonomi kreatif (Amin dkk, 2024). Oleh karena itu, peningkatan kompetensi pengelola dalam produksi konten digital menjadi kebutuhan penting bagi pengembangan Wisata Bukit Pinteir.

Berdasarkan kondisi tersebut, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Terbuka Pangkalpinang melaksanakan Workshop Konten Digital untuk Branding Wisata Bukit Pinteir bagi tim humas Pokdarwis yang didukung penguatan sarana branding dan bantuan peralatan videografi. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kompetensi peserta dalam digital marketing, produksi konten

digital, dan pengelolaan media sosial guna memperkuat branding Wisata Bukit Pinteir sebagai destinasi alam, olahraga, dan edukasi serta meningkatkan eksposur wisata secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan secara luring melalui dua kegiatan utama. Kegiatan pertama berupa sosialisasi penguatan potensi pariwisata dan promosi digital yang dilaksanakan di Wisata Alam Bukit Pinteir, Kelurahan Dul, Kecamatan Pangkalanbaru, Kabupaten Bangka Tengah, dengan melibatkan 30 peserta. Kegiatan kedua berupa workshop pembuatan konten promosi berbasis smartphone menghadirkan narasumber Tim Konten Kreator Universitas Terbuka Pangkalpinang dan diikuti oleh 20 anggota tim humas Pokdarwis Bukit Pinteir Lestari.

Metode pelaksanaan kegiatan dirancang berdasarkan permasalahan mitra yang meliputi ketiadaan sarana penunjang penguatan branding yang representatif, keterbatasan kemampuan dalam pembuatan konten digital dan pengelolaan media sosial. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kegiatan dilaksanakan melalui lima tahapan, yaitu persiapan dan identifikasi, sosialisasi penguatan pariwisata, workshop konten digital marketing, pendampingan, monitoring dan evaluasi.

A. Tahap Persiapan dan Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal dilakukan melalui koordinasi dengan Pokdarwis Bukit Pinteir Lestari terkait waktu, lokasi, dan kebutuhan sarana pendukung branding destinasi. Kegiatan meliputi observasi lapangan, diskusi, identifikasi kondisi media sosial, serta penyusunan materi sosialisasi dan workshop. Tahap ini menghasilkan identifikasi kebutuhan mitra, materi pelatihan, dan komitmen kerja sama untuk mendukung program digital marketing dan branding Wisata Bukit Pinteir.

B. Tahap Sosialisasi Penguatan Wisata

Sosialisasi bertujuan membangun pemahaman bersama mengenai identitas, keunggulan, dan citra Wisata Bukit Pinteir sebagai destinasi alam, olahraga, dan edukasi. Kegiatan diikuti oleh 30 peserta yang terdiri atas pemerintah desa, tokoh masyarakat, unsur keamanan, dan Pokdarwis. Metode yang digunakan berupa ceramah, diskusi, dan identifikasi potensi wisata serta promosi digital melalui media sosial. Output kegiatan adalah meningkatnya pemahaman peserta mengenai branding destinasi, tersusunnya konsep branding dan pesan promosi, serta penguatan sarana pendukung branding wisata melalui penyediaan sarana wisata yang lebih representatif.

C. Tahap Workshop Konten Digital Marketing

Workshop bertujuan meningkatkan kompetensi tim humas Pokdarwis dalam pembuatan konten digital untuk promosi wisata. Kegiatan diikuti oleh 20 peserta dengan narasumber konten kreatif Universitas Terbuka Pangkalpinang. Materi meliputi digital marketing, branding destinasi, fotografi dan videografi menggunakan smartphone, editing konten, serta publikasi media sosial. Peserta melakukan praktik pengambilan foto dan video, editing konten, penyusunan caption, penggunaan hashtag, dan strategi publikasi. Output yang dihasilkan berupa peningkatan kompetensi serta tersusunnya konten promosi yang mendukung branding Wisata Bukit Pinteir.

D. Tahap Pendampingan

Pendampingan dilakukan secara tatap muka dan daring untuk memastikan peserta mampu menerapkan keterampilan yang diperoleh secara mandiri. Kegiatan mencakup pembuatan konten, editing, publikasi, pengelolaan akun TikTok, Instagram, dan Facebook, serta strategi meningkatkan jangkauan dan interaksi audiens. Output tahap ini adalah tersedianya konten promosi digital yang berkualitas dan meningkatnya kemampuan pengelolaan media sosial secara berkelanjutan.

E. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilaksanakan pada 20 Juli hingga 2 Agustus 2026 dengan mengamati implementasi hasil pelatihan melalui media sosial Wisata Bukit Pinteir. Aspek yang dievaluasi meliputi jumlah dan kualitas konten, konsistensi publikasi selama periode pendampingan 15 Juni hingga 19 Juli 2026, pertumbuhan followers, dan jumlah likes. Tahap ini bertujuan mengukur keberhasilan program dalam meningkatkan kompetensi digital Pokdarwis serta memperkuat branding Wisata Bukit Pinteir sebagai destinasi alam, olahraga, dan edukasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa akun media sosial Wisata Bukit Pinteir belum dikelola secara optimal sehingga memiliki jumlah followers yang rendah. Oleh karena itu, Pokdarwis berupaya menata kembali media sosial sebagai sarana promosi yang lebih aktif dan terarah. Selain peningkatan kapasitas sumber daya manusia, kebutuhan mitra juga meliputi penyediaan sarana pendukung branding wisata, seperti tenda camping, papan informasi destinasi, penunjuk jalur pendakian, fasilitas edukasi ikan terapi nilem, dan peralatan produksi konten digital. Berdasarkan hasil observasi, diskusi, dan analisis media sosial Pokdarwis, tim pengabdian melaksanakan sosialisasi digitalisasi promosi, workshop konten digital, dan penyediaan sarana pendukung.



Gambar 1.

Diskusi sekaligus Penandatanganan Pernyataan Kesediaan Mitra



Gambar 2.

Observasi Lapangan Wisata Alam Bukit Pinteir

Tahap sosialisasi penguatan wisata dilaksanakan pada 2 Mei 2026 di Wisata Alam Bukit Pinteir dengan melibatkan 30 peserta yang terdiri atas pemerintah desa, unsur keamanan, tokoh masyarakat, dan Pokdarwis Bukit Pinteir Lestari. Materi yang disampaikan mencakup digital marketing, transformasi desa wisata berbasis digital, serta penguatan kolaborasi dalam

pengelolaan destinasi. Pada kegiatan ini juga diserahkan bantuan berupa 7 (tujuh) unit tenda camping dan 1 (satu) kantong bibit ikan nilem sebagai dukungan penguatan branding Wisata Bukit Pinteir. Bantuan tersebut diharapkan dapat memperkaya atraksi wisata alam dan edukasi, memperkuat identitas destinasi, serta mendukung promosi digital yang lebih efektif dan terkonsep.



Gambar 3.

Pelaksanaan Sosialisasi Penguatan Wisata
Bukit Pinteir



Gambar 4.

Penyerahan Tenda dan Bibit Ikan Nilem
Sebagai Penguatan Branding

Tahap kegiatan Workshop Konten Digital Marketing atau pelatihan berkaitan dengan belajar konten digital dilaksanakan pada 14 Juni 2026 di Universitas Terbuka Pangkalpinang dengan melibatkan 20 anggota tim humas Pokdarwis Bukit Pinteir Lestari. Workshop yang dipandu oleh Tim Konten Kreator UT Pangkalpinang ini membahas digital marketing, fotografi, videografi, editing konten, dan pengelolaan media sosial melalui materi bertajuk “Dari Bukit Pinteir ke FYP Indonesia”. Selain penyampaian materi, peserta juga melakukan praktik penggunaan peralatan videografi yang diserahkan kepada Pokdarwis untuk meningkatkan kemampuan dalam menghasilkan konten promosi yang menarik dan profesional guna mendukung branding Wisata Bukit Pinteir.



Gambar 5.

Pelaksanaan Workshop Konten Promosi Wisata
Bukit Pinteir

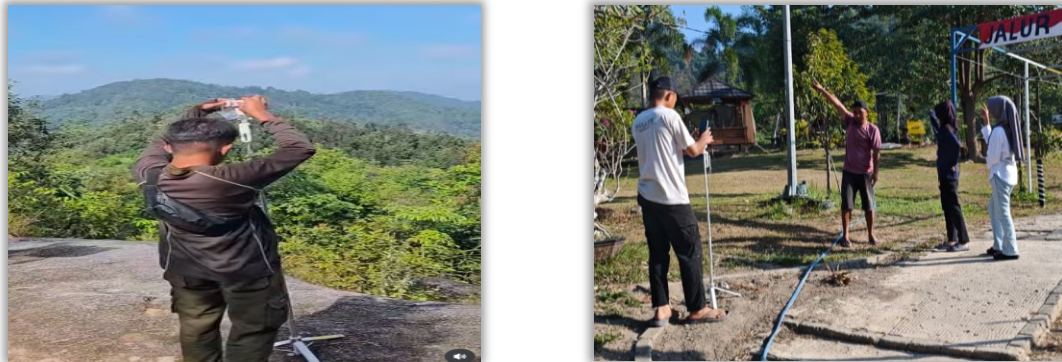


Gambar 6.

