

Pelatihan Storytelling Berbasis Nilai-Nilai Al-Qur'an untuk Meningkatkan Keterampilan Pembuatan Konten Video Promosi Wisata dan Budaya Kabupaten Pulau Morotai bagi Siswa Madrasah Aliyah

Mubaddilah Rafa'al^{1)*}; Niila Khoiru Amaliya²⁾; Ansar Tohe³⁾; Diah Ayesha⁴⁾; Cut Farah⁵⁾; Nabil Haji⁶⁾

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Ternate, Ternate, 97728, Indonesia

*e-mail: mubaddilah.rafaal@iain-ternate.ac.id¹, niila.khoiru.amaliya@iain-ternate.ac.id², ansar.tohe@iain-ternate.ac.id³, diah.ayesha@iain-ternate.ac.id⁴, cut.farah@iain-ternate.ac.id⁵, nabil.haji@iain-ternate.ac.id⁶

ABSTRAK

Kabupaten Pulau Morotai memiliki potensi wisata dan budaya yang besar, namun promosi melalui media digital masih terbatas. Siswa Madrasah Aliyah Swasta (MAS) Perbatasan di Desa Gorua, sebagai generasi muda di daerah terpencil, memiliki akses teknologi dan keterampilan digital yang rendah, sehingga belum optimal berkontribusi dalam mempromosikan wilayahnya. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan siswa melalui pelatihan storytelling inovatif dalam pembuatan konten video promosi yang mengintegrasikan nilai-nilai Al-Qur'an. Metode yang digunakan adalah partisipatif, terdiri dari tiga tahap: persiapan, pelaksanaan (workshop teori dan praktik lapangan), dan evaluasi. Hasilnya, 25 siswa berhasil dilatih dan menghasilkan 12 konten video promosi. Terjadi peningkatan keterampilan siswa sebesar 85%, serta terbentuknya jejaring kolaborasi antara siswa, sekolah, dan masyarakat. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan pelatihan berbasis nilai agama dan teknologi sederhana efektif untuk memberdayakan pemuda perbatasan serta mendukung promosi wisata yang berkelanjutan dan bermakna.

Kata Kunci: Storytelling; konten video; wisata budaya; nilai Al-Qur'an; pemberdayaan siswa perbatasan.

ABSTRACT

Morotai Island Regency has significant tourism and cultural potential, but promotion through digital media remains limited. Students at the Private Islamic Senior High School (MAS) in Gorua Village, as young people in a remote area, have limited access to technology and digital skills, thus not optimally contributing to promoting their region. This community service project aims to empower students through innovative storytelling training in creating promotional video content that integrates Quranic values. The method used was participatory, consisting of three stages: preparation, implementation (theory workshop and field practice), and evaluation. As a result, 25 students were successfully trained and produced 12 promotional video content pieces. There was an 85% increase in student skills, and a collaborative network was formed between students, the school, and the community. This activity demonstrates that a training approach based on religious values and simple technology is effective in empowering youth in the border region and supporting sustainable and meaningful tourism promotion.

Keywords: Storytelling; video content; cultural tourism; Quranic values; border student empowerment.

Copyright (c) 2026 Mubaddilah Rafa'al; Niila Khoiru Amaliya; Ansar Tohe; Diah Ayesha; Cut Farah; Nabil Haji.



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

PENDAHULUAN

Kabupaten Pulau Morotai merupakan salah satu wilayah kepulauan di Provinsi Maluku Utara yang memiliki kekayaan sumber daya alam, sejarah, dan budaya yang berpotensi dikembangkan sebagai daya tarik pariwisata. Karakter geografis kepulauan, kawasan

pesisir, pantai berpasir putih, ekosistem laut, serta peninggalan sejarah Perang Dunia II memberikan identitas destinasi yang relatif kuat. Morotai memiliki posisi historis penting karena pernah menjadi salah satu basis strategis Sekutu dalam Perang Dunia II, sehingga warisan sejarah tersebut dapat dikembangkan sebagai bagian dari wisata sejarah dan edukasi. Data statistik daerah juga menunjukkan bahwa sektor pariwisata, akomodasi, transportasi, dan ekonomi terkait merupakan bagian dari aktivitas sosial-ekonomi Kabupaten Pulau Morotai (Badan Pusat Statistik Kabupaten Pulau Morotai, 2024). Dengan demikian, pengembangan pariwisata Morotai tidak hanya berkaitan dengan peningkatan kunjungan wisatawan, tetapi juga dengan penguatan identitas lokal dan pemberdayaan masyarakat.

Potensi tersebut menjadi semakin strategis dalam konteks transformasi pemasaran pariwisata berbasis digital. Media sosial telah mengubah cara destinasi diperkenalkan, dipersepsikan, dan dipilih oleh calon wisatawan. Informasi pariwisata yang berkualitas melalui media sosial dapat membentuk citra kognitif dan afektif terhadap suatu destinasi, yang selanjutnya memengaruhi kecenderungan wisatawan untuk berkunjung (Kim et al., 2017). Platform digital juga memungkinkan destinasi yang secara geografis relatif terpencil memperoleh jangkauan komunikasi yang lebih luas tanpa sepenuhnya bergantung pada media promosi konvensional. Penelitian mengenai platform daring destination management organization menunjukkan bahwa situs web dan media sosial memiliki peran penting dalam membentuk citra destinasi dan intensi kunjungan wisatawan (Molinillo et al., 2017). Bahkan, representasi visual dan narasi yang diproduksi melalui media sosial dapat menjadi bagian penting dalam konstruksi citra destinasi (Zhao et al., 2018).

Dalam konteks Indonesia, pemanfaatan media sosial sebagai instrumen promosi pariwisata juga menunjukkan perkembangan yang signifikan. Media seperti Instagram memiliki kemampuan untuk menciptakan hype, membangun komunikasi, memperluas konektivitas, dan meningkatkan visibilitas destinasi melalui konten visual yang menarik (Handayani & Adelvia, 2020). Penelitian Yuliarti et al. (2021) menunjukkan bahwa story-driven marketing dapat digunakan untuk memperkuat promosi destinasi melalui narasi yang disebarluaskan di media sosial. Namun, penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa praktik storytelling pada sejumlah akun destinasi Indonesia belum sepenuhnya mengoptimalkan seluruh unsur naratif. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan media sosial saja tidak cukup; diperlukan kemampuan untuk merancang cerita, memilih visual, membangun pesan, dan mengemas pengalaman lokal menjadi konten digital yang komunikatif dan autentik. Dalam konteks wisata berbasis masyarakat, digitalisasi pemasaran juga dapat memperluas akses informasi mengenai atraksi dan pengalaman wisata sekaligus meningkatkan partisipasi masyarakat lokal (Vega, 2022).

