PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)
https://journal.yp3a.org/index.php/PaKMas
ISSN Media Elektronik 2808-0920
Vol. 6 No. 2 (November 2026) 378-386
DOI: 10.54259/pakmas.v6i2.6054

Produksi Konten Digital pada Balai Taman Nasional Gunung Palung, Ketapang Kalimantan Barat

Didik Haryadi Santoso[1*], Ikhsan Fauzi Adha[2]
[1,2]Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia
Email: [1]didikhs@mercubuana-yogya.ac.id, [2]ikhsanfauziadha@mercubuana-yogya.ac.id

Abstract

Gunung Palung National Park is a conservation area in Indonesia known for its diverse flora and fauna. The park's allure has begun to attract both domestic and international tourists, albeit in relatively small numbers. The scarcity of digital content is a primary factor hindering its development compared to Tanjung Puting National Park in Central Kalimantan. The partners for this community service project include the management of Gunung Palung National Park and local tourism awareness groups. This project focuses on the challenges of digital content production and on enhancing social media management capabilities within the park. These two aspects represent fundamental issues for the partners and serve as the core programs of this initiative. To address the digital content production gap, training sessions and collaborative content production were conducted for the park management. The objectives of this project are (1) to improve standardized tourism-based digital content production skills and (2) to enhance human resource capacity in digital content creation. Evaluation results post-training indicated an increase in basic knowledge competency from 56.5% to 82.5%, while application implementation skills rose from 60.1% to 88.3%. These findings demonstrate the effectiveness of the training in strengthening the cognitive capabilities and practical skills of social media managers within the Gunung Palung National.

Keywords: *Content Production, Digital Content, National Parks.*

Abstrak

Taman nasional Gunung Palung merupakan taman nasional dengan keaneka ragaman flora dan fauna di Indonesia. Daya pikat taman nasional ini mulai mampu menarik wisatawan dalam dan luar negeri, meskipun dalam jumlah yang terbilang sedikit. Minimnya konten digital adalah faktor yang menyebabkan Taman Nasional Gunung Palung belum berkembang pesat sebagaimana taman nasional Tanjung Puting Kalimantan Tengah. Mitra dalam pengabdian yaitu pengelola Taman Nasional Gunung Palung dan kelompok sadar wisata. Pengabdian ini fokus pada permasalahan produksi konten digital dan Pengembangan kemampuan pengelolaan Media Sosial di Taman Nasional Gunung Palung. Hal tersebut menjadi permasalahan mendasar di mitra sekaligus menjadi program utama dalam pengabdian. Solusi dalam penyelesaian masalah mitra di bidang produksi konten digital yaitu dengan mengadakan pelatihan dan produksi konten digital bagi pengelola taman nasional. Target dari pengabdian ini yaitu (1) peningkatan tentang skill produksi konten digital berbasis pariwisata yang lebih terstandar, (2) Peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam produksi konten digital. Hasil Evaluasi setelah pelatihan menunjukkan peningkatan kompetensi pengetahuan dasar dari 56,5% menjadi 82,5%, sementara kemampuan implementasi aplikasi dari 60,1% menjadi 88,3%. Temuan ini membuktikan efektivitas pelatihan dalam memperkuat kapabilitas kognitif dan keterampilan praktis pengelola media sosial di TNGP.

Kata Kunci: Produksi Konten, Konten Digital, Taman Nasional.

A. PENDAHULUAN

Industri pariwisata di Indonesia sedang mengalami kenaikan ke arah perkembangan yang signifikan. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah wisatawan dalam negeri dan luar negeri dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Demikian pula dengan destinasi wisata yang terus mengalami penambahan dan pembenahan. Tidak terkecuali dengan destinasi wisata dengan nuansa alam seperti taman nasional yang kini diintegrasikan dengan konsep pariwisata. Dalam perkembangannya, taman nasional mulai ditata tidak hanya menjadi konservasi lahan, hewan dan hutan melainkan juga

Diterima Redaksi: 30-01-2026 | Selesai Revisi: 19-02-2026 | Diterbitkan Online: 15-11-2026

menjadi salah satu destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi. Tentu dengan pembagian wilayah atau area yang sesuai dengan ketentuan dan aturan dari negara.

Telah banyak Taman Nasional yang berkembang pesat menjadi destinasi tujuan utama para wisatawan dalam dan luar negeri. Taman nasional Pulau Komodo dan Taman nasional Tanjung Puting misalnya. Kedua taman nasional tersebut telah berhasil menarik minat pengunjung hingga ke manca negara dengan omzet yang sangat besar. Namun, tidak sedikit pula taman nasional yang belum dapat mengembangkan diri menjadi salah satu tujuan wisata alam atau wisata minat khusus dalam bentuk pengamatan satwa liar. (Nugroho, 2020)

Penyebab utama kendala pengembangan Taman Nasional adalah kurangnya sumber daya manusia yang dapat memberikan kontribusi dalam proses riset potensi-potensi dari Taman Nasional. Selain itu, Taman nasional saat ini harus membuat konten-konten yang menarik pengunjung. Masing-masing taman nasional memiliki kendala yang berbeda-beda dalam mengintegrasikan lahan konservasi flora dan fauna kedalam konsep pariwisata alam.