Penyerahan Alat Penunjang Konten Digital
kepada Tim Humas Pokdarwis

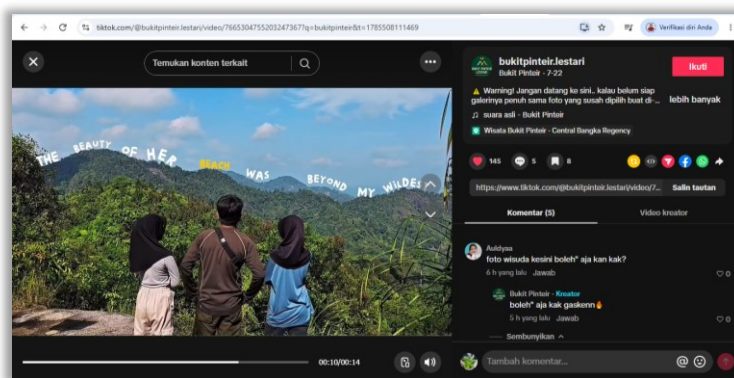
Tahapan berikutnya adalah pendampingan pengelolaan media sosial yang bertujuan membangun konsistensi publikasi konten dan memperkuat identitas merek destinasi wisata. Melalui kegiatan ini, tim humas Pokdarwis menyusun rencana story, pembuatan konten, posting,

menentukan hashtag yang terkait, interaksi dengan audiens, dan pengelolaan konten media sosial Wisata Bukit Pinteir. Tahapan pendampingan dilaksanakan pada tanggal 15 Juni 2026 sampai dengan 19 Juli 2026. Hasil yang diperoleh cukup baik, tim humas Pokdarwis berhasil menghasilkan dan memposting 12 konten digital berupa foto dan video promosi yang telah melalui proses editing. Pendampingan ini dilakukan dengan intens dan turut mendorong peningkatan aktivitas akun media sosial Wisata Bukit Pinteir yang ditandai dengan pertumbuhan jumlah followers setiap minggu.



Gambar 7.
Pendampingan Pengambilan Foto dan Video

Peningkatan kompetensi melalui metode workshop yang memadukan penyampaian materi, diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung efektif dapat lebih meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta mengenai digital marketing dan branding destinasi wisata (Ikhsani & Saputra, 2023). Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga dapat lebih cepat meningkatkan kemampuan praktis dalam membuat, mengedit, dan mempublikasikan konten promosi berbasis foto dan video untuk mendukung penguatan citra Wisata Bukit Pinteir sebagai destinasi alam, olahraga, dan edukasi. Kemampuan tersebut memberikan bekal dan pengalaman bagi Pokdarwis Bukit Pinteir Lestari untuk mengelola promosi wisata secara lebih efektif, terkonsep, mandiri, kreatif, dan berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi media digital.



Akun TikTok:
bukitpinteir.lestari



Akun Instagram:
bukitpinteir_lestari



Akun Facebook:
pinteir lestari

Gambar 8.

Postingan Konten Promosi Wisata Bukit Pinteir TikTok, IG, dan Facebook

Tahapan monitoring menunjukkan akun media sosial tersebut baru dibentuk bernama Bukit Pinteir Lestari dan dikelola langsung oleh tim humas Pokdarwis mengalami pertumbuhan *followers* setiap minggu. Media sosial Instagram memiliki akun bukitpinteir_lestari, Tiktok memiliki nama akun bukitpinteir.lestari, dan Facebook memiliki akun bernama pinteir lestari. Media tersebut eksis mulai 15 Juni 2026. Dilakukan pendampingan selama 1 bulan dari tanggal 15 Juni 2026 sampai dengan 15 Juli 2026 dan tanggal 27 Juli dilakukan Monitoring terhadap hasil pelaksanaan program. Berdasarkan perkembangan media sosial dapat dihimpun perkembangan sebagai berikut.

Tabel 1.

