



NGAJAGA AMANAT, NGARUMAT JAGAT

Menjadi Duta Digital untuk Bumi
dan Budaya Lebak

DEWI SAD TANTI NURLELA IRMULANSATI TOMOHARDJO

MODUL PELATIHAN
PEMBERDAYAAN PENGURUS OSIS SMAN 2 RANGKAS BITUNG
SEBAGAI DUTA PROMOSI DIGITAL PARIWISATA BERKELANJUTAN KABUPATEN LEBAK

***"Ngajaga Amanat, Ngarumat Jagat —
Menjadi Duta Digital untuk Bumi dan
Budaya Lebak!"***

Dewi Sad Tanti

Nurlela

Irmulansati Tomohardjo

Universitas Mercu Buana Jakarta

MODUL PELATIHAN

PEMBERDAYAAN PENGURUS OSIS SMAN 2 RANGKAS BITUNG SEBAGAI DUTA PROMOSI DIGITAL PARIWISATA BERKELANJUTAN KABUPATEN LEBAK

Disusun oleh

Dewi Sad Tanti

Nurlela

Irmulansati Tomohardjo

Tim Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Mercu Buana (UMB) Jakarta
Tahun 2026

Deskripsi

Modul pelatihan "Menjadi Duta Promosi Digital Pariwisata Berkelanjutan" ini dirancang khusus untuk membekali pengurus OSIS SMAN 2 Rangkas Bitung dengan keterampilan komunikasi digital dalam mempromosikan potensi pariwisata, budaya, dan kearifan lokal Kabupaten Lebak secara profesional dan berkelanjutan. Terdiri dari lima sub-modul yang saling terintegrasi, modul ini mengajarkan peserta mulai dari pengenalan potensi lokal Lebak, teknik fotografi dan videografi dengan smartphone, copywriting untuk media sosial, strategi pengelolaan konten digital, hingga perancangan program kerja OSIS bidang pariwisata dan lingkungan. Mengusung inspirasi dari Sarasehan Seba Baduy 2026 bertema "**Ngajaga Amanat, Ngarumat Jagat**" (Menjaga Titipan, Merawat Alam), modul ini juga mengintegrasikan nilai-nilai konservasi lingkungan melalui praktik pengelolaan komposter dan pembenihan tanaman hidroponik, serta pelestarian kekayaan lokal tak benda seperti Jojorong (olahan gula aren khas Lebak). Dengan pendekatan praktis, partisipatif, dan berbasis kearifan lokal, modul ini menargetkan lahirnya generasi muda yang tidak hanya melek teknologi, tetapi juga cinta lingkungan, bangga terhadap budayanya sendiri, dan mampu menjadi duta promosi yang membawa pesona Lebak mendunia.

PENGANTAR

Halo, Sahabat Duta Promosi Digital!

Selamat datang di modul pelatihan yang bakal mengubah kalian jadi konten kreator handal yang siap mempromosikan keindahan Kabupaten Lebak ke seluruh dunia!

Pernah lihat video TikTok tentang pantai yang indah dan langsung kepengen ke sana? Nah, sekarang giliran kalian yang bikin orang lain kepengen datang ke Lebak! Dari Pantai Sawarna yang kece abis, sampai kearifan masyarakat Baduy yang bikin kita belajar banyak tentang alam.

Modul ini bukan sekadar baca-baca doang, ya. Ada tugas praktik, contoh-contoh kekinian, dan yang paling seru: kalian bakal langsung bikin konten! Jadi, siapkan smartphone kalian, buka mata dan telinga lebar-lebar, dan mari kita mulai perjalanan seru menjadi Duta Promosi Digital Lebak!

Catatan penting sebelum mulai:

- Baca pelan-pelan, jangan di-skip
- Kerjakan semua tugas praktik
- Simpan semua hasil karyamu (bisa jadi portofolio keren!)
- Jangan takut bertanya kalau ada yang kurang paham

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat UMB Jakarta

Jakarta, 2026

ISI MODUL INI

No.	Bagian	Halaman
1.	Kata Pengantar	i
2.	Daftar Isi	ii
3.	Petunjuk Penggunaan Modul (Buat Gen Z)	iii
4.	Sub-Modul 1: Kenalan Yuk sama Potensi Lebak!	1
5.	Sub-Modul 2: Bikin Konten Kece dengan HP Doang!	10
6.	Sub-Modul 3: Bikin Caption yang Bikin Orang Penasaran	21
7.	Sub-Modul 4: Kelola Medsos Kayak Pro	27
8.	Sub-Modul 5: Rancang Program OSIS yang Berkelanjutan	38
9.	Lampiran: Glosarium, Template, dan Daftar Pustaka	vii

PETUNJUK PENGGUNAAN MODUL (BUAT GEN Z)

Hai, anak muda! Sebelum mulai, baca dulu yuk tips pakai modul ini biar belajarnya makin efektif:

1. **Jangan di-skip!** Bacanyaurut ya, karena materi modul 1 bakal dipakai di modul 2, dan seterusnya.
2. **Siapkan HP dan catetan.** Nanti banyak tugas praktik yang perlu langsung dieksekusi.
3. **Ada tugas kelompok dan individu.** Kerjasama tim itu penting, tapi skill individu juga perlu diasah.
4. **Jangan malu tanya.** Nggak ada pertanyaan bodoh. Fasilitator siap bantu 24/7 (di jam pelatihan, ya).
5. **Simpan semua hasil karyamu.** Bisa jadi portofolio keren kalau nanti mau daftar kuliah atau magang!
6. **Follow ig @pesona_lebak (contoh) untuk lihat contoh konten keren!**
7. **Yang paling penting: HAVE FUN!** Promosi wisata itu seru, bukan beban.

Siap? Yuk, mulai

SUB-MODUL 1

KENALAN YUK SAMA POTENSI LEBAK!

"Sebelum bisa promosi, kita harus bangga dulu sama yang kita punya!"

A. Pendahuluan

Be honest: Sebagai anak Lebak, seberapa sih kalian tahu tentang kekayaan yang ada di daerah kalian sendiri? Pantai Sawarna? Tau. Baduy? Tau. Tapi tau detailnya? Bisa cerita ke orang lain dengan pede?

Nah, sub-modul ini bakal ngajak kalian deep-dive ke potensi Lebak. Bukan cuma tahu nama tempat, tapi ngerti cerita di baliknya, budaya yang hidup, dan kenapa semua ini layak banget buat dipromosikan.

Target akhir: Kalian bisa cerita tentang Lebak dengan pede, kayak influencer travel sungguhan!

B. Tujuan Pembelajaran (Apa yang Bakal Kalian Dapet)

Setelah baca dan praktik sub-modul ini, kalian bakal bisa:

1. **Sebutin minimal 5 tempat wisata keren** di Lebak tanpa buka Google (kayak peta hidup!)
2. **Ceritain keunikan budaya Baduy** dengan gaya yang engaging
3. **Jelasin kenapa kearifan lokal Baduy** itu penting buat lingkungan
4. **Bikin konten sederhana** yang ngangkat nilai-nilai lokal

C. Pesona Wisata Lebak yang Wajib Kamu Tahu

Coba deh tutup mata sebentar. Bayangin:

- Pasir putih sehalus tepung
- Ombak yang bisa buat surfing
- Sunset yang bikin FYP
- Hutan adat yang dijaga selama ratusan tahun
- Masyarakat yang hidup selaras dengan alam

Itu semua ada di Lebak, guys! Bukan di Bali, bukan di Lombok. Di sini, di tempat kita sendiri!

1. Destinasi Wisata Alam (Yang Bikin Feed IG Kamu Estetik)

No.	Nama	Lokasi	Kece Level	Aktivitas Seru	Waktu Terbaik
1	Pantai Sawarna	Bayah	★★★★★	Surfing, camping, foto prewed, sunset-an	Sore (golden hour)
2	Pantai Tanjung Layar	Bayah	★★★★★	Foto dramatis, tracking, sunrise	Pagi (sunrise)
3	Banyu Panas Cipanas	Malingping	★★★★	Berendam air panas alami	Pagi/sore
4	Curug Gendang	Cipanas	★★★★	Tracking, renang, piknik	Pagi
5	Situ Cipanten	Cipanas	★★★★	Berperahu, camping	Siang/sore

Catatan dari tim: Kalau mau foto keren, datanglah saat golden hour (pagi jam 6-8 atau sore jam 4-5). Dijamin auto aesthetic!

2. Wisata Budaya (Yang Bikin Konten Kamu Berbeda)

No.	Nama	Lokasi	Kenapa Unik?	Best for Konten
1	Kampung Baduy	Leuwidamar	Masyarakat adat yang masih tradisional banget	Video dokumenter, wawancara
2	Upacara Seba	Baduy & Rangkasbitung	Ritual tahunan yang sakral (nanti dibahas lebih detail!)	Video seremonial, storytelling
3	Angklung Buhun	Seluruh Lebak	Angklung tertua di Banten	Video musik, tutorial singkat
4	Tenun Baduy	Baduy	Kain dengan motif dan filosofi khusus	Foto produk, behind the scene
5	Jajanan Jojorong	Seluruh Lebak	Olahan gula aren khas, manis legit!	Video kuliner, edukasi proses

D. SARASEHAN SEBA BADUY 2026: "NGAJAGA AMANAT, NGARUMAT JAGAT"

Ini dia bagian yang paling seru dan penting! Kalau kalian jadi Duta Promosi Digital Lebak, kalian harus banget paham tentang **Seba Baduy**, apalagi tahun 2026 ini temanya super keren!

Apa itu Seba Baduy?

Seba adalah ritual tahunan masyarakat Baduy untuk "menghadap" atau bersilaturahmi ke pemimpin adat dan pemerintah. Istilah "Seba" sendiri berasal dari kata dalam bahasa Sunda yang berarti "bersila" atau "berhadap-hadapan."

Tapi, Seba bukan cuma sekadar kumpul-kumpul. Ini adalah **momen sakral** di mana masyarakat Baduy menyampaikan pesan-pesan penting tentang kehidupan, alam, dan hubungan mereka dengan dunia luar.

Tema Seba Baduy 2026: "Ngajaga Amanat, Ngarumat Jagat"

Apa sih artinya? Simak baik-baik ya, karena ini bakal jadi bahan konten kalian!

Frasa	Bahasa Indonesia	Makna Mendalam
Ngajaga Amanat	Menjaga Titipan	Menjaga amanat leluhur yang diwariskan turun-temurun
Ngarumat Jagat	Merawat Alam	Menjaga keseimbangan alam semesta

Jadi intinya: Masyarakat Baduy mengingatkan kita semua untuk **menjaga apa yang sudah dititipkan leluhur** (budaya, nilai, tradisi) sambil **merawat alam** yang memberi kita kehidupan. Keren banget kan filosofinya? 😊

4 Pesan Utama dari Seba Baduy 2026

Ini dia poin-poin penting yang bisa kalian angkat jadi konten promosi:

🌿 PESAN 1: Pelestarian Alam (Ngarumat Jagat)

Masyarakat Baduy punya falsafah yang sudah terkenal:

"Gunung teu meunang dilebur, lebak teu meunang dirusak"

Artinya: Gunung tidak boleh dihancurkan, lembah tidak boleh dirusak.

Maksudnya: Alam harus dijaga. Jangan sembarangan menggali gunung, menebang hutan, atau merusak lembah. Kalau alam rusak, bencana akan datang.

Konten yang bisa kamu buat:

- Video tentang "Hutan Larangan" Baduy yang dijaga selama ratusan tahun
- Tips sederhana menjaga lingkungan ala Baduy yang bisa kita tiru
- Perbandingan daerah yang hijau vs gundul (dampak nyata)

Contoh Caption:

"Gunung teu meunang dilebur, lebak teu meunang dirusak."

Pesan dari masyarakat Baduy ini bukan sekadar kata-kata. Ini adalah filosofi hidup yang sudah mereka jalani selama ratusan tahun. Hasilnya? Hutan tetap hijau, air mengalir jernih, dan alam tersenyum.

Sekarang, saatnya kita tiru. Mulai dari hal kecil: jangan buang sampah sembarangan, tanam satu pohon, dan sebarkan pesan ini ke teman-temanmu. Karena bumi bukan warisan dari leluhur, tapi titipan untuk anak cucu. 🌱

#SebaBaduy2026 #NgajagaAmanat #NgarumatJagat #PesonaLebak"

PESAN 2: Ketahanan Adat di Era Modern

Masyarakat Baduy hidup tanpa listrik, tanpa HP, tanpa internet. Tapi mereka **tetap eksis** di era modern. Bahkan, banyak anak muda (kayak kalian!) yang justru belajar dari mereka tentang kesederhanaan dan ketahanan.

Fakta keren:

- Baduy **terbuka untuk dikunjungi** tapi **tetap memegang teguh aturan adat**
- Mereka bisa **beradaptasi** tanpa kehilangan **jati diri**
- Ini contoh nyata bahwa **tradisi dan modernitas bisa berdampingan**

Konten yang bisa kamu buat:

- Wawancara singkat dengan pemandu wisata Baduy

- Video tentang "pelajaran hidup yang bisa kita ambil dari Baduy"
- Konten "dua sisi": hidup modern vs hidup sederhana

Contoh Caption:

"Mereka nggak punya TikTok, tapi punya kebijaksanaan yang nggak ada di FYP mana pun."

