Pembekalan *Public Speaking*, *Branding* Pokdarwis Berbasis Masyarakat & Pelestarian Lingkungan Pantai Lombang

Akhmad Muwafik Saleh[1], Andy Ilman Hakim[2]
[1,2)] Universitas Brawijaya
e-mail: muwafik@ub.ac.id, Andyilmanhakim@ub.ac.id

Abstrak
Pengembangan Sumber Daya Manusia di sektor pariwisata merupakan hal yang kini menjadi perhatian. Namun dalam implementasinya, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) sering kali menemukan tantangan dalam mengelola dan mengembangkan dan memasarkan destinasi wisata tersebut agar diminati oleh pengunjung. Akademisi memainkan peran penting dalam membantu Pokdarwis untuk menyelesaikan persoalan tersebut. Pengabdian ini dilakukan tidak hanya ditujukan untuk transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai proses empowerment berbasis penyetaraan peran antara akademisi dengan masyarakat. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia (SDM) anggota Pokdarwis Pantai Lombang, terutama pada aspek *public speaking* dan *social media branding*. Pengabdian ini melibatkan ketua dan anggota Pokdarwis Pantai Lombang. Metode yang digunakan dalam pengabdian adalah diskusi kelompok terfokus atau focus group discussion (FDG), pemaparan dan pelatihan, serta monitoring dan evaluasi. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh anggota Pokdarwis masih belum maksimal dan penerapan keterampilan public speaking juga belum sepenuhnya terimplementasikan dalam praktik pengelolaan destinasi wisata. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan lanjutan yang lebih intensif dan menggunakan pendekatan praktikal.

Kata kunci: Public Speaking, Social Media Branding, Pemberdayaan Masyarakat, Pelestarian Lingkungan, Pantai Lombang

Abstract
Human Resource Development in the tourism sector is a matter that is now a concern. However, in its implementation, Tourism Awareness Groups (Pokdarwis) often find challenges in managing and developing and marketing these tourist destinations so that they are in demand by visitors. Academics play an important role in helping Pokdarwis to solve these problems. This service is not only aimed at knowledge transfer, but also as an empowerment process based on equalization of roles between academics and the community. This service aims to increase the capacity of human resources (HR) members of the Pantai Lombang Pokdarwis, especially in the aspects of public speaking and social media branding. This service involved the chairman and members of the Lumpang Beach Pokdarwis. The methods used in the service are focus group discussions (FDG), presentations and training, as well as monitoring and evaluation. The results of the service show that the management of social media carried out by Pokdarwis members is still not optimal and the application of public speaking skills has also not been fully implemented in the practice of managing tourist destinations. Therefore, more intensive follow-up training and using a practical approach are needed.

Keywords: *Public Speaking, Social Media Branding, Community Empowerment, Environmental Conservation, Lombang Beach*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keindahan alamnya. Beberapa daerah dengan keindahan alamnya kerap digunakan sebagai objek wisata yang menawarkan keindahan objek alaminya. Maka dari itu, beberapa daerah memiliki potensi wisata alam yang luar biasa yang dimana hal itu memerlukan sinergi antara berbagai pihak untuk pengoptimalan manfaatnya. Salah satu potensi tersebut

terletak di Pantai Lombang, Kabupaten Sumenep, Madura, yang dikenal dengan bentang alam khas, yaitu pantai pasir putih dan pepohonan cemara udang. Meski memiliki daya tarik yang tinggi, pengelolaan pariwisata di Pantai Lombang masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) masyarakat lokal sebagai penggerak utama pariwisata berbasis masyarakat.

Populasi sasaran dalam program pengabdian ini adalah Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Pantai Lombang, yang terdiri dari masyarakat lokal dengan latar belakang yang beragam, mulai dari pedagang, pengelola fasilitas wisata, hingga pemuda desa. Pokdarwis Pantai Lombang masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam aspek manajerial, keterampilan komunikasi publik, serta penguasaan strategi digital branding. Fakta ini diperkuat oleh data Dinas Pariwisata Kabupaten Sumenep, yang menyebutkan bahwa meskipun kunjungan wisatawan mencapai lebih dari 100.000 pengunjung per tahun, belum ada strategi komunikasi destinasi yang profesional dan terstruktur yang dikelola langsung oleh masyarakat.

