

Pelatihan Konten Digital Berbasis Artificial Intelligence Pada Pemberdayaan Operator Wisata di Suban Lesung, Rejang Lebong

Yudi Setiawan^{1*}, Samsul Bahri², Afdhal Kurniawan Mainil³, Meisy Dianita¹, Stefanie Laksmi Dianita¹

¹ Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Bengkulu
ysetiawan@unib.ac.id

² Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Bengkulu

³ Program Studi Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Bengkulu

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Objek Wisata Pemandian Air Panas Suban Lesung, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu, dengan fokus pada peningkatan kemampuan sumber daya manusia di bidang pemasaran digital. Tujuannya adalah memberdayakan pengelola wisata melalui transfer ilmu dan keterampilan dalam membuat konten promosi video yang efektif dan mudah dihasilkan. Implementasi kegiatan dilakukan secara bertahap melalui observasi, sosialisasi, dan evaluasi. Pada tahap pelatihan, peserta diperkenalkan pada aplikasi CapCut sebagai solusi aplikasi pendukung *editing video*, dimana fitur *Artificial Intelligence (AI)* yang terintegrasi dimanfaatkan untuk menyederhanakan proses kreatif. Operator wisata di Suban Lesung, Rejang Lebong dapat mempraktekkan hasil pelatihan menjadi produk flyer dan video yang dapat di publikasikan di media sosial yang dimiliki oleh objek wisata. Luaran dari kegiatan ini adalah terampilnya peserta dalam memproduksi video

promosi secara mandiri dengan kualitas yang lebih menarik dan relevan dengan tren digital. Dengan demikian, intervensi ini memberikan dampak positif berupa peningkatan kompetensi digital dan penguatan strategi promosi destinasi wisata yang inovatif.

Kata Kunci: Promosi wisata, *artificial intelligence*, video, pemandian air panas, Suban Lesung.

Abstract

This community service activity was conducted at the Suban Lesung Hot Springs Tourist Attraction, Rejang Lebong Regency, Bengkulu Province, with a focus on enhancing human resource capacity in the field of digital marketing. The objective was to empower tourism managers through the transfer of knowledge and skills in creating effective and easily produced video promotional content. The activity was implemented in stages through

observation, socialization, and evaluation. During the socialization stage, participants were introduced to the CapCut application as a video editing tool solution, where its integrated Artificial Intelligence (AI) features were utilized to streamline the creative process. The outcome of this activity is the participants' proficiency in independently producing promotional videos with more engaging quality that is relevant to current digital trends. Thus, this intervention provides a positive impact in the form of enhanced digital competency and the strengthening of innovative technology-based promotional strategies for the tourist destination.

Keywords : Tourism promotion, *artificial intelligence*, video, hot springs, Suban Lesung.

DOI: <https://doi.org/10.57119/abdimas.v4i2.159>

*Correspondensi: Yudi Setiawan

Email: ysetiawan@unib.ac.id

Received: 22-11-2025

Accepted: 18-12-2025

Published: 20-12-2025



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright: © 2025 by the authors.

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara strategis berbentuk kepulauan dengan jumlah penduduk sebanyak 284,44 juta jiwa. Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi sebesar 5,03 persen secara tahunan (C-to-C), dengan pertumbuhan triwulan IV-2024 sebesar 5,02 persen (Y-on-Y) dan 0,53 persen (Q-to-Q) pada tahun 2024 (BRS, 2025). Oleh karena itu, prioritas nasional 2 dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2025-2029 adalah “Memantapkan Sistem Pertahanan Keamanan Negara dan Mendorong Kemandirian Bangsa melalui Swasembada Pangan, Energi, Air, Ekonomi Syariah, Ekonomi Digital, Ekonomi Hijau, dan Ekonomi Biru” (Matriks Pembangunan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Menengah Nasional Tahun 2025-2029, 2025). Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mendorong perekonomian warga negara adalah melalui pemanfaatan teknologi kecerdasan artifisial atau *Artificial Intelligence (AI)*.

