

Peran Pokdarwis dalam Optimalisasi Media Digital untuk Promosi Wisata Lokal di Buton Selatan

La Muhadi¹, Ansori²,

^{1, 2, 3} IKIP Siliwangi, Cimahi

¹ rumbiaadin@gmail.com, ² ansoryalb@ikipsiliwangi.ac.id

Received: 02 July, 2025; Accepted: 10 November, 2025

Abstract

Digital technology has opened up significant opportunities for community-based tourism promotion. This study aims to explore how local tourism groups, specifically Tourism Awareness Groups (Pokdarwis), utilize digital media as a communication strategy to showcase village tourism potential. A descriptive qualitative method was employed using in-depth interviews, participatory observation, and document analysis. The research focused on three tourism villages in South Buton Regency: Bahari, Batuatas, and Sampolawa. The findings reveal that Pokdarwis in the first two villages actively managed platforms like Instagram and TikTok to create engaging visual narratives. This effort contributed to a 30% increase in tourist visits over the past year. The success was supported by youth involvement and participatory digital literacy training. Conversely, limited human resources and digital infrastructure were key challenges in the third village. The study highlights the need for collaboration between Pokdarwis, local governments, and digital practitioners to develop an inclusive, sustainable, and empowering tourism promotion system. Community-based education plays a central role in strengthening digital self-reliance among local residents.

Keywords: Pokdarwis, digital media, tourism promotion, community empowerment

Abstrak

Pemanfaatan teknologi digital telah membuka peluang besar dalam promosi pariwisata berbasis komunitas. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana komunitas lokal, khususnya Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), memanfaatkan media digital sebagai strategi komunikasi dalam memperkenalkan potensi wisata desa. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Penelitian difokuskan pada tiga desa wisata di Kabupaten Buton Selatan, yaitu Desa Bahari, Batuatas, dan Sampolawa. Hasil menunjukkan bahwa Pokdarwis di dua desa pertama telah secara aktif mengelola media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk membangun narasi visual yang menarik. Hal ini berdampak pada peningkatan kunjungan wisata sebesar 30% dalam periode satu tahun terakhir. Temuan juga menunjukkan bahwa keberhasilan tersebut didukung oleh keterlibatan generasi muda dan pelatihan literasi digital yang bersifat partisipatif. Di sisi lain, keterbatasan sumber daya manusia dan infrastruktur masih menjadi hambatan utama di desa ketiga. Penelitian ini menegaskan pentingnya kolaborasi antara Pokdarwis, pemerintah daerah, dan pelaku digital untuk menciptakan sistem promosi pariwisata yang inklusif, berkelanjutan, dan memberdayakan. Edukasi berbasis komunitas menjadi kunci dalam memperkuat kemandirian digital masyarakat lokal.

Kata Kunci: Pokdarwis, media digital, promosi wisata, pemberdayaan masyarakat

Cara Mengutip: Mahmudi, L., Ansori., Rosyana, T. (2025). Peran Pokdarwis dalam Optimalisasi Media Digital untuk Promosi Wisata Lokal di Buton Selatan. *Jurnal Ilmiah P2M STKIP Siliwangi*. 12 (2), 103-110.

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi salah satu sektor andalan dalam pembangunan ekonomi dan sosial di berbagai daerah, termasuk di Indonesia yang kaya akan keanekaragaman budaya, keindahan alam, dan potensi lokal lainnya (Yadnya & Wibawa, 2020). Dalam beberapa dekade terakhir, arah pengembangan pariwisata mengalami pergeseran dari pendekatan yang bersifat eksploratif ke arah yang lebih partisipatif dan berkelanjutan (Fattah, 2023). Paradigma baru dalam pengelolaan pariwisata menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat lokal secara aktif dalam merancang, mengelola, dan mempromosikan destinasi wisata (Elda et al., 2024). Pendekatan

ini dikenal dengan konsep pariwisata berbasis komunitas atau *community-based tourism*, yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama pembangunan, bukan sekadar penerima manfaat (Ansori et al., 2024).