Wisata dalam bentuk pengamatan satwa liar termasuk kedalam wisata minat khusus. Peminatnya tidak sebanyak wisata alam lainnya. Tentu ini menjadi tantangan tersendiri bagi pengelola taman nasional yang sedang merancang agar terintegrasi dan atau menjadi destinasi wisata yang tetap menjaga kelestarian alam dan lingkungannya. Beberapa Taman Nasional di Indonesia memiliki tantangan seperti terbatasnya area-area yang dapat dikunjungi.

Oleh karena itu, pengelolaan kawasan wisata alam secara berkelanjutan, dengan mempertimbangkan sensitivitas ekologi, menjadi krusial. Sebagai contoh, analisis di Taman Wisata Alam Gunung Pancar (TWAGP) menggunakan pemodelan spasial multi kriteria menunjukkan bahwa 65% arealnya tergolong sensitif terhadap ekologi, terutama karena faktor kelerengan yang curam, keberadaan sungai, dan jalur jalan yang membelah kawasan. Hasil ini menekankan pentingnya penataan kembali blok pengelolaan di kawasan tersebut, di mana area sensitif tersebut idealnya ditetapkan sebagai zona inti, guna memastikan kelestarian biofisik kawasan sebelum dikembangkan menjadi destinasi wisata. (Irfani, 2024)

Perlu kerja keras dari pengelola taman nasional untuk mengembangkan menjadi destinasi wisata. Termasuk kerja keras untuk mensinergiskan antara konsep konservasi dan konsep pariwisata. Konsep konservasi berfokus menjaga yang telah ada dan sebisa mungkin tidak dikunjungi manusia. Sementara konsep pariwisata sebaliknya, semakin banyak pengunjung maka semakin baik untuk pengembangan destinasi wisata.

Pengelola Taman Nasional harus memberikan konsep pariwisata yang memberikan manfaat secara finansial bersamaan dengan menjaga agar satwa dan fauna sebagai konsep konservasi tetap terjaga dengan baik. Hal ini perlu pencermatan mendalam dikarenakan proses pariwisata akan memberikan dampak negatif jika tidak diterapkan sesuai dengan tahapan-tahapan konservasi yang benar. (Samosir, 2024)

Kerja keras lainnya yaitu daya kreatifitas untuk mengolah sumber dana dan sumber daya. Sumber dana dan sumber daya menjadi kunci utama dalam pengembangan destinasi wisata. Dalam konteks kedua sumber tersebut seringkali terbentur dengan meja-meja birokrasi yang panjang. Sehingga, tantangan lainnya yaitu ikhtiar untuk menggeser pendekatan birokrasi yang prosedural menjadi pendekatan bisnis yang dinamis. Tumbuhnya minat wisatawan dalam dan luar negeri menjadi kesempatan emas bagi pengembangan taman nasional di Indonesia khususnya wisata dengan minat khusus dan wisata alam pun tetap akan digandrungi oleh lintas generasi karena keindahan alam mampu melawan kejenuhan, kebisingan dan hiruk pikuk kota.

Pengelola Taman Nasional berada dalam dilema untuk berfokus ke kawasan konservasi flora dan fauna atau berusaha mendatangkan wisatawan dari dalam negeri atau luar negeri. Potensi yang ada dalam Taman Nasional di Indonesia sangat diminati oleh wisatawan mancanegara. Sejalan dengan peluang ini, strategi komunikasi pemasaran pariwisata menjadi bagian penting, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian pada Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk (TWAAK) yang menerapkan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) melalui media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola TWAAK telah berhasil melakukan promosi menggunakan konten visual, penyajian sejarah, dan informasi terbaru di media sosial. (Pinontoan, 2024)

Meskipun demikian, tantangan utama yang dihadapi adalah minimnya informasi ekowisata kepada publik, sehingga disarankan agar promosi ditingkatkan dan diimbangi dengan kegiatan wisata langsung untuk mencapai kesuksesan pemasaran dan meningkatkan pengetahuan wisatawan. Pendekatan ini sejalan dengan temuan pada pengembangan ekowisata berbasis komunitas di Bukit Tungkuwiri, Papua, yang menelaah efektivitas komunikasi pemasaran terpadu (IMC) untuk mengaitkan strategi kanal dan tata kelola dengan dampak sosial ekonomi. Penelitian kualitatif tersebut menunjukkan bahwa orkestrasi media

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

sosial pemerintah daerah dan materi cetak berhasil memperluas jangkauan, sementara komunikasi lisan komunitas memperkuat kepercayaan, identitas, dan pengalaman edukatif wisatawan. (Mulyadi, 2025)

Pemasaran digital memiliki peran krusial karena kemampuannya menjangkau audiens secara luas dan memberikan analisis mendalam tentang kinerja promosi. Melalui data, strategi digital juga memungkinkan pengelola untuk merespons dan mengadaptasi taktik promosi dengan cepat. (Pahlevi, 2025). Namun, banyak taman nasional yang masih ragu untuk membuka Kawasan untuk wisatawan dikarenakan akan mengganggu proses konservasi di taman nasional tersebut.

Keterbatasan ini membuat pengelola untuk berdiam diri dan takut untuk melangkah ke dalam konsep pariwisata. Oleh karena itu, diperlukan peran motivator dan inovator untuk mendorong perubahan. Peran motivator menuntut dukungan pemerintah berupa sosialisasi kepada masyarakat, sementara peran inovator memanfaatkan sumber daya secara teknis agar diimplementasikan dengan mempertimbangkan hubungan timbal balik antara organisme dan lingkungannya, serta diterima masyarakat. Tujuan utamanya adalah menghasilkan keuntungan bersama yang berkelanjutan bagi semua pihak, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun budaya. Proses pengabdian ini memberikan pelatihan secara nyata dan membantu pengelola menemukan potensi terbaik di Taman nasional Gunung Palung Kalimantan Barat.