Masyarakat Baduy hidup tanpa HP, tanpa internet, tanpa listrik. Tapi mereka punya sesuatu yang mungkin kita lupa: ketenangan, kesederhanaan, dan harmoni dengan alam.

Kita yang 'melek teknologi', bisa belajar banyak dari mereka. Bukan untuk meninggalkan gadget, tapi untuk mengingatkan diri bahwa nggak semua hal harus serba cepat dan bising.

Kadang, kebahagiaan sederhana ada di secangkir teh hangat, ditemani suara alam, tanpa notifikasi yang berisik.

#SebaBaduy2026 #NgajagaAmanat #HidupSederhana #PesonaLebak"

PESAN 3: Sinergi dan Persatuan

Dalam Seba, masyarakat Baduy menyebut pemerintah sebagai **"Bapak Gede"** (Ayah Besar). Ini menunjukkan hubungan yang harmonis antara masyarakat adat dan pemerintah.

Pesan yang disampaikan:

- Misi hidup **damai dan bersatu** antara adat, pemerintah, dan alam
- Pentingnya **kerja sama** untuk menjaga bumi
- **Ketaatan dan rasa syukur** sebagai nilai luhur

Konten yang bisa kamu buat:

- Liputan momen Seba (ijin dulu ya!)
- Infografis tentang hubungan harmonis Baduy-pemerintah
- Video pendek tentang "satu bumi, satu keluarga"

Contoh Caption:

"Seba bukan sekadar ritual. Ini adalah momen di mana masyarakat Baduy dan pemerintah duduk bersama, berbicara tentang masa depan.

Masyarakat Baduy menyebut pemerintah sebagai 'Bapak Gede' sebuah panggilan yang penuh hormat dan kepercayaan. Mereka tidak menutup diri. Mereka membuka pintu untuk berdialog, bersinergi, dan bekerja sama.

Karena pada akhirnya, kita semua punya satu rumah: Bumi. Dan untuk menjaganya, tidak ada yang bisa bekerja sendiri.

#SebaBaduy2026 #NgajagaAmanat #BersatuUntukBumi #PesonaLebak"

PESAN 4: Kesederhanaan Hidup

Masyarakat Baduy hidup dengan prinsip "**cukup**" cukup sandang, cukup pangan, cukup papan. Tidak berlebihan. Tidak konsumtif.

Ini yang bisa kita pelajari:

- Kita nggak perlu beli barang baru terus-terusan
- Nggak perlu gaya hidup mewah untuk bahagia
- Alam memberi yang cukup, asal kita tidak serakah

Konten yang bisa kamu buat:

- Tantangan "Hari Tanpa Belanja" (inspirasi dari Baduy)
- Video tentang "enough is enough" (cukup itu sudah cukup)
- Foto-foto sederhana tapi meaningful

Contoh Caption:

"Mereka cukup dengan apa yang alam beri. Nggak butuh mall, nggak butuh fast food, nggak butuh barang branded.

Tapi coba lihat wajah mereka. Tenang. Damai. Bukan karena miskin, tapi karena sadar bahwa kebahagiaan sejati tidak diukur dari seberapa banyak yang kamu punya, tapi seberapa cukup.

Momen Seba Baduy 2026 mengajak kita semua untuk refleksi: sudahkah kita 'cukup' hari ini? Atau kita terus berlari mengejar sesuatu yang sebenarnya tidak kita butuhkan?

#SebaBaduy2026 #NgajagaAmanat #HidupCukup #PesonaLebak"

E. Jajanan Khas Lebak: Jojorong (Olahan Gula Aren)

Jangan lupakan kuliner, guys! Promosi wisata nggak lengkap tanpa bahas makanan khas. Nah, Lebak punya **Jojorong**, olahan gula aren yang manis legit dan bikin nagih!

Apa Itu Jojorong?

Jojorong adalah makanan tradisional khas Lebak yang terbuat dari gula aren yang dimasak hingga kental dan dibentuk menyerupai sarang burung atau kepangan. Teksturnya kenyal, rasanya manis alami dari nira aren.

Proses Pembuatan Jojorong (Konten yang Kaya Edukasi!)

Tahap	Proses	Deskripsi
1	Penyadapan Nira	Petani aren memanjat pohon aren untuk mengambil nira (air manis) dari mayang pohon
2	Pemasakan	Nira aren dimasak dalam wajan besar hingga mengental dan berwarna kecokelatan
3	Pencetakan	Gula aren yang masih panas dibentuk dengan cetakan khusus
4	Pengemasan	Setelah dingin dan keras, Jojorong siap dikemas dengan daun pisang atau plastik

Nilai Lebih dari Jojorong (Buat Konten Kamu)

1. **Ramah lingkungan** — Dibungkus daun pisang, nggak pakai plastik!
2. **Tanpa bahan kimia** — 100% alami dari nira aren
3. **Memberdayakan petani lokal** — Setiap pembelian mendukung ekonomi warga Lebak
4. **Warisan kuliner** — Resep turun-temurun yang perlu dilestarikan

Contoh Caption untuk Promosi Jojorong

"Manisnya alami, bungkusnya daun pisang, rasanya nagih! 🍯"

Ini Jojorong, oleh-oleh khas Lebak yang nggak boleh kamu lewatkan. Terbuat dari gula aren asli, dimasak dengan cara tradisional, dibungkus daun pisang tanpa plastik.

Selain enak, Jojorong juga ramah lingkungan dan memberdayakan petani aren lokal. Satu gigitan, kamu ikut melestarikan kuliner dan membantu ekonomi warga!

Cocok banget buat oleh-oleh atau sekadar camilan sore sambil ngopi. ☕

Yang pernah nyoba, komen dong rasanya gimana! 🙌

*#Jojorong #OlehOlehLebak #KulinerLebak #GulaAren #PesonaLebak
#NgajagaAmanat"*

F. Tugas Praktik Sub-Modul 1 (Wajib Dikerjain!)

Tugas Individu:

1. **Pilih 3 destinasi favoritmu di Lebak** (bisa alam, budaya, atau kuliner)
2. **Tuliskan masing-masing 1 paragraf (100-150 kata) tentang:**
 - Apa yang membuat tempat ini istimewa?
 - Kenapa orang harus datang ke sini?
 - Nilai kearifan lokal apa yang bisa diangkat?
3. **Buat daftar 5 ide konten** yang bisa dibuat dari tema Seba Baduy 2026 "Ngajaga Amanat, Ngarumat Jagat"

Tugas Kelompok (4-5 orang):

1. **Pilih satu topik** dari (a) destinasi wisata, (b) Seba Baduy, atau (c) Jojorong
2. **Buat storyboard sederhana** untuk video promosi 30-60 detik
3. **Tulis draft caption pendek** untuk video tersebut (Instagram/TikTok style)
4. **Presentasikan** di depan kelas (max 3 menit per kelompok)

Template Storyboard:

Scene	Durasi	Visual (deskripsi)	Audio/Suara	Teks Overlay
1	3 detik	Wide shot pantai/hutan	Musik upbeat	"Ada yang tahu ini di mana?"
2	5 detik	Medium shot aktivitas	Suara alam	Kita bakal ajak kamu eksplor!
3	...	...	...	...
4				

SUB-MODUL 2

BIKIN KONTEN KECE DENGAN HP DOANG!

"Gak perlu kamera mahal. HP kamu udah cukup buat jadi senjata promosi!"

A. Pendahuluan

Pernah gak sih, kalian lihat video di TikTok atau postingan IG yang aesthetic banget, sampe kepikiran, "Wah, pasti pake kamera mahal itu!"

Eits, jangan salah! Sekarang, dengan smartphone yang (mungkin) setiap hari kalian pegang, kalian juga bisa bikin konten yang nggak kalah keren. Yang penting tahu caranya.

Sub-modul 2 ini bakal ngajarin kalian:

- Cara motret yang bikin hasilnya kayak pro
- Tips video biar nggak goyang (stabil, maksudnya!)
- Aplikasi edit yang gampang dipake
- Trik biar konten kalian keliatan mahal 🎬

Siap-siap jadi content creator dadakan! 🎥

B. Tujuan Pembelajaran

Setelah baca dan praktik sub-modul ini, kalian bakal bisa:

1. **Mengenal fitur-fitur kamera HP** yang mungkin selama ini nggak kepake
2. **Motret dengan komposisi yang bikin feed IG kalian estetik**

3. **Merekam video yang stabil** (tanpa shaky-shaky kayak gempa)
4. **Edit video dan foto** dengan aplikasi gratisan (CapCut, Lightroom, Canva)

C. Persiapan Sebelum Mulai

Yang harus kalian siapin:

- ☒ Smartphone (minimal kamera 1080p, kalo ada mode potret lebih mantap)
- ☒ Power bank (biar nggak mati di tengah asyik hunting)
- ☒ Memori kosong (minimal 5 GB, buat nyimpen video)
- ☒ (Opsional) Tripod kecil atau gimbal kalo ada

Yang perlu kalian install (gratis semua!):

Aplikasi	Fungsi	Link Download
CapCut	Edit video keren, banyak template	CapCut official di Play Store/App Store
Lightroom Mobile	Edit foto, color grading	Lightroom di Play Store/App Store
Snapseed	Edit foto simple tapi powerful	Snapseed di Play Store/App Store
Canva	Bikin thumbnail, poster, feed	Canva di Play Store/App Store

Catatan penting: Install dulu aplikasi-aplikasi ini sebelum lanjut ke tugas praktik, ya!

D. Mengenal Fitur Kamera HP Kamu

Coba buka aplikasi kamera HP kamu sekarang. Liat-liat, ada fitur apa aja? 🤖

1. Fitur yang Wajib Kamu Tahu

Fitur	Ikon (biasanya)	Fungsi	Tips
Fokus	Tap di layar	Bikin objek jadi tajam	Tap di objek utama, tunggu kotak/kuning
Eksposur	Matahari 🌞 (geser setelah tap)	Atur kecerahan	Geser ke atas (terang), bawah (gelap)

Zoom	Pinch (jempol + telunjuk)	Mendekatkan objek	HINDARI zoom digital! Mending fisik lebih dekat
Flash	Petir ⚡	Lampu bantu	MATIKAN aja, kecuali gelap banget
Portrait Mode	👤 atau tulisan Portrait	Bikin background blur (bokeh)	Cocok buat foto orang, makanan, atau detail

2. Mode Kamera yang Perlu Kamu Coba

Mode	Ikon	Kapan Pake	Hasilnya
Photo	📷 (default)	Foto biasa, pemandangan	Standar, aman
Video	📹	Merekam video	Ya jelas buat video lah 🤖
Portrait	👤	Foto orang atau objek dengan latar blur	Kayak foto pake DSLR
Night Mode	🌙	Kondisi gelap (sunset, malam)	Lebih terang dan jelas
Pro/Mannual	M atau Pro	Kalau udah pro (haha)	Setting manual ISO, shutter, dll

3. Fitur AI di HP (Buat yang HP-nya agak baru)

Banyak HP sekarang punya kecerdasan buatan (AI) yang membantu fotografi:

- **AI Scene Recognition:** Kamera otomatis tahu kalau kamu motret pemandangan, makanan, hewan, dll → setting auto optimal
- **AI Stabilization:** Video jadi lebih stabil walau tanpa gimbal
- **AI Beautification:** Bikin wajah lebih mulus (tapi jangan over!)

Pesan moral: Jangan malas! Fitur AI itu bantuan, tapi skill dasar tetap penting. Jangan cuma andelin AI doang.

E. Teknik Fotografi yang Bikin Hasilnya Kayak Pro

1. Pencahayaan (Lighting) — Paling Penting!

Aturan emas fotografi: Cari cahaya yang bagus, bukan cari tempat yang bagus.

Waktu	Karakteristik	Cocok buat
Golden Hour (Pagi 06.00-08.00)	Cahaya lembut, hangat, kayak diselimuti keemasan	Foto pantai, landscape, potret

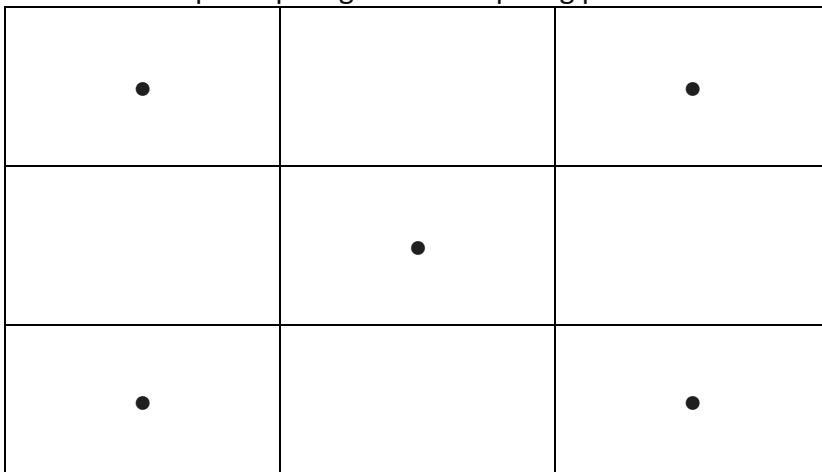
Golden Hour (Sore 15.30-17.30)	Cahaya dramatis, bayangan panjang	Foto sunset, siluet
Blue Hour (Sebelum sunrise / setelah sunset)	Cahaya biru, kalem	Foto suasana tenang, kota
Tengah hari (11.00-13.00)	Cahaya terik, kontras tinggi, bayangan keras	HINDARI (kecuali sengaja buat artistic)
Mendung	Cahaya merata, nggak ada bayangan keras	Foto produk, potret di luar ruangan

Tips: Kalau terpaksa motret jam 12 siang, cari tempat teduh atau pake reflektor (bisa pake kertas putih atau kain putih).