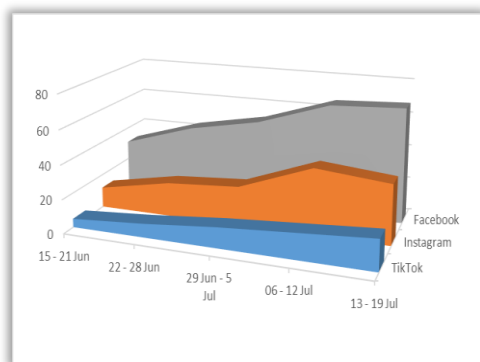
Trend Pengelolaan Media Sosial Wisata Bukit Pinteir hingga 19 Juli 2026

Minggu ke	Tanggal Pendampingan	Followers Media Sosial Bukit Pinteir					
		TikTok	% tase	IG	% tase	FB	% tase
Minggu 1	15-21 Juni 2026	5	9	12	9	31	12
Minggu 2	22-28 Juni 2026	8	14	20	16	44	17
Minggu 3	29 Juni - 5 Juli 2026	12	21	23	18	52	20
Minggu 4	6-12 Juli 2026	15	26	39	30	66	25
Minggu 5	13-19 Juli 2026	18	31	35	27	68	26
Total Followers		58	100	129	100	261	100
Total Like		482		420		402	

Sumber: Tim PKM UT 2026

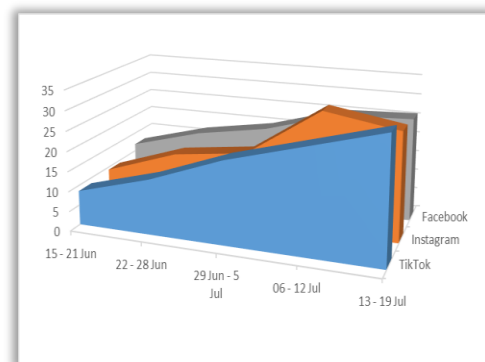
Berdasarkan tabel 1, dapat di sampaikan bahwa Platform Facebook menjadi media dengan pertumbuhan tertinggi yaitu sekitar melebihi 10% per minggu dan selanjutnya diikuti oleh Instagram dan TikTok. Diproyeksikan jumlah followers akan terus meningkat sesuai dengan banyaknya pengunjung yang terpapar atas postingan yang dikirim disamping feedback dan jangkauan promosi semakin luas. Followers pada akun Facebook berada pada peringkat teratas sebanyak 261 dengan persentas kenaikan tertinggi sebesar 26% terjadi pada tanggal 13-19 Juli 2026. Akun Instagram berada pada peringkat kedua sebanyak 129 followers dengan persentase kenaikan tertinggi sebesar 30% terjadi pada tanggal 6-12 Juli 2026. Terakhir, yaitu akun Tiktok berada pada peringkat terbawah sebanyak 58 followers dengan persentase kenaikan tertinggi sebesar 31% terjadi pada tanggal 13-19 Juli 2026. Total like postingan terbanyak berada pada Tiktok sebanyak 482, Instagram sebanyak 420 dan Facebook terendah sebanyak 402

Berikut ini di sajikan grafik Trend Penambahan Followers Medsos Bukit Pinteir Per 19 Juli 2026 dan Trend Persentase Penambahan Follower Medsos Bukit Pinteir Per 19 Juli 2026 agar lebih mudah melihat tingkat kenaikan pada Channel Media Sosial Bukit Pinteir Lestari.



Gambar 9.

Tren Peningkatan Followers



Gambar 10.

Tren Persentase Peningkatan Followers

Peningkatan jumlah followers menunjukkan bahwa strategi konten yang diterapkan mulai memperoleh respons positif dari masyarakat. Hal ini didukung oleh pendapat Yusuf dkk, (2023) yang menyatakan bahwa digital marketing memungkinkan pelaku usaha dan pengelola destinasi menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan metode promosi konvensional. Branding yang dibangun juga lebih terarah karena seluruh konten berfokus pada tiga identitas utama Bukit Pinteir, yaitu wisata alam, wisata olahraga, dan wisata edukasi. Konsistensi pesan tersebut membantu menciptakan posisi destinasi (*destination positioning*) yang lebih jelas di benak calon wisatawan.