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian pada tahun pertama (tahun 2024), ditemukan bahwa setidaknya terdapat 2 (dua) problem lanjutan yang perlu diurai pada pengabdian tahun kedua ini yaitu (1) belum optimalkan produksi konten digital dan (2) belum optimalnya promosi digital dalam pengembangan wisata taman nasional. Permasalahan pertama yaitu tentang produksi konten digital merupakan persoalan pertama yang perlu diselesaikan. Kegitan promosi digital tidak dapat berjalan jika pengelola tidak memiliki konten digital yang menarik untuk dipublikasikan kepada masyarakat. Inti dari persoalan produksi konten digital adalah peningkatan skill atau kemampuan pengelola taman nasional dalam memproduksi konten digital yang kreatif dan berbiaya murah. Konten digital ini merupakan informasi penting yang wajib diperhatikan agar jumlah pengunjung dapat meningkat secara signifikan.

Konten digital sebagai informasi sangat berhubungan dengan proses produksinya. Proses produksi tentu berkaitan dengan sumber produksi. Sumber produksi tidak lagi berfokus pada energi melainkan pada teknologi, komunikasi dan proses informasi (Castell, 2024 Kizilhan dan Kizilhan 2020). Permasalahan lainnya yaitu promosi digital. Dalam observasi tahun 2024, salah satu problem yang dihadapi mitra adalah persoalan promosi digital.

Problem ini berhubung kait dengan minimnya ketersediaan anggaran dari negara untuk pokok permasalahan ini. Hal ini dapat dimaklumi dikarenakan pos anggaran difokuskan pada kegiatan-kegiatan konservasi murni dan tidak atau belum difokuskan pada pengembangan destinasi wisata yang didalamnya terdapat promosi digital. Sehingga pada saat koordinasi lanjutan, program tahun 2025 ini difokuskan pada tahap produksi konten digital terlebih dahulu. Dengan tetap bermuara atau tetap berefek secara tidak langsung pada konteks promosi digital. Oleh karena itu diperlukan skill tambahan untuk tetap dapat mempromosikan secara digital dengan biaya yang relatif lebih murah. Salah satunya yaitu dengan optimalisasi media sosial sebagai penunjang promosi digital (Urva dkk., 2022).

Dengan teknik promosi digital yang kreatif dan berbasis web dan sosial media, diharapkan dapat meningkatkan omzet atau hasil yang optimal (Agustina dkk., 2024). Meskipun disaat pandemi covid, promosi digital menjadi salah satu kekuatan dalam meningkatkan penjualan sebagaimana hasil dari tim pengabdi Thaha dkk di Kabupaten Maros dan pelatihan promosi digital di berbagai daerah lainnya (Thaha dkk., 2021). Proses penyebaran konten digital atau informasi wisata tentu erat kaintannya dengan pengembangan konsep pemasaran dan pemasaran berkaitan dengan pasar sasaran, positioning, dan segmentasi (Hamdat, 2020).

Permasalahan pada mitra mencakup bidang produksi konten digital dan Kapasitas Sumber Daya Taman Nasional Gunung Palung. Mengacu pada permasalahan yang dihadapi mitra, maka solusi yang ditawarkan berdasarkan hasil kesepakatan tim pengusul dengan mitra yaitu memberikan pelatihan konten digital kepada tim pengelola/mitra. Target dari pengabdian ini menjawab permasalahan mitra yaitu (1) peningkatan tentang skill produksi konten digital berbasis pariwisata yang lebih terstandar, (2) Peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam produksi konten digital. Target luaran dari pengabdian ini jurnal nasional terakreditasi. Pelatihan Media Sosial mengacu kepada standar konten digital era saat ini.

B. PELAKSAAAN DAN METODE

1. Tahap Persiapan

   Guna melaksanakan solusi yang diajukan oleh tim, diawali dengan kegiatan diskusi dengan mitra untuk merumuskan solusi yang dinilai tepat diimplementasikan dalam kurun waktu

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

program pengabdian pada bulan Maret 2025. Dari hasil diskusi tersebut kemudian dituangkan dalam langkah langkah konkrit untuk pelaksanaan program dengan metode pelatihan/training pembuatan konten digital. Training mencakup teori, konsep dan praktek penerapan dan praktek pembuatan konten digital berbasis AI *(Artificial Intellegence)*.

Materi pengabdian berisi tentang tahapan-tahapan untuk membuat konten media sosial terkini yang mudah diaplikasikan oleh mitra dengan melihat fasilitas yang tersedia. Selanjutnya, Materi yang disampaikan adalah pemanfaatan berbagai aplikasi yang dapat membantu pembuatan konten media sosial berbasis AI *(Artificial Intellegence)*. Pada sesi terakhir pengabdi menyiapkan materi praktik langsung dalam membuat konten berbasis AI dan perancangan strategi konten untuk Taman Nasional Gunung Palung di Kalimantan Barat.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian dilaksanakan secara virtual pada tanggal 7 November 2025. Hal ini dikarenakan jarak yang cukup jauh antara tim pengabdi dengan mitra pengabdian. Pengabdian dilaksanakan dimulai pada bulan Oktober hingga November. Mulai dari persiapan awal (koordinasi) hingga pelaksanaan pelatihan pendampingan dan evaluasi konten. Peserta yang mengikuti program ini sejumlah 15 peserta. Peserta tersebut merupakan pengelola Taman Nasional Gunung Palung Ketapang Kalimantan Barat.