Upaya untuk mengatasi hal tersebut telah dilakukan oleh pihak Dinas Pariwisata melalui pelatihan umum kepariwisataan serta dukungan infrastruktur dasar. Namun, belum banyak kegiatan yang secara spesifik menyasar pada pengembangan komunikasi dan strategi digital branding, padahal aspek ini krusial di era pariwisata digital. Untuk itu, program pengabdian ini difokuskan pada pelatihan keterampilan *public speaking* dan social media branding guna meningkatkan kapasitas anggota Pokdarwis sebagai penunjang komunikasi destinasi wisata Pantai Lombang. Kegiatan pengabdian ini mencakup penyampaian materi dan praktik secara langsung melalui metode Focus Group Discussion (FGD), pelatihan dan simulasi, serta pendampingan pembuatan konten media sosial. Secara konseptual, kegiatan ini menggunakan pendekatan Community-Based Tourism (CBT), yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama pengelolaan destinasi (Beeton, 2020), serta berpijak pada model komunikasi partisipatoris, yang menekankan kolaborasi antara fasilitator dan komunitas dalam membangun perubahan sosial (Servaes, 2018). Dalam konteks ini, pelatihan komunikasi wisata tidak hanya ditujukan sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai proses empowerment berbasis kesetaraan peran antara akademisi dan masyarakat.

Penelitian sebelumnya oleh Taqwa, Suryana, dan Harahap (2022) menunjukkan bahwa program pelatihan berbasis komunikasi publik secara signifikan meningkatkan rasa percaya diri dan kemampuan warga desa wisata dalam menjadi pemandu wisata serta pelaku promosi digital. Penelitian oleh Sadewa (2023) juga menemukan bahwa media sosial yang dikelola langsung oleh masyarakat desa wisata terbukti efektif dalam membangun citra destinasi dan meningkatkan keterlibatan wisatawan. Kajian serupa oleh Wuryanta dan Hidayat (2021) menegaskan pentingnya pelatihan komunikasi strategis bagi Pokdarwis agar dapat bersaing dalam sektor pariwisata berbasis masyarakat. Dengan mengacu pada fakta lapangan dan kajian konseptual tersebut, program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas komunikasi publik dan branding digital anggota Pokdarwis Pantai Lombang, sehingga mereka dapat lebih efektif dalam memperkenalkan keunggulan lokal, menarik minat wisatawan, serta memperkuat posisi Pantai Lombang sebagai destinasi wisata unggulan di Madura.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada 3 Mei 2025 dengan target para warga setempat yang tergabung dengan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Pantai Lombang. Pemilihan lokasi di Pantai Lombang, Sumenep, Madura, dilakukan berdasarkan pertimbangan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian. Pertimbangan tersebut berupa lokasi, aksesibilitas, ketersediaan sumber daya baik alam dan manusia, juga pemberdayaan teknologi yang ada di Pokdarwis Pantai Lombang.

Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah (1) diskusi kelompok terfokus atau *Focus Group Discussion* (FGD), (2) pemaparan dan pelatihan, serta (3) monitoring dan evaluasi. Pelaksanaan FGD dilakukan sesaat setelah penyampaian materi pembuka dan difasilitasi oleh tim pengabdian. Dalam pelaksanaan kegiatan FGD, tim pengabdian menggali pandangan dan pengalaman mengenai hambatan serta potensi dari Pantai Lombang dengan dihadiri oleh 15 anggota Pokdarwis Pantai Lombang. Sesi FGD dilakukan selama dua jam yang kemudian diakhiri dengan sesi permainan interaktif.

Pemaparan materi dan pelatihan disampaikan oleh tim pengabdian setelah jam istirahat dan makan. Penyampaian materi mengenai mengenai *public speaking* dan seberapa pentingnya hal tersebut sebagai pengelola wisata mampu menarik perhatian para anggota Pokdarwis Pantai Lombang untuk menaikkan daya tarik wisata yang ada di Pantai Lombang. Kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi kedua tentang *social media branding* yang disampaikan oleh tim pengabdian dan turut dihadiri oleh 15 anggota Pokdarwis Pantai Lombang. Penyampaian materi dilanjutkan dengan pelatihan pengambilan konten dan penyuntingan sebelum dilakukan publikasi ke media sosial Pokdarwis Lombang.