Salah satu pendekatan yang relevan untuk menjawab kebutuhan tersebut adalah digital storytelling. Digital storytelling menggabungkan unsur narasi, gambar, video, suara, teks, dan musik sehingga memungkinkan pengalaman atau pengetahuan lokal dikomunikasikan dalam format yang lebih menarik dan mudah dibagikan. Robin (2016) menempatkan digital storytelling sebagai pendekatan pembelajaran yang memungkinkan peserta didik tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen pesan digital. Kajian sistematis Wu dan Chen (2020) menunjukkan bahwa

digital storytelling telah digunakan pada berbagai jenjang pendidikan dan memiliki kontribusi terhadap proses pembelajaran, keterlibatan peserta didik, serta pengembangan berbagai kompetensi. Churchill (2020) juga menunjukkan bahwa penggunaan perangkat bergerak dalam digital storytelling dapat mengembangkan literasi digital melalui aktivitas pencarian informasi, pengolahan data, pengembangan ide, produksi cerita, dan pemberian umpan balik.

Relevansi digital storytelling tidak hanya terletak pada aspek teknis, tetapi juga pada pengembangan kreativitas, kemampuan komunikasi, dan keterlibatan peserta didik. Penelitian Vu et al. (2019) menunjukkan bahwa digital storytelling dapat diintegrasikan dalam pembelajaran untuk mendukung pengembangan literasi akademik dan memanfaatkan karakter komunikasi generasi muda yang semakin dekat dengan media visual dan sosial. Hava (2021) menemukan bahwa digital storytelling memiliki hubungan dengan peningkatan motivasi dan kepuasan belajar, sedangkan Yuliani dan Hartanto (2022) menunjukkan bahwa penggunaan digital storytelling dalam pembelajaran daring dapat memberikan pengalaman belajar yang lebih partisipatif. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Meletiadou (2022) yang menunjukkan bahwa produksi cerita digital dapat menjadi sarana pengembangan keterampilan abad ke-21. Dengan demikian, pelatihan pembuatan video storytelling bagi siswa dapat ditempatkan bukan sekadar sebagai pelatihan teknis, tetapi sebagai proses pembelajaran yang mengembangkan kreativitas, literasi digital, komunikasi, dan kemampuan mengonstruksi narasi lokal.

Dalam bidang pariwisata, digital storytelling memiliki nilai strategis karena destinasi pada dasarnya tidak hanya dipasarkan melalui informasi mengenai lokasi, tetapi juga melalui pengalaman, identitas, sejarah, dan cerita yang melekat pada suatu tempat. Video promosi yang menggunakan pendekatan storytelling dapat membantu membangun citra destinasi sekaligus memperkuat pengalaman audiens terhadap suatu tempat (Wahyu et al., 2022). Penelitian mengenai promosi pariwisata Indonesia melalui Instagram juga menunjukkan bahwa unsur visual dan linguistik berperan dalam membangun representasi destinasi kepada calon wisatawan (Isti'annah et al., 2022). Pada konteks destinasi budaya, Instagram bahkan dapat menjadi ruang untuk membangun keterlibatan publik terhadap warisan budaya melalui representasi visual dan narasi mengenai sejarah serta identitas lokal (Rahmawati et al., 2024). Oleh karena itu, kekayaan sejarah, alam, dan budaya Morotai memiliki peluang besar untuk dikemas dalam bentuk cerita digital yang diproduksi oleh generasi muda yang hidup dan berinteraksi langsung dengan lingkungan tersebut.

Namun, peluang tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kesiapan sumber daya manusia di wilayah sasaran. Hasil identifikasi awal pada Madrasah Aliyah Swasta Perbatasan di Desa Gorua, Kabupaten Pulau Morotai, menunjukkan bahwa terdapat 74 siswa aktif, terdiri atas 44 siswa laki-laki dan 30 siswa perempuan dengan rentang usia 15–18 tahun. Sebagian besar siswa berasal dari keluarga petani dan nelayan. Akses terhadap perangkat digital juga masih terbatas; berdasarkan data awal sekolah, hanya sekitar 30% siswa yang memiliki smartphone pribadi dan sekitar 20% yang menggunakan media sosial secara aktif untuk keperluan pendidikan maupun hiburan. Kondisi tersebut semakin kompleks karena keterbatasan konektivitas internet di wilayah sekolah. Situasi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi generasi muda sebagai pengguna

media digital dengan kesempatan mereka untuk memperoleh keterampilan produksi konten digital secara terarah.

Kesenjangan digital di wilayah terpencil tidak semata-mata berkaitan dengan kepemilikan perangkat, tetapi juga mencakup kemampuan mengakses, mengevaluasi, mengolah, dan memproduksi informasi secara bertanggung jawab. Penelitian mengenai literasi digital pada konteks pendidikan menunjukkan bahwa penguasaan teknologi perlu diarahkan pada kemampuan literasi informasi, literasi media, literasi visual, dan etika penggunaan teknologi (Churchill, 2020). Karena itu, pemberdayaan siswa di wilayah perbatasan melalui pelatihan produksi konten digital menjadi penting agar teknologi tidak hanya digunakan sebagai sarana konsumsi hiburan, tetapi juga sebagai instrumen pembelajaran, ekspresi budaya, komunikasi publik, dan pengembangan potensi ekonomi lokal.

Selain kesenjangan keterampilan digital, persoalan lain yang perlu mendapat perhatian adalah bagaimana promosi wisata dan budaya dilakukan secara etis, edukatif, dan berlandaskan nilai. Sebagai lembaga pendidikan berbasis Islam, madrasah memiliki ruang strategis untuk mengintegrasikan keterampilan digital dengan pendidikan karakter. Nilai-nilai Al-Qur'an dapat menjadi landasan dalam menentukan bagaimana siswa memperoleh, memverifikasi, mengolah, dan menyebarkan informasi. Dalam konteks pendidikan Islam kontemporer, integrasi nilai-nilai Al-Qur'an penting untuk memastikan bahwa transformasi digital tidak hanya menghasilkan kecakapan teknis, tetapi juga membentuk tanggung jawab moral, integritas, dan perilaku digital yang baik. Studi mengenai pendidikan karakter berbasis nilai Qur'ani menunjukkan pentingnya nilai kejujuran, tanggung jawab, toleransi, kerja keras, dan kepedulian sebagai bagian dari pembentukan karakter peserta didik (Nasor & Sari, 2025). Dalam konteks etika digital, prinsip *sidq* (kejujuran), *amanah* (tanggung jawab), dan *tabayyun* (verifikasi informasi) juga relevan untuk membangun perilaku bermedia yang bertanggung jawab.

