

Pendekatan Literasi Digital Berbasis Website Dalam Pengelolaan Desa Wisata Wasuumba Kabupaten Buton

**Andy Arya Maulana Wijaya¹, LM. Azhar Sa'ban², Muh. Hidayatullah³, Laode Arwan⁴, Jasti jahami⁵,
Putri Mawangsari⁶, Narwati⁷, Fadel Arroyan⁸, Nirmala Sari Anwar⁹**

^{1,2,3,4,5,6,7} Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Buton

^{8,9} Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Buton

Email: andyaryamw@gmail.com

Artikel info

Abstract. The Digital Literacy Action Program Based on a Website in Wasuumba Tourism Village, Buton Regency, is a community empowerment initiative to address limited digital literacy and underdeveloped tourism promotion. Despite being listed in the Top 100 ADWI 2024, marine, cultural, and local product potentials have not significantly improved community welfare due to inadequate internet infrastructure, low digital skills, and reliance on simple social media content. This program, implemented by Universitas Muhammadiyah Buton with Pokdarwis Lahonduru, involved socialization, management training, the development of an official village website (<https://wasuumba-desa.id>), Starlink internet installation, and digital content workshops. Results indicate improved digital literacy, with participants' understanding rising from 38% (pre-test) to 60% highly proficient (post-test). Academically, the program contributes a community-based digital literacy model for tourism village development. Socio-economically, it fosters community participation, broadens promotion, increases tourist visits, and creates new entrepreneurial opportunities. Hence, the program emphasizes the importance of integrating digital literacy, infrastructure, and community participation to enhance rural tourism competitiveness in the digital era.

Keywords: digital literacy, tourism village, website-based promotion, community empowerment

Abstrak. Program Aksi Literasi Digital Berbasis Website di Desa Wisata Wasuumba, Kabupaten Buton, merupakan upaya pemberdayaan masyarakat untuk mengatasi keterbatasan literasi digital dan promosi pariwisata yang belum optimal. Meski masuk dalam 100 besar ADWI 2024, potensi bahari, budaya, dan produk lokal belum berdampak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat karena keterbatasan infrastruktur internet, rendahnya keterampilan digital, serta promosi yang terbatas pada media sosial dengan konten sederhana. Program ini dilaksanakan oleh Universitas Muhammadiyah Buton

bersama Pokdarwis Lahonduru melalui tahapan sosialisasi, pelatihan manajemen, pembangunan website desa (<https://wasuemba-desa.id>), pemasangan jaringan internet Starlink, serta workshop pembuatan konten digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dari 38% (pra-tes) menjadi 60% sangat paham (pasca-tes). Selain website resmi, publikasi kegiatan juga tersebar melalui media daring dan platform universitas. Secara akademik, program ini memperkenalkan model literasi digital berbasis komunitas untuk pengembangan desa wisata. Secara sosial-ekonomi, kegiatan ini meningkatkan partisipasi masyarakat, memperluas promosi, mendorong kunjungan wisatawan, serta membuka peluang usaha baru. Dengan demikian, program ini menegaskan pentingnya integrasi literasi digital, infrastruktur, dan partisipasi komunitas dalam memperkuat daya saing desa wisata di era digital.

Kata kunci: literasi digital, desa wisata, promosi berbasis website, pemberdayaan masyarakat.

Keywords:

*digital literacy;
tourism village;
website-based
promotion;
community
empowerment.*

Coresponden author:

Email: xxxx@gmail.com



artikel dengan akses terbuka di bawah lisensi CC BY -4.0

PENDAHULUAN

Literasi digital semakin berperan penting dalam pengembangan desa pariwisata berbasis website, khususnya dalam konteks pertumbuhan dan promosinya di era digital. Dalam sejumlah literatur menegaskan bahwa digitalisasi sangat penting untuk mempromosikan peluang pariwisata yang selaras dengan kebutuhan digital para wisatawan (Mumtaz & Karmilah, 2022), memperluas jangkauan pasar untuk inisiatif ekowisata (Primasari et al., 2023), dan meningkatkan visibilitas dan daya tarik inisiatif pariwisata local (Abidin et al., 2022).

Namun, banyak desa wisata menghadapi tantangan dalam mengadopsi strategi digital disebabkan banyak desa tidak memiliki infrastruktur dan keterampilan digital yang diperlukan untuk mewujudkan potensi wisatanya (Kusumastuti et al., 2024), banyak pemangku kepentingan pariwisata yang kesulitan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif karena kurangnya kompetensi digital (Raharjana & Putra, 2020). Untuk itu diperlukan adanya integrasi komunikasi digital dalam program pendidikan dan pelatihan dalam adopsi teknologi (Andari & Yuniarwati, 2023). Oleh karena itu, literasi digital perlu ditopang oleh keterlibatan komunitas dalam pengembangannya di tingkat desa. Disisi lain, kehadiran komunitas dapat memberikan nilai-nilai dan sumber daya lokal dan identitas desa yang unik dan menarik (Kusumastuti et al., 2024).