2. Komposisi — Cara Menata Objek dalam Bingkai

A. Rule of Thirds (Aturan Sepertiga)

Ini adalah komposisi paling dasar dan paling powerful.



Letakkan objek utama di salah satu titik (●)

Cara ngaktifin grid di HP:

- **iPhone:** Settings > Camera > Grid (ON)
- **Android:** Buka kamera > Settings > Grid lines (ON)

Contoh penerapan:

- Motret pantai: Letakkan garis horizon di salah satu garis horizontal (bukan di tengah!)
- Motret seseorang: Letakkan matanya di titik persimpangan atas.

B. Leading Lines (Garis Pemandu)

Cari garis alami yang mengarahkan mata ke objek utama.

Contoh garis alami:

- Jalan setapak
- Pagar
- Tepi pantai
- Aliran sungai
- Barisan pohon

C. Framing (Membingkai)

Gunakan elemen di sekitar sebagai bingkai alami untuk objek utama.

Contoh bingkai alami:

- Ranting pohon
- Jendela atau pintu
- Gapura
- Tangan yang membentuk bingkai

D. Symmetry (Simetri)

Cari objek yang simetris (sisi kiri dan kanan sama) untuk efek dramatis.

Contoh:

- Cerminan gunung di air danau
- Bangunan simetris
- Lorong yang panjang

3. Angle (Sudut Pandang) — Jangan Foto Standar Terus!

Angle	Cara	Efek	Cocok buat
Low angle	Motret dari bawah ke atas	Objek keliatan besar, megah, berwibawa	Pohon tinggi, bangunan, orang (biar keliatan tinggi)
High angle	Motret dari atas ke bawah	Objek keliatan kecil, lucu, ngasih konteks	Makanan, anak kecil, pemandangan dari ketinggian
Eye level	Sejajar dengan mata objek	Natural, kayak apa yang kita liat	Foto sehari-hari, potret
Dutch angle	Kamera dimiringkan	Efek dramatis, nggak stabil	Konten action, horor, atau artistic

Pesan penting: Jangan cuma foto dari angle yang sama terus. Eksperimen! Jongkok, naik ke tempat tinggi, miringin kamera. Hasilnya bakal beda banget.

F. Teknik Videografi Dasar

1. Jenis Shot (Ukuran Gambar)

Variasi shot bikin video kalian nggak membosankan.

Jenis Shot	Seberapa Dekat?	Kapan Pake
Extreme Wide Shot (EWS)	Sangat jauh, liat area luas	Pembuka video, nunjukin lokasi secara utuh
Wide Shot (WS)	Jauh, liat seluruh subjek + lingkungan sekitar	Ngasih konteks tempat
Medium Shot (MS)	Setengah badan (dari pinggang ke atas)	Aktivitas, interaksi, ngobrol
Close Up (CU)	Dekat (wajah atau detail objek)	Ekspresi, detail penting
Extreme Close Up (ECU)	Sangat dekat (mata, detail kecil)	Efek dramatis, detail super
POV (Point of View)	Sudut pandang subjek	Biar penonton ngerasa terlibat

2. Tips Merekam Video dengan HP

5 Golden Rules Video dengan HP:

1. GANYANG GUNCANG! ✕

- Pegang HP dengan dua tangan
- Tempelkan siku ke badan
- Bisa pakai tripod atau sandarkan ke benda

2. JANGAN ZOOM DIGITAL

- Zoom digital bikin video pecah dan burem
- Lebih baik fisik lebih dekat
- Atau edit nanti (potong bagian yang nggak perlu)

3. REKAM LEBIH BANYAK

- Jangan pelit-pelit amat rekam
- Rekam 10 detik lebih lama dari yang kalian kira perlu
- Nanti bisa dipotong di editing

4. PERHATIKAN SUARA

- Jangan rekam di tempat rame (kecuali sengaja)
- Kalau wawancara, pastikan nggak ada suara angin

- (Kerennya) pake mikrofon clip-on (murah kok, di Shopee banyak!)

5. BAWA POWER BANK

- Merekam video boros baterai banget
- Jangan sampe HP mati pas lagi dapet momen terbaik!

3. Ide Konten Video untuk Promosi Wisata

Jenis Video	Durasi	Platform	Contoh Isi
Travel Tips	30-60 detik	TikTok, Reels	"3 hal yang harus disiapkan sebelum ke Sawarna"
Destinasi Tour	60-90 detik	TikTok, Reels, YT Shorts	Jalan-jalan keliling pantai atau desa adat
Behind The Scene	15-30 detik	TikTok, Reels	Proses bikin konten (jujur, ini banyak disukai)
Edukasi Budaya	60 detik	Reels, YT Shorts	Penjelasan singkat filosofi Baduy
Kuliner	30-45 detik	TikTok, Reels	Mencoba Jojorong, ngasih reaksi

G. Aplikasi Editing yang Wajib Kamu Kuasai

1. CapCut (Edit Video) — WAJIB INSTALL!

Kenapa CapCut?

- Gratis
- Nggak ada watermark (bisa dihapus)
- Banyak template (tinggal ganti video)
- Fitur AI (auto-caption, auto-background removal)
- Stabil (buat yang video kalian goyang)

Langkah edit video dengan CapCut (versi super simpel):

Langkah	Cara	Tips
1. Import	Buka CapCut > New Project > Pilih video	Jangan pilih terlalu banyak sekaligus
2. Potong (Trim)	Geser di timeline > Split > Delete	Hapus bagian yang nggak penting atau nggak fokus
3. Atur Kecepatan (Speed)	Klik video > Speed > Pilih 0.5x atau 2x	Slow motion buat dramatis, fast forward buat skip
4. Tambah Musik	Audio > Sounds > Pilih musik	Cari yang nggak kena copyright

5. Tambah Teks	Text > Add text > Tulis teks	Buat judul, info lokasi, atau caption
6. Auto Caption	Text > Auto captions > Generate	Buat teks otomatis (khusus video ngomong)
7. Export	Export (panah ke atas) > Pilih 1080p 30fps	Jangan lupa matikan watermark dulu

2. Lightroom Mobile (Edit Foto)

Untuk apa Lightroom?

Buat ngatur warna foto biar lebih aesthetic.

Langkah edit foto di Lightroom:

Langkah	Cara
1. Import	Buka Lightroom > Tambah foto
2. Auto	Klik tombol Auto (seringkali sudah lumayan)
3. Light	Atur Exposure, Contrast, Highlights, Shadows
4. Color	Atur Saturation, Vibrance, Color Mix
5. Effect	Tambah sedikit texture atau clarity (jangan over)
6. Export	Simpan ke galeri (kualitas 100%)

3. Snapseed (Edit Foto Cepat)

Untuk apa Snapseed?

Alternatif Lightroom yang lebih simple dan punya fitur **Selective Adjust** (edit bagian tertentu aja).

Fitur unggulan Snapseed:

- **Selective:** Edit area tertentu tanpa mengubah seluruh foto
- **Healing:** Hapus objek nggak penting (kayak sampah, orang nggak dikenal)
- **Tune Image:** Basic adjustment (brightness, contrast, saturation)

4. Canva (Bikin Desain Grafis)

Untuk apa Canva?

- Bikin thumbnail video
- Bikin poster promosi
- Bikin feed Instagram (template quote atau info)

Langkah bikin poster promosi wisata:

1. Buka Canva > Pilih "Instagram Post"
2. Cari template yang sesuai
3. Ganti foto pake foto kamu sendiri
4. Ganti teks dengan pesan promosi
5. Download (gratis, tapi pilih yang tanpa watermark)

H. Contoh Praktik: Bikin Video Promosi Pantai Sawarna

Step-by-step dari awal sampe jadi:

Pra-Produksi (Sebelum Rekam)

1. **Tentukan konsep:** "Tips ke Pantai Sawarna buat pemula" (60 detik)
2. **Bikin script singkat:**
[0:00-0:05] HOOK: "Pertama kali ke Pantai Sawarna? Simak tips ini!"
[0:05-0:15] Tips 1: Datang jam 4 sore = golden hour + sunset
[0:15-0:25] Tips 2: Bawa kamera, spot foto di tebing karst
[0:25-0:35] Tips 3: Coba pisang goreng di pinggir pantai
[0:35-0:45] Tips 4: Jangan lupa bawa sampah pulang
[0:45-0:60] OUTRO: "Sawarna menanti! Like dan share ya!"

Produksi (Saat Rekam)

- Rekam wide shot pantai (3 detik)
- Rekam medium shot orang jalan di pasir (5 detik)
- Rekam close up ombak (5 detik)
- Rekam POV kayak lagi motret (5 detik)
- Rekam cuplikan pisang goreng (5 detik)
- Rekam shot clean (tanpa orang) buat B-roll (10 detik)

Pasca-Produksi (Edit di CapCut)

1. Import semua footage
2. Susun sesuai script di timeline
3. Potong yang nggak perlu
4. Tambah transisi halus (fade)
5. Tambah musik (search "calm acoustic" ato "tropical house")
6. Tambah teks untuk setiap tips
7. Ekspor 1080p 30fps

Hasil: Video 60 detik yang informatif dan estetik!

I. Tugas Praktik Sub-Modul 2 (Wajib Dikerjain!)

Tugas Individu:

1. **Ambil 5 foto di lingkungan sekolah** dengan tema "Sudut Tersembunyi Sekolahku"
 - Terapkan minimal 2 teknik komposisi (Rule of Thirds, Leading Lines, Framing)
 - Edit 1 foto favorit di Lightroom atau Snapseed
 - Kumpulkan hasilnya ke fasilitator
2. **Buat video pendek 30 detik** dengan tema "Hal Kecil yang Membuatku Senang di Sekolah"
 - Boleh pake CapCut
 - Tambah musik dan teks sederhana
 - Durasi max 30 detik

Tugas Kelompok (4-5 orang):

1. **Pilih satu lokasi di sekitar sekolah** (ataau kalau memungkinkan, salah satu destinasi wisata)
2. **Buat video promosi 45-60 detik** tentang lokasi tersebut
3. **Harus mencakup:**
 - Minimal 3 jenis shot (wide, medium, close up)
 - Teks overlay (nama tempat, info singkat)
 - Musik background
 - Call to action di akhir
4. **Presentasikan** hasil karya di depan kelas

J. Rangkuman Sub-Modul (TL;DR)

- **Cahaya itu segalanya.** Golden hour (pagi/sore) = waktu terbaik motret.
- **Komposisi bikin foto beda.** Rule of Thirds, Leading Lines, Framing, Angle.
- **Video perlu variasi shot.** Jangan wide terus, campur sama close up dan medium.

- **Jangan zoom digital.** Lebih baik fisik lebih dekat.
- **CapCut itu sahabat terbaik.** Edit video gratis, gampang, hasilnya pro.
- **Banyak rekam, baru edit.** Rekam lebih banyak footage dari yang kalian kira perlu.

"Gak punya kamera mahal? Bukan alasan. Yang terpenting adalah mata yang melihat dan tangan yang berani mencoba." 📷 📱

Selesai Sub-Modul 2! Lanjut ke Sub-Modul 3: Bikin Caption yang Bikin Orang Penasaran! 🔥 💡

SUB-MODUL 3

TEKNIK COPYWRITING UNTUK PROMOSI PARIWISATA

A. Pendahuluan

Foto dan video yang indah akan sia-sia tanpa kata-kata yang tepat. Copywriting adalah seni merangkai kata-kata untuk meyakinkan orang melakukan sesuatu dalam konteks ini, mengunjungi destinasi wisata yang kita promosikan. Sub-modul ini akan membekali peserta dengan keterampilan menulis caption yang menarik, informatif, dan persuasif untuk media sosial.

B. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari sub-modul ini, peserta mampu:

1. Menulis caption menarik untuk berbagai platform media sosial
2. Menggunakan teknik storytelling dalam promosi destinasi wisata
3. Memilih kata-kata yang tepat sesuai target audiens
4. Mengoptimalkan penggunaan hashtag untuk jangkauan lebih luas

C. Prinsip Dasar Copywriting

1. Kenali Target Audiens

Sebelum menulis, pahami siapa yang akan membaca.

Target Audiens	Karakteristik	Gaya Bahasa	Contoh
Remaja/Pelajar	Aktif di TikTok/IG, suka tren, mobile	Santai, gaul, singkat, banyak emoji	"Wajib mampir! Spot foto kece abis, auto jadi konten viral! 🔥"
Keluarga	Mencari liburan aman, nyaman, edukatif	Hangat, informatif, meyakinkan	"Liburan seru bersama keluarga di alam terbuka. Anak-anak pasti senang!"
Pasangan/Milenial	Mencari spot instagramable, romantis	Estetik, puitis, ringan	"Sunset di sini bikin lupa waktu. Perfect for your prewedding atau date!"