Integrasi nilai Al-Qur'an dalam kegiatan ini tidak dimaksudkan untuk menjadikan konten wisata sebagai media dakwah yang bersifat eksklusif, tetapi untuk membangun kerangka etika produksi dan penyebaran konten. Prinsip *amar ma'ruf nahi munkar* sebagaimana tercermin dalam QS. Ali 'Imran ayat 104 dapat dimaknai secara kontekstual sebagai dorongan untuk menyampaikan pesan yang baik dan bermanfaat. Demikian pula, nilai penghargaan terhadap ciptaan Allah SWT dapat dikontekstualisasikan dalam narasi mengenai keindahan alam, kepedulian lingkungan, dan tanggung jawab menjaga destinasi. Pendekatan semacam ini sejalan dengan gagasan bahwa pendidikan berbasis nilai Qur'ani perlu dikontekstualisasikan dengan persoalan kehidupan kontemporer agar nilai agama tidak berhenti pada aspek kognitif, tetapi tercermin dalam sikap dan tindakan peserta didik.

Urgensi pendekatan tersebut semakin kuat karena wisata alam dan budaya membutuhkan pola promosi yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan, tetapi juga pada keberlanjutan dan penghargaan terhadap identitas lokal. Konten digital yang diproduksi oleh masyarakat lokal memungkinkan narasi destinasi dibangun dari perspektif komunitas, bukan semata-mata dari perspektif pemasar eksternal. Studi mengenai representasi budaya melalui Instagram menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang untuk mengonstruksi dan memperkenalkan identitas budaya kepada publik yang lebih luas (Rahmawati et al., 2024). Dengan demikian,

keterlibatan siswa lokal dalam produksi konten dapat menjadi bentuk awal community-based digital tourism, sekaligus menumbuhkan rasa memiliki terhadap lingkungan, sejarah, dan budaya daerah.

Kondisi tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi wisata dan budaya Kabupaten Pulau Morotai, ketersediaan media digital, dan kapasitas generasi muda dalam memproduksi konten yang berkualitas dan beretika. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi: (1) keterbatasan keterampilan siswa dalam merancang dan memproduksi video storytelling; (2) terbatasnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi potensi wisata dan budaya lokal; (3) belum optimalnya integrasi nilai-nilai Al-Qur'an dalam produksi dan penyebaran konten digital; serta (4) keterbatasan kesempatan siswa di wilayah perbatasan untuk mengembangkan kompetensi digital yang dapat mendukung pendidikan, kreativitas, dan ekonomi kreatif lokal. Persoalan tersebut relevan dengan temuan penelitian yang menegaskan bahwa keberhasilan promosi digital destinasi membutuhkan kapasitas sumber daya manusia lokal dalam mengelola konten dan komunikasi digital (Abidin et al., 2022; Vega, 2022).

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menawarkan pelatihan storytelling inovatif berbasis video yang mengintegrasikan literasi digital, promosi wisata dan budaya, serta nilai-nilai Al-Qur'an. Pendekatan ini diarahkan agar siswa tidak hanya mampu menggunakan kamera atau aplikasi penyuntingan video, tetapi juga mampu mengidentifikasi potensi lokal, menentukan ide cerita, menyusun storyboard, melakukan pengambilan gambar, memilih narasi dan musik, melakukan penyuntingan, serta menyusun pesan yang informatif, persuasif, dan etis. Model tersebut menempatkan siswa sebagai local content creator yang memiliki kemampuan untuk mendokumentasikan dan mempromosikan kekayaan daerahnya sendiri. Pendekatan berbasis produksi juga memungkinkan proses pembelajaran berlangsung secara aktif karena siswa terlibat langsung dalam pencarian informasi, penciptaan narasi, produksi media, dan publikasi konten (Robin, 2016; Wu & Chen, 2020).

Kebaruan kegiatan ini terletak pada integrasi tiga dimensi pemberdayaan, yaitu penguatan keterampilan digital melalui video storytelling, promosi potensi wisata dan budaya berbasis narasi lokal, serta internalisasi nilai-nilai Al-Qur'an sebagai landasan etika komunikasi digital. Pendekatan tersebut berbeda dari pelatihan promosi digital yang umumnya berfokus pada penggunaan media sosial dan teknik pemasaran, karena kegiatan ini menempatkan siswa madrasah di wilayah perbatasan sebagai aktor utama dalam proses produksi dan penyampaian cerita lokal. Dengan pendekatan tersebut, kegiatan diharapkan menghasilkan manfaat ganda: peningkatan kompetensi digital siswa dan terbentuknya aset konten digital yang dapat mendukung visibilitas wisata dan budaya Kabupaten Pulau Morotai. Pemanfaatan digital storytelling untuk promosi destinasi juga telah menunjukkan relevansi dalam berbagai konteks pariwisata Indonesia, terutama ketika cerita lokal dipadukan dengan kekuatan visual media sosial (Yuliarti et al., 2021; Agustina et al., 2024).

Kegiatan ini sekaligus merupakan bentuk hilirisasi pengetahuan dan pengalaman akademik dalam bidang komunikasi digital, pariwisata, pendidikan, dan pemberdayaan masyarakat. Pelaksanaan kegiatan diharapkan tidak berhenti pada peningkatan kemampuan teknis selama pelatihan, tetapi menghasilkan kapasitas yang dapat terus

dikembangkan oleh siswa dan sekolah. Dalam jangka menengah, siswa diharapkan mampu menjadi penggerak produksi konten wisata dan budaya di lingkungan sekolah dan masyarakat, sedangkan dalam jangka panjang keterampilan tersebut dapat menjadi salah satu fondasi pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal di wilayah perbatasan.

METODE

Desain dan Pendekatan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*) berbasis pembelajaran aktif (*active learning*). Pendekatan tersebut dipilih untuk menempatkan siswa sebagai subjek utama kegiatan, sehingga peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai *digital storytelling*, tetapi juga terlibat secara langsung dalam proses perencanaan, produksi, penyuntingan, dan publikasi konten video. Metode ini diarahkan untuk menjawab tiga kebutuhan utama mitra, yaitu peningkatan literasi dan keterampilan digital, penguatan kemampuan promosi potensi wisata dan budaya lokal, serta integrasi nilai-nilai Al-Qur'an dalam produksi konten digital.

Kegiatan dilaksanakan selama empat minggu di Madrasah Aliyah Swasta Perbatasan, Desa Gorua, Kabupaten Pulau Morotai. Pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu (1) persiapan dan identifikasi kebutuhan, (2) pelaksanaan pelatihan dan pendampingan produksi konten, dan (3) evaluasi dan tindak lanjut. Alur kegiatan dirancang secara berurutan agar setiap tahap menghasilkan keluaran yang menjadi dasar bagi tahap berikutnya.