Dari deskripsi tersebut, maka perlunya memperhatikan penerapan teknologi digital yang juga ikut meningkatkan kompetensi aktor untuk menggunakan alat ini secara efektif. Dengan menumbuhkan literasi digital di antara masyarakat lokal, desa wisata dapat lebih mudah beradaptasi dengan perubahan tata kelola pariwisata modern. Singkatnya, dalam upaya memajukan literasi digital

sangat penting untuk mempromosikan pariwisata desa melalui situs web dan platform digital. Disisi lain, hal ini membutuhkan program pelatihan yang ditujukan bagi komptensi literasi digital yang sesuai dengan konteks masyarakat desa.

Desa Wasuumba Kecamatan Wabula Kabupaten Buton pada tahun 2024 ditetapkan sebagai 100 Besar Desa Wisata Indonesia Terbaik (Jadesta Kemenparekraf RI, 2024). Desa ini memiliki jumlah penduduk pada tahun 2024 sebanyak 831 jiwa (BPS Kab. Buton, 2024), dengan proporsi mencapai 56 persen pendudukan memiliki aktivitas ekonomi berbasis pada potensi daerah pesisir. Sejalan dengan itu, wilayah pesisir selalu berkaitan dengan adanya potensi sektor pariwisata laut dan budaya lokal masyarakat pesisir. Selain pariwisata, Desa Wasuumba juga memiliki potensi kerajinan tenun pewarna alami, seni budaya masyarakat adat, budaya tradisi tombak ikan (*pindoko*) pada wilayah *kaombo* laut, dan usaha kecil cemilan khas daerah.

Namun demikian, potensi pariwisata yang berprestasi nasional belum diikuti dengan capaian ekonomis bagi potensi desa yang lainnya untuk kesejahteraan masyarakat. Promosi bidang pariwisata desa belum mampu ikut meningkatkan pendapatan masyarakat pada sentra ekonomi lainnya di desa. Seperti halnya dalam pengelolaan destinasi wisata Pantai Lahonduru, yang berdasarkan wawancara dengan Kepala Desa Wasuumba La Tuni, S. Pd, jika pada momen tertentu kelompok masyarakat bisa mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 2 Juta – 2,5 Juta khususnya pada jasa restribusi dan penyediaan *homestay*. Lemahnya manajemen promosi oleh pokdarwis yang telah dibentuk sejak tahun 2020, disebabkan belum optimalnya pemanfaatan sarana *platform* digital untuk mampu mendorong pemasaran produk pariwisata dan menjamin pendapatan kelompok yang berkelanjutan dari usaha ini.

Saat ini destinasi wisata desa wasuumba, dikelola melalui Pokdarwis Lahonduru Desa Wasuumba yang dibentuk pada tahun 2020, dan saat ini diketuai oleh Anwar Nun Rajab serta memiliki 27 orang anggota. Dalam mempromosikan wisata desa pokdarwis memanfaatkan media *facebook* dan *instagram* untuk menyebarluaskan potensi dan kegiatan kelompok secara berkala. Akan tetapi dari hasil observasi dan diskusi dengan pemerintah desa dan pokdarwis, disepakati bahwa masyarakat desa memiliki keterbatasan akses internet hampir diseluruh wilayah desa, hal ini menyebabkan manajemen pengelolaan digital wisata tidak berjalan optimal. Selain itu, permasalahan ini disebabkan oleh sejumlah faktor teknis sosial kemasyarakatan, serta kurangnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya literasi digital dalam pengelolaan potensi lokal desa.



Gambar 1. Observasi Permasalah Desa dengan Kepala Desa Wasuumba (kiri), dan Diskusi Kebutuhan Mitra Sasaran Pokdarwis Desa Wasuumba (kanan)

Permasalahan lainnya ada pada kemampuan pemasaran produk pariwisata yang masih terbatas dalam memanfaatkan teknologi digital. Dengan model pemasaran yang masih tradisional membuat usaha wisata ini belum cukup mampu menjangkau konsumen yang lebih luas. Meski saat ini media promosi yang digunakan melalui media sosial *Facebook* dan *Instagram*, namun minimnya pengelolaan konten yang menarik membuat aksesibilitasnya sangat terbatas. Karenanya keterbatasan ini dapat mengakibatkan pengelolaan desa wisata wasuumba kehilangan peluang untuk