Pecinta alam	Menghargai keaslian, keberlanjutan	Deskriptif, artistik, edukatif	"Nikmati keindahan alam yang masih perawan. Bawa pulang hanya kenangan."
---------------------	------------------------------------	--------------------------------	--

2. Gunakan Teknik AIDA

AIDA adalah formula copywriting klasik yang masih terbukti efektif.

Tahap	Arti	Contoh
Attention	Tarik perhatian pembaca di detik pertama	"Pernah lihat pantai dengan pasir seputih salju?"
Interest	Tumbuhkan minat dengan informasi menarik	"Di Sawarna, selain pasir putih, kamu juga bisa berselancar di ombak internasional..."
Desire	Bangkitkan keinginan dengan gambaran manfaat	"Bayangkan foto preweddingmu dengan latar tebing karst yang dramatis!"
Action	Ajak pembaca melakukan sesuatu (like, komen, share, datang)	"Tag temanmu yang wajib diajak ke sini! 📍"

3. Gunakan Teknik 4U

Unsur	Arti	Penerapan
Useful	Bermanfaat	Berikan info praktis: harga tiket, rute, tips
Urgent	Mendesak	Ciptakan rasa harus segera datang: promo terbatas, musim tertentu
Unique	Unik	Tonjolkan keistimewaan yang tidak ada di tempat lain
Ultra-specific	Spesifik	Gunakan angka, detail: "hanya 2 jam dari Jakarta"

D. Teknik Storytelling untuk Promosi Wisata

Cerita yang baik membuat audiens merasa terhubung secara emosional. Gunakan kerangka 5 babak berikut:

Kerangka Storytelling 5 Babak

Babak	Elemen	Pertanyaan yang Dijawab	Contoh
1	Setting	Di mana dan kapan cerita terjadi?	"Di balik bukit-bukit hijau Lebak..."

2	Karakter	Siapa yang terlibat?	"Bertemu dengan Pak Amat, pemandu wisata yang sudah 20 tahun..."
3	Konflik	Apa tantangan yang dihadapi?	"Kami harus berjalan kaki 3 jam melewati sungai..."
4	Klimaks	Momen paling berkesan?	"Sampailah kami di air terjun tersembunyi..."
5	Resolusi	Apa yang bisa dipelajari/dirasakan?	"Kelelahan hilang seketika. Alam membalas perjuangan kita."

Contoh Storytelling untuk Promosi Baduy

"Rombongan kami terdiam saat memasuki hutan larangan Baduy. Tidak ada suara, hanya gemericik air dan suara burung. Pemandu kami, Pak Jajang, menjelaskan mengapa tidak ada satu pohon pun yang berani ditebang di sini. 'Hutan ini dijaga leluhur,' katanya. 'Jika hutan rusak, air hilang, maka kami pun akan mati.'"

"Di sini, kamu tidak hanya liburan. Kamu pulang dengan pelajaran hidup tentang bagaimana manusia selaras dengan alam."

E. Tips Copywriting untuk Setiap Platform

1. Instagram

Karakteristik:

- Caption: 2-3 paragraf, bisa panjang untuk edukasi
- Visual utama: Foto estetik atau Reels

Tips:

- Paragraf pertama maksimal 125 karakter (terlihat tanpa klik "more")
- Gunakan emoji untuk membuat lebih hidup (tapi jangan berlebihan)
- Simpan informasi panjang untuk di akhir
- Minimal 1 Call to Action (CTA)
- 10-15 hashtag relevan

Template Caption Instagram:

[HOOK - 1 kalimat menarik] ✨

[PARAGRAF 1: Deskripsi singkat destinasi]

Pantai Sawarna menyimpan pesona yang bikin terpana. Pasir putih membentang, ombak menari-nari, dan tebing karst gagah berdiri...

[PARAGRAF 2: Informasi menarik atau tips]

Best time to visit? Pagi atau sore hari saat golden hour. Jangan lupa bawa kamera!

[PARAGRAF 3: Informasi praktis]

📍 Lokasi: Bayah, Lebak - Banten

🚗 Akses: 4 jam dari Jakarta

💰 Tiket masuk: Rp 10.000

[CTA: Ajak interaksi]

Yang pernah ke sini, komen pengalaman kalian! 🗨️

Tag teman yang wajib diajak healing!

[Hashtag]

#PesonaLebak #PantaiSawarna #WisataBanten #JelajahLebak

2. TikTok

Karakteristik:

- Teks di video (overlay) sangat penting
- Caption singkat (max 150 karakter)
- Fokus pada hook 3 detik pertama

Tips:

- Gunakan teks overlay yang besar dan jelas
- Tampilkan informasi paling menarik di 3 detik pertama
- Gunakan suara/musik yang sedang trending
- Caption: 1-2 kalimat + CTA singkat

Template Caption TikTok:

"Beneran semenarik ini loh pantai Sawarna! 😊 Lokasi cuma 4 jam dari Jakarta, cocok buat healing. #PesonaLebak #PantaiSawarna"

Teks Overlay dalam Video:

- Detik 0-1: "INI DIA PANTAI TERCANTIK DI LEBAK!"
- Detik 1-3: "Pasir putih + tebing karst + sunset"
- Detik 3-dst: info tambahan, lokasi, harga

3. YouTube

Karakteristik:

- Deskripsi bisa panjang dan detail
- Judul video sangat penting untuk SEO

Tips:

- Taruh informasi penting di 200 karakter pertama deskripsi
- Gunakan timeline di bagian atas deskripsi
- Sertakan link ke media sosial lain
- Gunakan keyword yang banyak dicari

Template Deskripsi YouTube:

"Pantai Sawarna, surga tersembunyi di selatan Lebak Banten! Dalam video ini kita eksplor keindahan pasir putih, tebing karst, dan sunset yang epic.



TIMESTAMP:

00:00 - Opening

00:30 - Perjalanan menuju Sawarna

02:00 - Eksplorasi pantai

04:00 - Sunset di Sawarna

06:00 - Tips berkunjung



Lokasi:...



Harga tiket:...



Rute:...

Jangan lupa subscribe dan nyalakan lonceng! 🔔 "

F. Hashtag Strategy

1. Jenis Hashtag

Jenis	Contoh	Fungsi
Branded	#PesonaLebak, #JelajahLebak	Merek/milik sendiri, bangun komunitas
Community	#WisataBanten, #ExploreLebak	Terhubung dengan komunitas
Trending	#FYP, #ForYou, #Viral	Jangkauan luas (untuk TikTok/IG)
Niche	#PantaiSawarna, #Baduy	Target audiens spesifik
Location	#Lebak, #Banten	Targeting lokasi

2. Formula Hashtag untuk Instagram

Gunakan kombinasi: **30% branded + 30% community + 40% niche**

Contoh (total 15 hashtag):

#PesonaLebak (branded)
#JelajahLebak (branded)
#WisataBanten (community)
#ExploreLebak (community)
#LiburanKeBanten (community)
#PantaiSawarna (niche)
#PantaiSawarnaTerbaru (niche)
#HiddenParadise (niche)
#SunsetPesona (niche)
#HealingBersama (niche)
#BackpackerLebak (niche)

3. Tips Hashtag

- Jangan gunakan hashtag yang terlalu umum (#love #happy) — konten akan tenggelam
- Riset hashtag yang digunakan pesaing
- Simpan hashtag di komentar pertama (opsional)
- Ganti-ganti hashtag setiap posting untuk menjangkau audiens baru

G. Contoh Caption Lengkap untuk Berbagai Tema

Contoh 1: Promosi Pantai

💎 SAWARNA: SURGA TERSEMBUNYI DI SELATAN LEBAK 💎

Pernah dengar Pantai Sawarna? Kalau belum, siap-siap terkagum-kagum!

Bayangin:

🌊 Pasir putih sejauh mata memandang

🌅 Sunset yang bikin lupa diri

🏄 Ombak internasional untuk surfing

📸 Spot foto instagramable di tebing karst

Banyak yang bilang ini versi lokalnya Raja Ampat atau Tanah Lot. Tapi menurutku, Sawarna punya pesonanya sendiri. Tenang, bersih, dan masih alami banget.

Best time to visit? Sore hari sekitar jam 4. Dijamin sunset-nya bikin meleleh. 😊

📍 Lokasi: Pantai Sawarna, Bayah, Lebak - Banten

🚗 Akses: 4 jam dari Jakarta (via tol Serang-Panimbang)

💰 Tiket masuk: Rp 10.000 (weekday), Rp 15.000 (weekend)

Yang pernah ke sini, share pengalaman kalian di kolom komentar! 🗨️

Tag teman yang harus diajak healing bareng! 💕

#PesonaLebak #PantaiSawarna #WisataBanten #JelajahLebak #HiddenParadise
#SurgaTersembunyi #LiburanSeru

SUB-MODUL 4

STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL

"Konten udah jadi, sekarang gimana biar dilihat banyak orang? Yuk, kita bahas!"

A. Pendahuluan

Pernah nggak sih kalian ngerasa: Udah bikin konten sekeren mungkin, tapi kok yang like dan komen cuma sedikit? Atau video TikTok udah di-upload, tapi kok nggak masuk FYP?

Tenang, kalian nggak sendirian. Banyak orang mengalami hal yang sama. Ternyata, bikin konten itu cuma setengah dari perjuangan. Setengahnya lagi adalah **strategi mengelola media sosial** biar konten kalian dilihat banyak orang.

Sub-modul 4 ini bakal ngajarin kalian:

- Platform medsos mana yang paling cocok buat promosi wisata
- Cara bikin konten yang disukai algoritma (biar masuk FYP!)
- Jadwal posting yang tepat biar engagement naik
- Tools yang bisa bantu kalian kelola medsos kayak pro

Siap jadi social media manager dadakan? Let's go! 🚀

B. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari sub-modul ini, kalian bakal bisa:

1. **Memilih platform media sosial** yang tepat untuk promosi wisata Lebak

2. **Memahami cara kerja algoritma** Instagram, TikTok, dan YouTube
3. **Menyusun jadwal konten (content calendar)** mingguan dan bulanan
4. **Menggunakan tools sederhana** untuk menjadwalkan postingan
5. **Menganalisis insight** untuk mengetahui konten mana yang paling disukai audiens

C. Memilih Platform yang Tepat

Pertanyaan pertama: Kalian mau fokus di platform mana?

Nggak semua platform cocok untuk semua jenis konten. Simak dulu tabel perbandingan ini:

Platform	Pengguna Utama	Jenis Konten Terbaik	Kelebihan	Kekurangan
Instagram	Usia 18-34 tahun (Millennials & Gen Z)	Foto estetik, Reels (video pendek), Stories	Visual kuat, fitur lengkap, engagement tinggi	Algoritma sering berubah, butuh konsistensi
TikTok	Usia 16-24 tahun (Gen Z banget!)	Video pendek (15-60 detik), trending dance/sound	Viral dengan cepat, algoritma ramah konten baru	Konten cepat basi, harus ikut tren
YouTube	Semua usia	Video panjang (5-15 menit), tutorial, vlog	Audiens loyal, monetisasi, evergreen content	Butuh effort lebih besar untuk produksi
Facebook	Usia 30+ tahun	Informasi lengkap, grup komunitas	Jangkauan komunitas, bagus untuk informasi detail	Generasi muda mulai tinggalkan

Rekomendasi untuk Duta Promosi Wisata Lebak:

Fokus utama: Instagram + TikTok (karena target audiensnya anak muda dan konten visual)

Pendukung: YouTube (untuk konten dokumentasi perjalanan yang lebih panjang)

Opsional: Facebook (untuk berbagi informasi ke komunitas atau orang tua)

Tips dari tim: Mulai dari SATU platform dulu. Jangan langsung buka akun di semua platform kalau belum siap konsisten. Setelah satu platform jalan, baru ekspansi ke platform lain.

D. Memahami Algoritma (Biar Konten Masuk FYP!)

Algoritma medsos itu kayak "otak" di balik layar yang memutuskan konten apa yang muncul di beranda pengguna. Kalau kita tahu cara kerjanya, kita bisa "bekerja sama" dengan algoritma.