Sasaran dan Lokasi Kegiatan

Sasaran kegiatan adalah siswa Madrasah Aliyah Swasta Perbatasan di Desa Gorua, Kabupaten Pulau Morotai. Peserta terdiri atas 74 siswa, yaitu 44 siswa laki-laki dan 30 siswa perempuan dengan rentang usia 15–18 tahun. Pemilihan sasaran didasarkan pada pertimbangan bahwa siswa merupakan kelompok generasi muda yang potensial menjadi pengguna sekaligus produsen konten digital untuk memperkenalkan potensi wisata dan budaya daerah. Karakteristik wilayah sasaran yang berada di kawasan perbatasan dengan keterbatasan akses terhadap perangkat dan jaringan internet menjadi pertimbangan penting dalam perancangan metode. Oleh karena itu, pelatihan menggunakan perangkat yang relatif mudah diperoleh peserta, terutama smartphone, serta aplikasi penyuntingan video yang sederhana dan mudah digunakan, seperti CapCut. Pendekatan tersebut diharapkan memungkinkan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan dapat diterapkan secara mandiri setelah kegiatan berakhir.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tiga tahapan sebagai berikut.

1. Tahap Persiapan dan Identifikasi Kebutuhan

Tahap persiapan dilaksanakan pada minggu pertama. Kegiatan diawali dengan koordinasi antara tim pengabdian dan pihak sekolah untuk menentukan peserta, jadwal, lokasi, kebutuhan teknis, serta bentuk pendampingan. Selanjutnya dilakukan

identifikasi awal terhadap kemampuan peserta melalui observasi dan pre-test mengenai pengetahuan dasar *storytelling*, penggunaan media sosial, teknik pengambilan gambar, penyuntingan video, dan pemahaman mengenai etika produksi konten digital.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim menyusun materi pelatihan yang disesuaikan dengan tingkat kemampuan peserta. Materi mencakup konsep dasar *digital storytelling*, teknik menentukan ide dan tema, penyusunan *storyline* dan *storyboard*, teknik pengambilan gambar menggunakan smartphone, penulisan narasi, penggunaan suara dan musik, teknik penyuntingan video, serta strategi publikasi melalui media sosial.

Nilai-nilai Al-Qur'an diintegrasikan sejak tahap perencanaan konten. Nilai keberagaman dan penghargaan terhadap perbedaan dikaitkan dengan QS. Al-Hujurat: 13, sedangkan nilai kerja sama dan tolong-menolong dikaitkan dengan QS. Al-Ma'idah: 2. Integrasi tersebut digunakan sebagai landasan dalam menentukan tema, narasi, visual, dan pesan yang disampaikan dalam video agar konten promosi wisata dan budaya tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki nilai edukatif dan etis.

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Tahap kedua dilaksanakan pada minggu kedua dan ketiga melalui metode ceramah interaktif, demonstrasi, praktik langsung, kerja kelompok, dan pendampingan. Pelatihan diawali dengan penyampaian materi mengenai prinsip dasar *storytelling* dan karakteristik konten video untuk media sosial. Tim kemudian mendemonstrasikan tahapan produksi video mulai dari menentukan ide, mengembangkan cerita, menyusun *storyboard*, melakukan pengambilan gambar, merekam narasi, hingga melakukan penyuntingan.

Setelah memperoleh materi dasar, siswa dibagi ke dalam kelompok yang terdiri atas 5–7 orang. Setiap kelompok menentukan objek wisata atau budaya lokal yang akan diangkat sebagai tema video. Pembagian tugas dilakukan secara partisipatif, meliputi penulis cerita, pengambil gambar, narator, pemeran, editor, dan pengelola publikasi. Setiap kelompok memperoleh pendampingan dari tim pengabdian dalam proses penyusunan konsep dan produksi konten.

Praktik lapangan dilakukan dengan mengangkat potensi wisata dan budaya Kabupaten Pulau Morotai sebagai sumber cerita. Peserta diarahkan untuk tidak hanya menampilkan keindahan objek, tetapi juga menyampaikan cerita, sejarah, keunikan, nilai budaya, dan pesan pelestarian lingkungan yang berkaitan dengan objek tersebut. Pada tahap penyuntingan, peserta menggunakan aplikasi yang tersedia pada smartphone sehingga proses produksi dapat dilakukan dengan sumber daya yang relatif sederhana.

Setiap kelompok ditargetkan menghasilkan 1–2 video pendek berdurasi 1–3 menit. Produk video dinilai berdasarkan beberapa aspek, yaitu: (1) kualitas dan struktur *storytelling*, (2) kreativitas penyajian, (3) kualitas visual dan audio, (4) relevansi informasi wisata dan budaya, (5) integrasi nilai-nilai Al-Qur'an, dan (6) etika penyampaian pesan digital.

3. Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi dilaksanakan pada minggu keempat untuk mengetahui tingkat ketercapaian tujuan kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui post-test, penilaian produk video, observasi partisipasi peserta, dan diskusi reflektif. Post-test diberikan menggunakan instrumen yang memiliki indikator yang sama dengan pre-test sehingga perubahan pengetahuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan dapat dibandingkan.

Selain evaluasi pengetahuan, peningkatan keterampilan dinilai melalui produk video yang dihasilkan setiap kelompok. Penilaian menggunakan rubrik dengan skala 1–4, mencakup aspek perencanaan cerita, kreativitas, teknik produksi, penyuntingan, penyampaian informasi wisata dan budaya, integrasi nilai Al-Qur'an, serta kelayakan publikasi. Hasil penilaian tersebut digunakan untuk mengetahui kemampuan peserta dalam menerapkan materi pelatihan ke dalam produk nyata.

Produk video yang telah memenuhi kriteria kelayakan kemudian dipublikasikan melalui media sosial sekolah sebagai bentuk implementasi awal promosi digital wisata dan budaya Kabupaten Pulau Morotai. Performa konten selanjutnya diamati selama satu bulan setelah kegiatan berdasarkan indikator *engagement*, seperti jumlah *views*, *likes*, *shares*, *comments*, dan interaksi pengguna lainnya. Data tersebut digunakan sebagai indikator awal mengenai daya jangkauan dan respons audiens terhadap konten yang dihasilkan siswa.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Data kegiatan dikumpulkan melalui pre-test dan post-test, observasi, dokumentasi, rubrik penilaian produk, serta data *engagement* media sosial. Data kuantitatif dari pre-test dan post-test dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan nilai rata-rata sebelum dan sesudah pelatihan. Peningkatan kemampuan peserta dihitung menggunakan persentase perubahan skor untuk memperoleh gambaran mengenai efektivitas pelatihan.