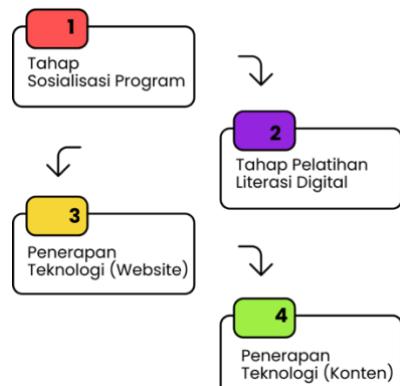
mengoptimalkan promosi dan meningkatkan daya saingnya di pasar pariwisata yang semakin kompetitif

Pemanfaatan pariwisata dapat membantu perkonomian desa menjadi lebih baik, karenanya Desa Wasuembra memiliki peluang untuk memanfaatkan berbagai platform digital untuk promosi, seperti media sosial, *website*, dan aplikasi berbasis internet. Namun, rendahnya pemahaman tentang literasi digital, akan sulit dalam membagikan potensi desa (Li & Ding, 2022). Program pengabdian ini, ditujukan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi informasi dan meningkatkan kualitas promosi desa wisata, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan. Materi pembelajaran yang relevan dan adaptif juga akan dipersiapkan agar sesuai dengan konteks lokal, sehingga dapat mengakomodasi kebutuhan spesifik masyarakat. Diantaranya, penguatan kelompok berbasis komunitas (Wijaya et al., 2022), sekaligus juga penguatan pada analisis potensi usaha yang lebih aplikatif (La Ode Alimusa Musa et al., 2021), mekanisme pemasaran dan promosi yang mengunggulkan layanan yang mudah diakses (L.M. Azhar Sa'ban; Ilwan Ilwan; Rosita Rosita, 2023), pengembangan pemasaran berbasis digital (Ardiansah Putra et al., 2021), serta kompetensi model pemasaran digital yang ramah pengguna (Ardiansah Putra et al., 2021; Suherman & Mayunita, n.d.). Kebutuhan akan digitalisasi desa saat ini, menjadi kebutuhan sekaligus pula tantangan yang perlu diselesaikan secara dengan program yang holistik dan berkelanjutan.

Untuk itu, perlu adanya upaya untuk dapat mendorong adanya peningkatan pendapatan masyarakat melalui daya tarik desa wisata. Untuk itu melalui pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengelolaan dan promosi desa wisata yang berkelanjutan. Pada gilirannya akan berkontribusi pada perbaikan layanan pariwisata pemerintah desa, peningkatan ekonomi masyarakat desa dan kelestarian budaya lokal Desa Wasuembra.

Metode

Metode pelaksanaan Program Aksi Literasi Digital di Desa Wisata Wasuembra dilaksanakan dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat, yang secara utuh dilakukan melalui lima tahapan utama, yaitu: (1) sosialisasi kepada masyarakat dan mitra untuk memperkenalkan tujuan serta manfaat program; (2) pelatihan manajemen usaha pariwisata dan pendampingan administrasi berbasis digital; (3) penerapan teknologi berupa pembangunan website resmi desa wisata, penyusunan konten, serta pemasangan jaringan internet Starlink; (4) workshop konten digital meliputi pelatihan fotografi dan videografi untuk promosi pariwisata pada berbagai platform digital; serta (5) pendampingan dan evaluasi untuk memastikan keberlanjutan, sekaligus monitoring tingkat pemahaman literasi digital masyarakat. Keseluruhan tahapan ini dirancang secara partisipatif bersama Pokdarwis Lahonduru dan Pemerintah Desa guna menjamin keberlanjutan pengelolaan wisata berbasis digital.



Gambar 2. Tahapan Metode Pelaksanaan Kegiatan

Melalui tahapan metode yang dilakukan tersebut, maka Tim PKM menyusun jadwal pelaksanaan kegiatan ini sebanyak 3 (empat) kegiatan yang dilakukan dalam rentang waktu selama 2 Bulan, yakni Tahap 1 dan 2 pada 21 Juli 2025, Tahap 3 pada 8 Agustus 2025 dan Tahap 4 pada 30 Agustus 2025.

Hasil dan Pembahasan

Desa Wasuumba adalah sebuah desa di Kecamatan Wabula, Kabupaten Buton, Sulawesi Tenggara, yang dikenal dengan potensi wisata alam seperti Pantai Lahonduru dan akuarium alam E'e Tobungku, serta situs bersejarah seperti benteng dan makam kuno. Desa ini memiliki luas wilayah 16,32 km² dan merupakan desa terluas di Kecamatan Wabula.