Seiring berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, strategi promosi dalam sektor pariwisata juga mengalami transformasi yang signifikan. Media digital telah membuka ruang baru dalam menyampaikan informasi, membangun narasi destinasi, serta menjangkau pasar yang lebih luas secara cepat, hemat biaya, dan terukur (Mulyono & Ansori, 2020). Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, hingga kanal video YouTube memungkinkan visualisasi potensi wisata yang lebih menarik dan interaktif. Di sisi lain, berkembangnya perangkat digital juga menumbuhkan peran wisatawan sebagai produsen konten (*user-generated content*), yang turut berkontribusi dalam memperkenalkan dan memperkuat citra suatu destinasi melalui testimoni dan pengalaman pribadi.

Dalam konteks lokal, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) hadir sebagai entitas sosial yang memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan dan promosi wisata berbasis masyarakat. Pokdarwis tidak hanya berfungsi sebagai pengelola destinasi, tetapi juga sebagai penggerak kesadaran warga, fasilitator pelatihan, serta komunikator antara masyarakat, wisatawan, dan pemerintah. Keberhasilan Pokdarwis dalam menjalankan peran tersebut sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam mengakses dan mengelola informasi, termasuk dalam memanfaatkan media digital secara optimal. Sayangnya, kapasitas Pokdarwis dalam bidang ini masih sangat bervariasi, tergantung pada tingkat literasi digital, dukungan infrastruktur, dan partisipasi masyarakat lokal.

Fenomena ini dapat diamati secara nyata di Kabupaten Buton Selatan, Provinsi Sulawesi Tenggara, yang memiliki potensi wisata alam dan budaya yang cukup besar. Di wilayah ini terdapat desa-desa wisata seperti Bahari, Batuatas, dan Sampolawa yang memiliki karakteristik dan daya tarik yang berbeda-beda. Pokdarwis di Desa Bahari dan Batuatas telah mulai menerapkan strategi promosi digital melalui media sosial dengan pendekatan kreatif berbasis komunitas. Konten visual yang konsisten, keterlibatan generasi muda, dan pembentukan tim promosi internal menjadi elemen penting dalam peningkatan kunjungan wisatawan. Sementara itu, Pokdarwis di Desa Sampolawa menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan infrastruktur digital, kurangnya pelatihan, dan minimnya partisipasi masyarakat dalam promosi digital.

Beberapa studi sebelumnya telah membahas peran media digital dalam promosi pariwisata dan pengaruhnya terhadap keputusan wisatawan. Penelitian-penelitian tersebut umumnya menekankan aspek teknologi dan perilaku pengguna, seperti pengaruh konten Instagram terhadap minat kunjungan atau efektivitas iklan daring dalam menarik wisatawan. Namun, belum banyak studi yang secara khusus mengkaji bagaimana kelompok masyarakat seperti Pokdarwis secara aktif mengelola media digital sebagai bagian dari strategi pemberdayaan komunitas dalam promosi wisata. Padahal, pemahaman terhadap dinamika ini sangat penting untuk merancang model intervensi yang sesuai dengan konteks sosial dan budaya lokal.

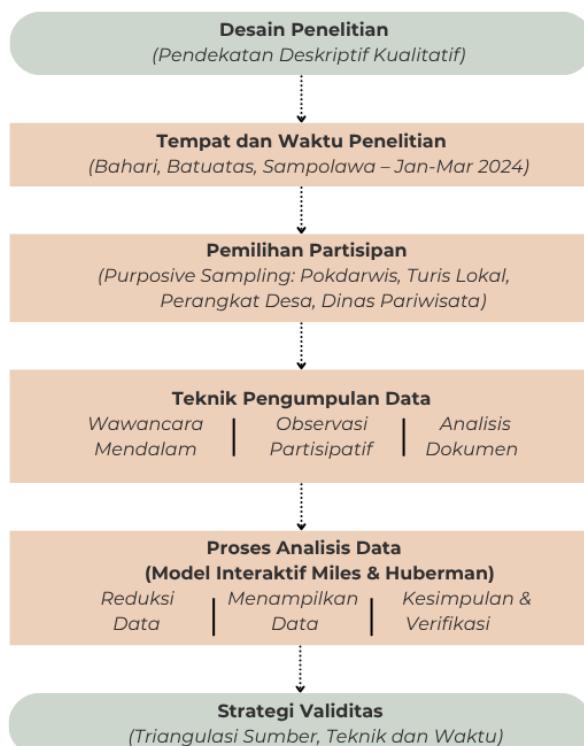
Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam bagaimana Pokdarwis memanfaatkan media digital sebagai alat promosi wisata di tingkat lokal, dengan melihat faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam proses tersebut. Studi ini juga berupaya untuk mengidentifikasi strategi-strategi yang terbukti efektif dalam mendorong kunjungan wisatawan melalui pendekatan berbasis komunitas. Selain itu, penelitian ini ingin memberikan rekomendasi konkret yang dapat dijadikan dasar dalam penyusunan program pelatihan, pendampingan, dan kebijakan promosi wisata yang lebih partisipatif dan berkelanjutan.

