

OPTIMALISASI PEMBERDAYAAN KELOMPOK SADAR WISATA MELALUI DIGITAL TOURISM DI PANTAI KETAPANG DESA SUNGAI CINGAM RUPAT

Muhammad Rizal Akbar¹, dan Dawami^{2*}

Ringkasan

Pantai Ketapang, Desa Sungai Cingam, Kecamatan Rupert, Kabupaten Bengkalis, Riau, telah diidentifikasi memiliki potensi strategis sebagai destinasi unggulan. Keterbatasan promosi digital, kurangnya pengembangan ekonomi kreatif, dan minimnya kapasitas Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam pengelolaan pariwisata menghambat pengembangan destinasi tersebut. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas Pokdarwis dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi pariwisata secara efektif dan berkelanjutan. Pengabdian ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yang terdiri atas tahap observasi, wawancara, analisis kebutuhan, pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi. Pelatihan dilakukan untuk mengembangkan keterampilan Pokdarwis dalam pengelolaan situs web, media sosial, dan produksi konten digital. Hasil Pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan digital anggota Pokdarwis, dalam mengelola Web dan Instagram sehingga berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, keterlibatan melalui media sosial, dan citra positif Pantai Ketapang. Strategi ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat lokal berbasis teknologi digital yang berkelanjutan.

Pantai Ketapang, pantai Ketapang terletak di Desa Sungai Cingam, Pulau Rupert, Kecamatan Rupert, Kabupaten Bengkalis. Kec pantai Ketapang. Pantai ini menawarkan keindahan alam dengan pasir putih dan lanskap yang memukau, ideal untuk wisata keluarga. Akses menuju lokasi dapat dilakukan dengan menggunakan kapal ro-ro yang berada di Kota Dumai ke Pulau Rupert. Mitra lainnya yang terlibat didalam Pengabdian ini yaitu Pokdarwis, BUMDES, Perangkat desa Sungai Chingam, LP2M IAITF Dumai (Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Institut Agama Islam Tafaqqh Fiddin Dumai) serta Tafidu Media IAITF Dumai

Keywords

Pemberdayaan, Pokdarwis, Pantai Ketapang, Digital Tourism, Sungai Chingam, Rupert

Submitted: 28/11/24 — **Accepted:** 06/01/25 — **Published:** 05/03/25

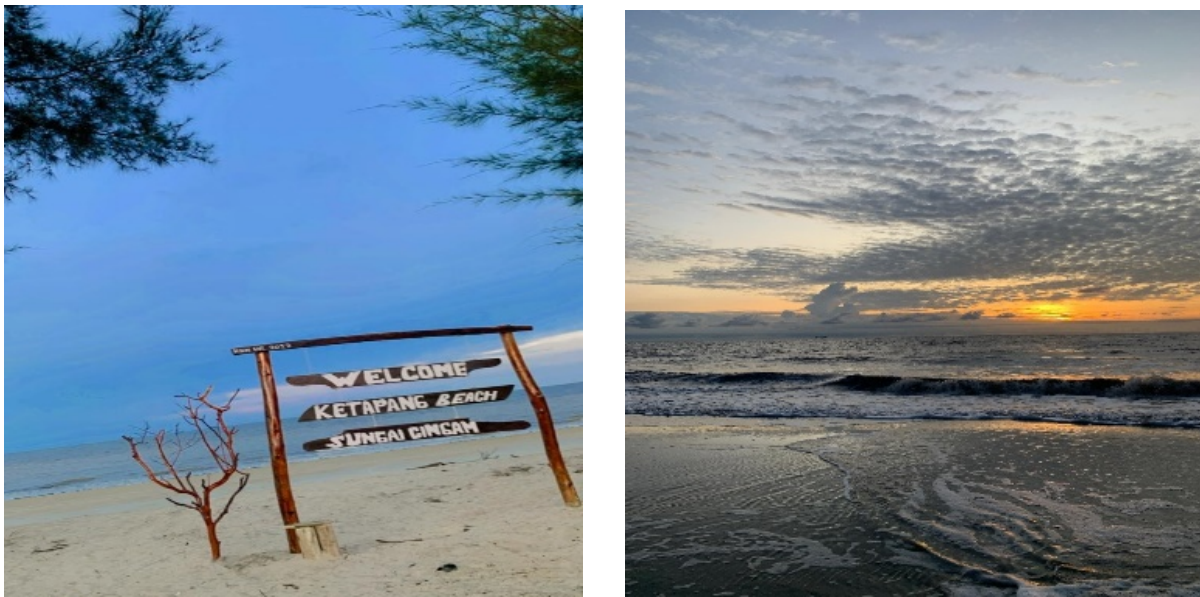
¹ Institut Agama Islam Tafaqqh fiddin Dumai, Indonesia — email: abisofyserly@yahoo.com