Pencapaian ini menunjukkan bahwa peserta telah mampu mengimplementasikan materi yang diperoleh selama workshop. Kemampuan menghasilkan konten secara mandiri merupakan indikator bahwa proses transfer pengetahuan berjalan dengan baik. Pendapat Apriliani & Pika, (2023), menyatakan bahwa keberhasilan promosi digital pada sektor pariwisata sangat dipengaruhi oleh kemampuan pengelola dalam menghasilkan konten yang relevan, menarik, dan konsisten. Konten visual berupa foto dan video terbukti lebih mudah menarik perhatian pengguna media sosial dibandingkan promosi berbasis teks semata. Oleh karena itu, kemampuan yang dimiliki peserta setelah workshop menjadi aset penting dalam pengembangan branding Wisata Bukit Pinteir.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Workshop Konten Digital Marketing Branding Wisata Bukit Pinteir berhasil meningkatkan kompetensi tim humas Pokdarwis Bukit Pinteir Lestari dalam digital marketing, pembuatan konten foto dan video yang kreatif dan menarik, serta pengelolaan media sosial untuk promosi wisata. Peningkatan kemampuan peserta ditunjukkan menghasilkan konten promosi yang mendukung penguatan branding Bukit Pinteir sebagai destinasi wisata alam, olahraga, dan edukasi. Membangun Akun Media Sosial baru dan mengelolanya dengan cukup baik yang ditandai dengan peningkatan jumlah like dan followers.

Peningkatan kompetensi Pokdarwis serta optimalisasi media sosial memberikan kontribusi positif terhadap eksposur dan penguatan citra destinasi wisata secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan berfokus pada pendampingan lanjutan dalam pengembangan strategi pemasaran digital, analisis kinerja media sosial, dan produksi konten kreatif yang lebih variatif guna memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan daya saing Wisata Bukit Pinteir.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ketua LPPM Universitas Terbuka, Direktur Universitas Terbuka Pangkalpinang, dan Ketua Pokdarwis Bukit Pinteir Lestari atas dukungan, kerja sama, dan partisipasinya dalam pelaksanaan kegiatan. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh peserta workshop dan narasumber serta pihak-pihak yang telah berkontribusi sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi penguatan branding Wisata Bukit Pinteir sebagai destinasi alam, olahraga, dan edukasi.

REFERENSI

- Amin, I. H. Al, Ningsih, D. H. U., Handoyo, J., Mahasinul Akhlak, M. L., Lusiana, V., & Hartono, B. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing Dalam Upaya Promosi Desa Wisata. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3), 573–583. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v7i3.2862>
- Apriliani, N. K. P., & Pika, P. A. T. P. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perancangan Video Profile Desa Pengiangan Bangli. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 180–188. <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v5i2.4811>
- Atmaja, E. J. J. (2022). *Pendampingan Masyarakat Kampung Dul Kabupaten Bangka Tengah Dalam Meningkatkan Perekonomian Melalui Pengembangan Dan Promosi Wisata Alam Bukit Pinteir Dengan Berkolaborasi Antara Pemerintah Swasta Dan Akademisi*. <https://repository.ubb.ac.id/id/eprint/6061/>
- DLH. (2023). Dokumen Informasi Pengelolaan Lingkungan Hidup Daerah Kabupaten Bangka Tengah Tahun 2023. In *Pemerintah Kabupaten Bangka Tengah* (Vol. 1, Issue 1). <https://ppid.kemendagri.go.id/storage/dokumen/xXxcnCIWYlvTZCy9d3ZyX8XtzKuF7dIPJssBylBU.pdf>
- Ikhsani, A. A., & Saputra, D. I. S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pada Bisnis Pempek Lestari. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 17–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v5i1>
- Maulana, M., Deliana, D., & Indah, T. (2025). Integrating Digital Marketing Communication and

- Community Participation for Sustainable Tourism Development: A Case Study of Sumberbulu Tourism Village, Indonesia. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 13(1), 76–87. <https://doi.org/10.12928/channel.v13i1.1061>
- Sutama, I. K., Sagitarini, L. L., Wisnawa, I. P. O., Suarbawa, I. K. G. J., Putra, K. A., & Safe, H. P. (2025). Digital Marketing Transformation in Tourism Villages: A Case Study of Pokdarwis Bongkasa Pertiwi. In L. L. Sagitarini (Ed.), *Proceedings of the International Conference on Sustainable Green Tourism Applied Science - Social Applied Science 2025 (ICOSTAS-SAS 2025)* (Vol. 2025, pp. 34–42). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-882-0_5
- Yusuf, Christianingrum, & Padlun Fauzi. (2024). Pendampingan Umkm Dalam Penggunaan Digital Marketing Pengelola Desa Wisata Perlang, Kabupaten Bangka Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(4), 6510–6516. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.4692>
- Yusuf, Y., Prayoga, G. I., & Christianingrum, C. (2023). Rintisan Desa Wisata Budaya melalui Pemberdayaan Kearifan Lokal dan Pemanfaatan Digital Marketing. *Journal on Education*, 6(1), 8557–8565. <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/4296%0Ahttps://jonedu.org/index.php/joe/article/download/4296/3514>