

PELATIHAN IT DIGITAL UNTUK IKLAN DALAM BAHASA INGGRIS DAN PROMOSI PARIWISATA KERINCI

**Hadiyanto¹, Nely Arif², Rd. M. Ali³, Yulhenli Thabran⁴, Tubagus Zam Zam Al Arif⁵,
Vasya Falia⁶ Anandian⁷, Radya Rakha Yudhie⁸**

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Universitas Jambi

E-mail: hadiyanto@unja.ac.id¹, nely.arif@unja.ac.id², raden.m_ali@unja.ac.id³,
yulhenli@unja.ac.id⁴, zamzam@unja.ac.id⁵, vasyafalia1006@gmail.com⁶,
Anandian@gmail.com⁷, malevolentmp@gmail.com⁸

Abstrak

Iklan digital dan promosi berbahasa Inggris menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan kunjungan wisata asing ke daerah pariwisata. Kecamatan Keliling Danau mempunyai potensi pariwisata yang beragam, unik dan menarik. Namun, kemampuan bahasa Inggris Iklan dan promosi menyebabkan potensi wisata di tempat ini kurang dikenali oleh wisatawan asing. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan dan keterampilan IT Digital abad ke 21 dan Bahasa Inggris Iklan dan Promosi Online Pariwisata bagi masyarakat di salah Kec Kelliling Danau Kerinci Kab. Kerinci. Metode pengabdian mulai dari analisis masalah, pembekalan awal, pelatihan, pembimbingan, observasi, workshop, latihan, dan penerapan. Penglibatan para peserta dari inventarisasi objek wisata dan mencari bahasa Inggris iklan dan merancang promosi yang tepat, mencari aplikasi yang sesuai dan melakukan pengiklanan secara online. Hasil dari PPM ini adalah para peserta mempunyai pengetahuan dan keterampilan tentang Bahasa Inggris Iklan dan Promosi Online. Luaran pengabdian yang dicapai adalah iklan dan promosi berbahasa Inggris, video pelatihan dan publikasi artikel di jurnal pengabdian tahun plus 1. Mahasiswa yang terlibat akan mendapatkan pengalaman lapangan, pengetahuan dan keterampilan dasar dalam mengembangkan bahasa Inggris Iklan dan promosi wisata, dan kemampuan untuk menjadi fasilitator pembantu pada pelatihan-pelatihan lain. Selanjutnya diharapkan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki peserta dalam membuat iklan berbahasa Inggris dapat digunakan untuk keperluan promosi pariwisata di daerahnya..

Kata kunci: IT Digital, Pembuatan Iklan, Promosi, Pariwisata

Abstract

Digital advertising and promotion in English is one of the main strategies in increasing foreign tourist visits to tourism areas. Kecamatan Keliling Danau has varied, unique and interesting tourism potential. However, the ability of English advertising and promotion causes the tourism potential of this place to be less recognized by foreign tourists. This service aims to improve and develop knowledge and skills of 21st century Digital IT and English Online Advertising and Promotion of Tourism for the community in Kecamatan Kelliling Danau Kerinci, Kabupaten Kerinci. The service method starts from problem analysis, initial briefing, training, mentoring, observation, workshop, practice, and application. Involvement of the participants from the inventory of tourist attractions and looking for English advertising and designing appropriate promotions, looking for suitable applications and conducting online advertising. The result of this PPM is that the participants have knowledge and skills about English Advertising and Online Promotion. The service outputs achieved are English advertisements and promotions, training videos and publication of articles in the plus 1-year service journal. The students involved will gain field experience, basic knowledge and skills in developing English advertisements and tourism promotions, and the ability to become auxiliary facilitators in other trainings. Furthermore, it is expected that the ability and skills possessed by participants in creating English advertisements can be used for tourism promotion purposes in their area.