Seluruh agenda diselesaikan dalam waktu 5 jam, dengan dimulainya rangkaian kegiatan sejak pukul 11 pagi hingga 3 sore yang keseluruhan rangkaian dilaksanakan di Pantai Lombang. Anggota Pokdarwis Pantai Lombang mengikuti seluruh rangkaian acara dengan baik dan partisipatif. Tahapan selanjutnya yaitu monitoring dan evaluasi yang akan dilakukan dalam rentang waktu 3-6 bulan setelah kegiatan. Proses ini dilaksanakan dengan memantau akun media sosial Pokdarwis Pantai Lombang dan melalui proses komunikasi dengan ketua Pokdarwis Pantai Lombang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Focus Group Discussion

Focus Group Discussion (FGD) dilaksanakan pada tanggal 3 Mei 2025 sebagai agenda awal program pengabdian masyarakat di Pantai Lombang. Kegiatan ini dihadiri oleh Tim Pengabdian, termasuk ketua tim, Akhmad Muwafik Saleh, serta 15 anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Pantai Lombang. FGD bertujuan untuk menggali pemahaman anggota Pokdarwis mengenai pentingnya keterampilan *public speaking* sebagai bagian dari peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM). Selain itu, diskusi ini juga menjadi ruang eksplorasi awal terhadap potensi pengadaan program wisata berbasis aktivitas seperti *outbound* dan *gathering* di kawasan Pantai Lombang.

Berdasarkan hasil diskusi, disepakati bahwa SDM anggota Pokdarwis Pantai Lombang belum memiliki kapasitas *public speaking* yang mumpuni sebagai pengelola wisata pantai. *Public speaking* merupakan keterampilan yang esensial dalam pelayanan wisata karena membantu pengelola menyampaikan informasi, membangun citra destinasi, serta menjalin komunikasi yang efektif dengan wisatawan dan pemangku kepentingan (Ardiansyah, 2019; Kusuma & Hartati, 2023).

Selain permasalahan kapasitas SDM, FGD juga mengidentifikasi bahwa aspek promosi dan visibilitas wisata Pantai Lombang masih belum optimal. Minimnya strategi promosi yang terarah serta kurangnya publikasi melalui media sosial dan kanal digital menyebabkan destinasi ini belum dikenal luas oleh masyarakat luar. Strategi promosi berbasis media sosial menjadi pendekatan efisien dalam meningkatkan daya saing destinasi, terutama untuk lokasi wisata yang belum populer (Fauziah, 2020; Setyaningsih & Nugroho, 2021). Oleh karena itu, penguatan kapasitas promosi dan publikasi menjadi salah satu kebutuhan strategis yang perlu diperhatikan.

Di samping itu, hasil FGD menunjukkan bahwa sebagian anggota Pokdarwis memiliki keterbatasan dalam penggunaan bahasa Indonesia secara formal, mengingat latar belakang bahasa daerah yang dominan. Meskipun saat ini mayoritas wisatawan berasal dari daerah sekitar, kemampuan komunikasi formal menjadi penting jika destinasi ini ingin menjangkau wisatawan dari luar daerah atau mancanegara di masa mendatang (Wulandari & Kusumawardhani, 2020).

Pemaparan dan Pelatihan

Akhmad Muwafik Saleh sebagai ketua tim pengabdian dan pemateri menjelaskan potensi pengadaan program wisata berbasis aktivitas seperti *outbound* dan *gathering* di kawasan Pantai Lombang, jika anggota Pokdarwis telah memiliki kemampuan *public speaking* yang memadai. Dalam sesi pemaparan, pemateri mencoba untuk menggali pemahaman *public speaking* yang dimiliki anggota Pokdarwis yang hadir. *Public speaking* merupakan aspek penting yang harus dimiliki oleh setiap anggota Pokdarwis, karena diperlukan kemampuan untuk mengolah pesan dengan jelas dan terstruktur guna menjalin komunikasi yang efektif, serta untuk membangun citra destinasi. Pemateri menunjukkan pentingnya *public speaking* dengan mendemonstrasikan kegiatan *outbound* melalui dua permainan. Anggota Pokdarwis berperan sebagai peserta, sementara pemateri bertindak sebagai pemandu. Melalui simulasi ini, peserta belajar menyampaikan pesan