Data hasil penilaian produk dianalisis berdasarkan skor setiap indikator dan dikategorikan menjadi tingkat keterampilan rendah, sedang, dan tinggi. Sementara itu, data observasi dan diskusi dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi perubahan partisipasi, kreativitas, kemampuan bekerja sama, dan pemahaman peserta terhadap integrasi nilai-nilai Al-Qur'an dalam produksi konten digital. Data *engagement* media sosial digunakan sebagai indikator tambahan untuk melihat potensi keberlanjutan pemanfaatan produk video sebagai media promosi wisata dan budaya.

Indikator Keberhasilan

Keberhasilan kegiatan ditentukan berdasarkan indikator yang dapat diukur, yaitu: (1) minimal 80% peserta mengikuti seluruh rangkaian pelatihan; (2) terjadi peningkatan skor pengetahuan *digital storytelling* berdasarkan perbandingan pre-test dan post-test; (3) minimal 80% kelompok mampu menghasilkan video storytelling sesuai kriteria yang telah ditetapkan; (4) setiap video memuat informasi mengenai potensi wisata atau budaya lokal serta sekurang-kurangnya satu nilai Al-Qur'an yang relevan; dan (5) produk video yang dihasilkan dapat dipublikasikan melalui media sosial sekolah dan memperoleh respons awal dari audiens. Dengan rancangan tersebut, keberhasilan PkM tidak hanya diukur berdasarkan terlaksananya pelatihan, tetapi terutama berdasarkan perubahan kapasitas peserta dan produk nyata yang dihasilkan. Pendekatan ini memungkinkan kegiatan memiliki luaran yang lebih terukur sekaligus memberikan dasar

bagi keberlanjutan promosi digital wisata dan budaya Kabupaten Pulau Morotai yang dilakukan oleh siswa dan pihak sekolah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan dan Partisipasi Peserta

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada 24–25 Oktober 2025 di Madrasah Aliyah Swasta (MAS) Perbatasan Desa Gorua, Kabupaten Pulau Morotai, dengan melibatkan 25 siswa sebagai peserta. Kegiatan dirancang menggunakan pendekatan partisipatif dan pembelajaran aktif melalui kombinasi penyampaian materi, demonstrasi, diskusi, praktik produksi video, kerja kelompok, dan pendampingan. Pendekatan ini memungkinkan peserta memperoleh pengalaman langsung dalam mengembangkan ide cerita, menyusun narasi, mengambil gambar, melakukan penyuntingan, serta mengemas potensi wisata dan budaya lokal ke dalam konten digital.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pengenalan konsep *digital storytelling* dan prinsip dasar pembuatan konten promosi wisata. Materi kemudian diarahkan pada praktik penyusunan ide, *storyline*, *storyboard*, teknik pengambilan gambar menggunakan smartphone, perekaman narasi, serta penyuntingan menggunakan aplikasi yang mudah diakses peserta. Penggunaan perangkat sederhana menjadi strategi penting mengingat keterbatasan infrastruktur digital di wilayah sasaran. Dengan demikian, teknologi yang digunakan dalam kegiatan tidak menciptakan ketergantungan terhadap perangkat produksi profesional, tetapi justru menunjukkan bahwa produksi konten kreatif dapat dilakukan menggunakan sumber daya yang tersedia di lingkungan siswa.



Gambar 1. Tim PkM menjelaskan inovasi pembuatan konten promosi pariwisata berdasarkan nilai Al-Qur'an pada saat Sosialisasi *storytelling* kepada siswa/i Madrasah Aliyah Swasta Perbatasan Desa Gorua.

Gambar 1 menunjukkan proses transfer pengetahuan pada tahap awal kegiatan. Tim PkM memberikan pemahaman mengenai hubungan antara *storytelling*, produksi konten digital, promosi pariwisata, dan nilai-nilai Al-Qur'an. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif sehingga peserta dapat menghubungkan materi dengan pengalaman mereka sehari-hari sebagai pengguna media digital. Pada tahap ini, peserta tidak hanya

diarahkan untuk memahami aspek teknis produksi video, tetapi juga memahami pentingnya pemilihan informasi, narasi, gambar, dan bahasa yang sesuai dengan karakter budaya masyarakat setempat.

Peningkatan Keterampilan *Digital Storytelling* Siswa

Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan positif pada kemampuan siswa dalam memahami dan mempraktikkan *digital storytelling*. Sebelum pelatihan, sebagian peserta belum memiliki pengalaman dalam menyusun cerita secara terstruktur dan mengolahnya menjadi video promosi. Setelah memperoleh pelatihan dan pendampingan, siswa mulai mampu mengidentifikasi objek yang memiliki nilai wisata dan budaya, menentukan sudut pandang cerita, menyusun alur sederhana, serta mengombinasikan unsur visual dan narasi dalam satu produk video.

Peningkatan tersebut terlihat dari hasil evaluasi yang menunjukkan bahwa 85% peserta menyatakan memiliki peningkatan kepercayaan diri dalam membuat konten video, sedangkan sekitar 70% peserta menyatakan memiliki keinginan untuk terus memproduksi konten yang berkaitan dengan promosi daerah. Temuan ini menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga membangun keyakinan peserta bahwa mereka memiliki kapasitas untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana kreativitas dan komunikasi publik.

Perubahan tersebut penting bagi siswa di wilayah perbatasan karena keterampilan digital tidak hanya berfungsi sebagai kompetensi akademik, tetapi dapat menjadi modal sosial dan ekonomi. Digital storytelling memungkinkan siswa menjadi produsen informasi, bukan hanya konsumen konten. Hal ini sejalan dengan Robin (2016) yang menempatkan *digital storytelling* sebagai pendekatan yang dapat mendorong peserta didik untuk mengembangkan kemampuan kreatif dan komunikasi melalui proses produksi cerita digital. Wu dan Chen (2020) juga menunjukkan bahwa *digital storytelling* dapat digunakan sebagai pendekatan pembelajaran yang melibatkan peserta secara aktif dalam proses penciptaan dan penyampaian informasi.

Dengan demikian, hasil kegiatan memperlihatkan bahwa pelatihan berbasis praktik lebih sesuai dengan karakter peserta dibandingkan pendekatan yang hanya menekankan penyampaian teori. Siswa memperoleh kesempatan untuk belajar melalui proses *learning by doing*, mulai dari menemukan ide hingga menghasilkan produk yang dapat digunakan untuk kepentingan promosi wisata dan budaya.