^{2*} nstitut Agama Islam Tafaqqh fiddin Dumai, Indonesia — email: dawami1510@gmail.com

* corespondent author

1. Pendahuluan

Pulau Rupert, Kabupaten Bengkalis, Riau, telah ditetapkan sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) dan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011[1]. Penetapan ini mengacu pada potensi strategis Pulau Rupert, baik dari segi letak geografis maupun kekayaan sumber daya alam dan budaya. Salah satu daya tarik utama dari pulau ini adalah Pantai Ketapang, yang terletak di Desa Sungai Cingam, Kecamatan Rupert. Dengan garis pantai yang panjang, pasir putih, serta lanskap alam yang indah, Pantai Ketapang menjadi destinasi wisata yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi ikon wisata unggulan.



Gambar 1. Dokumentasi Keindahan Pantai Ketapang

Pantai Ketapang memiliki potensi strategis untuk menjadi motor penggerak utama perekonomian lokal di wilayah Rupal. Destinasi ini tidak hanya berpotensi menarik wisatawan domestik dan mancanegara, tetapi juga diharapkan mampu membuka peluang kerja yang signifikan bagi masyarakat setempat[2]. Keindahan pantai, keanekaragaman hayati, serta kekayaan budaya menjadi daya tarik yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pengembangan pariwisata berbasis pelestarian lingkungan dan budaya[3]. Potensi ini menjadi modal fundamental untuk membangun sektor pariwisata berkelanjutan yang berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat[4].

Digital tourism, atau pariwisata digital, merupakan kebutuhan strategis dalam pengelolaan destinasi wisata di era digital[5]. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pengelolaan, promosi, dan pengalaman wisata dapat ditingkatkan secara signifikan[6]. Implementasi digital tourism terbukti efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, memperbaiki kualitas layanan, dan mendukung pelestarian budaya serta lingkungan[7]. Melalui teknologi digital, informasi destinasi dapat diakses dengan mudah, transaksi berlangsung lebih efisien, dan interaksi antara pengelola dengan wisatawan menjadi lebih efektif[8]. Pendekatan ini memungkinkan Pokdarwis meningkatkan daya saing destinasi, memberikan pengalaman wisata berkualitas, sekaligus mendukung pengembangan ekonomi yang berkelanjutan[9].

Berdasarkan hasil Pengabdian oleh tim KJFD *Local Governance* dan Inovasi Universitas Riau, ditemukan bahwa Pokdarwis Pantai Ketapang menghadapi berbagai tantangan utama[7]. Pertama, Pokdarwis belum memiliki kapasitas yang memadai dalam mengelola destinasi wisata secara profesional, termasuk dalam pemeliharaan fasilitas dan pengelolaan aktivitas wisata. Kedua, minimnya pengembangan ekonomi kreatif yang seharusnya dapat mendukung daya tarik wisatawan, seperti produk lokal atau layanan khas yang ditawarkan di destinasi. Ketiga, terdapat kendala serius dalam pemasaran dan promosi[7].