Pada masa promosi saat ini, Wisata Suban Lesung masih menghadapi berbagai permasalahan yang menghambat peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Promosi yang dilakukan belum memanfaatkan media digital secara optimal, sehingga informasi mengenai potensi dan keunikan wisata ini belum tersebar luas, khususnya ke luar daerah. Konten promosi yang tersedia juga masih terbatas dan kurang konsisten, menyebabkan daya tarik destinasi belum tergambarkan secara maksimal. Selain itu, branding Wisata Suban Lesung belum terbentuk dengan kuat dan belum memiliki identitas promosi yang mudah dikenali. Keterbatasan anggaran promosi, minimnya kolaborasi dengan influencer maupun pelaku pariwisata, serta belum terintegrasinya informasi terkait akses, fasilitas, dan layanan wisata turut memperlemah efektivitas promosi. Di tengah persaingan dengan destinasi wisata alam lain yang lebih dikenal, kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dan evaluasi berbasis data membuat strategi promosi Wisata Suban Lesung belum berjalan secara optimal dan berkelanjutan.

Berbagai negara global telah menyusun strategi nasional kecerdasan artifisial atau Artificial Intelligence (AI) yang menjadi pedoman bagi negaranya dalam mengimplementasikan teknologi kecerdasan artifisial dan memahami arah kebijakan pemerintah nasional dalam pengembangan AI (BPS, 2025b) Perkembangan pesat teknologi AI di berbagai sektor menuntut setiap negara untuk memiliki arah dan kebijakan yang jelas agar pemanfaatannya dapat memberikan manfaat optimal sekaligus meminimalkan risiko yang ditimbulkan. Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia membangun sebuah Strategi Nasional Kecerdasan Artifisial Indonesia 2020-2045.

Pemilihan CapCut dan Canva dalam kegiatan pelatihan promosi wisata berbasis AI didasarkan pada kemudahan penggunaan, ketersediaan fitur kecerdasan buatan, serta aksesibilitasnya bagi peserta dengan berbagai tingkat kemampuan digital. Kedua aplikasi ini menyediakan fitur AI seperti pembuatan desain otomatis, pengeditan video berbasis template, pengaturan teks dan visual cerdas, serta dukungan konten promosi yang menarik tanpa memerlukan keahlian desain atau editing profesional. Selain itu, CapCut dan Canva dapat diakses melalui perangkat mobile maupun desktop, memiliki versi gratis yang cukup lengkap, serta mendukung kebutuhan promosi digital di media sosial, sehingga sangat sesuai digunakan sebagai media pelatihan untuk meningkatkan kemampuan promosi wisata secara efektif, kreatif, dan berkelanjutan.

Kecerdasan buatan (AI) merupakan cabang ilmu komputer mengenai kemampuan mesin pintar (*smart machine*) dalam memecahkan permasalahan yang rumit menjadi lebih sederhana dengan menggunakan pendekatan kecerdasan manusia (Pasaribu & Widjaja, 2022). AI dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pariwisata melalui strategi promosi. Pariwisata berperan penting dalam sektor pembangunan daerah karena berpengaruh terhadap perekonomian, seperti sumber pendapatan negara berupa pajak dan retribusi, kultur budaya, dan terciptanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat (Fadliyanti dkk., 2019). Di Indonesia, perjalanan wisatawan nusantara pada tahun 2024 mengalami peningkatan sebesar 21,61% dari tahun 2023 (BPS, 2025a). Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan jumlah perjalanan wisatawan pada tahun sebelumnya masih dapat dilakukan.

Suban Lesung adalah objek wisata yang terletak di Cawang Baru, Kecamatan Curup Timur, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Destinasi ini dikenal dengan air panas alami yang dipercaya dapat membantu penyembuhan berbagai penyakit kulit dan memberikan efek relaksasi bagi tubuh. Terdapat berbagai fasilitas yang dapat wisatawan akses pada destinasi ini, yaitu kantin, area parkir, toilet, dan mushola. Tiket masuk yang ditawarkan adalah sebesar Rp. 10.000 dengan jam operasional pada pukul 06.30 WIB hingga 18.00 WIB.