Keywords: Digital IT, Advertisement Creation, Promotion, Tourism

1. PENDAHULUAN

Peranan IT digital dan bahasa Inggris dalam promosi pariwisata di kancah Internasional sangatlah penting. Pemakaian IT digital dan bahasa Inggris dalam iklan dan promosi wisata memerlukan peran akademisi, mahasiswa dan bekerja sama dengan masyarakat. Masyarakat sebagai penggerak ekonomi harus terlibat langsung dalam mempromosikan pariwisata daerahnya (1). Oleh karena itu keterampilan IT digital abad ke 21 dan bahasa Inggris Iklan harus dimiliki oleh sebagian anggota masyarakat (Purnama et al., 2020; Suryasa, 2019; Wibowo & Kristina 2018).

Peningkatan peran masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan di suatu wilayah dalam kontek pengabdian ini di Kecamatan Keliling Danau, Kabupaten Kerinci memerlukan berbagai upaya pemberdayaan (*empowerment*), agar masyarakat dapat berperan lebih aktif dan optimal serta sekaligus menerima manfaat positif dari kemajuan kepariwisataan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan objek wisata diharapkan menurunkan angka pengangguran di Kecamatan Keliling Danau kabupaten Kerinci, melalui peran aktif masyarakat khususnya kelompok milenial dengan usaha-usaha kreatif untuk mendorong kemajuan pariwisata di Daerah ini. Hingga bidang kepariwisataan dapat memberikan dampak terhadap perekonomian masyarakat setempat (Purnama et al., Wibowo & Kristina, 2019; Sugianto et al., 2020; Miandy & Arifin, 2010; Pengabdian PDAN, 2014).

Semakin banyaknya objek wisata yang dikelola langsung oleh masyarakat, menimbulkan multi efek yang baik bagi perekonomian. Masyarakat menerima pendapatan langsung dari sektor pariwisata. Untuk itu, masyarakat harus diberdayakan untuk berkreativitas dalam mempromosikan pariwisata dengan berbagai cara (Kurniawan, 2021). Untuk itu pemerintah mendorong masyarakat untuk berkreatifitas dan giat mempromosikan pariwisatanya baik dengan medium Bahasa Indonesia maupun medium Bahasa Inggris.

Promosi pariwisata adalah informasi satu arah yang dibuat untuk memberikan informasi kepada calon wisatawan atau lembaga usaha pariwisata untuk dapat menciptakan kegiatan pertukaran (jual beli) dalam pemasaran produk pariwisata. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai strategi melalui internet, media cetak, televisi, Radio dan mengirimkan pamflet. Namun untuk mencapai wisatawan mancanegara maka bahasa pengantar iklan sebagai media promosi tentunya harus menggunakan Bahasa Inggris (Purnama, et al., 2019; Nabila, 2019). Bagitu juga di Daerah Pariwisata seperti di Kabupaten Kerinci Jambi tepatnya di Kecamatan Keliling Danau, perlu dilakukan upaya iklan dan berbahasa Inggris hingga dikenali ke mancanegara.

Kecamatan keliling Danau merupakan salah satu kecamatan yang ada dikabupaten Kerinci. Berdasarkan data terbaru setelah pemekaran Kecamatan keliling danau terdiri dari 18 Desa, dengan luas wilayah 23.337,38 Ha (233,37 km²), hektar (Badan Statistik kabupaten Kerinci). Untuk berkunjung ke Kecamatan keliling danau Kab. Kerinci dapat ditempuh melalui jalur darat dengan beberapa alternatif: alternatif pertama: perjalanan dimulai dari kota Jambi ke Danau Kerinci. Dengan Jarak sekitar 470 km dengan waktu tempuh selama 8 jam. Dari Danau Kerinci menuju Kota Madya Sungai pneuh bisa ditempuh dengan jarak 12 KM. Perjalanan bisa dilakukan dengan kendaraan darat berupa angkutan umum, mobil sewaan atau mobil pribadi. Alternatif yang kedua: perjalanan bisa dimulai dari kota Padang ke Tapan kemudian dilanjutkan ke Sungai Penuh dengan jarak 278 km dan dilanjutkan ke kecamatan Keliling Danau 12 KM, total perjalanan sekitar 8 jam pula. Perjalanan bisa dilakukan dengan angkutan umum, mobil sewaan atau mobil pribadi(Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap. 2020).