1. Algoritma Instagram (2025-2026)

Faktor yang mempengaruhi jangkauan konten:

Faktor	Bobot	Penjelasan
Minat pengguna	Sangat Tinggi	Instagram menampilkan konten yang sesuai dengan like dan interaksi sebelumnya
Waktu posting	Tinggi	Konten baru lebih diprioritaskan
Interaksi awal	Tinggi	Semakin banyak like/komentar di 30 menit pertama, semakin luas jangkauan
Riwayat interaksi	Sedang	Akun yang sering berinteraksi dengan kalian akan lebih sering melihat konten kalian
Penggunaan fitur	Sedang	Reels lebih diprioritaskan daripada foto biasa

Tips Biar Konten Instagram Kalian Dilirik Algoritma:

- Posting Reels (bukan cuma foto) — Reels punya jangkauan paling luas
- Gunakan audio yang sedang trending (cek di bagian Reels > Trending)
- Posting di jam ramai (nanti kita bahas di bagian E)
- Ajak interaksi di caption: tanya pendapat, minta like, minta tag teman
- Balas semua komentar di 1 jam pertama — ini sinyal ke Instagram bahwa konten kalian engaging
- Gunakan fitur interactives (polling, quiz, slider) di Stories

2. Algoritma TikTok (2025-2026)

Faktor yang mempengaruhi FYP (For You Page):

Faktor	Bobot	Penjelasan
Watch time	Sangat Tinggi	Semakin lama orang nonton video kalian, semakin bagus
Completion rate	Sangat Tinggi	Berapa banyak orang yang nonton sampai habis
Interaksi	Tinggi	Like, komentar, share, save, follow
Penggunaan audio trending	Tinggi	Audio yang lagi viral akan membantu jangkauan
Waktu tayang	Sedang	Jam sibuk tetap penting, tapi nggak seketat Instagram

Tips Biar Konten TikTok Kalian Masuk FYP:

- **3 detik pertama adalah segalanya!** Buat hook yang bikin orang penasaran
- Buat video dengan durasi 15-30 detik (paling aman untuk pemula)
- Gunakan audio yang sedang trending (cek di "For You" kalian sendiri)
- Buat caption pendek dengan 1-2 kalimat + hook
- Gunakan maksimal 5 hashtag yang relevan (jangan kebanyakan)
- Posting 1-3 kali per hari (konsistensi lebih penting daripada kuantitas)
- Ajak orang untuk simpan (save) video kalian — ini sinyal kuat ke algoritma

3. Algoritma YouTube (2025-2026)

Faktor yang mempengaruhi rekomendasi:

Faktor	Bobot	Penjelasan
Watch time	Sangat Tinggi	Total durasi orang menonton video kalian
Click-through rate (CTR)	Tinggi	Berapa banyak orang yang klik video dari thumbnail
Retention rate	Tinggi	Di detik ke berapa orang berhenti nonton
Like/dislike ratio	Sedang	Perbandingan like dan dislike
Komentar	Sedang	Jumlah dan kualitas komentar

Tips Biar Konten YouTube Kalian Direkomendasikan:

- Buat thumbnail yang menarik (warna cerah, wajah ekspresif, teks besar)
- Judul video yang membuat penasaran (tapi jangan clickbait berlebihan)
- Gunakan kartu (cards) dan layar akhir (end screen) untuk video lain
- Buat playlist untuk mengelompokkan video sejenis
- Ajak subscribe dan nyalakan lonceng notifikasi

E. Waktu Posting Terbaik

Pernah dengar istilah "**posting di jam sibuk**"? Itu benar adanya. Posting di jam ketika audiens kalian sedang aktif akan meningkatkan jangkauan.

Waktu Posting untuk Audiens Remaja/Pelajar di Lebak:

Hari	Jam Terbaik (Instagram/TikTok)	Alasan
Senin - Kamis	15.00 - 17.00	Pulang sekolah, lagi santai pegang HP
Senin - Kamis	19.00 - 21.00	Setelah maghrib, sebelum belajar malam
Jumat	13.00 - 15.00	Pulang sekolah (jam sekolah lebih cepat)
Sabtu - Minggu	09.00 - 11.00	Santai pagi, belum banyak aktivitas
Sabtu - Minggu	15.00 - 18.00	Sore hari, waktu bersantai

Catatan: Ini adalah jam umum. Setiap akun punya jam sibuk yang berbeda-beda. Kalian bisa cek di **Instagram Insights** untuk tahu jam paling aktif followers kalian sendiri.

Cara Cek Waktu Posting Terbaik di Instagram Insights:

1. Buka profil Instagram kalian
2. Klik ikon **garis tiga** di pojok kanan atas
3. Pilih **Insights**
4. Klik **Total Followers**
5. Scroll ke bawah sampai **Most Active Times**
6. Lihat hari dan jam followers kalian paling aktif

F. Tools Manajemen Media Sosial (Gratis!)

Mengelola medsos itu nggak beda kayak jadwal pelajaran: butuh perencanaan biar nggak ketinggalan.

1. Content Calendar (Jadwal Konten)

Apa itu content calendar? Jadwal yang berisi rencana konten kalian untuk beberapa hari atau minggu ke depan.

Manfaat:

- Nggak bingung mau posting apa setiap hari
- Konten lebih terencana dan konsisten
- Bisa lihat gambaran besar strategi kalian

Cara buat content calendar sederhana (pakai Google Sheets atau Excel):

Tanggal	Platform	Jenis Konten	Topik	Caption	Status
4 Mei	IG Reels	Video	Perkenalan Duta Promosi Lebak	Udah jadi	✅ Posted
5 Mei	TikTok	Video	Tips ke Sawarna	Lagi dikerjain	🟡 Progress
6 Mei	IG Feed	Foto	5 Spot Foto Kece di Lebak	Belum	🔴 Not Yet
7 Mei	YouTube	Shorts	Behind the Scene Pelatihan	Belum	🔴 Not Yet

Template content calendar (copy paste ke Google Sheets):

Tanggal	Platform	Jenis Konten	Topik	Caption	Status

2. Tools Penjadwalan (Bisa Posting Otomatis)

Untuk pemula, cukup gunakan fitur bawaan platform:

- **Instagram/Facebook:** Meta Business Suite (gratis, bisa jadwalkan postingan feed)
- **TikTok:** Fitur "Jadwalkan" ada di menu setelah pilih video (schedule post)
- **YouTube:** Fitur "Jadwalkan" (setel jam tayang)

Untuk yang lebih mahir (opsional):

Tools	Harga	Kelebihan
Later	Gratis (1 akun, 30 postingan/bulan)	Mudah, drag-and-drop kalender
Buffer	Gratis (3 akun, 10 postingan/bulan)	Simple, analytics dasar
Hootsuite	Gratis (3 akun, 5 postingan/bulan)	Lengkap, banyak fitur

Tips: Mulai pakai Meta Business Suite dulu. Gratis dan cukup untuk kebutuhan awal.

G. Ide Konten untuk 1 Minggu (Contoh)

Biar nggak bingung, ini contoh jadwal konten untuk akun promosi wisata Lebak:

Minggu 1: Perkenalan dan Eksplorasi

Hari	Platform	Jenis Konten	Topik	Ide Konten
Senin	IG Reels	Video (30 detik)	Perkenalan Tim Duta	"Halo! Kami dari OSIS SMAN 2 Rangkas Bitung, siap ajak kalian eksplor Lebak!"
Selasa	TikTok	Video (20 detik)	Tips ke Sawarna	"3 hal yang harus disiapkan sebelum ke Pantai Sawarna..."
Rabu	IG Feed	Carousel (10 foto)	Spot Foto Kece	"10 spot foto instagramable di Lebak yang wajib kalian coba!"
Kamis	IG Stories	Behind the scene	Persiapan Konten	Cerita di balik pembuatan konten (pakai interaktif polling)
Jumat	TikTok	Video (15 detik)	Kuliner Jojorong	"Pernah coba Jojorong? Manis legit khas Lebak!"
Sabtu	IG Reels	Video (45 detik)	Liburan ke Baduy	"Belajar hidup sederhana dari masyarakat Baduy..."
Minggu	YouTube	Shorts (60 detik)	Review Mingguan	"Rekomendasi tempat liburan akhir pekan di Lebak!"

Minggu 2: Deep Dive Kearifan Lokal

Hari	Platform	Jenis Konten	Topik
Senin	IG Reels	Video	Filosofi "Gunung teu meunang dilebur"
Selasa	TikTok	Video	Tantangan "Hari Tanpa Belanja" inspirasi Baduy
Rabu	IG Feed	Poster	Quote "Ngajaga Amanat, Ngarumat Jagat"
Kamis	IG Stories	Quiz	"Seberapa paham kamu tentang Baduy?"
Jumat	TikTok	Video	Cara bikin Jojorong (behind the scene)
Sabtu	IG Reels	Video	Eksplorasi Curug Gendang
Minggu	YouTube	Video 5 menit	Dokumentasi "Sehari di Kampung Baduy"

H. Cara Bikin Konten yang Disukai Audiens

Ingat rumus ini: Konten yang bagus = **Edukasi + Hiburan + Inspirasi**

1. Edukasi (Memberi Informasi Baru)

Audiens suka konten yang bikin mereka lebih pintar setelah menonton.

Contoh untuk promosi wisata Lebak:

- "Ternyata ini lho filosofi di balik tenun Baduy"
- "5 fakta unik Pantai Sawarna yang belum banyak orang tahu"
- "Cara bikin Jojorong, oleh-oleh khas Lebak"

2. Hiburan (Membuat Senang)

Konten yang lucu, menghibur, atau memuaskan secara visual.

Contoh:

- Video tim Duta Promosi yang lagi iseng-iseng di pantai
- Behind the scene pas shooting gagal (bloopers!)
- Tantangan atau dance TikTok dengan lokasi wisata

3. Inspirasi (Membangkitkan Semangat)

Konten yang membuat orang termotivasi atau terharu.

Contoh:

- Kisah pengrajin tenun Baduy yang masih bertahan
- Perjalanan siswa SMA mempromosikan daerah sendiri
- Keindahan alam Lebak yang masih asri

I. Engagement: Bikin Audiens Balik Lagi

Engagement adalah interaksi antara kalian dan audiens (like, komentar, share, save, DM). Semakin tinggi engagement, semakin disukai algoritma.

Cara Meningkatkan Engagement:

Cara	Contoh Penerapan
Ajakan bertindak (CTA)	"Like kalau setuju!", "Tag teman yang harus diajak ke sini!", "Share ke story kalian ya!"
Tanya pendapat	"Lebih suka Pantai Sawarna atau Curug Gendang? Komen di bawah!"
Buat polling di Stories	"Manakah yang lebih menarik? A. Sunrise di pantai B. Sunset di curug"
Balas komentar	Balas semua komentar dalam 1 jam pertama, minimal balas dengan emoji
Buat challenge sederhana	"Upload foto liburan kalian di Lebak pake hashtag #PesonaLebak, kita repost!"

Hal yang HARUS DIHINDARI:

- **Membeli followers** — percuma, followersnya bot, nggak akan engage
- **Menggunakan bot untuk like/komentar** — bisa kena shadowban akun
- **Posting konten yang sama persis di semua platform** — sesuaikan dengan platform
- **Mengabaikan komentar negatif** — lebih baik direspon dengan baik
- **Posting asal-asalan tanpa perencanaan** — bikin audiens bosan

J. Analytics: Baca Data, Perbaiki Strategi

Jangan cuma posting terus tanpa liat data! Analytics membantu kalian tahu konten mana yang disukai audiens.

1. Instagram Insights (Fitur bawaan)

Metrik yang penting untuk pemula:

Metrik	Arti	Target Minimal
Reach	Jumlah akun unik yang melihat konten	Terus meningkat setiap minggu

Impressions	Jumlah total tayangan (bisa 1 orang lihat berkali-kali)	Terus meningkat
Engagement rate	$(\text{Like} + \text{komen} + \text{share} + \text{save}) \div \text{Reach} \times 100\%$	Minimal 3-5%
Profile visits	Berapa banyak orang buka profil kalian	Meningkat setelah posting
Follower growth	Pertambahan followers per minggu	Positif (+10 per minggu untuk awal)

Cara hitung engagement rate sederhana:

Misal: Reach = 1000, Like = 80, Komen = 10, Share = 5, Save = 15

Total engagement = 80 + 10 + 5 + 15 = 110

Engagement rate = $(110 \div 1000) \times 100\% = 11\%$ (INI BAGUS BANGET!)

Catatan: Engagement rate di atas 3% sudah dianggap baik untuk akun kecil.

2. TikTok Analytics

Metrik penting di TikTok:

Metrik	Arti	Target
Watch time	Total durasi orang nonton video	Semakin panjang semakin bagus
Average watch time	Rata-rata durasi per penonton	Di atas 70% durasi video
Traffic source	Dari mana penonton datang (FYP, following, sound, hashtag)	FYP > 50% itu bagus
Audience retention	Grafik di detik ke berapa penonton berhenti	Lihat drop point, perbaiki di video berikutnya

K. Tugas Praktik Sub-Modul 4

Tugas Individu:

1. Buat content calendar untuk 1 minggu ke depan

- Minimal 7 konten (bisa mix IG, TikTok, atau YouTube)
- Isi: tanggal, platform, jenis konten, topik, status

2. **Cek Instagram Insights atau TikTok Analytics akun kalian (atau akun contoh)**

- Catat 3 insight yang paling menarik
- Tuliskan 1 rencana perbaikan berdasarkan data tersebut

Tugas Kelompok (4-5 orang):

1. **Pilih satu tema promosi untuk bulan pertama** (misal: "Eksplorasi Pantai Sawarna")
2. **Buat content calendar lengkap untuk 2 minggu** (14 konten)
3. **Tentukan:** platform, jenis konten, topik, caption singkat, dan estimasi jam posting
4. **Presentasikan** di depan kelas

L. Rangkuman Sub-Modul 4 (TL;DR)

- **Pilih platform yang sesuai** — Instagram + TikTok adalah fokus utama
- **Pahami algoritma** — konten yang engaging (like, komen, share, save) akan lebih dilihat
- **Posting di jam sibuk** — sore hari (15.00-17.00) dan malam (19.00-21.00)
- **Gunakan content calendar** — rencanakan konten minimal 1 minggu ke depan
- **Kualitas > kuantitas** — lebih baik posting 3 kali seminggu dengan konten bagus daripada setiap hari tapi asal-asalan
- **Analisis data** — cek insight/analytics secara berkala untuk tahu konten mana yang disukai

"Konten yang baik tanpa strategi hanya akan jadi sampah digital. Konten yang biasa dengan strategi yang tepat bisa jadi viral!"