Objek wisata Suban Lesung saat ini menghadapi sejumlah kendala strategis dalam aspek promosi digital. Tantangan utama terletak pada metode promosi yang masih bersifat konvensional dan terfragmentasi, seperti ketergantungan pada media cetak serta unggahan media sosial yang bersifat personal dan tidak terencana (Kusuma, 2025). Produksi konten promosi, khususnya video, masih dilakukan secara manual dan sederhana tanpa memanfaatkan potensi teknologi yang ada (Renaningtias dkk., 2024). Hal ini menyebabkan kualitas dan kuantitas konten yang dihasilkan tidak konsisten serta kurang kompetitif dalam menarik perhatian calon wisatawan di era digital. Dampaknya, potensi wisata yang dimiliki belum tergali secara optimal, menjadikan destinasi ini kurang terdiferensiasi di tengah persaingan pasar wisata yang semakin ketat.

Meskipun memiliki potensi alam yang menarik, promosi wisata Suban Lesung masih terbatas dan belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Sebagian besar promosi masih dilakukan secara konvensional melalui media cetak, rekomendasi dari mulut ke mulut, atau unggahan pribadi di media sosial. Pembuatan konten promosi pun masih dilakukan secara manual tanpa memanfaatkan teknologi AI. Kondisi tersebut menyebabkan pihak pengelola Wisata Suban Lesung perlu membentuk tim khusus untuk menghasilkan konten yang menarik perhatian publik (Wijanarko dkk., 2022). Namun, keterbatasan sumber daya dan biaya untuk menggunakan jasa pembuatan konten menjadi kendala tersendiri bagi pihak pengelola. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan promosi wisata berbasis AI dengan memanfaatkan aplikasi CapCut. CapCut merupakan aplikasi pengeditan video yang memiliki fitur pengeditan secara otomatis menggunakan AI (Tiwi, D. I., & Mellisa, M., 2023). Pengguna dapat mengunggah foto-foto wisata yang relevan untuk dijadikan sebuah video promosi. Dengan demikian, pembuatan konten promosi menjadi lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan kendala tersebut, pelatihan pengembangan teknik promosi bagi operator objek wisata menjadi suatu keharusan yang mendesak. Pelatihan ini tidak hanya sekadar meningkatkan kemampuan

teknis, tetapi merupakan langkah strategis untuk membangun kemandirian dan keberlanjutan pemasaran digital di tingkat pengelola (Kusuma, 2025). Adopsi alat bantu seperti aplikasi CapCut dengan fitur *Artificial Intelligence (AI)* dipandang sebagai solusi yang tepat guna mengatasi keterbatasan sumber daya, karena memungkinkan operator dengan keahlian terbatas untuk memproduksi konten video yang menarik secara lebih efisien dan konsisten. Dengan demikian, investasi dalam peningkatan kapasitas manusia ini pada akhirnya akan bermuara pada peningkatan daya saing destinasi, perluasan jangkauan promosi, dan peningkatan kunjungan wisatawan, yang secara langsung mendukung ketahanan ekonomi kawasan wisata tersebut.

II. METODE

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu observasi, sosialisasi, dan evaluasi (Wijanarko dkk., 2021) dengan uraian sebagai berikut.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

1. Observasi

Langkah pertama yang dilakukan untuk mengidentifikasi masalah pada Suban Lesung adalah dengan melakukan tahap observasi. Observasi dilakukan dengan mengunjungi Suban Lesung yang beralamat di Cawang Baru, Kecamatan Curup Timur, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Selain itu, tim pengabdian juga melakukan wawancara langsung kepada pemilik wisata mengenai kendala promosi yang sedang mereka alami. Hasil observasi menjadi landasan utama bagi tim pengabdian untuk menyelesaikan permasalahan ini. Didapatkan bahwa pihak pengelola wisata mengalami kendala keterbatasan sumber daya dan biaya dalam menyediakan jasa pembuatan konten kreatif promosi wisata.