Kecamatan Keliling Danau khususnya di Telago memiliki potensi wisata yang menarik. Ada banyak objek wisata alam, wisata religi, tradisi, peninggalan sejarah dan sumber daya ekonomi masyarakat setempat yang dapat dijadikan objek wisata. Objek wisata alam

seperti Danau Kerinci, Air Terjun Panco Aro, dan pemandangan lanskap perbukitan di sekitar danau Kerinci. Sedangkan dari aspek religi, ada Masjid Keramat Pulau Tengah, makam ulama terdahulu dan ritual keagamaan yang memiliki ciri khas tersendiri (Miandy & Arifin, 2010).

Dari segi kebudayaan, kenduri sko, prosesi pernikahan, tradisi nighok (penyampaian informasi) dan cukuran anak baru lahir dan lain lain yang mempunyai keunikan tersendiri dari tradisi ditempat lain. Dari segi peninggalan benda bersejarah seperti situs Batu Silindrik Pondok, Batu Silindrik Pulau Sangkar, Batu Silindrik Bukit Talangpulai, dan Dolmen Pulau Tengah. Di desa-desa sekitar danau pula, terdapat sejumlah batu berukir yang konon peninggalan manusia megalit yang hidup ribuan tahun silam. Keberadaan batu ukir ini menunjukkan bahwa kawasan di sekitar Danau Kerinci merupakan daerah yang pernah dihuni manusia purba. Gambar 1, 2, 3 dan 4 menunjukkan beberapa contoh objek wisata yang ada di Desa Telago dan Pulau Tengah, Kabupaten Kerinci.

Disamping potensi wisata tersebut Desa Pulau tengah dan Desa Telago memiliki para pemuda milenial yang berpendidikan sarjana. Para pemuda milenial merupakan bagian dari masyarakat yang perlu mendapat pembinaan, khususnya dalam rangka memajukan desa mereka salah satu dengan ikut berperan. Namun meskipun begitu banyak potensi pendukung daerah pariwisata di daerah ini, tapi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke kawasan ini masih sangat kurang. Salah satu penyebanya adalah kurangnya iklan dan promosi berbahasa Inggris yang dapat diakses dari luar negeri. Sangat minimnya keterampilan IT Digital dan berbahasa Inggris iklan sederhana untuk mempromosikan objek objek wisata yang mengeksplosi pariwisata di Daerah ini.

Berdasarkan analisis situasi yang dikemukakan di atas, pelatihan Bahasa Inggris Iklan dan promosi Online Pariwisata Kecamatan Keliling Danau Kabupaten Kerinci perlu diselenggarakan. Pelatihan dimaksudkan untuk meningkatkan sumber daya manusia (SDM) generasi milenial, masyarakat sadar wisata, diantaranya keterampilan IT Digital dalam membuat iklan dalam Bahasa Inggris dan mempromosikan objek objek wisata yang didaerahnya dengan berbagai media online.



Gambar 1. Masjid Keramat Pulau Tengah



Gambar 2. Home Stay di Desa Telago (Telago Paradise)



Gambar 3. Danau Kerinci, Telago Paradise



Gambar 4. Air Terjun Panco Aro Pulau Tengah

1.1 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dan manfaat kegiatan adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan bahasa Inggris Iklan sederhana terkait dengan promosi wisata Desa Telago, Desa Benik dan Pulau Tengah, Kecamatan Keliling Danau. Peserta dapat menggunakan Bahasa Inggris Iklan dalam mempromosikan pariwisata berbahasa Inggris sehingga diharapkan terjadinya peningkatan wisatawan asing yang berkunjung Desa Telago dan Pulau Tengah, Kecamatan Keliling Danau.

Bagi para peneliti dan Narasumber dapat menyebarkan luaskan Ilmu dan keterampilannya pada masyarakat, sehingga ilmu dan keterampilan yang sudah diberikan dapat berkontribusi memajukan kehidupan pariwisata daerah tersebut. Selanjutnya program PPM ini menjadi pemenuhan BKD dosen yang terlibat dalam program pengabdian ini.