dengan artikulasi, intonasi, dan ekspresi yang tepat teknik yang terbukti efektif dalam pelatihan soft skill berbasis praktik (Kusuma & Hartati, 2023). Pada akhir sesi, tim pengabdian memberikan buku kumpulan permainan yang dapat diterapkan dan diaplikasikan pada kegiatan *outbound* dan *gathering*. Dengan kemampuan *public speaking* yang baik, anggota Pokdarwis dapat membangun citra Pantai Lombang di mata publik. Materi *public speaking* juga bermanfaat guna meningkatkan kualitas pelayanan serta daya tarik wisata di Pantai Lombang. Keterampilan ini penting karena dibutuhkan kemampuan mengolah pesan dengan jelas dan terstruktur untuk komunikasi efektif serta pencitraan destinasi wisata (Ardiansyah, 2019).

Selain *public speaking,* tim pengabdian juga memberikan pelatihan *social media branding* kepada anggota Pokdarwis. Materi *social media branding* bertujuan untuk memberdayakan anggota Pokdarwis agar dapat memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan Pantai Lombang. Materi mencakup *graphic design*, *video editing*, dan *optimasi konten digital*. Prinsip dasar desain seperti komposisi, tata letak, dan tipografi dijelaskan agar peserta dapat membuat konten yang menarik dan komunikatif (Setyaningsih & Nugroho, 2021). Tim pengabdian menjelaskan beberapa prinsip dasar desain yaitu komposisi, tata letak, dan tipografi agar anggota Pokdarwis mampu menciptakan desain yang dapat menyampaikan pesan dengan efektif. Pada pemaparan materi *video editing*, dijelaskan unsur-unsur yang perlu ada di dalam video, utamanya video promosi. Pada materi *social media branding*, dijelaskan pentingnya *branding* di media sosial serta penerapan prinsip desain grafis dan *video editing* yang telah dipelajari. Tim pengabdian memberikan sejumlah ide konten yang dapat diterapkan pada media sosial Pantai Lombang. Di akhir sesi materi, tim pengabdian meminta anggota Pokdarwis untuk mengambil gambar dan merekam video untuk praktek *video editing*. Sesi praktik dilaksanakan berkelompok, dengan masing-masing didampingi oleh satu orang tim pengabdian pada proses editing untuk membuat konten video promosi singkat. Aktivasi media sosial Pantai Lombang dimulai dengan memberikan akun Instagram, TikTok, dan YouTube yang telah dibuat oleh tim pengabdian untuk dikelola oleh anggota Pokdarwis.

Monitoring dan Evaluasi

Tim pengabdian melakukan monitoring berkala untuk menilai kemajuan penerapan peningkatan kapasitas *public speaking* dan pelatihan *social media branding* oleh Pokdarwis Pantai Lombang. Melalui proses monitoring pertama di satu bulan pasca pelatihan, hasil menunjukkan bahwa kemampuan antar anggota Pokdarwis masih belum merata, tercermin dari rendahnya penguasaan keterampilan optimasi media sosial. Dari 15 anggota Pokdarwis yang mengikuti pelatihan, hanya satu yang mampu dan bertanggung jawab untuk mengelola media sosial, mulai dari pembuatan konten hingga pengunggahan. Kualitas konten yang dihasilkan pun belum optimal, menjadi indikator penting untuk evaluasi hasil pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan pelatihan memerlukan keberlanjutan dalam bentuk pendampingan kontekstual (Sari & Pratama, 2021; Rohman & Kurniawan, 2022).