2. Sosialisasi

Tahap sosialisasi dilakukan secara langsung kepada tim pengelola Wisata Suban Lesung. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence (AI)* dalam strategi promosi digital menggunakan aplikasi CapCut (Utomo dkk., 2025). Pada kegiatan ini, tim pelaksana memberikan penjelasan mengenai fitur-fitur AI pada CapCut yang dapat digunakan untuk membuat konten promosi wisata secara cepat dan mudah yang diimplementasikan langsung menggunakan foto Wisata Suban Lesung. Kemudian, tim pengabdian juga membagikan poster panduan penggunaan CapCut berbasis AI serta akun CapCut premium kepada pengelola wisata agar mereka dapat terus memanfaatkan aplikasi tersebut secara mandiri setelah kegiatan sosialisasi berakhir.

3. Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan sosialisasi dan pelatihan, serta mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan digital pengelola wisata setelah menggunakan aplikasi CapCut. Evaluasi dilakukan melalui wawancara singkat dan pengamatan langsung terhadap hasil video promosi yang dihasilkan peserta selama sesi pelatihan.

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan pelatihan, diketahui bahwa peserta telah menunjukkan peningkatan kemampuan yang signifikan dalam pembuatan konten promosi wisata. Peserta mampu mengaplikasikan materi yang diberikan dengan menghasilkan video promosi wisata secara mandiri menggunakan aplikasi yang diperkenalkan. Video yang dibuat telah menampilkan unsur visual, teks, dan alur cerita yang sesuai dengan konsep promosi wisata, sehingga mampu menggambarkan daya tarik destinasi secara informatif dan menarik. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berjalan efektif dan peserta telah memahami serta menguasai keterampilan dasar dalam pembuatan video promosi wisata berbasis teknologi digital.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan bagian dari implementasi program penguatan kompetensi digital Masyarakat yang berfokus pada sektor pariwisata di daerah Cawang Baru, Kecamatan Curup Timur, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Kegiatan ini dilaksanakan pada Sabtu, 4 Oktober 2025 dengan melibatkan 3 orang dosen dan 2 orang mahasiswa dari Fakultas Teknik Universitas Bengkulu.

Wisata Suban Lesung dipilih sebagai lokasi pengabdian karena memiliki potensi wisata alam yang besar namun masih memiliki kendala dalam promosi digital. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa sebagian besar aktivitas promosi masih dilakukan secara manual dan belum memanfaatkan teknologi berbasis Artificial Intelligence (AI). Kurangnya pemahaman pengelola wisata terhadap teknologi digital menjadi salah satu penyebab terbatasnya jangkauan promosi dan daya tarik visual yang dihasilkan. Oleh karena itu, kegiatan ini dirancang sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas promosi wisata yang difokuskan untuk memperkenalkan strategi promosi wisata yang lebih kreatif dan efektif melalui pemanfaatan aplikasi digital pengolah video sebagai media pembuatan konten promosi yang menarik dan mudah diterapkan oleh pengelola wisata.

Rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri atas tiga sesi utama. Sesi pertama adalah pengenalan aplikasi CapCut sebagai alat bantu pembuatan konten promosi wisata. Pengenalan aplikasi disampaikan langsung oleh Dr. Yudi Setiawan, S.T. M.Eng selaku ketua kelompok pengabdian. Dalam sesi ini, peserta yang merupakan pengelola wisata diperkenalkan cara mengoperasikan aplikasi dengan pemanfaatan fitur berbasis kecerdasan otomatis pada CapCut yaitu AI tools yang dapat membantu peserta membuat video promosi hanya dengan menuliskan *prompt* atau deskripsi singkat mengenai tema wisata yang ingin ditampilkan. Fitur ini membantu proses pembuatan video menjadi lebih cepat dan efisien karena sistem secara otomatis menyesuaikan tampilan dan gaya visual sesuai isi *prompt*. Adapun langkah-langkah dari pelatihan pembuatan video promosi wisata dengan *tools* AI seperti pada panduan Gambar 3.