1.2 Permasalahan dan Solusi Permasalahan Mitra

Perumusan masalah dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Apa sajakan istilah-istilah dan frasa Bahasa Inggris Iklan yang dibutuhkan untuk mempromosikan objek-objek wisata di Desa Telago dan Pulau Tengah, Kecamatan Keliling Danau, Kabupaten Kerinci ?
2. Apakah pelatihan dapat mengembangkan keterampilan IT digital abad ke 21 peserta dalam pembuatan Iklan digital tentang pariwisata Desa Telago, Benik dan Pulau Tengah, Keliling Danau, Kabupaten Kerinci?
3. Bagaimanakah mempromosikan potensi wisata dalam Bahasa Inggris, Desa Telago, Pulau Tengah dan Benik Kecamatan Keliling Danau ke dunia Internasional melalui media digital online ?.

Solusi

Suatu kegiatan yang bersifat sosial akan bernilai jika membawa manfaat yang berarti terhadap sasaran kegiatan. Dalam upaya meningkatkan peran masyarakat dan membantu promosi pariwisata ke dunia International di Desa Telago, Desa Benik dan Pulau Tengah, Kec. Keliling Danau, kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui jenis kendala dalam menggunakan bahasa Inggris Iklan untuk mempromosikan pariwisata Desa Telago, Desa Benik dan Pulau Tengah, Kecamatan Keliling Danau wisatawan melalui *need analysis* pada observasi awal sebelum pelatihan dilaksanakan.
2. Memberikan pelatihan pada masyarakat khususnya generasi milenial tentang Bahasa Inggris Iklan dan kelompok sadar wisata agar untuk memberi solusi promosi pariwisata ke kancah Internasional sehingga diharapkan terjadinya peningkatan wisatawan asing yang berkunjung Desa Telago dan Pulau Tengah, Kecamatan Keliling Danau.
3. Mempromosikan dalam Bahasa Inggris potensi wisata Desa Benik, Desa Telago dan Pulau Tengah, Kecamatan Keliling Danau ke internasional dengan aktif menulis di blog, media sosial, dan media perkilanan lainnya.

Target dan Penyelesaian Luaran

2. METODE

2.1 Lingkup Program Sasaran yang akan dituju pada program ini adalah kelompok milenial dan masyarakat sadar wisata, di Desa Telago, Desa Benik dan Pulau Tengah, Kecamatan Keliling Danau.

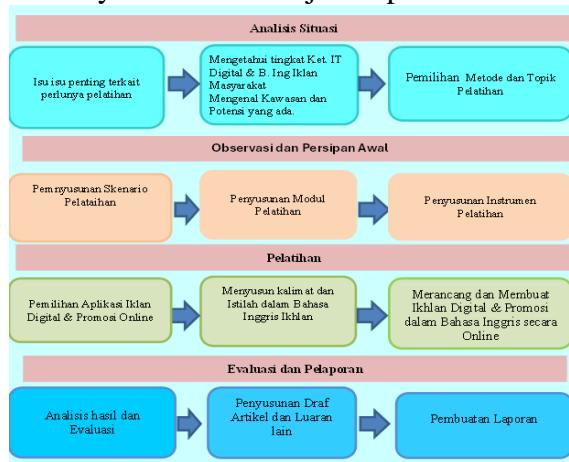
2.2 Metode Pelaksanaan

Pelatihan ini akan diimplementasikan dengan strategi praktek dan kerja langsung seperti menentukan objek objek wisata yang akan dipromosikan, pencarian istilah-istilah dan frasa Bahasa Inggris yang tepat untuk Iklan objek wisata di Daerah ini dan penyusunan promosi Online secara bersama-sama. Adapun metodenya adalah sebagai berikut:

- a. Tutorial
- b. Diskusi
- c. Kerja Kelompok
- d. Kerja berbasis proyek
- e. Presentasi