Sebagai destinasi wisata unggulan, Pantai Lahonduru berada di sudut selatan desa yang ditata dengan baik melalui dana desa, csr dan juga DAK pariwisata kabupaten buton, dengan infrastruktur yang lengkap dan nyaman akan tetapi belum mampu memberi nilai tambah ekonomi bagi desa, disebabkan pengelolaanya terkendala manajemen dan aturan retribusi yang belum ada. Dengan potensi seperti ini, idelanya output dari pengelolaan ragam potensi wisata desa wasuumba mampu memberi nilai tambah ekonomis bagi masyarakat dan desa secara umum. Oleh karena itu, perlu dilakukan pelatihan pengenalan pemasaran digital berbasis website, sekaligus Upaya pelatihan pada pokdarwis dalam rangka mengelola website untuk tujuan promosi pariwisata.

Sosialisasi Program Literasi Digital

Kegiatan PKM ini dilaksanakan dalam bentuk program pelatihan terstruktur dan pendampingan kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Lahonduru Desa Wasuumba. Dalam pelaksanaannya ikut dilibatkan 5 orang mahasiswa yang akan turut serta mendampingi anggota pokdarwis dalam Upaya penerapan teknologi yang menjadi tujuan pelaksanaan program PKM ini. Sosialisasi yang dilakukan bertujuan untuk menjembatani pemahaman kelompok dan aparatur desa terkait manfaat yang dapat diperoleh dalam penggunaan teknologi digital. Implementasi teknologi digital pada setiap program promosi wisata desa, dapat menjamin keberlangsungan potensi wisata menjadi sumber pendapatan asli desa yang disertai pula adanya keberdayaan kelompok Pokdarwis sebagai pihak yang mengelola seluruh destinasi wisata.

Pada pelaksanaan sosialisasi, TIM PKM menekankan bahwa perlunya membuat situs web adalah langkah mendasar dalam mempromosikan desa pariwisata. Hal ini terbukti pada beberapa daerah, melalui pengembangan situs web untuk Kampung Setaman melibatkan proses yang komprehensif, termasuk analisis kebutuhan, desain antarmuka, dan pembuatan konten, menghasilkan skor efisiensi kinerja mencapai 90,2% (Frendiana et al., 2024). Disisi lain, tampilan website lebih memungkinkan untuk visibilitas dan menarik lebih banyak wisatawan, yang mengarah pada peningkatan jumlah pengunjung dan pendapatan lokal (Buana et al., 2024), melalui tampilan fitur-fiturnya yang unik, berkontribusi pada peningkatan visibilitas di mesin pencari dan media sosial, sehingga menarik wisatawan internasional (Zalukhu et al., 2024).

Secara umum, pelaksanaan sosialisasi program oleh TIM disambut baik oleh Pokdarwis dan Pihak Pemerintah Desa. Saat pelaksanaan sosialisasi yang berlangsung di Aula Desa Wasuumba dihadiri sebanyak 21 Orang dari awal hingga selesaiya sosialisasi. Hal ini menunjukkan bahwa muata sosialisasi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan Masyarakat desa khususnya Pokdarwis Lahonduru Desa Wasuumba.

Pelatihan Pemasaran Digital

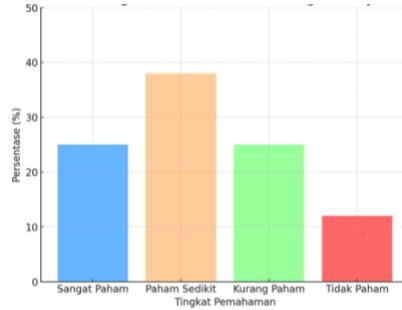
Pelatihan dalam pemasaran digital sebagai materi lanjutan program PKM ini, sangat penting bagi pemangku kepentingan pariwisata untuk secara efektif memanfaatkan alat dan teknik ini. Pelatihan ini ditujukan tidak hanya membekali Pokdarwis Lahonduru dengan keterampilan yang diperlukan untuk membuat konten yang menarik tetapi juga membantu dalam memahami penggunaan strategis berbagai platform digital untuk menjangkau calon wisatawan. Bagian berikut ini akan mengeksplorasi peran pelatihan dalam pemasaran digital untuk promosi pariwisata yang telah diberikan oleh Tim PKM serta capaian yang diperoleh dalam pelatihan tersebut, melalui assessment Pre-Test dan Post-Test yang diberikan untuk dapat menganalisis capaian pelatihan yang dilakukan oleh Tim PKM.

Pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan akan membantu pemangku kepentingan memahami cara memanfaatkan platform website yang berbeda secara teknis dengan hanya menggunakan media sosial. Sementara itu, disampaikan pula kepada peserta pelatihan pemasaran digital bahwa dengan mempertimbangkan konteks pengembangan pariwisata yang lebih luas, sebaiknya dilakukan integrasi pemasaran digital dengan metode promosi berbasis website untuk semakin memperkuat dampak promosi tersebut. Oleh karena itu, pemasaran digital terus berkembang, pelatihan dan adaptasi berkelanjutan akan diperlukan untuk sepenuhnya memanfaatkan potensinya di sektor pariwisata.

Capaian pelaksanaan kegiatan pelatihan ini oleh Tim PKM, diukur melalui analisis terhadap hasil perhitungan *pre-test* dan *post test* peserta kegiatan, yang kemudian dibandingkan antara keduanya sebagai hasil akhir dari proses pelatihan yang telah dilakukan. Adapun rincian hasil yang diperoleh dari test yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Hasil Analisis *Pre-Test*

Pada hasil rekapitulasi isian quisioner saat pre test, diperoleh bahwa rata-rata pemahaman masyarakat tentang literasi digital mencapai 25 persen atau sekitar 5 orang. Dengan rincian pada tabel berikut:



Jumlah Responden (orang)	Tingkat Pemahaman				Jumlah
	Sangat Paham	Paham	Kurang Paham	Tidak Paham	
21	12%	25%	38%	25%	100%
	2	5	8	5	

Gambar 3. Grafik Pemahaman Masyarakat melalui Jawaban Pre-Test

Dari hasil ini, bisa disimpulkan bahwa meskipun sebanyak (25%) dari peserta kegiatan atau 5 orang berkomentar bahwa mereka paham tentang literasi digital, namun sebanyak 38 persen peserta (8 orang) yang kurang paham dan sebanyak 25 persen peserta (5 orang) tidak paham. Hal ini

menunjukkan bahwa peserta membutuhkan pelatihan lebih lanjut untuk meningkatkan pemahaman mereka.

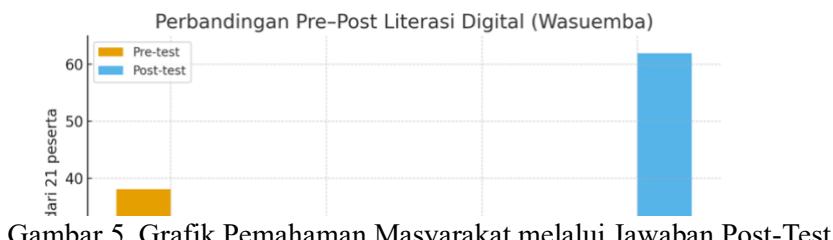
2. Hasil Analisis Post-Test

Pada hasil rekapitulasi isian quisioner saat *post-test*, diperoleh bahwa rata-rata pemahaman masyarakat setelah mendapatkan pelatihan pada kegiatan yang diselenggarakan adalah terjadi peningkatan pengetahuan tentang literasi digital mencapai 25 persen atau sekitar. Dengan rincian pada tabel berikut:

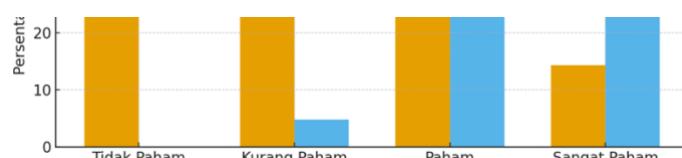


Gambar 4. Grafik Hasil Pemahaman Post-Test

Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat sudah memiliki pemahaman yang baik mengenai literasi digital dan hanya sedikit yang perlu meningkatkan pemahaman mereka. Hasil tersebut dapat diamati bahwa sebanyak (60%) dari peserta kegiatan atau 12 orang berkomentar bahwa mereka sangat paham tentang literasi digital, sebanyak 33 persen peserta (6 orang) yang merasa paham dan sebanyak 5 persen peserta (2 orang) merasa masih kurang paham terhadap manfaat literasi digital. Meski demikian, capaian ini tetap membutuhkan pendampingan dan penyelenggaraan pelatihan lanjutan mengingat bahwa literasi digital tidak saja digambarkan sebagai tingkat pengetahuan/pemahaman masyarakat namun juga adalah kemampuan mengoperasionalisasikan teknologi digital untuk pengembangan sektor pariwisata di desa.