Materi dimulai dari teori dasar produksi konten dan logika sosial media. Kemudian dilanjutkan dengan praktek produksi konten berbasis AI *(Artificial Intellegence)*. Didalam metode pelatihan, terjadi transfer pengetahuan tentang konsep dasar produksi konten digital yang memiliki standar. Selain itu, transfer *skill* atau kemampuan tentang produksi konten digital kepada tim pengelola/ mitra. Melalui metode dan tahapan pelatihan, diharapkan peserta mendapatkan pemahaman dan praktek tentang produksi konten digital. Kegiatan pelatihan dianggap sangat efektif untuk meningkatkan keterampilan digital dan kesadaran terhadap potensi wisata (Kurniawan,2025)

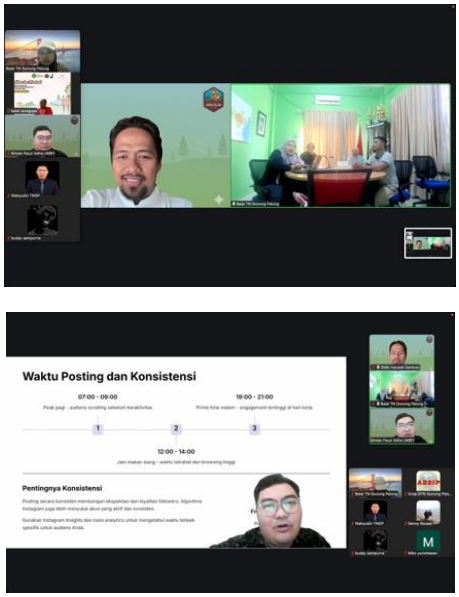
3. Tahap Evaluasi Kegiatan

Evaluasi program pengabdian masyarakat bagi pengelola Taman Nasional Gunung Palung (TNGP) diimplementasikan melalui pendekatan sistematis berbasis model evaluasi Kirkpatrick yang mencakup empat tahapan krusial: penilaian reaksi peserta terhadap relevansi materi, pengukuran peningkatan kognitif melalui analisis komparatif *pre-test* dan *post-test*, observasi perubahan perilaku dalam praktik produksi konten digital berbasis etika konservasi, serta analisis dampak terhadap performa media sosial instansi secara makro. Melalui integrasi instrumen kuantitatif dan kualitatif, evaluasi ini bertujuan untuk memvalidasi efektivitas transfer pengetahuan mengenai pemanfaatan Media Sosial Taman Nasional Gunung Palung.

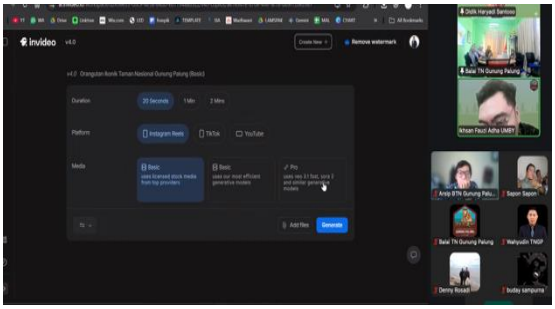
Metode ini memastikan bahwa luaran program tidak hanya berhenti pada penguasaan kecakapan teknis (*technical skills*), melainkan juga berkontribusi secara signifikan pada penguatan strategi Konservasi pada Mitra.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum pelaksanaan program pengabdian, tim pengabdi memetakan permasalahan, kendala dan pemetaan konten yang telah diproduksi. Kemudian, tim memberikan materi tentang produksi konten dan praktek atau penerapan produksi konten berbasis AI *(Artificial Intellegence)*.

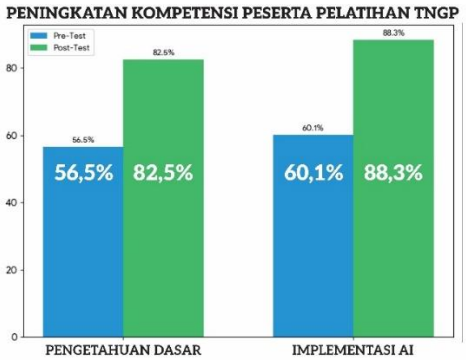


Gambar 1. Proses Penyampaian Materi Teori dan Konsep Produksi Konten Digital



Gambar 2. Praktek Menggunakan AI dalam Produksi Konten Digital

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)



Grafik 1. Nilai Rata-Rata Pre Test dan Post Test

Pretest dan posttest terbagi dalam 2 jenis yaitu pengetahuan dasar dan penerapan. Pada sesi latihan, peserta diminta untuk mempraktekkan secara langsung produksi konten digital dengan menggunakan AI *(Articial Intellegence).* Pada pengumpulan data dan observasi di lapangan, terdapat peningkatan dari sisi pengetahuan dasar dan penerapan khususnya penerapan produksi konten digital berbasis AI *(Articial Intellegence).*

Hasil Pre-Test bagian Pengetahuan Dasar yang dilakukan Tim Pengabdi yaitu 56,5% peserta pelatihan mengetahui tugas dan tanggung jawab sebagai pengelola media sosial Taman Nasional Gunung Palung. Hasil Pre-Test bagian Implementasi (Penerapan) aplikasi dalam pembuatan konten Media Sosial sebesar 60,1% peserta mampu menggunakan aplikasi pembuatan konten berbasis AI.