2.3 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan adalah analisis situasi, observasi dan persipan awal, pelatihan, evaluasi dan pelaporan. Tahapan dan langkah-langkah pelaksanaan secara detail yang akan dilakukan dalam program pengabdian masyarakat ini ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 5. Tahapan dan langkah pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Persiapan Pelaksanaan

Dilakukan workshop persiapan berkaitan, pembagian tugas, mekanisme pelaksanaan, dan penyusunan modul singkat. Kegiatan ini bertujuan untuk menyusun rencana kerja yang matang dan komprehensif. Gambar 6 sebagai bukti dokumentasi pra pelaksanaan yang dilaksanakan pada hari sabtu 27 Juli 2024 di Laboratorium Penelitian, Mendalo Darat. Hasil dari workshop ini menghasilkan kesepakatan bersama dan dokumen tertulis yang menjadi acuan bagi seluruh anggota tim. Dokumen ini memastikan semua pihak memahami peran dan tanggung jawab masing-masing, sehingga pelaksanaan kegiatan dapat berjalan secara terstruktur dan efektif.



Gambar 6. Pelatihan Persiapan Pengabdian

3.2 Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian pada masyarakat telah sukses dilaksanakan pada hari Minggu, tanggal 25 Agustus bertempat di Aula Kantor Camat Keliling danau, Kabupaten Kerinci. Gambar 7 mendokumentasikan seluruh peserta pelatihan yang meliputi kelompok milenial dan masyarakat Desa Telago, Desa Benik dan Pulau Tengah, mahasiswa, serta para dosen yang turut memberikan kontribusi. Kegiatan pelatihan ini bermaksud untuk meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan dan keterampilan IT Digital abad ke 21 untuk membuat iklan

berbahasa Inggris dan mempromosikan objek wisata lokal secara online. Materi difokuskan pada pemilihan aplikasi iklan digital dan promosi online seperti *TikTok*, *YouTube*, *Facebook*, *WhatsApp*, dan *Instagram*. Materi selanjutnya difokuskan pada penyusunan kalimat dan istilah bahasa Inggris dengan memanfaatkan aplikasi AI seperti *ChatGPT* dan aplikasi penerjemah seperti *DeepL Translation* dan *Google Translate*. Materi terakhir yaitu fokus pada perancangan dan pembuatan iklan dan mempromosikannya pada media sosial. Seluruh materi tersebut disampaikan secara interaktif oleh Prof. Hadiyanto, S.Pd., M.Ed., Ph.D., seperti terlihat pada gambar 8. Pelatihan ini telah memberikan bekal yang berharga bagi peserta, khususnya dalam hal pemilihan platform, penyusunan konten, dan penggunaan alat penerjemahan. Antusiasme peserta terlihat jelas selama kegiatan berlangsung, seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 9. Melalui pelatihan ini, diharapkan peserta dapat menciptakan konten promosi yang menarik dan efektif, sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke daerah setempat.



Gambar 7. Seluruh Pihak yang terlibat pada Pelatihan



Gambar 8. Pelatihan Keterampilan IT Digital Abad ke 21 dalam pembuatan Iklan Berbahasa Inggris dan Promosi Pariwisata



Gambar 9. Suasana Pelatihan pada saat Diskusi

3.3 Hasil Kegiatan

Tabel 1 menyajikan hasil analisis deskriptif mengenai perubahan perilaku penggunaan medsos aplikasi digital dan medsos sebelum dan sesudah pelatihan. Hasilnya menunjukkan peningkatan yang signifikan pada frekuensi dan efektivitas penggunaan medsos aplikasi digital dan medsos sesudah pelatihan. Secara keseluruhan, nilai rata-rata skor penggunaan medsos peserta meningkat dari 2.40 sebelum pelatihan menjadi 4.52 sesudah pelatihan. Hal ini mengindikasikan bahwa pelatihan telah berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan berbagai fitur dan platform medsos. Analisis lebih lanjut pada setiap item penggunaan medsos aplikasi digital dan medsos menunjukkan pola yang konsisten, yaitu nilai rata-rata peserta selalu lebih tinggi sesudah pelatihan dibandingkan dengan sebelum pelatihan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan digital peserta. Meskipun demikian, perlu dicatat bahwa meskipun semua item dinilai pada tingkat yang cukup tinggi, penggunaan *TikTok* dan fiturnya menunjukkan peningkatan yang paling menonjol sesudah pelatihan. Hal ini mengindikasikan bahwa peserta memiliki minat yang tinggi dan respon yang positif terhadap pelatihan terkait platform *TikTok*.