Konteks perubahan digital yang semakin cepat menuntut adanya kesiapan dari berbagai aktor pariwisata, termasuk komunitas lokal, untuk beradaptasi secara kreatif dan mandiri. Dalam hal ini, pendidikan masyarakat memegang peran penting sebagai sarana peningkatan kapasitas dan kesadaran digital warga. Melalui pendekatan nonformal dan partisipatif, pendidikan masyarakat dapat membantu Pokdarwis memahami peran strategis media digital, merancang konten yang efektif, serta mengelola komunikasi daring secara profesional. Dengan begitu, promosi wisata tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah atau pelaku industri, tetapi juga menjadi ruang pemberdayaan bagi komunitas lokal.

Penelitian ini membawa pendekatan yang berbeda dari kajian sebelumnya karena memadukan analisis strategi komunikasi digital dengan konteks pemberdayaan dan pendidikan masyarakat. Fokus pada pengalaman langsung Pokdarwis di tingkat desa menjadi kekuatan utama yang memberikan gambaran konkret tentang tantangan dan peluang dalam promosi wisata digital berbasis komunitas. Temuan dari penelitian ini diharapkan tidak hanya bermanfaat secara akademik, tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi upaya peningkatan kemandirian digital komunitas wisata di daerah-daerah berkembang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam strategi optimalisasi media digital oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam promosi wisata berbasis komunitas. Rancangan ini dipilih karena sesuai untuk menggali perspektif, pengalaman, dan praktik sosial yang kompleks dalam konteks lokal. Penelitian dilakukan pada periode Januari hingga Maret 2024 di tiga desa wisata di Kabupaten Buton Selatan, yaitu Desa Bahari, Desa Batuatas, dan Desa Sampolawa. Lokasi dipilih secara purposif berdasarkan keberadaan dan aktivitas Pokdarwis yang bervariasi dalam memanfaatkan media digital. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Pokdarwis, pelaku usaha pariwisata lokal, dan pihak Dinas Pariwisata. Sampel ditentukan secara purposif, dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif dalam kegiatan promosi digital. Informan utama terdiri dari pengurus Pokdarwis, aparat desa, pelaku usaha lokal, dan perwakilan Dinas Pariwisata. Teknik pengumpulan data meliputi: 1) Wawancara mendalam, untuk mengeksplorasi pengalaman dan strategi Pokdarwis, 2) Observasi partisipatif, untuk mengamati langsung aktivitas promosi digital di lapangan, dan 3) Studi dokumentasi, terhadap konten media sosial, pelatihan digital, dan laporan kegiatan Pokdarwis. Data dianalisis menggunakan model Miles & Huberman (1994), yang terdiri dari tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu untuk menjamin keabsahan dan keterandalan hasil.



Gambar 1. Diagram Alur Metode Penelitian

HASIL DAN DISKUSI

Hasil

Penelitian ini dirancang untuk mengeksplorasi strategi optimalisasi media digital yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam mempromosikan destinasi wisata di Kabupaten Buton Selatan. Proses pengumpulan data dilakukan selama tiga bulan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi di tiga desa wisata: Bahari, Batuatas, dan Sampolawa. Setiap lokasi menampilkan dinamika yang berbeda dalam penggunaan media digital sebagai alat promosi.