Integrasi Nilai Al-Qur'an dalam Konten Kreatif

Aspek penting lainnya dari kegiatan ini adalah integrasi nilai-nilai Al-Qur'an dalam proses produksi konten. Integrasi tersebut dilakukan dengan mengarahkan siswa agar setiap cerita yang diproduksi tidak hanya menonjolkan daya tarik visual destinasi, tetapi juga mengandung pesan mengenai kebersamaan, penghargaan terhadap keberagaman, tanggung jawab sosial, dan kepedulian terhadap lingkungan.

Nilai kebersamaan dan kerja sama dikaitkan dengan QS. Al-Ma'idah: 2, sedangkan keberagaman manusia sebagai bagian dari identitas sosial dikaitkan dengan QS. Al-Hujurat: 13. Nilai tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam proses produksi melalui pembagian tugas kelompok, kerja sama dalam pengambilan gambar, penyusunan narasi, dan penyuntingan video. Dengan cara tersebut, nilai keagamaan tidak hanya

disampaikan sebagai materi teoritis, tetapi dipraktikkan melalui perilaku kolaboratif selama kegiatan.

Integrasi nilai Al-Qur'an juga diarahkan pada etika produksi konten digital. Siswa diberikan pemahaman bahwa promosi wisata harus dilakukan berdasarkan informasi yang benar, tidak berlebihan, tidak merendahkan kelompok tertentu, serta tetap menghormati tradisi dan identitas masyarakat lokal. Pendekatan ini menjadi penting karena konten digital memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi secara luas dan cepat. Oleh sebab itu, kemampuan teknis produksi konten perlu berjalan seiring dengan tanggung jawab moral dalam penyampaian pesan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan tersebut memberikan perspektif baru kepada peserta mengenai penggunaan teknologi. Teknologi tidak lagi dipandang hanya sebagai sarana hiburan, tetapi dapat dimanfaatkan sebagai media pendidikan, promosi potensi daerah, dan penyebaran pesan positif. Temuan ini memperkuat relevansi pendidikan literasi digital yang menggabungkan kompetensi teknis dengan aspek etika dan tanggung jawab pengguna.

Produksi Konten sebagai Media Promosi Wisata dan Budaya Lokal

Salah satu luaran konkret kegiatan adalah lima video promosi wisata dan budaya yang diproduksi oleh peserta secara berkelompok. Konten yang dihasilkan mengangkat potensi lokal melalui kombinasi visual, narasi, dan pesan edukatif. Proses produksi memberikan pengalaman kepada siswa untuk melihat potensi yang terdapat di lingkungan mereka sebagai sumber cerita yang dapat dikomunikasikan kepada audiens yang lebih luas.

Produksi konten oleh siswa memiliki nilai strategis karena narasi yang dibangun berasal dari pengalaman dan perspektif masyarakat lokal. Siswa tidak hanya berperan sebagai objek kegiatan pengabdian, tetapi menjadi produsen narasi lokal. Posisi tersebut penting dalam promosi destinasi karena citra suatu tempat tidak hanya dibentuk melalui informasi formal dari pemerintah atau pelaku usaha, tetapi juga melalui pengalaman dan representasi masyarakat yang tinggal di destinasi tersebut.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Yuliarti et al. (2021) yang menunjukkan pentingnya *storytelling* dalam komunikasi pemasaran pariwisata melalui media sosial. Narasi yang dikombinasikan dengan elemen visual dapat membantu membangun daya tarik dan identitas destinasi. Penelitian Isti'anah et al. (2022) juga menunjukkan bahwa konten visual dan narasi dalam media sosial memiliki peran dalam membangun representasi destinasi pariwisata Indonesia.

Dalam konteks kegiatan ini, produksi video juga menjadi bentuk awal dari promosi wisata berbasis komunitas. Siswa dapat mendokumentasikan potensi yang berada di sekitar mereka dan memperkenalkannya melalui media digital sekolah. Meskipun jangkauan publikasi pada tahap awal masih terbatas, produk tersebut merupakan aset komunikasi yang dapat dikembangkan lebih lanjut oleh sekolah, masyarakat, maupun pemerintah daerah.

Perubahan Sosial dan Ekonomi

Pada dimensi sosial, kegiatan mendorong terjadinya interaksi dan kolaborasi antarsiswa. Pembagian peserta ke dalam kelompok produksi membuat siswa harus berkomunikasi,

membagi peran, menyelesaikan masalah teknis, dan mengambil keputusan bersama. Proses tersebut memberikan pengalaman kerja tim yang relevan dengan kebutuhan pengembangan kompetensi abad ke-21.

Keterlibatan masyarakat dalam memberikan informasi mengenai budaya dan potensi lokal juga memberikan nilai tambah terhadap proses produksi. Cerita mengenai tradisi, kuliner, dan kehidupan masyarakat dapat digunakan sebagai sumber narasi sehingga konten yang dihasilkan memiliki keterkaitan dengan realitas lokal. Pola ini berpotensi memperkuat hubungan antargenerasi karena siswa memperoleh pengetahuan dari masyarakat yang memiliki pengalaman langsung mengenai sejarah dan budaya daerah.

Dari perspektif ekonomi, kegiatan pada tahap ini belum dapat diklaim menghasilkan peningkatan pendapatan masyarakat atau keluarga. Namun, kegiatan telah berhasil mengenalkan peluang ekonomi kreatif berbasis konten digital kepada peserta. Sebagian peserta mulai mengidentifikasi kemungkinan memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk lokal, termasuk kerajinan dan kuliner. Oleh karena itu, manfaat ekonomi yang ditemukan dalam kegiatan ini lebih tepat dikategorikan sebagai potensi awal dan peningkatan kesadaran ekonomi, bukan peningkatan pendapatan aktual.

Pembedaan tersebut penting agar dampak PkM tidak dilebih-lebihkan. Klaim mengenai peningkatan pendapatan keluarga sebesar 10–15% atau peningkatan kunjungan wisatawan sebesar 25% dalam naskah awal belum didukung oleh data longitudinal. Karena itu, hasil kegiatan lebih tepat menunjukkan adanya fondasi kompetensi dan peluang pengembangan ekonomi kreatif, sementara dampak ekonomi aktual memerlukan pendampingan dan pengukuran dalam periode yang lebih panjang.

Ketercapaian Tujuan dan Indikator Keberhasilan

Ketercapaian kegiatan dievaluasi berdasarkan empat tujuan utama, yaitu peningkatan keterampilan siswa, integrasi nilai Al-Qur'an, produksi konten wisata dan budaya, serta pemberdayaan siswa sebagai agen perubahan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar indikator kegiatan telah terpenuhi.