Tabel 1. Hasil Penggunaan Medsos Aplikasi Digital dan Medsos Sebelum dan Sesudah Pelatihan.

A. Penggunaan Medsos Aplikasi Digital dan Medsos	Sebelum Pelatihan		Sesudah Pelatihan	
	Rata-Rata	St. Deviasi	Rata-Rata	St. Deviasi
1. Mengunduh dan memasang aplikasi <i>TikTok</i> , <i>YouTube</i> , <i>ChatGPT</i>	2.38	0.669	4.48	0.511
2. Menggunakan <i>TikTok</i> dan fiturnya	3.14	0.478	4.95	0.218
3. Menggunakan <i>YouTube</i> dan fiturnya	2.52	0.601	4.48	0.511
4. Menggunakan Sosial Media (<i>FB</i> , <i>WA</i> , <i>IG</i>)	3.67	0.795	5.00	0.000
5. Menggunakan aplikasi <i>ChatGPT</i> dan fiturnya	1.71	0.783	4.19	0.402
6. Menggunakan aplikasi <i>DeepL Translation</i> dan fiturnya	1.00	0.000	4.00	0.000
Kesluruhan	2.40	0.359	4.52	0.165

Tabel 2 menyajikan hasil analisis deskriptif yang menunjukkan peningkatan signifikan pada keterampilan pembuatan iklan dan promosi peserta setelah mengikuti pelatihan. Sebelum

pelatihan, peserta memberikan penilaian rata-rata sebesar 2.41 terhadap keseluruhan keterampilan pembuatan iklan dan promosi. Namun, sesudah pelatihan, penilaian rata-rata meningkat menjadi 4.58, mengindikasikan adanya peningkatan yang cukup substansial. Analisis lebih lanjut pada setiap item keterampilan menunjukkan pola yang serupa, di mana peserta memberikan penilaian yang lebih tinggi pada setiap item keterampilan pembuatan iklan dan promosi sesudah pelatihan dibandingkan sebelum pelatihan. Hal ini mengindikasikan bahwa pelatihan telah berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam berbagai aspek pembuatan iklan dan promosi. Peningkatan yang paling mencolok terlihat pada keterampilan memasukkan video objek wisata ke *TikTok* dan keterampilan membagikan iklan video dalam *TikTok*. Kedua keterampilan ini mencapai nilai rata-rata tertinggi sebesar 5.00, yang menunjukkan bahwa pelatihan telah sangat efektif dalam meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan platform *TikTok* untuk tujuan promosi. Hasil ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pembuatan iklan secara umum, tetapi juga memiliki keterampilan praktis yang lebih baik dalam menerapkannya pada platform media sosial yang populer.

Tabel 2. Hasil Keterampilan Pembuatan Iklan dan Promosi Sebelum dan Sesudah Pelatihan