Kondisi Awal dan Pola Promosi Digital

Desa Bahari dan Desa Batuatas menunjukkan tingkat kesiapan yang lebih tinggi dalam mengadopsi media digital dibandingkan Desa Sampolawa. Di Bahari, Pokdarwis telah membentuk tim khusus untuk mengelola akun media sosial seperti Instagram dan TikTok. Akun tersebut aktif digunakan untuk membagikan foto, video pendek, serta narasi edukatif seputar keindahan laut, budaya lokal, dan atraksi wisata. Pokdarwis di Batuatas

menerapkan pendekatan serupa dengan fokus pada visualisasi kekayaan alam dan aktivitas wisata lokal. Pengelolaan media digital dilakukan oleh kelompok pemuda desa yang tergabung dalam sub-unit Pokdarwis, dengan jadwal unggahan konten yang terstruktur setiap minggu. Sebaliknya, Desa Sampolawa belum memiliki struktur promosi digital yang jelas. Tidak terdapat akun media sosial aktif yang dikelola oleh Pokdarwis, dan promosi masih mengandalkan metode konvensional seperti spanduk, baliho, dan selebaran cetak.

Perangkat Digital dan Infrastruktur Pendukung

Akses terhadap teknologi menjadi faktor pembeda yang signifikan di ketiga desa. Desa Bahari dan Batuatas telah mendapatkan dukungan perangkat seperti kamera digital, ponsel berkamera tinggi, tripod, serta akses internet 4G yang stabil di beberapa titik strategis. Fasilitas ini sebagian diperoleh dari program bantuan Dinas Pariwisata dan sebagian dari swadaya komunitas. Sementara itu, Desa Sampolawa menghadapi kendala sinyal internet yang tidak stabil, minimnya perangkat dokumentasi, dan ketiadaan pelatihan pengelolaan media digital. Kondisi ini menghambat kemampuan Pokdarwis dalam memproduksi dan menyebarluaskan konten promosi yang kompetitif.

Aktivitas Produksi Konten Digital

Data observasi menunjukkan bahwa Pokdarwis di Bahari dan Batuatas telah menjalankan proses produksi konten secara sistematis. Konten yang dibuat meliputi: 1) Foto panorama alam, 2) Video aktivitas wisata (snorkeling, festival budaya, kuliner), 3) Testimoni wisatawan, 4) Konten edukatif mengenai kearifan lokal. Proses produksi dilakukan secara gotong-royong dengan pelatihan mandiri yang didampingi oleh relawan mahasiswa dan pegiat konten digital lokal. Tabel berikut menggambarkan aktivitas produksi konten digital berdasarkan lokasi:

Tabel 1. Aktivitas Produksi Konten Digital Pokdarwis

No	Desa	Jenis Konten Utama	Frekuensi Unggahan	Tim Pengelola
1	Bahari	Foto & video bahari, testimoni	3–4 kali/minggu	Tim media Pokdarwis (5 org)
2	Batuatas	Dokumentasi budaya, alam, konten edukasi	2–3 kali/minggu	Karang Taruna
3	Sampolawa	Tidak ada konten digital aktif	-	Belum tersedia

Peningkatan Kunjungan Wisatawan

Salah satu indikator penting dalam penelitian ini adalah dampak dari optimalisasi media digital terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata dan catatan Pokdarwis setempat, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah wisatawan di Desa Bahari dan Batuatas dalam periode 2022-2023.

Tabel 2. Data Kunjungan Wisatawan 2021-2023

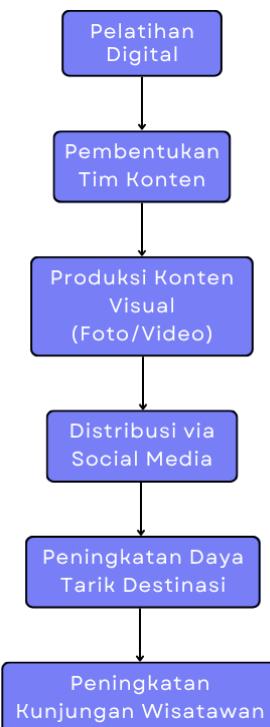
Year	Bahari (orang)	Batuatas (orang)	Sampolawa (orang)
2021	1,250	980	1,030
2022	1,780	1,220	1,050
2023	2,350	1,620	1,070
Δ % 2022-2023	+32%	+33%	+1.9%

Peningkatan paling mencolok terlihat pada desa yang aktif dalam promosi digital, yakni Bahari dan Batuatas. Sementara Desa Sampolawa yang belum menjalankan strategi digital mengalami peningkatan yang stagnan.