SUB-MODUL 5

PERANCANGAN PROGRAM KERJA OSIS BIDANG PARIWISATA DAN LINGKUNGAN

"Pelatihan hari ini, tapi dampaknya harus untuk tahun-tahun ke depan. Yuk, rencanakan program yang berkelanjutan!"

A. Pendahuluan

Bayangin ini:

Setelah pelatihan ini selesai, kalian semua balik jadi siswa biasa. Tim dosen UMB balik ke Jakarta. Lalu, akun media sosial promosi yang udah kalian bangun jadi sepi. Program-program yang udah direncanakan cuma jadi catatan yang nggak pernah dieksekusi.

Nggak mau kan?

Sub-modul 5 ini adalah yang PALING PENTING dari semua sub-modul. Bukan karena materinya paling susah, tapi karena ini yang menentukan **APAKAH KEGIATAN KALIAN BERKELANJUTAN ATAU NGGAK**.

Di sub-modul ini, kalian bakal:

- Belajar bikin program kerja OSIS yang BENAR-BENAR JALAN
- Membentuk tim Duta Promosi Digital yang solid
- Menyusun rencana keberlanjutan (biar nggak mati setelah pelatihan)
- Belajar evaluasi dan regenerasi

Siap jadi perancang program? Let's plan! 

B. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari sub-modul ini, kalian bakal bisa:

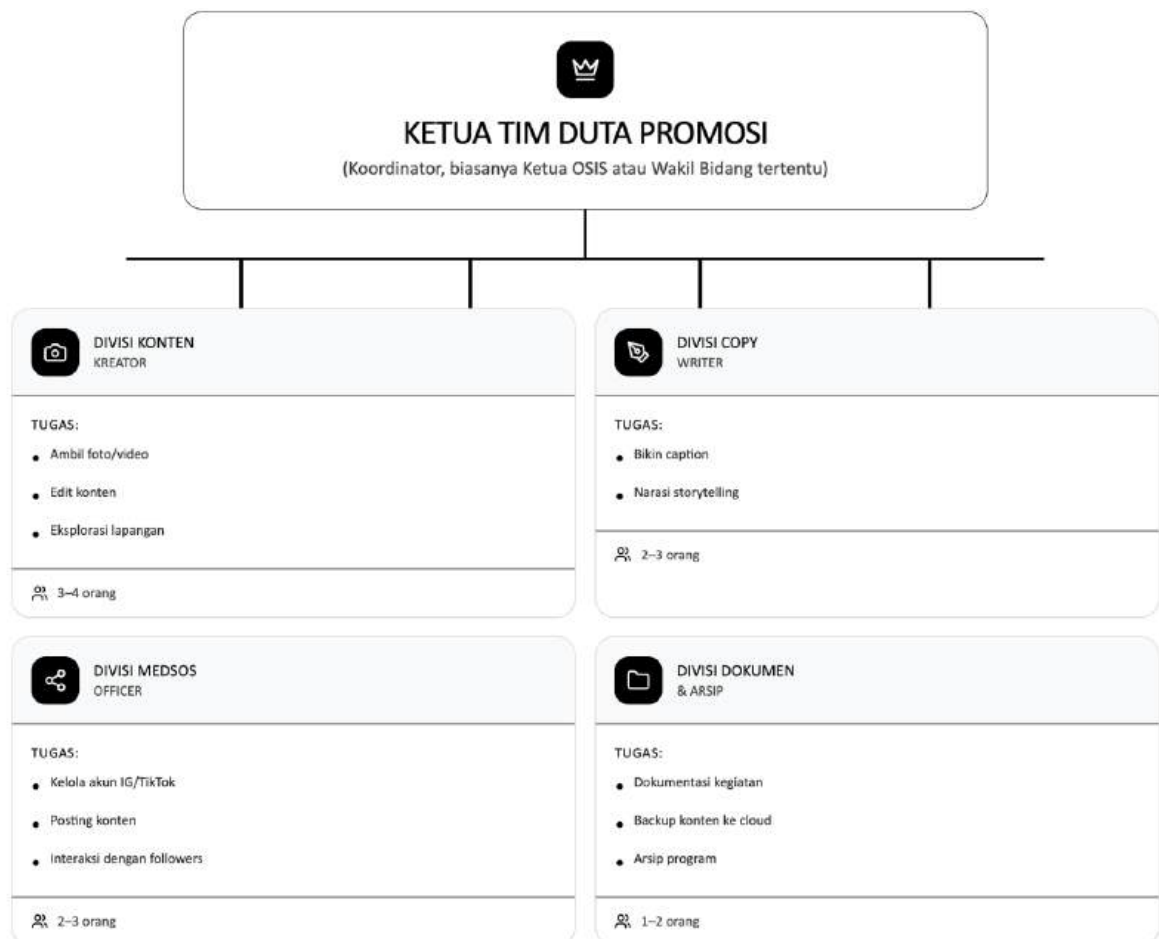
1. **Membentuk tim pengelola konten** promosi di lingkungan OSIS

2. **Merancang program kerja OSIS** bidang Pariwisata dan Lingkungan untuk 1 tahun ke depan
3. **Menyusun rencana keberlanjutan** setelah tim PkM UMB selesai pendampingan
4. **Membuat sistem evaluasi dan regenerasi** tim secara berkala

C. Membentuk Tim Duta Promosi Digital

Dari semua peserta pelatihan, kalian perlu memilih beberapa orang yang akan menjadi INTI tim. Nggak semua pengurus OSIS bisa terlibat aktif setiap hari, tapi yang penting ada tim inti yang bertanggung jawab.

Struktur Tim yang Direkomendasikan



Pembagian tugas lebih detail:

Divisi	Tugas Rutin (Mingguan)	Tugas Insidental (Bulanan/Event)
Konten Kreator	- Hunting foto/video minimal 1x/minggu - Edit konten untuk 3-4 postingan	- Liputan event sekolah/OSIS - Dokumentasi kegiatan luar ruangan
Copy Writer	- Bikin caption untuk 3-4 postingan - Riset hashtag yang trending	- Bikin narasi untuk video panjang - Menulis artikel singkat
Medsos Officer	- Posting konten sesuai jadwal - Balas komentar dan DM - Pantau insight	- Koordinasi dengan akun lain (kolaborasi) - Atur jadwal khusus event
Dokumentasi & Arsip	- Backup semua konten ke Google Drive - Update bank konten	- Dokumentasi kegiatan OSIS - Membuat laporan bulanan

D. Program Kerja OSIS 1 Tahun ke Depan

Program kerja ini adalah usulan yang bisa disesuaikan dengan kondisi nyata OSIS SMAN 2 Rangkas Bitung.

Semester 1 (Juli - Desember 2026)

Bulan	Program/Kegiatan	Output	Penanggung Jawab
Juli	Pembentukan dan Pelantikan Tim Duta Promosi Digital	Struktur tim resmi, SK pembentukan	Ketua OSIS + Pembina
Juli	Pembuatan akun media sosial resmi (IG, TikTok)	Akun @pesonalebak_rks (contoh) aktif	Divisi Medsos
Agustus	Eksplorasi destinasi 1: Pantai Sawarna	Minimal 20 konten (foto+video)	Divisi Konten
Agustus	Posting perdana di media sosial	Akun punya 10 konten dalam 2 minggu	Divisi Medsos + Copy
September	Eksplorasi destinasi 2: Kampung Adat Baduy	Minimal 15 konten, 1 video dokumenter pendek	Divisi Konten

September	Kolaborasi dengan Dinas Pariwisata Lebak	MoU atau komunikasi resmi	Ketua Tim + Pembina
Oktober	Eksplorasi destinasi 3: Banyu Panas Cipanas	Minimal 10 konten, fokus pada keunikan	Divisi Konten
Oktober	Pelatihan internal lanjutan (editing)	Skill tim meningkat	Divisi Konten (sharing session)
November	Liputan event: Upacara Adat Seba (jika memungkinkan)	Konten eksklusif untuk akun	Seluruh tim
November	Lomba foto/video antar kelas tema "Pesona Lebak"	Partisipasi minimal 5 kelas	Seluruh OSIS
Desember	Evaluasi Semester 1	Laporan kegiatan, rekap insight, rencana perbaikan	Ketua Tim + Pembina

Semester 2 (Januari - Juni 2027)

Bulan	Program/Kegiatan	Output	Penanggung Jawab
Januari	Eksplorasi destinasi 4: Curug Gendang	Minimal 15 konten, 1 video tips berkunjung	Divisi Konten
Januari	Penguatan program hidroponik dan komposter	Video tutorial perawatan, update rutin	Divisi Konten + Kopsek
Februari	Eksplorasi kuliner: Jojorong dan olahan gula aren	Video proses pembuatan, wawancara perajin	Divisi Konten
Februari	Kolaborasi dengan sekolah lain se-Kabupaten Lebak	Minimal 1 kegiatan kolaborasi	Ketua Tim
Maret	Liputan event: Peringatan Hari Air Sedunia (tema konservasi)	Konten edukasi tentang pentingnya air	Seluruh tim
April	Persiapan regenerasi tim	Seleksi anggota baru untuk periode berikutnya	Ketua Tim + Pembina
Mei	Pelantikan tim baru dan pisah sambut	Regenerasi berjalan lancar	Seluruh OSIS
Mei	Pelatihan dasar untuk tim baru	Tim baru siap menjalankan program	Tim lama (mentor)

Juni	Evaluasi tahunan dan penyusunan program tahun depan	Laporan tahunan, rekomendasi	Ketua Tim + Pembina
-------------	---	------------------------------	---------------------

E. Contoh Program Kerja Bulanan (Detail)

Biar lebih clear, ini contoh detail untuk BULAN AGUSTUS:

BULAN AGUSTUS: EKSPLORASI PANTAI SAWARNA

Minggu ke-	Kegiatan	Detail	Output
1	Perencanaan	- Koordinasi tim - Riset spot foto terbaik - Cek jadwal dan transportasi	Timeline per hari, daftar perlengkapan
2	Pra-produksi	- Persiapan peralatan (HP, power bank, tripod) - Pembagian tugas di lokasi - Koordinasi dengan pemandu lokal	Semua tim siap, ada kontak di lokasi
3	Produksi (H-eksekusi)	- Hunting foto sunrise (jam 5-7 pagi) - Hunting video aktivitas (jam 8-11) - Wawancara dengan pengelola/pemandu - Hunting sunset (jam 4-6 sore)	Ribuan footage, puluhan foto
4	Pasca-produksi	- Seleksi foto terbaik - Edit video - Bikin caption - Jadwalkan posting untuk 2 minggu ke depan	15 konten siap posting

F. Rencana Keberlanjutan

Bagaimana agar program ini tetap hidup setelah tim UMB pulang?

1. Jangka Pendek (1-3 bulan setelah pelatihan)

- **Monitoring mingguan via grup WhatsApp:** Semua anggota tim wajib update progres
- **Pendampingan jarak jauh:** Tim UMB siap konsultasi via chat/video call (jadwal ditentukan)

- **Checklist mingguan:**
 - Minimal 3 konten sudah diposting
 - Insight sudah dicek
 - Backup konten sudah diupload ke Google Drive

2. Jangka Menengah (3-12 bulan setelah pelatihan)

- **Kunjungan lanjutan (follow-up):** Tim UMB akan datang kembali untuk evaluasi dan pelatihan tambahan
- **Laporan bulanan:** Tim Duta Promosi membuat laporan singkat untuk Pembina OSIS
- **Bank konten digital:** Semua konten yang sudah dibuat diarsipkan di Google Drive dengan struktur folder yang rapi

Struktur folder bank konten:

text

Bank Konten Duta Promosi/

```

├── 01_Foto/
│   ├── Pantai Sawarna/
│   ├── Baduy/
│   ├── Curug Gendang/
│   └── Jojorong/
├── 02_Video/
│   ├── Raw Footage/
│   ├── Edited/
│   └── YouTube Uploads/
├── 03_Caption/
│   ├── Draft/
│   └── Final/
├── 04_Dokumentasi/
│   ├── Foto Kegiatan/
│   └── Laporan/
└── 05_Template/
    ├── Thumbnail/
    └── Poster/

```

3. Jangka Panjang (1-2 tahun ke depan)

- **Regenerasi tim:** Setiap tahun ajaran baru, tim Duta Promosi direkrut ulang. Tim lama menjadi mentor.

- **Transfer knowledge:** Dokumentasi program dan modul pelatihan diwariskan ke angkatan berikutnya.
- **MoU dengan UMB:** Kesepakatan kerja sama jangka panjang antara sekolah dan universitas.

G. Evaluasi Program

Evaluasi itu penting supaya kita tahu apakah program berjalan dengan baik atau perlu perbaikan.