B. Keterampilan Pembuatan Iklan dan Promosi	Sebelum Pelatihan		Sesudah Pelatihan	
	Rata-Rata	St. Deviasi	Rata-Rata	St. Deviasi
1. Menentukan Objek wisata yg akan diiklankan	3.14	0.478	4.95	0.218
2. Membuat dan menyimpan video objek wisata	3.14	0.478	4.95	0.218
3. Menggunakan <i>ChatGPT</i> untuk membuat teks Iklan dalam Bahasa Indonesia	1.71	0.783	4.19	0.402
4. Menterjemahkan teks Iklan ke dalam Bahasa Inggris dengan Aplikasi	1.81	0.749	4.19	0.402
5. Memasukan video Objek wisata ke <i>TikTok</i>	3.24	0.436	5.00	0.000
6. Menambahkan teks iklan Bahasa Inggris ke video <i>TikTok</i> .	1.24	0.624	4.10	0.300
7. Menambahkan suara <i>AI</i> yang diinginkan ke dalam Iklan video	1.10	0.300	4.00	0.000
8. Mengedit video dan audio iklan aplikasi <i>TikTok</i>	1.81	0.749	4.19	0.402
9. Membagikan iklan video dalam <i>TikTok</i>	3.38	0.497	5.00	0.000
10. Mendaownload iklan video dari <i>TikTok</i>	3.00	0.447	4.90	0.300
11. Membagikan iklan video ke <i>YouTube</i> , <i>WhatsApp</i> , <i>Facebook</i> dan <i>Instagram</i>	2.95	0.497	4.86	0.358
Kesluruhan	2.41	0.313	4.58	0.126

Dari hasil evaluasi diatas dapat di simpulkan bahwa keterampilan Peserta Sebelum dan Sesudah Pelatihan :

1. Peserta masyarakat mempunyai kemampuan untuk menterjemahkan istilah-istilah dan frasa Bahasa Inggris Iklan dengan menggunakan aplikasi *DeepL Translate* dan *Google Translate*.
2. Peserta memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk mempromosikan objek-objek wisata di Desa Telago dan Pulau Tengah, Kecamatan Keliling Danau, Kabupaten Kerinci.

3. Adanya peningkatan Keterampilan IT digital abad ke 21 peserta dalam pembuatan Iklan digital tentang pariwisata Desa Telago, Benik dan Pulau Tengah, Keliling Danau, Kabupaten Kerinci.
4. Peserta dapat mempromosikan potensi wisata dalam Bahasa Inggris, Desa Telago, Pulau Tengah dan Benik Kecamatan Keliling Danau ke dunia Internasional melalui media digital online.

3.4 Impak (Kebermanfaatan dan Produktivitas)

Kegiatan PPM ini telah memberikan impak yang signifikan terhadap peningkatan keterampilan IT digital bagi kelompok milenial, masyarakat desa, mahasiswa, dan dosen yang terlibat. Adapun impak dan kebermanfaatan kegiatan PPM yang sudah dilaksanakan adalah:

1. Adanya Keterampilan IT Digital Abad ke 21 yang dimiliki, peserta menjadi mampu menciptakan konten promosi yang lebih kreatif, menarik, dan efektif untuk mempromosikan potensi wisata lokal. Hal ini akan memberikan impak pada peningkatan kualitas promosi wisata, sehingga dapat menarik minat wisatawan yang lebih luas. Kemampuan IT digital abad ke-21 yang dimiliki peserta juga memberikan impak pada peningkatan jumlah iklan pariwisata yang akan dibuat dan dipromosikan secara mandiri.
2. Pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki peserta dalam mempromosikan objek-objek wisata dalam Pembuatan Iklan Berbahasa Inggris dapat berkembang luas ditengah masyarakat. Hal ini akan mendorong tumbuhnya kesadaran akan pentingnya promosi wisata secara digital.
3. Peningkatan promosi potensi wisata dalam Bahasa Inggris, Desa Telago, Pulau Tengah dan Benik Kecamatan Keliling Danau ke dunia Internasional melalui media digital online secara berkelanjutan. Dengan adanya konten promosi yang berkualitas dan mudah diakses, potensi wisata ketiga desa tersebut semakin dikenal di kancah internasional. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga memberdayakan masyarakat setempat dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Dengan demikian, kegiatan PPM ini tidak hanya meningkatkan kualitas promosi wisata, tetapi juga memberdayakan masyarakat untuk menjadi pelaku utama dalam pengembangan pariwisata di daerahnya. Melalui berbagai platform media sosial, terutama *Tiktok*, potensi wisata lokal dapat dikenal dan diakses oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Sehingga hal ini dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian daerah.