Pendidikan dan Pelatihan Digital Komunitas

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan dari Dinas Pariwisata sangat berpengaruh terhadap keberhasilan digitalisasi promosi wisata. Desa Bahari dan Batuatas mendapatkan akses pelatihan intensif selama tahun 2022, yang mencakup: 1) Teknik pengambilan gambar dan video, 2) Strategi media

sosial, 3) Analisis engagement digital. Sebaliknya, Desa Sampolawa belum mendapat program pelatihan serupa. Hal ini menyebabkan rendahnya motivasi dan keterampilan teknis dalam pengelolaan media digital.



Gambar 2. Proses Optimalisasi Media Digital oleh Pokdarwis

Faktor Pendukung dan Penghambat

Berdasarkan analisis lapangan, faktor-faktor yang mendorong keberhasilan optimalisasi media digital antara lain: 1) Ketersediaan perangkat dan jaringan, 2) Partisipasi pemuda lokal, 3) Dukungan pelatihan dari pemerintah, 4) Kepemimpinan Pokdarwis yang progresif. Sedangkan hambatan utama meliputi: 1) Rendahnya literasi digital, 2) Minimnya fasilitas dan infrastruktur internet, 3) Tidak adanya pelatihan, 4) Kurangnya sinergi dengan stakeholder luar.

Diskusi

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa keberhasilan promosi wisata berbasis media digital oleh Pokdarwis sangat dipengaruhi oleh kapasitas organisasi, keterlibatan masyarakat muda, dukungan infrastruktur, dan intensitas pelatihan digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa digitalisasi dalam promosi pariwisata tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial, budaya, dan ekonomi lokal. Dengan kata lain, teknologi hanyalah alat dan keberhasilan pemanfaatannya ditentukan oleh kesiapan sumber daya manusianya.

Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan pandangan *community-based tourism* (CBT), yang menekankan pada pentingnya partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi wisata agar tercipta keberlanjutan sosial dan ekonomi (Goodwin, 2016). Pokdarwis sebagai entitas sosial lokal memiliki posisi strategis dalam mewujudkan prinsip CBT, terlebih ketika mereka mampu mengadopsi media digital sebagai alat untuk memperluas jangkauan promosi dan narasi lokal.

Dalam konteks komunikasi digital, keterlibatan aktif Pokdarwis di Desa Bahari dan Batuatas menunjukkan praktik literasi digital partisipatif yang efektif. Hal ini memperkuat temuan dari penelitian oleh Tussyadiah & Pesonen (2016) yang menyatakan bahwa media sosial mendorong interaksi dua arah antara penyedia destinasi dan wisatawan, mempercepat arus informasi, serta memperkuat kepercayaan terhadap destinasi. Pokdarwis yang aktif menciptakan konten autentik dan lokal mampu menjawab kebutuhan pasar wisatawan akan keunikan dan keaslian Richards (2018).

Selain itu, hasil studi ini mengonfirmasi bahwa pelatihan digital memainkan peran sentral dalam meningkatkan kapasitas promosi komunitas. Pelatihan yang diberikan oleh Dinas Pariwisata di dua desa terbukti mampu meningkatkan kemampuan produksi konten visual dan strategi penyebaran di media sosial. Ini memperkuat temuan BAYSHA et al. (2024) yang menunjukkan bahwa penguatan kapasitas digital masyarakat lokal

berpengaruh langsung pada efektivitas promosi pariwisata. Bahkan, menurut Sahabudin (2024), pelatihan berbasis praktik lapangan lebih efektif dibandingkan pendekatan teoritis semata.

Ketimpangan antar desa, seperti yang terlihat di Desa Sampolawa, juga memberikan gambaran nyata mengenai ketidakmerataan akses dan pengetahuan digital di tingkat lokal. Ini sesuai dengan studi oleh Dimas & Fahlevvi (2024) yang menunjukkan bahwa *digital divide* menjadi tantangan utama dalam implementasi strategi digitalisasi di wilayah 3T (terdepan, terluar, tertinggal). Kondisi ini menegaskan perlunya intervensi afirmatif dan adaptif agar semua komunitas memiliki kesempatan yang sama untuk tumbuh melalui teknologi.