Indikator Keberhasilan (Target yang Harus Dicapai)

Aspek	Indikator	Target 3 Bulan	Target 1 Tahun
Konten	Jumlah posting per minggu	3-4 konten	3-4 konten (konsisten)
Jangkauan	Jumlah followers (Instagram)	300	1000
Engagement	Rata-rata like per posting	30-50 likes	100+ likes
Jangkauan	Jumlah followers (TikTok)	500	2000
Kualitas	Engagement rate	>5%	>5% (tetap tinggi)
Program	Realisasi program kerja	80% program semester 1 tercapai	80% program tahunan tercapai

Metode Evaluasi

Metode	Frekuensi	Yang Dievaluasi	Pelaksana
Insight/analytics	Mingguan	Jangkauan, engagement, pertumbuhan followers	Divisi Medsos
Rapat tim	2 minggu sekali	Progres program, kendala, solusi	Seluruh tim
Laporan bulanan	Bulanan	Rekap kegiatan, insight, rekomendasi	Ketua Tim
Evaluasi dengan Pembina	3 bulan sekali	Capaian program, dukungan yang dibutuhkan	Ketua Tim + Pembina
Evaluasi dengan UMB	6 bulan sekali	Keberlanjutan, pendampingan lanjutan	Ketua Tim + Tim UMB

H. Regenerasi Tim

Setiap tahun, pasti ada anggota tim yang lulus. Karena itu, regenerasi harus direncanakan!

Timeline Regenerasi

Waktu	Kegiatan	Output
Februari - Maret	Sosialisasi ke kelas 10 dan 11 tentang program Duta Promosi	Minat dari adik kelas
April	Pendaftaran calon anggota baru	10-15 pendaftar
April - Mei	Seleksi (portfolio atau tes sederhana)	5-8 anggota baru terpilih
Mei	Pelatihan dasar untuk anggota baru	Anggota baru siap bertugas
Juni	Pisah sambut dan pelantikan	Regenerasi selesai

Materi Pelatihan Dasar untuk Anggota Baru (1 hari)

Sesi	Durasi	Materi	Pemateri
1	30 menit	Pengenalan program Duta Promosi	Ketua Tim (lama)
2	1 jam	Dasar fotografi dan videografi dengan HP	Divisi Konten (lama)
3	45 menit	Teknik copywriting dasar	Divisi Copy (lama)
4	45 menit	Strategi media sosial	Divisi Medsos (lama)
5	1 jam	Praktik langsung + simulasi	Seluruh tim lama

I. Contoh Dokumentasi Administrasi

Contoh Surat Keputusan (SK) Pembentukan Tim

SURAT KEPUTUSAN
OSIS SMAN 2 RANGKAS BITUNG
Nomor: 01/OSIS/SK/2026

Tentang

PEMBENTUKAN TIM DUTA PROMOSI DIGITAL PARIWISATA BERKELANJUTAN
PERIODE 2026-2027

Dengan rahmat Tuhan Yang Maha Esa,
Ketua OSIS SMAN 2 Rangkas Bitung,

Menimbang : a. bahwa untuk mendukung program promosi pariwisata Kabupaten Lebak...
 b. bahwa perlu dibentuk tim khusus yang menangani konten digital...

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Membentuk Tim Duta Promosi Digital Pariwisata Berkelanjutan

Kedua : Susunan tim terlampir dalam surat keputusan ini

Ketiga : Tim bertugas selama periode 2026-2027

Ditetapkan di : Rangkas Bitung

Pada tanggal : 15 Juli 2026

Ketua OSIS,

ttd

Ahmad Fauzi

Contoh Laporan Bulanan

LAPORAN BULANAN TIM DUTA PROMOSI

BULAN: AGUSTUS 2026

A. KEGIATAN

1. Eksplorasi Pantai Sawarna (20 Agustus 2026)
2. Posting konten: 14 postingan (IG feed: 4, IG Reels: 5, TikTok: 5)

B. CAPAIAN

1. Jumlah followers IG: 245 (naik 67 dari bulan lalu)
2. Jumlah followers TikTok: 412 (naik 89 dari bulan lalu)
3. Konten terbaik: Reels "Tips ke Sawarna" (1400 tayangan, 82 likes)

C. KENDALA

1. Cuaca kurang bersahabat saat eksplorasi (hujan)
2. Beberapa anggota sakit, jadwal produksi mundur

D. RENCANA BULAN DEPAN

1. Eksplorasi Kampung Baduy (18 September)
2. Fokus pada konten edukasi kearifan lokal

Rangkas Bitung, 5 September 2026

Ketua Tim,

Ahmad Fauzi

J. Tugas Praktik Sub-Modul 5

Tugas Individu:

1. **Tuliskan 3 program kerja yang menurutmu paling prioritas untuk 3 bulan pertama** setelah pelatihan ini. Berikan alasan!
2. **Buat daftar kendala yang mungkin muncul** dalam menjalankan program ini, dan tuliskan solusi untuk setiap kendala.

Tugas Kelompok (4-5 orang):

1. **Bersama kelompokmu, susun program kerja OSIS untuk 6 bulan** (Semester 1) lengkap dengan:
 - Target capaian setiap bulan
 - Penanggung jawab setiap kegiatan
 - Anggaran sederhana (jika ada)
2. **Buat struktur tim Duta Promosi Digital** untuk periode 2026-2027. Tentukan:
 - Nama-nama (bisa fiktif dulu)
 - Divisi dan tugas masing-masing
3. **Buat 1 contoh laporan bulanan** untuk bulan pertama program.
4. **Presentasikan** hasil kerja kelompok di depan kelas (max 10 menit per kelompok).

K. Rangkuman Sub-Modul 5 (TL;DR)

- **Struktur tim itu penting** — bagi tugas dengan jelas (Konten, Copy, Medsos, Dokumentasi)
- **Program kerja harus terencana** — buat target per bulan, jangan asal jalan
- **Keberlanjutan adalah kunci** — pikirkan dari sekarang apa yang terjadi setelah tim UMB pulang
- **Evaluasi rutin** — cek insight, rapat tim, laporan bulanan

- **Regenerasi** — siapkan adik kelas untuk meneruskan program

"Program yang baik bukan program yang heboh di awal, tapi program yang tetap hidup setelah kita pergi."

Selesai Sub-Modul 5! Kalian sekarang punya bekal lengkap: dari bikin konten, kelola medsos, sampai rancang program kerja. Saatnya aksi! 🏃

LAMPIRAN

GLOSARIUM (Kamus Istilah)

Istilah	Arti
Algoritma	Sistem komputer yang menentukan konten apa yang muncul di beranda pengguna media sosial
Analytics	Data statistik tentang performa konten (jangkauan, tayangan, engagement, dll)
Audiens	Orang yang melihat/mengonsumsi konten kalian
B-roll	Footage tambahan yang dipotong-potong untuk menyelingi video utama
Bank konten	Kumpulan foto, video, dan caption yang sudah dibuat dan siap pakai
Brainstorming	Sesi diskusi kelompok untuk menghasilkan ide-ide kreatif
Caption	Teks yang menyertai foto atau video di media sosial
Carousel	Postingan Instagram yang berisi beberapa foto yang bisa digeser
Clickbait	Judul atau thumbnail yang sensasional tapi isinya nggak sesuai (HARUS DIHINDARI)
Content calendar	Jadwal rencana konten untuk periode tertentu (mingguan/bulanan)
CTR (Click Through Rate)	Persentase orang yang klik link dibandingkan yang melihat
Engagement	Interaksi antara akun dengan audiens (like, komen, share, save, DM)
Evergreen content	Konten yang tetap relevan meskipun sudah lama diupload
FYP (For You Page)	Halaman beranda TikTok yang berisi rekomendasi konten untuk setiap pengguna
Golden hour	Waktu terbaik untuk motret (pagi jam 6-8 dan sore jam 4-5)
Hashtag	Kata kunci dengan tanda pagar (#) untuk mengelompokkan konten
Hook	Bagian pembuka konten (3 detik pertama) yang bertujuan menarik perhatian
Hunting	Kegiatan mencari dan mengambil foto/video di lapangan
Insight	Data statistik di Instagram tentang performa akun dan konten
Jojong	Jajanan tradisional khas Lebak dari olahan gula aren
Kearifan lokal	Nilai-nilai bijak yang diwariskan turun-temurun dalam suatu masyarakat
Ngarumat Jagat	Frasa Sunda yang berarti "merawat alam"
Ngajaga Amanat	Frasa Sunda yang berarti "menjaga titipan"
Reach	Jumlah akun unik yang melihat konten
Regenerasi	Pergantian anggota tim secara terencana
Seba	Ritual tahunan masyarakat Baduy untuk menghadap pemimpin adat dan pemerintah
Storyboard	Sketsa atau urutan adegan dalam video sebelum diproduksi
Thumbnail	Gambar kecil yang mewakili video (penting untuk YouTube)
Watch time	Total durasi waktu penonton menonton video

TEMPLATE YANG BISA DIGUNAKAN

Template 1: Content Calendar (Excel/Sheets)

Tanggal	Platform	Jenis Konten	Topik	Caption / Narasi	Status	Link Konten
4/5/2026	IG Reels	Video 30s	Perkenalan tim	"Halo! Kami siap..."	☑ Posted	[Link]
5/5/2026	TikTok	Video 20s	Tips ke Sawarna	"3 hal yang harus..."	🔄 Progress	-
6/5/2026	IG Feed	Carousel	Spot foto kece	"10 spot foto..."	🚫 Not Yet	-

Tips Tambahan:

- Gunakan status  **Posted** untuk konten yang sudah tayang agar mudah dilacak performanya.
- Untuk kolom **Link Konten**, pastikan kamu menaruh tautan spesifik setelah konten diunggah untuk memudahkan evaluasi di masa mendatang.

Template 2: Storyboard Video

Scene	Durasi	Visual (Deskripsi)	Audio / Suara	Teks Overlay
1	3 detik	Wide shot pantai, ombak besar	Musik upbeat (mulai kencang)	"Sawarna, Lebak"
2	5 detik	Close up pasir putih, air jernih	Suara ombak + musik (fade out sedikit)	"Pasirnya seputih tepung"
3	...	...	...	...
4	...	...	...	...

Tips Mengisi Storyboard:

- **Visual:** Bayangkan sudut kamera (CUP, Medium Shot, atau Wide Shot) agar editor tahu apa yang harus diambil gambarnya.
- **Audio:** Catat apakah butuh *Voice Over* (VO) atau hanya efek suara lingkungan (*Ambient sound*).
- **Teks Overlay:** Pastikan teks tidak terlalu panjang agar tidak menutupi keindahan visual pantai.

Template 3: Caption Instagram

Elemen Konten	Detail Narasi / Caption
[HOOK] ✨	(Contoh: "Hidden gem ini cuma 5 jam dari Jakarta!")
[PARAGRAF 1]	Deskripsi: Jelaskan secara singkat apa yang menarik dari tempat/kegiatan ini agar pembaca penasaran.
[PARAGRAF 2]	Tips/Pengalaman: Tambahkan nilai lebih, misalnya tips waktu berkunjung terbaik atau spot foto rahasia.
[PARAGRAF 3]	Info Praktis: Masukkan detail lokasi, kisaran harga tiket, dan cara menuju ke sana (akses jalan).
[CTA]	Ajakan: Komen di bawah! 🙌 / Tag teman yang harus diajak ke sini!
[HASHTAG]	#PesonaLebak #JelajahLebak #[Topik_Lainnya]

Cara Penggunaan:

- **Kolom Detail Narasi** bisa langsung kamu isi dengan draf tulisan untuk setiap postingan yang berbeda.
- Format tabel ini sangat berguna jika kamu ingin membuat perbandingan antara 2-3 ide konten sekaligus sebelum diunggah.

Template 4: Caption TikTok

Elemen Konten	Isi Narasi / Copywriting
[Hook] 1-2 Kalimat	(Contoh: "Stop scroll! Ini dia cara termurah ke Sawarna.")
[Informasi Singkat]	(Contoh: Cukup budget 200rb, kamu udah bisa dapet view pantai kelas dunia.)
[CTA]	(Contoh: Cek link di bio untuk detail rutenya! 🏹)
[Hashtags]	#PesonaLebak #JelajahLebak #WonderfulIndonesia

Template 5: Laporan Bulanan Tim

LAPORAN BULANAN TIM DUTA PROMOSI DIGITAL

Bulan: _____ 2026

A. KEGIATAN & RENCANA

No	Kegiatan (Bulan Ini)	Rencana (Bulan Depan)
1		
2		
3		

B. CAPAIAN MEDIA SOSIAL

Platform	Jumlah Followers	Tren (Naik/Turun)	Target Bulan Depan
Instagram			
TikTok			

C. PERFORMA KONTEN TERBAIK (TOP POST)

Judul Konten	Platform	Jumlah Tayangan (Views)	Jumlah Likes

D. EVALUASI KENDALA

No	Kendala yang Dihadapi	Solusi / Saran Perbaikan
1		
2		

Pengesahan:

[Lokasi], [Tanggal]	Mengetahui,
	Ketua Tim
	(_____)

Tips Mengisi Laporan:

- **Tren:** Isi dengan angka persentase atau jumlah orang (Contoh: +150 atau naik 5%).
- **Kendala:** Pastikan setiap kendala dibarengi dengan usulan solusi agar laporan bersifat proaktif.
- **Konten Terbaik:** Analisis mengapa konten tersebut berhasil (misal: karena jam tayang atau topik yang sedang viral).