Tabel 1. Ringkasan Capaian Indikator Kinerja Kegiatan

Tujuan Kegiatan	Indikator	Hasil Kegiatan	Status
Meningkatkan keterampilan storytelling dan produksi video	Peserta mampu memahami dan mempraktikkan produksi video	85% peserta melaporkan peningkatan kepercayaan diri dan keterampilan	Tercapai
Mengintegrasikan nilai Al-Qur'an	Video memuat nilai keagamaan yang relevan	Konten memasukkan nilai kebersamaan, keberagaman, dan pesan positif	Tercapai
Mendukung promosi wisata dan budaya	Tersedianya produk konten digital	5 video promosi wisata dan budaya dihasilkan peserta	Tercapai

Tujuan Kegiatan	Indikator	Hasil Kegiatan	Status
Memberdayakan siswa sebagai agen perubahan	Keinginan melanjutkan produksi konten	70% peserta menyatakan akan terus membuat konten promosi daerah	Tercapai sebagian
Membuka peluang ekonomi kreatif	Kesadaran terhadap potensi monetisasi	Sebagian kelompok mulai merencanakan promosi produk budaya secara daring	Tahap awal

Tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa luaran yang paling nyata berada pada aspek peningkatan keterampilan dan produksi konten. Sementara itu, aspek pemberdayaan ekonomi masih berada pada tahap awal karena kegiatan berlangsung dalam waktu relatif singkat. Dengan demikian, keberhasilan kegiatan lebih tepat dipahami sebagai peningkatan kapasitas (*capacity building*) yang dapat menjadi dasar untuk program pendampingan berikutnya.

Keunggulan, Keterbatasan, dan Tantangan Pelaksanaan

Keunggulan utama kegiatan terletak pada penggunaan teknologi yang sederhana dan relatif mudah diadopsi. Smartphone dan aplikasi penyuntingan gratis memungkinkan siswa mempraktikkan seluruh proses produksi tanpa memerlukan kamera profesional atau perangkat komputer dengan spesifikasi tinggi. Strategi ini sesuai dengan kondisi wilayah sasaran dan dapat meningkatkan kemungkinan keberlanjutan penggunaan keterampilan setelah program selesai.

Keunggulan lainnya adalah penggunaan potensi lokal sebagai sumber pembelajaran. Siswa tidak diberikan objek atau cerita yang berasal dari luar lingkungan mereka, tetapi diarahkan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan cerita mengenai wisata dan budaya yang mereka kenal. Pendekatan ini memperkuat relevansi pembelajaran sekaligus berpotensi meningkatkan rasa memiliki terhadap identitas lokal.

Meskipun demikian, pelaksanaan kegiatan menghadapi beberapa keterbatasan. Keterbatasan jaringan internet dan infrastruktur listrik menjadi hambatan dalam proses pengunggahan dan penyuntingan konten. Selain itu, kemampuan awal peserta yang beragam menyebabkan waktu yang dibutuhkan untuk menguasai teknik editing berbeda antarindividu. Durasi kegiatan yang hanya dua hari juga belum memungkinkan seluruh peserta mencapai tingkat kemahiran yang sama.

Keterbatasan lain adalah belum tersedianya pengukuran dampak jangka panjang terhadap jumlah wisatawan, pendapatan masyarakat, atau keberlanjutan produksi konten. Oleh karena itu, hasil kegiatan ini belum dapat digunakan untuk menyimpulkan adanya peningkatan kunjungan wisatawan atau pendapatan ekonomi masyarakat secara langsung. Data *views*, *likes*, *shares*, dan komentar yang diperoleh setelah publikasi lebih tepat diposisikan sebagai indikator jangkauan awal konten, bukan sebagai bukti langsung peningkatan ekonomi pariwisata.

Peluang Keberlanjutan dan Pengembangan Program

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peluang untuk mengembangkan program secara berkelanjutan melalui pembentukan komunitas kreator digital sekolah. Kelompok tersebut dapat berfungsi sebagai tim produksi konten yang secara berkala mendokumentasikan destinasi wisata, tradisi, kuliner, sejarah lokal, dan aktivitas masyarakat. Sekolah dapat mengintegrasikan kegiatan tersebut ke dalam kegiatan ekstrakurikuler atau proyek pembelajaran sehingga keterampilan yang diperoleh tidak berhenti setelah program PkM selesai.

Pada tingkat yang lebih luas, sekolah dapat membangun kerja sama dengan pemerintah daerah, khususnya instansi yang menangani pariwisata dan ekonomi kreatif, untuk menyediakan ruang publikasi bagi konten siswa. Kolaborasi tersebut dapat dikembangkan melalui pelatihan lanjutan mengenai *content planning*, fotografi, videografi, *social media management*, *copywriting*, dan analisis *engagement*. Dengan demikian, kegiatan dapat berkembang dari pelatihan satu kali menjadi model pemberdayaan digital yang berkelanjutan.

Peluang pengembangan juga terdapat pada pemanfaatan konten untuk mendukung promosi produk ekonomi lokal. Setelah memiliki keterampilan dasar produksi video, siswa dapat dilatih untuk mengembangkan konten promosi bagi produk kuliner, kerajinan, hasil pertanian, dan hasil perikanan masyarakat. Namun, monetisasi konten sebaiknya ditempatkan sebagai tahap lanjutan setelah peserta memiliki kompetensi produksi, konsistensi publikasi, pemahaman etika digital, dan kemampuan mengelola audiens. Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini menunjukkan bahwa digital storytelling berbasis nilai Al-Qur'an dapat menjadi pendekatan yang relevan untuk meningkatkan kapasitas siswa di wilayah perbatasan dalam memproduksi konten wisata dan budaya. Nilai tambah kegiatan tidak hanya terlihat dari lima produk video yang dihasilkan, tetapi juga dari meningkatnya kepercayaan diri, pengalaman kolaboratif, kesadaran terhadap potensi lokal, serta munculnya minat untuk terus menggunakan media digital sebagai sarana promosi daerah. Ke depan, keberlanjutan program perlu diarahkan pada pendampingan produksi konten secara berkala, penguatan jejaring dengan pemerintah dan masyarakat, serta pengukuran dampak sosial-ekonomi secara longitudinal agar kontribusi program terhadap pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Pulau Morotai dapat dibuktikan secara lebih kuat.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Madrasah Aliyah Swasta Perbatasan Desa Gorua, Kabupaten Pulau Morotai, menunjukkan bahwa pelatihan digital storytelling berbasis nilai-nilai Al-Qur'an dapat menjadi pendekatan yang relevan untuk meningkatkan kapasitas siswa dalam memanfaatkan teknologi sebagai media kreatif, edukatif, dan promosi potensi lokal. Pelaksanaan kegiatan yang melibatkan 25 siswa melalui penyampaian materi, demonstrasi, praktik kelompok, pendampingan, dan produksi video menghasilkan perubahan positif terutama pada aspek keterampilan dan kepercayaan diri peserta dalam membuat konten digital. Sebanyak 85% peserta melaporkan peningkatan kepercayaan diri dalam memproduksi konten video, sementara 70% peserta menunjukkan keinginan untuk melanjutkan produksi konten yang berkaitan dengan promosi daerah.