Dalam konteks pembangunan pariwisata desa, kemampuan komunitas untuk memproduksi dan menyebarkan konten secara mandiri merupakan indikator penting kemandirian digital. Fenomena ini relevan dengan pandangan Surahman & Nayla (2022) bahwa pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan nonformal berbasis keterampilan digital merupakan strategi yang menjanjikan untuk memperkuat keberdayaan lokal. Dalam hal ini, Pokdarwis tidak hanya sebagai pengelola wisata, tetapi juga sebagai aktor pendidikan dan komunikasi digital berbasis komunitas.

Sebagai tambahan, daya tarik destinasi yang meningkat karena narasi visual yang dikelola secara profesional juga membuktikan bahwa branding lokal yang kuat dapat dilakukan tanpa bergantung pada promosi konvensional. Menurut Govers & Go (2016), destinasi yang mampu menciptakan identitas naratif berbasis komunitas cenderung memiliki daya tahan pasar yang lebih tinggi. Ini terbukti pada meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke desa yang menjalankan strategi promosi digital secara konsisten.

Kebijakan lokal juga berperan penting. Pemerintah daerah yang menyediakan program pelatihan, akses internet, dan dukungan peralatan menciptakan ekosistem yang mendukung keberhasilan promosi digital (Maulia, 2023). Namun, tanpa partisipasi masyarakat, kebijakan tersebut tidak akan efektif. Di sini, konsep *collaborative governance* menjadi relevan, di mana keberhasilan suatu inisiatif publik sangat ditentukan oleh kerja sama antara negara, masyarakat, dan sektor lainnya (Ansell & Gash, 2008).

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa generasi muda memiliki peran krusial dalam proses transformasi digital komunitas. Generasi ini tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga produsen konten dan penggerak perubahan sosial. Hasil ini sejalan dengan studi oleh Dewi & Nyoman (2024) yang menekankan pentingnya peran pemuda dalam inovasi desa berbasis digital sebagai strategi regenerasi sosial.

Dalam perspektif pendidikan masyarakat, penggunaan media digital oleh Pokdarwis menjadi bentuk pembelajaran kontekstual yang bersifat andragogis. Komunitas belajar sambil bekerja, berbagi pengalaman, dan berkembang bersama dalam praktik nyata. Ini mendukung gagasan Knowles tentang pembelajaran orang dewasa yang berbasis kebutuhan dan pengalaman langsung. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kapasitas teknis, tetapi juga memperkuat kohesi sosial komunitas (Mukharomah et al., 2023).

Lebih lanjut, digitalisasi promosi wisata oleh komunitas juga berkontribusi terhadap pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya pada tujuan ke-8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi) dan ke-11 (kota dan permukiman yang berkelanjutan). Ini ditegaskan oleh penelitian Ansori et al. (2023) yang menyebutkan bahwa pemanfaatan media digital oleh masyarakat lokal dapat menjadi katalisator pertumbuhan ekonomi mikro berbasis potensi desa.

Sebagai catatan kritis, meskipun penelitian ini memberikan gambaran mendalam tentang praktik baik di lapangan, terdapat kebutuhan untuk mengembangkan model pelatihan berkelanjutan yang bisa direplikasi di desa lain. Pendampingan intensif, kolaborasi lintas sektor, serta sistem monitoring berbasis komunitas menjadi syarat penting untuk memastikan keberlanjutan program promosi digital ini.

Dengan demikian, hasil penelitian ini bukan hanya menjadi kontribusi ilmiah, tetapi juga menawarkan implikasi praktis bagi pemerintah, pelaku wisata, dan lembaga pendidikan masyarakat dalam membangun model pemberdayaan digital berbasis komunitas yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan zaman.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam optimalisasi media digital merupakan faktor strategis dalam meningkatkan efektivitas promosi wisata lokal. Keberhasilan Desa Bahari dan Batuatas dalam menarik kunjungan wisatawan secara signifikan menunjukkan bahwa komunitas yang memiliki kapasitas digital, dukungan pelatihan, dan semangat kolaboratif mampu memanfaatkan teknologi sebagai alat pemberdayaan yang konkret. Sebaliknya, keterbatasan akses, rendahnya literasi digital, dan