Monitoring terhadap perkembangan kemampuan *public speaking* difokuskan pada penerapan keterampilan komunikasi verbal dalam konteks kepariwisataan. Meskipun peserta menunjukkan pemahaman terhadap materi yang diberikan, hasil monitoring menunjukkan bahwa penerapannya masih terbatas. Belum terdapat anggota Pokdarwis yang secara sukarela menyatakan kesanggupan untuk berinteraksi langsung dan berperan sebagai pemandu outbound atau gathering. Situasi ini mencerminkan perlunya pendampingan lanjutan yang dilakukan secara praktikal dan kontekstual, serta menekankan pada pelatihan berbasis simulasi. Hal ini memperkuat pentingnya pendekatan simulasi praktikal dalam pelatihan lanjutan agar peserta mampu menginternalisasi keterampilan tersebut dalam situasi nyata (Kusuma & Hartati, 2023).

SIMPULAN

Program pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan wisata berbasis masyarakat di Pantai Lombang, Kabupaten Sumenep dengan meningkatkan kualitas dan kapasitas SDM, melalui pelatihan *public speaking* dan *social media branding.* Hasil FGD menunjukkan masih terbatasnya kemampuan anggota Pokdarwis dalam bidang *public speaking* dan pengelolaan media sosial. Hasil pelatihan dan monitoring berkala menunjukkan bahwa penerapan materi masih terbatas, tercermin dari hanya satu anggota Pokdarwis yang aktif mengelola media sosial serta belum adanya anggota yang bersedia menjadi pemandu kegiatan outbound dan gathering. Program ini menjadi langkah

awal dalam pemberdayaan wisata berbasis masyarakat di Pantai Lombang dan perlu perencanaan dengan pendampingan berkelanjutan.

SARAN

Oleh karena itu, diperlukan pelatihan lanjutan yang lebih intensif dan menggunakan pendekatan praktikal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami sangat berterima kasih kepada masyarakat sekitar Pantai Lombang, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur, terutama yang tergabung sebagai anggota Pokdarwis atas dukungan dan partisipasi aktifnya dalam program pemberdayaan masyarakat ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya

DAFTAR PUSTAKA

Ardiansyah, A. (2019). Keterampilan Public Speaking dalam Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata. Jurnal Komunikasi dan Pariwisata, 3(2), 45–52.

Beeton, S. (2020). Community development through tourism. *Routledge*(2). https://doi.org/10.4324/9781003119309

Fauziah, R. (2020). Strategi Promosi Pariwisata Berbasis Media Sosial pada Destinasi Wisata Lokal. Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(1), 23–34.

Kusuma, H. A., & Hartati, S. (2023). Penguatan Soft Skill Pemandu Wisata Melalui Simulasi dan Praktik Lapangan. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 5(1), 76–89.

Rohman, A., & Kurniawan, R. (2022). Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengelolaan Ekowisata Berbasis Kearifan Lokal. Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara, 4(2), 110–119.

Sari, D. R., & Pratama, Y. (2021). Keberlanjutan Program Pelatihan melalui Pendampingan Berbasis Komunitas. Jurnal Sosial dan Pemberdayaan, 7(1), 55–66.

Sadewa, M. D. (2023). Peran media sosial dalam branding desa wisata berbasis komunitas. *Jurnal SENITARI*, *7*(2), 135-145. https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/senitari/article/download/5560/2251

Setyaningsih, N., & Nugroho, T. (2021). Optimalisasi Branding Destinasi Wisata melalui Desain Konten Digital. Jurnal Desain Komunikasi Visual, 10(2), 92–103.

Servaes, J. (2018). Communicatin for development and social change. *Springer*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-94105-3

Taqwa, A., Suryana, D., & Harahap, H. (2022). Penguatan komunikasi pemandu wisata dalam pengembangan desa wisata berbasis komunitas. *Jurnal Pemberdayaan dan Kesejahteraan*, *9*(1), 43-54. https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JPK/article/download/10869/5187

Wulandari, F., & Kusumawardhani, T. (2020). Penerapan FGD dalam Perencanaan Partisipatif Pengembangan Wisata Desa. Jurnal Pengabdian dan Inovasi Masyarakat, 2(3), 88–97.

Wuryanta, A., & Hidayat, R. (2021). Penguatan kapasitas komunikasi Pokdarwis di desa wisata: Studi kasus di wilayah Sleman. *Jurnal Adjus*, *3*(1), 21-34. https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/Adjus/article/view/2384/1584.