Gambar 5. Grafik Pemahaman Masyarakat melalui Jawaban Post-Test



Gambar 6. Grafik perbandingan perolehan hasil Pre-Test dan Post-Test Peserta Pelatihan

Dari gambar 5, dapat diperbandingkan bahwa terjadi peningkatan level pengetahuan peserta kegiatan dalam hal pengetahuan tentang literasi digital, khususnya pada aspek pemasaran digital desa wisata wasuembra. Akan tetapi, capaian ini belum dapat menggambarkan keseluruhan tingkat keberdayaan peserta, sehingga masih dibutuhkan pelatihan lanjutan, sekaligus pendampingan terhadap peserta kegiatan dalam hal ini pokdarwis lahonduru desa wasuembra. Disisi lain, pengetahuan tentang pemasaran digital perlu ditunjang dengan sarana dan prasarana jaringan internet yang handal untuk dapat digunakan dalam pengelolaan infrastruktur digital atau dalam hal ini website desa wisata.

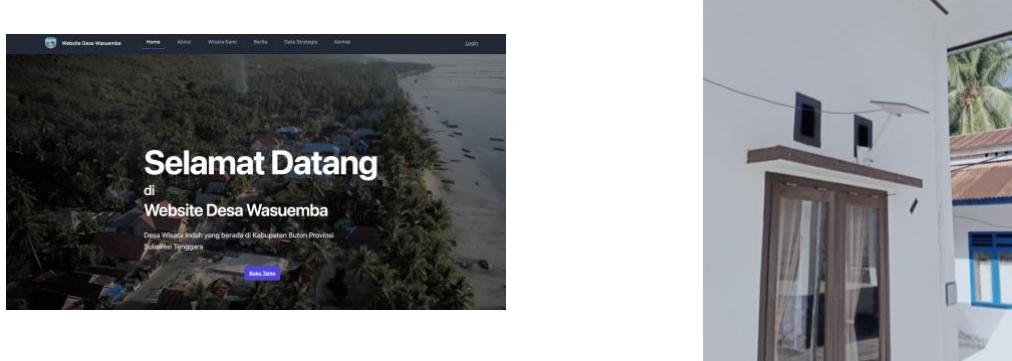


Gambar 7. Dokumentasi Sosialisasi dan Pelatihan

Penerapan Teknologi (Website dan Jaringan Internet)

Penerapan teknologi, terutama situs web dan pemasangan jaringan internet, memainkan peran penting dalam pengembangan dan promosi desa wisata wasuembra. Dengan penerapan teknologi tersebut dapat memfasilitasi penyebaran informasi, meningkatkan visibilitas, dan meningkatkan pengelolaan sumber daya pariwisata. Oleh karena itu, tahapan selanjutnya program PKM ini adalah penerapan teknologi melalui pembuatan website dan pemasangan jaringan internet starlink yang lebih mudah dijangkau pada lokasi desa.

Pembuatan website dirancang untuk memberikan aksesibilitas pada masyarakat umum dalam mengakses informasi wisata, diantaranya destinasi wisata dan ketersediaan homestay di Desa Wasuembra. Website yang dibuat dapat diakses pada link <https://wasuembra-desa.id/>, dan tampilannya lebih menonjolkan aspek promosi wisata desa. Disisi lain, kondisi desa yang memang memiliki keterbatasan dalam akses internet, maka website yang digunakan dibantu dengan pemasangan jaringan internet starlink.



Gambar 8. Tampilan Website dan Pemasangan Jaringan Internet Starlink

Untuk menunjang keberfungsian website desa, maka Tim PKM melakukan pendampingan operasionalisasi penggunaan website, meliputi pembagian roles akun, pengisian profil, penambahan konten foto dan video, serta pengintegrasian laman media sosial Pokdarwis kedalam website yang dibuat. Dari proses tersebut, Tim PKM mengamati adanya peningkatan pemahaman Pokdarwis dalam

mengoperasionalisasikan website dengan sangat baik. Situs web berfungsi sebagai alat utama untuk mempromosikan desa-desa wisata dengan memberikan informasi komprehensif tentang atraksi, akomodasi, dan kegiatan.

Pendampingan Konten Digital

Tahap selanjutnya yang dilakukan oleh Tim adalah pendampingan konten digital untuk manajer pariwisata adalah strategi penting untuk meningkatkan promosi dan pengelolaan tujuan wisata. Pendekatan ini melibatkan pelatihan dan dukungan manajer pariwisata dalam membuat dan memanfaatkan konten digital secara efektif untuk menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan dampak ekonomi pariwisata. Proses pendampingan biasanya mencakup pelatihan dalam strategi pemasaran digital, pembuatan konten, dan penggunaan platform digital untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Inisiatif ini sangat penting bagi manajer pariwisata untuk beradaptasi dengan era digital dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kegiatan pariwisata.