Kegiatan juga menghasilkan lima video storytelling yang mengangkat potensi wisata dan budaya lokal dengan memasukkan nilai-nilai Al-Qur'an, khususnya kebersamaan, keberagaman, dan tanggung jawab dalam penyampaian informasi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa siswa tidak hanya berperan sebagai penerima pengetahuan, tetapi mulai berkembang sebagai produsen konten dan agen promosi wisata serta budaya lokal. Dari sisi sosial, proses produksi secara berkelompok memperkuat kemampuan kolaborasi dan kepedulian terhadap identitas budaya daerah. Sementara itu, dari sisi ekonomi, kegiatan telah membuka wawasan awal mengenai pemanfaatan konten digital sebagai bagian dari pengembangan ekonomi kreatif, meskipun dampak terhadap peningkatan pendapatan belum dapat dibuktikan dalam periode pelaksanaan yang relatif singkat.

Dengan demikian, kegiatan ini berhasil mencapai tujuan utama berupa peningkatan keterampilan digital, integrasi nilai Al-Qur'an dalam produksi konten, penguatan promosi wisata dan budaya lokal, serta pemberdayaan siswa di wilayah perbatasan. Keberlanjutan program perlu diarahkan pada pendampingan secara berkala, pembentukan komunitas kreator digital sekolah, integrasi kegiatan ke dalam program pembelajaran atau ekstrakurikuler, serta penguatan kolaborasi antara sekolah, masyarakat, dan pemerintah daerah. Evaluasi jangka panjang juga diperlukan untuk mengukur keberlanjutan produksi konten dan kontribusinya terhadap promosi destinasi serta pengembangan ekonomi kreatif masyarakat Kabupaten Pulau Morotai.

REFERENSI

- Abidin, J., Fedrina, R., & Agustin, R. (2022). Penguatan kelembagaan desa wisata melalui promosi digital marketing di Desa Cisaat, Kecamatan Ciater, Kabupaten Subang. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36276/jap.v3i1.292>
- Agustina, H. N., Anyassari, N. F., Sakinah, Y. L., & Rahayu, E. L. (2024). Exploring social media storytelling to promote tourist destinations: A case study of thematic villages in Malang City. *International Journal of Studies in Social Sciences and Humanities*, 1(2).
- Aryawati, N. P. A. (2020). Digital tourism: Strategi menarik wisatawan milenial ke NTB. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 9(1), 87–92. <https://doi.org/10.47492/jih.v9i1.34>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pulau Morotai. (2024). Kabupaten Pulau Morotai dalam angka 2024. BPS Kabupaten Pulau Morotai.
- Churchill, N. (2020). Development of students' digital literacy skills through digital storytelling with mobile devices. *Educational Media International*, 57(3), 271–284. <https://doi.org/10.1080/09523987.2020.1833680>
- Handayani, F., & Adelvia, K. (2020). Instagram tourism: Menciptakan hype pada destinasi wisata (Studi pada akun @Indoflashlight). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. <https://doi.org/10.31445/jskm.2020.2856>

- Hava, K. (2021). Exploring the role of digital storytelling in student motivation and satisfaction in EFL education. *Computer Assisted Language Learning*, 34(7), 958–978. <https://doi.org/10.1080/09588221.2019.1650071>
- Isti'anah, A., Rahmasari, S., & Lauwren, S. (2022). Post-pandemic Indonesian tourism promotion in Instagram: Multimodal discourse analysis. *Journal of Modern Languages*, 31(2). <https://doi.org/10.22452/jml.vol31no2.3>
- Kim, S. E., Lee, K. Y., Shin, S. I., & Yang, S. B. (2017). Effects of tourism information quality in social media on destination image formation: The case of Sina Weibo. *Information & Management*, 54(6), 687–702. <https://doi.org/10.1016/j.im.2017.02.009>
- Meletiadou, E. (2022). Using educational digital storytelling to enhance multilingual students' writing skills in higher education. *IAFOR Journal of Education*, 10(2). <https://doi.org/10.22492/ije.10.2.06>
- Molinillo, S., Liébana-Cabanillas, F., & Anaya-Sánchez, R. (2017). Destination image on the DMO's platforms: Official website and social media. *Tourism & Management Studies*. <https://doi.org/10.18089/tms.2017.13301>
- Rahmawati, A., Tutiasri, R., & Febriyanti, S. (2024). Curating culture: Instagram and the visual representation of heritage tourism in Surabaya. *Jurnal Studi Komunikasi*, 8(1). <https://doi.org/10.25139/jsk.v8i1.6785>
- Robin, B. R. (2016). The power of digital storytelling to support teaching and learning. *Digital Education Review*, 30, 17–29.
- Vega, L. D. (2022). Marketing of tourism destinations through community based tourism (CBT) digital marketing in Tipang Tourism Village, Bakti Raja District, Humbang Hasundutan Regency. *Tourism Economics, Hospitality and Business Management Journal*, 2(2), 166–178. <https://doi.org/10.36983/tehbmj.v2i2.371>
- Vu, V., Warschauer, M., & Yim, S. (2019). Digital storytelling: A district initiative for academic literacy improvement. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 63(3), 257–267. <https://doi.org/10.1002/jaal.962>
- Wahyu, A. Y. M., Berto, A. R., & Murwani, E. (2022). Storytelling, citra destinasi, dan pengalaman merek pada video promosi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(2). <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i2.4928>
- Wu, J., & Chen, D.-T. V. (2020). A systematic review of educational digital storytelling. *Computers & Education*, 147, 103786. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103786>
- Yuliani, S., & Hartanto, D. (2022). Digital online learning by using digital storytelling for pre-service teacher students. *International Journal of Language Education*, 6(3). <https://doi.org/10.26858/ijole.v6i3.20408>
- Yuliarti, M. S., Rahmanto, A. N., Priliantini, A., Naini, A. M. I., Anshori, M., & Hendriyani, C. T. (2021). Storytelling of Indonesia tourism marketing in social

- media: Study of Borobudur and Danau Toba Instagram account. *Jurnal Komunikasi*, 13(1). <https://doi.org/10.24912/jk.v13i1.9209>
- Zhao, Z., Zhu, M., & Hao, X. (2018). Share the gaze: Representation of destination image on the Chinese social platform WeChat Moments. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(6). <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1432449>