Hasil dari Post-test menunjukan terjadinya peningkatan terhadap pengetahuan dasar media sosial menjadi 82,5% pengelola menjawab benar pertanyaan dari *post-test.* Hal ini juga terjadi dalam Post-Test bagian Implementasi (penerapan) 88,3% peserta menjawab dengan benar.

Implementasi pelatihan ini telah berhasil memberdayakan para pengelola dalam memetakan berbagai potensi endemik dan ekologis yang tersebar di kawasan Taman Nasional Gunung Palung (TNGP) secara lebih sistematis. Melalui integrasi teknologi Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence), para peserta kini memiliki instrumen strategis yang mampu mengakselerasi proses ideasi dan perancangan konsep visual yang sebelumnya sulit dieksekusi secara manual karena keterbatasan sumber daya kreatif. Pemanfaatan AI dalam fase ini bukan sekadar automasi teknis, melainkan sebuah lompatan metodologis yang memungkinkan pengelola menerjemahkan kompleksitas data lapangan menjadi narasi kreatif yang relevan dengan karakteristik audiens di media sosial.

Kemudahan yang ditawarkan oleh konten digital berbasis AI memberikan kontribusi signifikan dalam menyinergikan dua pilar utama kawasan, yakni penguatan pesan konservasi dan pengembangan pariwisata berkelanjutan. Pemanfaatan AI dengan algoritma generatif, membuat pengelola dapat menyusun materi edukasi yang persuasif sekaligus mempromosikan daya tarik wisata minat khusus tanpa mengabaikan kode etik perlindungan satwa dan habitat.

Sinergi ini pada akhirnya menciptakan model komunikasi digital yang adaptif, di mana kekayaan hayati TNGP tidak hanya didokumentasikan sebagai data ilmiah, tetapi juga dikemas menjadi aset visual yang mampu meningkatkan keterlibatan publik (*public engagement*) secara global.Salah satu ide yang muncul adalah membuat konten postingan di Instagram tentang flora dan fauna yang ada di Taman Nasional Gunung Palung. Dokumentasi Flora dan Fauna sudah dilakukan oleh beberapa pengelola Badan Taman Nasional Gunung Palung, Namun, kendala yang muncul dokumentasi yang dilakukan hanya menjadi arsip dari pengelola. Tim pengabdi memberikan masukan dengan mempertimbangkan ketersediaan dokumentasi tentang flora fauna yang ada di Taman nasional Gunung Palung.

Permasalahan klasik mengenai stagnasi ide dan keterbatasan variasi konten digital kini dapat dimitigasi melalui implementasi solusi teknologi yang adaptif dan terukur. Pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam ekosistem komunikasi digital Taman Nasional Gunung Palung (TNGP) bertindak sebagai katalisator kreatif yang membantu pengelola melampaui hambatan teknis serta keterbatasan inspirasi dalam merancang kampanye edukasi. Pengelola TNGP dapat mengintegrasikan alat generatif dalam proses brainstorming dan penyusunan naskah, tim media mampu melakukan kurasi ide secara lebih dinamis, sehingga narasi konservasi yang disampaikan menjadi lebih variatif dan relevan dengan tren konsumsi media audiens kontemporer.

Efisiensi yang ditawarkan oleh teknologi AI tidak serta-merta menggantikan nilai otentisitas yang menjadi jiwa dalam komunikasi konservasi. Produksi konten tetap mengedepankan integrasi aset visual primer berupa *footage*, foto, dan video orisinal hasil tangkapan tim di lapangan guna menjaga kredibilitas dan kepercayaan publik terhadap kondisi riil di kawasan taman nasional. Selain itu, kepatuhan terhadap aspek etika komunikasi tetap menjadi batasan fundamental, hal ini memastikan bahwa penggunaan AI tidak mendistorsi fakta lapangan, melanggar hak cipta, maupun mengabaikan prinsip kesejahteraan satwa dalam setiap representasi visualnya. Keberhasilan dalam mensinergikan kecanggihan AI dengan integritas karya asli serta tanggung jawab moral inilah yang menjadi indikator utama dalam mengukur efektivitas dan keberlanjutan program pengabdian ini.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Keberhasilan implementasi solusi atas problematika komunikasi digital di Taman Nasional Gunung Palung (TNGP) secara fundamental didorong oleh tingginya tingkat adaptabilitas teknologi dari para staf pengelola media. Karakteristik tim media yang didominasi oleh personel muda memberikan keunggulan kompetitif berupa kelincahan kognitif dalam mengadopsi perangkat lunak berbasis kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) dan tren komunikasi terkini. Energi dan antusiasme dari kelompok demografis ini menjadi motor penggerak utama dalam mentransformasi pengetahuan teoretis yang diberikan selama pelatihan menjadi aksi nyata di lapangan, sehingga target-target produksi konten yang inovatif dapat tercapai dalam waktu yang relatif singkat. Di sisi lain, keberhasilan program ini tidak terlepas dari peran krusial dukungan struktural yang diberikan oleh pimpinan Balai Taman Nasional Gunung Palung.