Template 6: Form Pendaftaran Anggota Baru

FORM PENDAFTARAN TIM DUTA PROMOSI DIGITAL - OSIS SMAN 2 RANGKASBITUNG

I. IDENTITAS DIRI

Data Peserta	Informasi
Nama Lengkap	
Kelas	
Nomor HP / WhatsApp	
Akun Instagram (@)	

II. PEMILIHAN DIVISI

Pilih salah satu divisi yang paling sesuai dengan minat dan keahlianmu:

Pilihan	Divisi	Deskripsi Skill
[]	Konten Kreator	Hobi foto/video & mahir aplikasi editing (CapCut, VN, Canva).
[]	Copywriter	Suka menulis narasi kreatif & jago bikin caption menarik.
[]	Medsos Officer	Aktif di media sosial & senang berinteraksi dengan audiens.
[]	Dokumentasi & Arsip	Teliti, rapi, dan bertanggung jawab mengelola aset file.

III. MOTIVASI & PENGALAMAN

Pertanyaan	Jawaban
Alasan Ingin Bergabung	
Pengalaman Terkait	<i>(Misal: Pernah jadi admin kelas, ikut ekskul fotografi, dll)</i>

Pernyataan:

Saya menyatakan bahwa data di atas diisi dengan sebenar-benarnya dan siap berkontribusi aktif dalam tim.

Rangkasbitung, _____ 2026

Pendaftar,

(_____)

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

1. Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.I.Kom. (2025). *Komunikasi Pariwisata Digital: Strategi Promosi Destinasi di Era Media Sosial*. Penerbit UMB Press.
2. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
3. Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
4. Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
5. Sari, R., & Santoso, B. (2024). "Pemberdayaan Generasi Muda melalui Pelatihan Konten Digital untuk Promosi Pariwisata Lokal". *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UMB*, Vol. 7(2), 45-58.

Sumber Online

6. Instagram Business. (2025). *Instagram Insights: Panduan untuk Pemula*. <https://business.instagram.com/insights>
7. TikTok Creative Center. (2025). *TikTok For You Page Algorithm Explained*. <https://www.tiktok.com/creators>
8. Meta Business Suite. (2025). *Panduan Penjadwalan Konten*. <https://business.facebook.com>

Sumber Lokal dan Budaya

9. Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak. (2025). *Profil Destinasi Wisata Kabupaten Lebak*. Pemerintah Kabupaten Lebak.
10. Masyarakat Adat Baduy. "Sarasehan Seba Baduy 2026: Ngajaga Amanat, Ngarumat Jagat". (Dokumentasi kegiatan, tersedia di Dinas Kebudayaan Lebak).
11. Tim Riset Budaya Banten. (2024). *Kearifan Lokal Masyarakat Baduy dalam Konservasi Alam*. Banten Heritage Press.

Terima kasih telah mempelajari Modul Pelatihan ini!

Sekarang, saatnya ACTION! Jadilah Duta Promosi Digital yang membawa pesona

Lebak mendunia! 🌐 📱 ✨

REPACKAGING JOJORONG YANG AESTETIK

1. Siapkan bahan dan alat

Bahan:

- Daun pisang batu/daun pisang kepok yang lebar
- Lidi/tusuk gigi kecil

Alat:

- Gunting/pisau
- Lap bersih
- Penggaris
- Kompor/lilin untuk melayukan daun

2. Pilih daun pisang yang baik

Pilih daun yang:

- Masih hijau segar
- Tidak terlalu tua dan tidak terlalu muda
- Tidak banyak sobekan
- Lebar dan lentur

Daun yang terlalu tua mudah pecah, sedangkan daun terlalu muda mudah layu dan kurang kuat.

3. Bersihkan daun

Lap permukaan daun dengan kain bersih yang sedikit basah. Bersihkan debu, getah, atau kotoran yang menempel. Setelah itu, lap kembali dengan kain kering agar tidak terlalu basah.

4. Layukan daun agar lentur

Panaskan daun sebentar di atas api kecil.

Caranya:

- Pegang daun di kedua ujungnya.
- Lewatkan perlahan di atas api selama beberapa detik.
- Jangan sampai gosong.

- Lakukan sampai daun berubah lebih lentur dan warnanya sedikit mengilap.

Tujuannya agar daun tidak mudah robek saat dilipat.

5. Potong daun sesuai ukuran

Potong daun menjadi bentuk persegi.

Ukuran yang disarankan:

- Untuk jojorong kecil: 18 × 22 cm
- Untuk jojorong sedang: 20 × 25 cm
- Untuk jojorong besar: 22 × 28 cm

Potong mengikuti arah serat daun agar lebih mudah dilipat.

6. Buang tulang daun yang keras

Jika bagian tengah daun masih memiliki tulang daun yang tebal, buang bagian tersebut. Gunakan bagian daun yang rata agar kemasan lebih mudah dibentuk dan tidak bocor.

7. Letakkan daun dengan posisi yang benar

Letakkan daun di atas meja dengan:

- Bagian mengilap menghadap ke dalam
- Bagian kusam menghadap ke luar

Bagian mengilap lebih bersih, halus, dan memberi tampilan yang lebih cantik pada jojorong.

8. Bentuk dasar wadah

Ambil satu lembar daun. Lipat sisi kanan dan kiri ke arah tengah sehingga membentuk seperti tabung pendek atau wadah memanjang.

Jangan ditekan terlalu keras agar daun tidak pecah.

9. Bentuk bagian alas

Lipat bagian bawah daun ke arah atas sekitar 3–4 cm. Tekan perlahan agar terbentuk dasar wadah.

Bagian bawah ini berfungsi sebagai alas agar adonan jojorong tidak keluar.

10. Lipat sisi kanan dan kiri

Pada bagian bawah yang sudah dilipat, tekuk sudut kanan dan kiri ke dalam.

Bentuknya akan menyerupai kotak kecil atau perahu pendek.

Rapikan bagian sudut agar tidak ada celah.

11. Sematkan dengan lidi

Gunakan lidi kecil untuk mengunci lipatan.

Caranya:

- Tusukkan lidi dari luar ke dalam.
- Kaitkan lipatan daun.
- Pastikan lidi tidak menembus bagian dalam wadah terlalu panjang.
- Potong ujung lidi jika terlalu panjang.

Lidi berfungsi menjaga bentuk wadah agar tidak terbuka saat adonan dituangkan.

12. Periksa kebocoran

Sebelum diisi adonan, cek bagian bawah dan sudut kemasan.

Pastikan:

- Tidak ada lubang
- Lipatan rapat
- Daun tidak sobek
- Wadah bisa berdiri stabil

Jika kurang kuat, tambahkan satu lapis daun lagi di bagian dalam.

13. Buat lapisan ganda jika perlu

Untuk jojorong yang adonannya cair, sebaiknya gunakan dua lapis daun pisang.

Caranya:

- Letakkan daun kedua di atas daun pertama.
- Posisi serat daun dibuat berlawanan arah.
- Bentuk kembali seperti langkah sebelumnya.

Lapisan ganda membuat kemasan lebih kuat dan mengurangi risiko bocor.

14. Rapikan tampilan akhir

Setelah matang, angkat jojorong dengan hati-hati.

Rapikan:

- Potong ujung lidi yang tajam
- Bersihkan bagian luar daun jika terkena adonan
- Pilih wadah yang bentuknya paling rapi untuk penyajian

Tips agar kemasan lebih rapi dan estetik

- Gunakan ukuran daun yang sama untuk semua kemasan.
- Buat pola potongan terlebih dahulu dengan karton.
- Gunakan daun yang sudah dilayukan, bukan daun mentah.
- Gunakan dua lapis daun untuk produk jualan.
- Hindari lipatan terlalu tajam karena daun bisa pecah.
- Untuk tampilan premium, tambahkan label kecil dari kertas kraft atau stiker brand di bagian luar.

PANDUAN KOMPOSTING

<https://www.instagram.com/reel/DWc4UFxAQIJ/>

Berikut adalah panduan singkat komposting sampah basah rumah tangga menggunakan komposter mandiri (seperti *compost bag* atau tong kompos) untuk hasil optimal.

1. Persiapan Alat & Bahan

- **Komposter Mandiri:** Wadah (*compost bag* atau drum) yang memiliki lubang udara dan keran untuk panen pupuk cair.
- **Sampah Hijau (Basah):** Sisa sayur, kulit buah, sisa makanan, ampas kopi/teh.
- **Sampah Coklat (Kering):** Daun kering, serbuk gergaji, kardus bekas (tanpa tinta), atau serutan kayu.
- **Bioaktivator:** EM4 Pertanian atau molase (air gula) untuk mempercepat pembusukan.

2. Langkah-langkah Pengomposan

1. **Pencacahan:** Cacah sampah hijau (basah) menjadi ukuran kecil (2–5 cm) agar proses dekomposisi lebih cepat.
2. **Lapisan Dasar:** Masukkan sampah coklat kering di bagian dasar komposter (ketebalan 5-10 cm) sebagai alas dan untuk sirkulasi udara.
3. **Pelapisan:** Masukkan sampah basah ke atas lapisan coklat. Tambahkan bahan coklat kembali dengan rasio seimbang (1:1 atau 1:2 antara hijau dan coklat) untuk mencegah bau.
4. **Aktivasi:** Semprotkan larutan EM4 (campur dengan air) secukupnya pada setiap lapisan sampah hijau agar kelembaban terjaga.
5. **Penutupan:** Pastikan lapisan paling atas ditutup dengan bahan coklat atau tanah, lalu tutup rapat komposter.
6. **Penyimpanan:** Simpan di tempat teduh dan tidak terkena hujan langsung.

3. Perawatan & Panen

- **Pengadukan:** Aduk komposter setiap 3–7 hari sekali untuk memberikan oksigen (proses aerob).
- **Kelembaban:** Jika terlalu kering, semprotkan air. Jika terlalu basah dan berbau, tambahkan sampah coklat/daun kering.
- **Panen:** Kompos umumnya matang dan siap dipanen dalam 30–60 hari (ditandai warna hitam, tanah gembur, dan tidak berbau sampah).
- **Pupuk Cair:** Jika menggunakan komposter bertingkat, panen Pupuk Organik Cair (POC) melalui keran setiap 3-7 hari sekali

MEMBUAT HIDROPONIK

Membuat hidroponik dengan starter kit [Happy Garden](#) (sistem wick/sumbu) sangat mudah untuk pemula. Cukup semai benih di *rockwool*, pindahkan ke net pot ber-sumbu saat berdaun 3-4, lalu tempatkan di bak nutrisi AB Mix. Gunakan nutrisi AB Mix 5ml A + 5ml B per 1 liter air, pastikan sumbu terendam, dan jemur di sinar matahari.

Langkah-langkah Singkat:

1. **Semai Benih:** Basahi *rockwool* dengan air biasa, lubangi, masukkan benih (sayuran seperti pakcoy/kangkung), simpan di tempat gelap 2 hari hingga tumbuh kecambah.
2. **Jemur & Pindah Tanam:** Setelah berkecambah, jemur di bawah sinar matahari. Saat berdaun 3-4 (sekitar 7-14 hari), pindahkan ke net pot yang sudah dipasang kain flanel sebagai sumbu.
3. **Nutrisi AB Mix:** Siapkan wadah/bak, isi air, tambahkan nutrisi AB Mix dengan dosis yang dianjurkan (misal 5ml A + 5ml B per liter air).
4. **Perawatan:** Masukkan net pot ke lubang baki, pastikan sumbu menyentuh air. Pastikan tanaman mendapat sinar matahari cukup dan cek ketinggian air nutrisi secara berkala.
5. **Panen:** Sayuran biasanya dapat dipanen dalam 30-40 hari.

"Ngajaga Amanat, Ngarumat Jagat — Menjadi Duta Digital untuk Bumi dan Budaya Lebak."!

Modul pelatihan "Menjadi Duta Promosi Digital Pariwisata Berkelanjutan" ini dirancang khusus untuk membekali pengurus OSIS SMAN 2 Rangkas Bitung dengan keterampilan komunikasi digital dalam mempromosikan potensi pariwisata, budaya, dan kearifan lokal Kabupaten Lebak secara profesional dan berkelanjutan. Terdiri dari lima sub-modul yang saling terintegrasi, modul ini mengajarkan peserta mulai dari pengenalan potensi lokal Lebak, teknik fotografi dan videografi dengan smartphone, copywriting untuk media sosial, strategi pengelolaan konten digital, hingga perancangan program kerja OSIS bidang pariwisata dan lingkungan. Mengusung inspirasi dari Sarasehan Seba Baduy 2026 bertema "Ngajaga Amanat, Ngarumat Jagat" (Menjaga Titipan, Merawat Alam), modul ini juga mengintegrasikan nilai-nilai konservasi lingkungan melalui praktik pengelolaan komposter dan pembenihan tanaman hidroponik, serta pelestarian kekayaan lokal tak benda seperti Jojorong (olahan gula aren khas Lebak).

Disusun oleh :
Dewi Sad Tanti
Nurlela
Irmulansati Tomohardjo