minimnya dukungan pelatihan menjadi hambatan utama sebagaimana terjadi di Desa Sampolawa. Konfirmasi atas permasalahan awal dalam penelitian ini terlihat jelas, yaitu bahwa tidak semua Pokdarwis memiliki kesiapan yang sama dalam mengadopsi media digital, dan keberhasilan promosi wisata sangat dipengaruhi oleh sinergi antara teknologi, sumber daya manusia, dan dukungan kelembagaan. Temuan ini juga menegaskan bahwa media digital bukan sekadar alat promosi visual, tetapi ruang strategis untuk membangun narasi lokal, memperkuat partisipasi generasi muda, dan menciptakan identitas destinasi yang otentik serta berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini memperlihatkan bahwa pemberdayaan komunitas melalui pelatihan dan pendampingan digital yang berbasis konteks lokal menjadi kunci utama dalam memperkuat posisi Pokdarwis sebagai aktor utama promosi wisata berbasis komunitas. Pendekatan partisipatif, kolaboratif, dan edukatif terbukti mampu menciptakan ekosistem promosi wisata digital yang inklusif, adaptif, dan berorientasi pada kemandirian.

REFERENSI

- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571.
- Ansori, A., Alhadhaq, M. Y., Nuraeni, L., & Estherlita, T. (2024). Community-Based Social Entrepreneurship at Community Learning Centers. *Novateur Publications*, 39–45.
- Ansori, A., Kamil, M., & Hufad, A. (2023). Santri Entrepreneurial Model and its Implementations as Community Empowerment Programs. *Journal of Nonformal Education*, 9(2), 241–250.
- BAYSHA, M. U. H. H., ASTUTI, E. R. P., FAHMI, A., & MASHUR, M. (2024). Peran Pemasaran Digital Dalam Mempromosikan Pariwisata Tandung Andung Desa Lendang Ara. *COMMUNITY: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 112–124.
- Dewi, I. G. A. A. Y., & Nyoman, M. S. I. (2024). Kolaborasi Triple Helix Dalam Program Inovasi Desa (Studi Kasus: Desa Sanur Kaja, Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar). *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, 15(02), 253–262.
- Dimas, M., & Fahlevvi, M. R. (2024). Pengentasan Digital Divide dalam Penerapan E-Government di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Teknologi Dan Komunikasi Pemerintahan*, 6(2), 194–215.
- Elda, S. W., Mihardja, E. J., & Agustini, P. M. (2024). Strategi Branding Pariwisata Berkelanjutan Geosite Tabiang Takuruang Di Sumatera Barat. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 8(1), 409–424.
- Fattah, V. (2023). *EKONOMI PARIWISATA: Teori, Model, Konsep dan Strategi Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan*. Publica Indonesia Utama.
- Goodwin, H. (2016). *Responsible tourism: Using tourism for sustainable development*. Goodfellow Publishers Ltd.
- Govers, R., & Go, F. (2016). *Place branding: Glocal, virtual and physical identities, constructed, imagined and experienced*. Springer.
- Maulia, E. I. (2023). Collaborative governance dalam pengembangan Desa Wisata Nglanggeran: Analisis dampak digitalisasi desa wisata. *Journal of Politic and Government Studies*, 13(1), 404–418.
- Miles, M. B. (1994). Qualitative data analysis: An expanded sourcebook. *Thousand Oaks*.
- Mukharomah, S., Ansori, A., & Widiastuti, N. (2023). Penerapan pendekatan andragogi dalam meningkatkan life skill masyarakat melalui pelatihan daur ulang sampah kantong plastik. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 6(1), 19–26.
- Mulyono, D., & Ansori, A. (2020). Literasi informasi dalam kerangka pengembangan pendidikan masyarakat. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(1), 1–6.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
- Sahabudin, A. (2024). Pendampingan terhadap Kelompok Sadar Wisata Nirmala Purbasari dalam Mengembangkan Kampung Wisata. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 109

71–84.

- Surahman, S., & Nayla, M. R. (2022). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Desa Baturetno Bantul Melalui Pendidikan Non Formal. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*, 3(1), 78–86.
- Tussyadiah, I. P., & Pesonen, J. (2016). Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1022–1040.
- Yadnya, P. A. K., & Wibawa, I. G. K. A. (2020). Green Tourism Dalam Paradigma Baru Hukum Kepariwisataan. *Majalah Ilmiah Universitas Tabanan*, 17(2), 164–171.