Dukungan dari kepala balai berfungsi sebagai legitimasi institusional yang memastikan bahwa transformasi digital bukan sekadar kegiatan teknis sementara, melainkan bagian dari agenda strategis organisasi. Sinergi antara kebijakan pimpinan yang visioner dengan kecakapan teknis tim media yang energik menciptakan ekosistem kerja yang kondusif bagi keberlanjutan program pengabdian ini. Perpaduan antara dukungan top-down dalam hal manajemen dan semangat bottom-up dalam hal eksekusi kreatif inilah yang menjadi kunci utama tercapainya tujuan program dalam meningkatkan profil digital TNGP di mata publik.Tantangan dalam pelaksanaan program yaitu ketersediaan aplikasi AI untuk produksi konten yang dilanggan. Namun demikian, hal ini menjadi bahan masukan dan telah direncanakan oleh Balai Taman Nasional untuk mengupgrade fasilitas berupa langganan aplikasi premium dalam upaya peningkatan kualitas dan konsistensi konten digital di Balai Taman Nasional Gunung Palung.

Penggunaan aplikasi berbayar dapat memberikan hasil konten yang baik dengan tetap menjaga kualitas dari konten. Konten AI yang dibuat menggunakan akun premium tentu akan berbeda dengan akun free, Penyediaan data pengguna dilakukan melalui dua skema. Pada skema gratis (akun free), data yang diserahkan oleh pengguna akan sepenuhnya dimanfaatkan untuk kebutuhan pengolahan data kecerdasan buatan (AI). Sementara itu, dengan skema berlangganan (berbayar), pihak pengelola Taman Nasional Gunung Palung (TNGP) akan memperoleh akses langsung ke analisis data yang lebih spesifik dan akurat, sesuai dengan kebutuhan manajerial Taman Nasional.

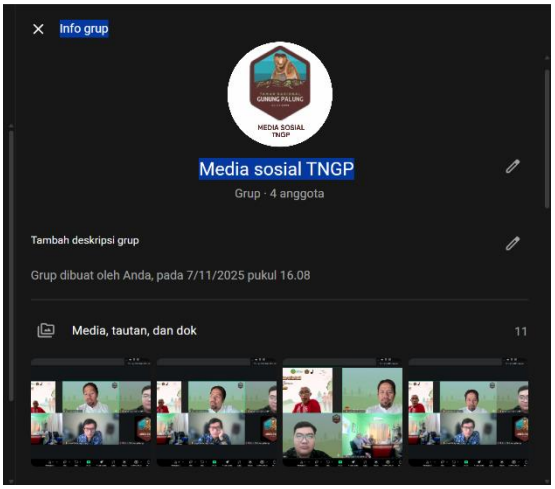
Implementasi skema berlangganan akun premium pada berbagai platform produksi konten bukan sekadar upaya peningkatan fitur teknis, melainkan langkah strategis dalam memitigasi risiko keamanan data dokumentasi internal Taman Nasional Gunung Palung (TNGP). Dalam ekosistem digital saat ini, penggunaan layanan non-premium sering kali membawa konsekuensi pada kerentanan privasi dan terbatasnya kontrol atas kepemilikan data. Dengan beralih ke skema premium, pihak mitra mendapatkan proteksi berlapis melalui protokol enkripsi yang lebih ketat dan sistem pencadangan (backup) berbasis awan yang terjamin. Hal ini memastikan bahwa seluruh aset dokumentasi, mulai dari koordinat lokasi satwa langka hingga data patroli hutan, tetap terisolasi dari potensi ancaman siber, peretasan, maupun penggunaan data oleh pihak ketiga yang tidak bertanggung jawab.

Pemanfaatan akun premium ini memperkuat integritas data dan kerahasiaan operasional dalam manajemen konservasi secara menyeluruh. Perlindungan data maksimal menjadi fondasi penting bagi TNGP dalam membangun digital asset management yang profesional dan berkelanjutan. Dengan jaminan keamanan tersebut, tim media dapat bekerja dengan rasa aman dalam memproduksi dan menyimpan konten-konten strategis yang bersifat sensitif tanpa khawatir akan kebocoran informasi yang dapat mengancam keselamatan ekosistem. Pada akhirnya, investasi pada skema berlangganan ini merupakan perwujudan dari tata kelola komunikasi organisasi yang modern, di mana aspek keamanan informasi diposisikan sebagai pilar utama dalam menjaga marwah dan keberlangsungan visi konservasi di era digital.

Meskipun demikian, implementasi program ini menghadapi tantangan operasional yang signifikan, terutama terkait dengan jarak geografis yang cukup jauh antara tim pengabdi (peneliti/pengembang) dan pihak mitra (Taman Nasional). Jarak ini dapat menghambat koordinasi dan komunikasi tatap muka reguler yang biasanya efektif dalam program pengabdian. Namun, tantangan ini berhasil diatasi secara efektif melalui mediasi digital intensif. Solusi yang diterapkan meliputi:

- Rapat Koordinasi Online: Pemanfaatan platform konferensi video seperti Zoom untuk pertemuan rutin, diskusi mendalam, dan *progress report* secara *real-time*.
- Grup Komunikasi Terpadu: Pembentukan grup komunikasi digital (misalnya melalui aplikasi pesan instan) sebagai wadah untuk koordinasi program, berbagi informasi dan dokumen cepat, serta memastikan komunikasi dua arah yang lancar dan responsif antara semua pihak.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)



Gambar 2. Grup Whatsapp Media Sosial TNGP

Pemanfaatan teknologi digital dalam program ini bukan sekadar alat bantu teknis, melainkan transformasi fundamental dalam mengatasi hambatan spasial yang selama ini menjadi tantangan utama dalam koordinasi di kawasan konservasi seperti Taman Nasional Gunung Palung (TNGP). Integrasi platform komunikasi berbasis awan (cloud-based) dan aplikasi kolaborasi tim memungkinkan proses pertukaran data, diskusi strategis, serta monitoring program tetap berjalan secara kontinu tanpa bergantung sepenuhnya pada kehadiran fisik di lapangan. Hal ini menciptakan ekosistem kerja yang tangkas, di mana disparitas jarak antara domisili tim pengabdi dan lokasi mitra dapat dijembatani melalui sinkronisasi informasi secara real-time, sehingga setiap tahapan program dapat dikawal dengan tingkat presisi yang tinggi.