Dengan menggunakan pendampingan pembuatan konten digital dalam promosi pariwisata, dimaksudkan untuk membantu dalam menciptakan konten yang bersih dan menarik, yang dapat dibagikan di platform seperti YouTube untuk meningkatkan kesadaran dan menarik pengunjung (Yuliana & Siahaan, 2023). Program pengabdian masyarakat bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku pariwisata lokal, memungkinkan mereka untuk secara efektif menggunakan pemasaran digital untuk mempromosikan potensi pariwisata dan mendukung ekonomi lokal (Sadat et al., 2023).

Dalam pendampingan konten digital, peran serta anggota pokdarwis sebanyak 6 orang termasuk ketua pokdarwis. Pendampingan ini berlangsung di Pantai Lahonduru dengan fokus untuk membuat konten tentang pantai dan kolam ikan purba, metode ini dilakukan untuk langsung pada praktik yang didampingi pula oleh mahasiswa terlatih dalam membuat konten digital.



Gambar 9. Dokumentasi Pendampingan Membuat Konten Digital

Strategi penggunaan pemasaran berbasis konten digital (DCM) menawarkan peluang bagi pengelola pariwisata untuk beralih dari pendekatan penjualan tradisional untuk membantu dan melibatkan pada calon wisatawan potensial melalui konten inovatif di website. Namun demikian, dari proses yang telah dilaksanakan oleh Tim PKM, mengakui bahwa faktor-faktor seperti keterbatasan infrastruktur, berbagai tingkat literasi digital, dan perbedaan budaya dapat memengaruhi penerimaan kelompok Pokdarwis dalam menerima efektivitas strategi pemasaran digital sebagai solusi saat ini. Oleh karena itu, kedepan Tim akan lebih memperhatikan program pendampingan yang disesuaikan dan mempertimbangkan perbedaan lokasi dan tingkat pendidikan masyarakat serta memberikan dukungan berkelanjutan untuk berhasilnya implementasi pemasaran digital dalam tata kelola pariwisata di desa.

Oleh karena itu, melalui seluruh rangkaian pelaksanaan PKM oleh Tim mendapatkan bahwa keberfungsiannya teknologi digital menjadi layanan yang perlu dikembangkan sekaligus dibangun

keberlanjutannya pada tingkatan kelompok masyarakat. adapun, luaran yang dihasilkan dalam program kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Luaran Kegiatan PKM

Aspek Keberdayaan	Sebelum Intervensi	Setelah Intervensi	Bentuk Intervensi
Pemasaran Digital	Belum ada Website	Tersedia Website	Pembuatan Website; Pelatihan Operasionalisasi Website dan Pengadaan Jaringan Internet Starlink
Manajemen Usaha	Belum tersedia konten digital wisata dan homestay	Tersedia konten digital wisata dan homestay	Pelatihan Manajemen Usaha, Pendampingan Pembuatan Konten Digital; dan Pendampingan Pembuatan Konten Digital Lanjutan

Sumber: Analisis Pelaksanaan Kegiatan, 2025

Simpulan dan Saran

Berdasarkan seluruh rangkaian pelaksanaan kegiatan, maka program PKM yang dilakukan Bersama mitra Pokdarwis Lahonduru melalui tahapan sosialisasi, pelatihan manajemen, pembangunan website desa (<https://wasuumba-desa.id>), pemasangan jaringan internet Starlink, serta pendampingan pembuatan konten digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dari 38% (pra-test) menjadi 60% sangat paham (pasca-tes), optimalisasi peningkatan pengetahuan mitra ini juga ditambah dengan melakukan pelatihan oprasionalisasi website dan pendampingan pembuatan konten digital. Secara akademik, program ini telah memperkenalkan model literasi digital berbasis komunitas untuk pengembangan desa wisata. Secara sosial-ekonomi, kegiatan ini meningkatkan partisipasi masyarakat, memperluas promosi, mendorong kunjungan wisatawan, serta membuka peluang usaha baru. Dengan demikian, program ini menegaskan pentingnya integrasi literasi digital, infrastruktur, dan partisipasi komunitas dalam memperkuat daya saing desa wisata di era digital. Saran untuk program selanjutnya adalah untuk lebih memperhatikan perbedaan lokasi dan perbedaan tingkat pendidikan masyarakat khususnya mitra kegiatan, serta memberikan dukungan berkelanjutan untuk berhasilnya implementasi pemasaran digital dalam tata kelola pariwisata di desa yang terus mengalami pembaharuan.