Gambar 10 berikut adalah *screenshot* sebagai sampel produk periklanan pariwisata berbahasa Inggris. Iklan ini menampilkan wisatawan lokal dengan latar belakang gambar hutan pinus yang menawan dan langit biru yang cerah, serta teks yang singkat dan menarik. Penggunaan font yang jelas dan warna yang kontras membuat iklan ini mudah dibaca dan diingat. Pesan yang disampaikan dalam iklan ini sangat jelas, yaitu mengajak wisatawan untuk menjelajahi keindahan alam hutan pinus Kerinci. Penggunaan bahasa Inggris yang sederhana dan mudah dipahami, serta fitur-fitur dan hastag (#) yang digunakan membuat iklan ini efektif untuk menjangkau wisatawan mancanegara.



Gambar 10. Contoh Iklan Pariwisata
(Source: *TikTok - https://vt.tiktok.com/ZSjfngyGy/*)

4. KESIMPULAN

Program Pengabdian Pada Masyarakat ini dari analisis masalah, pembekalan awal, pelatihan, pembimbingan, observasi, workshop, latihan, dan penerapan terlaksana dengan baik. Hasil PPM ini berupa Iklan digital dan promosi berbahasa Inggris terkait potensi pariwisata yang beragam, unik dan menarik daerah pariwisata Kecamatan Keliling Danau Kerinci. Kemudian, adanya peningkatan dan mengembangkan pengetahuan dan keterampilan IT Digital abad ke 21 dan Bahasa Inggris Iklan dan Promosi Online Pariwisata bagi peserta. di salah Kec. Keliling Danau Kerinci Kab. Kerinci. Selanjutnya peserta pelatihan diharapkan yang sudah mempunyai kemampuan dan keterampilan untuk menyebarluaskan ilmu dan keterampilannya pada masyarakat lain tentang bagaimana membuat iklan berbahasa Inggris untuk keperluan promosi pariwisata di daerahnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada LPPM Universitas Jambi yang mendukung pendanaan sehingga pengabdian berjalan dengan lancar. Terima kasih juga ditujukan kepada Bapak Camat dan Staf Kecamatan Keliling Danau sebagai Mitra yang telah memfasilitasi hingga terlaksananya kegiatan PPM ini

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap. (2020). *Kecamatan dalam angka Kecamatan* (hal. 105).
- Kurniawan, A. R., & Primawardani, Y. (2021). Dampak bisnis pariwisata terhadap masyarakat lokal: Studi dampak bisnis pariwisata terhadap hak asasi manusia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 18(1), 116.

- Miandy, F., & Arifin, H. S. (2010). Rencana pengembangan dan pengelolaan lanskap kawasan obyek wisata Danau Kerinci, Kabupaten Kerinci, Jambi. *Jurnal Lanskap Indonesia*, 2(1), 48.
- Nabilla. (2019). *The importance of English speaking in tourism sector in accordance with stakeholders*. Retrieved from <https://repository.ar-raniry.ac.id/6559/1/Nabilla.pdf>
- Pengabdian PDAN, Masyarakat K. (2014). *Lembaga penelitian dan pengabdian kepada masyarakat Universitas Udayana*.
- Purnama, I., Aryani, F., Haryanti, I., & Nurulrahmatia, N. (2020). Promotion strategy for the development of English-based tourism. *Proceedings of the 465th International Conference on Tourism Development* (Access 2019), 349–351.
- Sugiyanto, S., Khairudin, K., Darni, Y., & Noorhidana, V. A. (2020). *Laporan pengabdian kepada masyarakat Universitas Lampung* (pp. 1–52). Retrieved from <http://repository.lppm.unila.ac.id/16757/>
- Suryasa, I. W. (2019). Pemantapan bahasa Inggris dan pelatihan pembuatan iklan guna mendukung pariwisata di Desa Mengwi. *Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer*, 1(3), 72–77.
- Wibowo, A. H., & Kristina, D. (2018). Efektivitas penggunaan bahasa Inggris dalam media promosi pariwisata Solo Raya menuju pembangunan sistem online tourism promotion. *Cakra Wisata*, 19(2).