Bagi pengelola TNGP, aksesibilitas terhadap pendampingan pakar menjadi lebih terbuka luas tanpa terkendala jadwal kunjungan lapangan yang terbatas, sementara bagi tim pengabdi, efisiensi ini memungkinkan alokasi sumber daya difokuskan pada pengayaan substansi materi pelatihan. Model pendampingan jarak jauh ini pada akhirnya membentuk pola interaksi profesional baru yang lebih berkelanjutan (*sustainable*), di mana proses transfer pengetahuan tetap terjaga konsistensinya melalui jalur komunikasi digital yang inklusif, memastikan bahwa tujuan pengabdian tetap tercapai secara optimal di tengah kompleksitas dinamika lapangan.

Pelatihan dan pendampingan produksi konten digital di Balai Taman Nasional Gunung Palung menunjukkan adanya peningkatan kapasitas produksi konten digital. Berdasarkan hasil evaluasi program, terlihat bahwa peserta mampu mengidentifikasi relevansi konten digital sesuai dengan karakteristik dan target audien. Peserta pelatihan telah dapat menunjukkan kemampuan adaptasi teknologi yang sangat baik dengan optimalisasi produksi konten berbasis AI dengan tetap mempertahankan keaslian konten-konten yang dimiliki. Melalui program ini peserta pun dituntut untuk tidak sekedar menyampaikan informasi dalam bentuk video digital melainkan membangun hubungan emosional dengan audien melalui konten-konten digital.

Selain itu, optimalisasi software dan aplikasi AI juga diupayakan dalam rangka meningkatkan kapasitas, kualitas dan konsistensi konten-konten digital. Aplikasi invideo, ChatGPT dan gemini AI menjadi salah satu contoh aplikasi yang dapat dimanfaatkan oleh tim media Taman Nasional Gunung Palung Ketapang, Kalimantan Barat. Beberapa aplikasi tersebut dipilih dengan pertimbangan kemudahan penggunaan dan mendukung produksi konten-konten digital. *Workflow* dalam kontek produktivitas konten juga dirintis oleh tim media dengan merancang kalender konten. Kalender konten berisi tentang perencanaan konten yang akan diproduksi dan didistribusikan di dalam akun Instagram Taman Nasional Gunung Palung. Dari analisis implementasi, *workflow* dan kalender konten turut membantu cara kerja sistematis dalam memproduksi konten yang sebelumnya diproduksi dan didistribusikan secara spontan menjadi produksi dan distribusi yang terjadwal dan terencana. Pada akhirnya dapat mendorong tim agar konsisten dalam produksi dan distribusi konten serta dapat meningkatkan efisiensi kerja tim media Taman Nasional Gunung Palung.

D. PENUTUP

Simpulan

Program kolaborasi *community service* tentang produksi konten digital pada Balai Taman Nasional Gunung Palung mengantarkan pada meningkatnya pengetahuan dasar, kemampuan praktis dan kapasitas tim media dalam hal produksi konten digital berbasis AI *(Articial Intellegence)*. Program ini berupaya memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kapasitas kelembagaan Taman Nasional Gunung Palung dalam kontek komunikasi publik melalui produksi konten digital. Pada akhirnya dapat memperkuat promosi digital, citra dan reputasi organisasi Balai Taman Nasional Gunung Palung sebagai institusi modern yang adaptif terhadap teknologi digital.

Hasil analisis komparatif terhadap capaian peserta menunjukkan adanya eskalasi kompetensi yang signifikan antara fase sebelum dan sesudah intervensi dilakukan. Pada dimensi pengetahuan dasar, skor kolektif peserta mengalami peningkatan dari 56,5% menjadi 82,5%, yang merepresentasikan keberhasilan transfer pengetahuan terkait fondasi komunikasi konservasi dan peran strategis pengelola media di kawasan Taman Nasional Gunung Palung (TNGP). Peningkatan sebesar 26% ini mengindikasikan bahwa materi pelatihan tidak

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

hanya dipahami secara superfisial, namun telah terinternalisasi menjadi kerangka kognitif yang kuat bagi para pengelola dalam merancang narasi publik yang lebih edukatif dan terstruktur.

Selaras dengan penguatan aspek kognitif, lonjakan yang lebih impresif terlihat pada dimensi implementasi teknis penggunaan aplikasi berbasis Artificial Intelligence (AI), di mana kemampuan praktis peserta meningkat dari 60,1% menjadi 88,3%. Temuan ini membuktikan efektivitas metode pelatihan hibrida—yang menggabungkan teori dengan praktik langsung (hands-on)—dalam mengakselerasi literasi digital peserta. Dengan tingkat keberhasilan implementasi mencapai hampir 90%, pengelola media TNGP kini memiliki kapabilitas teknis untuk memproduksi konten berkualitas tinggi secara lebih efisien. Secara keseluruhan, data ini memvalidasi bahwa program pengabdian ini berhasil menjembatani kesenjangan keterampilan (skill gap) dan membekali tim media dengan perangkat modern yang esensial untuk memperkuat strategi komunikasi pelestarian ekosistem di era digital.