Ucapan Terima Kasih

Kepada Hibah Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat, Direktorat Riset, Teknologi, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, Dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi

Tahun Anggaran 2025

Daftar Pustaka

- Abidin, J., Fedrina, R., & Agustin, R. (2022). Penguanan 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>
- Andari, R., & Yuniawati, Y. (2023). Potential and Obstacles in the Implementation of Digitalization in Tourism Villages (Case Studies in Banceuy Traditional Villages). *Jurnal Pariwisata Pesona*, 8(1), 14–21. <https://doi.org/10.26905/jpp.v8i1.9132>
- Ardiansah Putra, M. R., Hidayatullah, M., Dahlan, D., Nurcahyani, S., & Zaindra, W. O. R. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESA BAHARI KABUPATEN BUTON SELATAN. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 121–126. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i1.1390>
- BPS Kab. Buton. (2024). *BPS Kabupaten Buton*. <https://butonkab.bps.go.id/publication/2024/02/28/18ac8719ba691f7bbd0483ac/kabupaten-n-buton-dalam-angka-2024.html>
- Buana, C., Pamungkas, R. B., Muntaha, R. F., & Umami, Z. (2024). Membangun Identitas Desa Wisata Tajuk melalui Website menggunakan Metode Waterfall: Analisis Komunikasi dan Strategi Digital Branding. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6(1), 261–272. <https://doi.org/10.35870/jimik.v6i1.1147>
- Frendiana, V., Utami, B. T., Widhiantoro, D., Wagyana, A., Fathurahman, M. D., & Zulhelman. (2024). *Pembuatan Aplikasi Web Desa Wisata Cipayung Depok*. <https://doi.org/10.32722/mapnj.v7i1.6370>
- Jadesta Kemenparekraf RI, K. R. (2024). *Desa Wisata Wasuumba*. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/wasuumba>
- Kusumastuti, H., Pranita, D., Viendyasari, M., Rasul, M. S., & Sarjana, S. (2024). Leveraging Local Value in a Post-Smart Tourism Village to Encourage Sustainable Tourism. *Sustainability*, 16(2), 873. <https://doi.org/10.3390/su16020873>
- La Ode Alimusa Musa, Sitti Zakiah Ma'mun, Abdul Rahman, & Ahmad Muhlis Nuryadi. (2021). Expanding Balance Scorecard to Islamic Business Performance Model on Indonesian Muslim Entrepreneurs: Evidence in Southeast Sulawesi. *Agregat*, 5(2), 249–260. https://doi.org/10.22236/agregat_vol5/is1pp78-96
- Li, L., & Ding, H. (2022). The Relationship between Internet Use and Population Health: A Cross-Sectional Survey in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1322. <https://doi.org/10.3390/ijerph19031322>
- L.M. Azhar Sa'ban; Ilwan Ilwan; Rosita Rosita. (2023). PROMOTION TOURISM WAWOANGI VILLAGE. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol 3 No 8: Januari 2023, 7271–7280. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/2371/1868>
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata Di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- Primasari, I., Wijaya, S. H. B., Prabowo, H. H. S., & Suranto, J. (2023). Cyber Physical System: The Role of Website as a Medium of Digital Marketing for Ecotourism. *Jurnal Penelitian Pendidikan Ipa*, 9(12), 11111–11116. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v9i12.5562>
- Raharjana, D. T., & Putra, H. S. A. (2020). Penguanan SDM Dalam E-Marketing Untuk Promosi Desa Wisata Di Kabupaten Malang. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2), 140. <https://doi.org/10.22146/jnp.60403>
- Sadat, A., Lawelai, H., Hastuti, H., Tasmin, L. O., Nurfaiza, N., & Restiani, S. A. (2023). *Digital Tourism Training for Tourism Awareness Groups in Galanti Village, Buton Regency*. <https://doi.org/10.55824/jpm.v2i1.234>
- Suherman, A., & Mayunita, S. (n.d.). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN PELATIHAN MANAJEMEN USAHA BAGI PENGRAJIN TENUN TRADISIONAL DI DESA WABULA BUTON*.

- Wijaya, A. A. M., Basir, M. A., & Lawelai, H. (2022). Community Based Tourism in The Development of Sustainable Tourism in Baubau City. *APLIKATIF: Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities*, 1(1), 28–38. <https://doi.org/10.59110/aplikatif.v1i1.32>
- Yuliana, Y., & Siahaan, S. V. br. (2023). Pelatihan Destinasi Wisata Bersih Melalui Teknologi Media Digital Dalam Menun-jang Pariwisata Desa Cipta Karya. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 6(2), 191–196. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v6i2.1980>
- Zalukhu, F. A., Harefa, A. T., Zebua, E. P., & Zega, R. (2024). Boosting Tourism Village Appeal: Strategies for Effective English Language Content Creation. *Journal of English Language Teaching and Literature*, 5(2), 560–569. <https://doi.org/10.56185/jelita.v5i2.832>