Gambar 2. Panduan Penggunaan Tools Capcut AI pada Pembuatan Video Promosi Wisata

Sesi kedua dilakukan dengan praktik langsung membuat video promosi wisata Suban Lesung. Peserta diminta membuat *prompt* atau deskripsi singkat mengenai tema wisata yang ingin ditampilkan. Kemudian, peserta diarahkan untuk menggunakan fitur “Teks ke Gambar” untuk mengubah *prompt* menjadi video. Kemudian, aplikasi akan secara otomatis menghasilkan video sesuai *prompt* yang dibuat. Peserta juga diajarkan untuk menyimpan hasil dari pembuatan video dengan menggunakan AI tools tersebut. Suasana kegiatan berlangsung aktif dan menyenangkan karena peserta antusias dalam mempraktikkan pembuatan video konten. Hasil karya video yang dihasilkan menampilkan keindahan alam dan suasana khas Suban Lesung dengan cara yang lebih menarik.

Sesi ketiga merupakan penyerahan poster panduan dan akun CapCut Pro kepada Bapak Ridan Zen, S.T selaku pemilik Wisata Suban Lesung oleh Dr.Yudi Setiawan, S.T., M.Eng dan Ir. Samsul Bahri, S.T., M.T. Poster tersebut berisi langkah-langkah praktis dalam membuat video promosi agar dapat digunakan kembali setelah kegiatan berakhir (Gambar 3). Sementara itu, akun CapCut Pro diberikan sebagai bentuk dukungan agar pengelola wisata dapat terus berlatih dan mengembangkan kemampuan membuat konten promosi secara mandiri. Melalui ketiga sesi ini, peserta mendapatkan pengalaman langsung dalam membuat konten promosi wisata menggunakan media digital. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu pengelola wisata Suban Lesung memperluas jangkauan promosi dan menarik minat lebih banyak wisatawan dengan cara yang kreatif dan mudah diterapkan.



Gambar 3. Penyerahan Panduan dan Akun CapCut Pro Secara Simbolis

Rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ditutup dengan dokumentasi bersama antara tim pengabdian dan pengelola Wisata Suban Lesung sebagai bentuk apresiasi atas partisipasi aktif seluruh peserta selama kegiatan berlangsung. Momen ini menjadi simbol kerja sama dan semangat kolaboratif antara pihak pengabdian dan pelaku wisata dalam mengembangkan potensi pariwisata daerah melalui pendekatan digital. Selain sebagai bentuk kenang-kenangan, kegiatan dokumentasi ini juga menjadi bukti keberhasilan program pengabdian dalam memberikan dampak nyata di lapangan. Adapun dokumentasi kegiatan seperti pada Gambar 4.



Gambar 4. Dokumentasi Bersama Antara Tim Pengabdian dan Pengelola Wisata Suban Lesung

Respon peserta terhadap pelaksanaan pelatihan promosi wisata berbasis AI secara umum sangat positif. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung, aktif dalam sesi praktik, serta memberikan umpan balik yang baik terhadap materi dan metode pelatihan yang diberikan. Melalui pemanfaatan fitur kecerdasan buatan pada aplikasi yang digunakan, peserta tidak hanya memahami konsep promosi digital, tetapi juga mampu menghasilkan video promosi wisata berbasis AI secara mandiri. Video yang dihasilkan dinilai kreatif, informatif, dan relevan dengan karakteristik destinasi wisata, sehingga mencerminkan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan teknologi AI untuk kegiatan promosi wisata.