Permasalahan tentang keterbatasan ide dan konten digital dapat teratasi dengan implementasi solusi dari program ini. Mulai dari riset, perencanaan, penggunaan aplikasi AI hingga evaluasi dilakukan secara bertahap dengan tetap mempertimbangkan aspek etis/etik dalam produksi konten digital berbasis AI. Implementasi solusi tersebut menjadi salah satu indikator keberhasilan program. Peningkatan skill ini tidak hanya didukung dengan kemampuan adaptasi teknologi dari anak-anak muda energik dan berbakat dari tim media Taman Nasional Gunung Palung. Melainkan juga didukung oleh pimpinan kepala Balai Taman Nasional yang memiliki visi dan slogan *"1 day 1 publication"*.

Saran

Kedepan, program ini dapat dikembangkan kedalam produksi konten digital berbasis AI dengan penggunaan aplikasi AI yang lebih beragam serta dengan tingkatan yang lebih tinggi. Selain itu, program dapat digerakkan kedalam upaya memproduksi konten-konten yang lebih inovatif dan kreatif.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang telah memberikan dukungan moril dan materiil pada program pengabdian ini. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada seluruh tim pengelola di Taman Nasional Gunung Palung yang telah bersedia menjadi mitra dalam program pengabdian ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

Agustina, F. I., Jayadi, L. W., & Utary, B. I. W. (2024). Peningkatan Omzet Para-Para Anggur di Desa Mas-Mas melalui Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial dan Website. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(2), 179–187.

Aminuddin Hamdat. (2020). Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen: Prinsip Dasar, Strategi dan Implementasi. *Diandra Primamitra Media*.

Castells, M. (2004). The Network Society. Edward Elgar Publishing Limited.

Irfani, M., Syartinilia, S., & Soekmadi, R. (2024). Zonasi Taman Wisata Alam Berbasis Sensivitas Ekologi: Studi Kasus Taman Wisata Alam Gunung Pancar: *Ecology Sensitivity Based Zoning of Natural Tourism Park: A Case Study of Gunung Pancar National Park*. *Jurnal Penelitian Hutan Tanaman*, 21(1), 1–17.

Kizilhan, T., & Kizilhan, S. B. (2020). The Rise of the Network Society - The Information Age: Economy, Society, and Culture. Contemp Educ Technol, 7(3). https://doi.org/10.30935/cedtech/6177

Kurniawan, R., Fajar, F., & Kurli, A. (2025). Pelatihan Konten Manajemen Komunikasi Digital pada Entitas Wisata Mangrove Kedatim Kabupaten Sumenep berbasis Blue Economy. *Jurnal SOLMA*, 14(2), 1629–1640.https://doi.org/10.22236/solma.v14i2.18582

Melati, K. R. (2017). Perancangan dan Implementasi Perencanaan Bisnis dan Strategi Promosi bagi Kelompok Rintisan Usaha Mandiri Sanggar Batik Jenggolo dan Sekar Arum di Kota Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 2(2).

Mulyadi, A. A. S., & Makui, R. (2025). Komunikasi Pemasaran Terpadu untuk Ekowisata Berbasis Komunitas di Bukit Tungkuwiri, Kabupaten Jayapura Provinsi Papua. *JOURNAL OF ADMINISTRATIVE AND SOCIAL SCIENCE*, 6(1), 344–364.

Nugroho, A. W. (2020). Ekowisata di Taman Nasional: Antara Konservasi dan Peningkatan Ekonomi. *Jurnal Penelitian Kehutanan Faloak*, 4(1).

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Nurhayaty, E., Marginingsih, R., Susilowati, I. H., & Pramularso, Y. (2022). Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau. *ABDIMAS BSI Journal*, 5(1). http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas.

Pahlevi, A. S. (2024). Penerapan RACE Model Pada Media Promosi Ekowisata Mangrove Hijau Daun Pulau Bawean sebagai upaya Integrasi Pemasaran Digital. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 8(02), 17–26.

Pinontoan, N. A., Wihardi, D., Lestari, R., & Kristanty, S. (2024). Strategi Pemasaran Pariwisata Dalam Mempromosikan Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk Sebagai Destinasi Ekowisata. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 8(1), 52–68.

Samosir, A., Areq, U., Panggabean, Q., RahmaSyafitri, R., & Lumbantoruan, L. H. (2024). Strategi Peningkatan Efektivitas Pengelolaan Kawasan Konservasi Taman Wisata Perairan Timur Pulau Bintan. Edu Sociata: *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(2), 726–740.

Thaha, S., Hatidja, S. P. (2021). Pelatihan Digital Marketing untuk meningkatkan Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros. ABDINE: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 133–139.

Trisakti, R. F. S. T. P., Trisakti, T. P., & Trisakti, M. R. S. T. P. (n.d.). Peran dan Pengelolaan Ekowisata Satwa Liar Non Penangkaran Kawasan Punggualas di Taman Nasional Sebangau Kabupaten Katingan.

Urva, G., Pratiwi, M., & Syarief, A. O. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. 2(1), 56–61.

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)