IV. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Objek Wisata Suban Lesung telah berhasil meningkatkan kemampuan pengelola dalam melakukan promosi wisata melalui media digital, khususnya dalam pembuatan video promosi berbasis AI menggunakan aplikasi CapCut. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong kreativitas dan kemandirian pengelola dalam mengelola konten promosi secara mandiri. Ke depannya, kegiatan ini diharapkan dapat berlanjut melalui pendampingan dan pengembangan materi lanjutan agar kemampuan yang telah diperoleh dapat terus diterapkan dan ditingkatkan, sehingga promosi wisata Suban Lesung dapat dilakukan secara konsisten, berkelanjutan, dan berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Objek Wisata Suban Lesung telah berhasil meningkatkan kemampuan pengelola dalam melakukan promosi wisata melalui media digital, khususnya dalam pembuatan video promosi berbasis AI menggunakan aplikasi CapCut. Respon peserta terhadap kegiatan ini sangat positif, ditunjukkan dengan antusiasme selama pelatihan serta kemampuan peserta dalam menghasilkan video promosi wisata secara mandiri. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong kreativitas dan kepercayaan diri pengelola dalam mengelola konten promosi secara berkelanjutan. Hasil yang telah dicapai menunjukkan bahwa model pelatihan promosi wisata berbasis AI ini efektif dan aplikatif, sehingga dapat diterapkan dan direplikasi pada objek wisata lainnya sebagai upaya peningkatan kapasitas pengelola dan penguatan promosi destinasi wisata berbasis digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada pengelola Wisata Suban Lesung yang telah mendukung sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilaksanakan dengan baik dan ucapan terima kasih kepada Fakultas Teknik Universitas Bengkulu atas dukungan moril dan dana berdasarkan nomor kontrak 7045/UN30.13/AM/2025 sehingga tim dapat mengimplementasikan ilmu dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Teknik, Universitas Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2025a). *Statistik Indonesia 2025* (Vol. 53) [Dataset]. Badan Pusat Statistik.
- BPS. (2025b). *Statistik Wisatawan Nusantara 2024* (Vol. 7) [Dataset]. Badan Pusat Statistik.
- BRS. (2025). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2024* [Dataset]. Biro Riset dan Strategi.
- Fadliyanti, L., Sutanto, H., & Wijimulawani, B. S. (2019). Analisis Peran Sektor Pariwisata dalam Pembangunan Daerah di Kabupaten Lombok Barat (Pendekatan Location Quotient dan Klassen Typology Analysis). *Elastisitas: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 106–114.
- Kusuma, B. A. (2025). DAMPAK TEKNOLOGI DIGITAL, AI, DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP EFISIENSI DAN PRODUKTIVITAS INDUSTRI PARIWISATA. *Jurnal Administrasi Profesional*, 6(1), 133–139.
- Matriks Pembangunan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Menengah Nasional Tahun 2025-2029 (2025).



- Pasaribu, M., & Widjaja, A. (2022). *Artificial Intelligence: Perspektif Manajemen Strategis*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Renaningtias, N., Kartika, P., Putri Salsabila, A., Wahyuni Saragih, D., & Setiawan, Y. (2024). Perancangan Sistem Informasi Wisata Sejarah Kota Bengkulu sebagai Media Promosi Pariwisata. *Indonesian Journal of Computer Science and Engineering*, 1(01), 7–15.
- Tiwi, D. I., & Mellisa, M. (2023). Pengembangan video pembelajaran berbasis aplikasi Capcut pada mata kuliah kultur jaringan. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Biologi*, 4(1), 39–45.
- Utomo, D. T., Rizka, H., Indartin, T. R. D., Qastalano, R. I., Junaedi, R. A., Kamal, M., Agustianto, K., & Qomariah, D. U. N. (2025). Pengembangan Video Promosi Hyang Argopuro Festival IX 2025 Untuk Peningkatan Potensi Wisata Desa Adat Arjasa, Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 4(2), 95–106.
- Wijanarko, A., Effendi, R., & Setiawan, Y. (2022). Peningkatan Kompetensi Guru dalam Pengembangan Bahan Ajar Berbasis Digital Sebagai Knowledge Sharing di SDIT Iqra 1 Bengkulu. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat 2021*, 1(1), 408–415. Semantic Scholar.
- Wijanarko, A., Setiawan, Y., Efendi, R., Supratman, J., & Limun, K. (2021). Optimalisasi Pelaksanaan Penerapan Protokol Kesehatan Penanganan Covid-19 Pada Fase New Normal Melalui Literasi Media di SDIT Iqra 1 Bengkulu. *Abdi Reksa*, 2(1), 51–58.