Media sosial, seperti situs web, TikTok, Instagram, dan Facebook, memiliki peran yang signifikan dalam mendukung pengembangan serta peningkatan promosi destinasi wisata pantai[8]. Melalui *platform-platform* tersebut, wisatawan dapat memperoleh informasi yang komprehensif mengenai berbagai aspek destinasi wisata, termasuk daya tarik, fasilitas, dan aktivitas yang ditawarkan. Menurut laporan yang dirilis oleh *We Are Social* pada Januari 2024, sebanyak 49,9 persen atau sekitar 139 juta dari total populasi Indonesia tercatat sebagai pengguna aktif media sosial[9]. Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi strategis sebagai alat pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Jika dikelola secara optimal, media sosial dapat menjadi sarana yang tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga membangun citra positif dan

meningkatkan daya saing destinasi wisata Pantai Ketapang. Pemanfaatan media sosial yang terintegrasi dengan strategi pemasaran digital memungkinkan terciptanya interaksi yang lebih efektif antara pengelola wisata dan wisatawan, sehingga mampu mendorong peningkatan jumlah kunjungan secara signifikan[10].

Saat ini, Pokdarwis Pantai Ketapang telah memanfaatkan media sosial, seperti Instagram, untuk mempromosikan destinasi. Namun, pengelolaan media sosial ini masih sangat terbatas. Konten yang disajikan belum konsisten dan kurang relevan dengan tren kebutuhan wisatawan digital. Selain itu, media sosial lain yang potensial, seperti TikTok, Facebook, dan situs web khusus untuk Pantai Ketapang, belum tersedia. Akibatnya, dampak promosi melalui media sosial terhadap peningkatan jumlah kunjungan masih rendah.

Pengabdian sebelumnya menunjukkan relevansi yang signifikan dengan pengembangan destinasi wisata melalui optimalisasi manajemen dan teknologi digital. Pengabdian tentang Pengembangan Wisata Watu Gendong di Desa Beji, Kabupaten Gunung Kidul menekankan pentingnya struktur pengelolaan yang baik dan promosi digital melalui situs web dan media sosial untuk memperluas jangkauan promosi destinasi wisata, baik secara lokal maupun nasional[11]. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan profesional yang didukung teknologi digital dapat menjadi faktor kunci dalam mengembangkan destinasi wisata yang berdaya saing. Selain itu, Pengabdian tentang Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Pengembangan Desa Wisata Widarapayung Wetan mengungkapkan bahwa pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam pengelolaan situs web desa mampu mempromosikan kegiatan khas desa, seperti sedekah bumi dan pagelaran wayang, yang meningkatkan daya tarik wisata secara signifikan[12].

Pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan Pokdarwis Pantai Ketapang melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Pendekatan ini melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses perencanaan dan pengelolaan wisata dengan mengintegrasikan teknologi digital sebagai strategi utama[13]. Dengan cara ini, diharapkan Pantai Ketapang dapat berkembang menjadi destinasi wisata yang unggul, memberikan dampak ekonomi yang signifikan, dan menjadi model pemberdayaan masyarakat lokal yang berkelanjutan.

2. Metode Penerapan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan oleh Tim Pengabdian dari Institut Agama Islam Tafaquh Fiddin Dumai (IAITF). Tujuan program ini dilakukan untuk mengoptimalkan pengelolaan *digital Tourism* oleh Pokdarwis dalam mempromosikan Pantai Ketapang melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Program ini dilaksanakan di Desa Sungai Chingam Kecamatan Rupal Kabupaten Bengkalis. Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu observasi dan wawancara yang dilakukan pada bulan April 2024 serta data sekunder yang berasal dari buku dan artikel. Metode yang dilakukan terdiri dari 4 Tahapan Seperti Gambar ??



Gambar 2. Alur Kegiatan

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi dan wawancara. Observasi dilaksanakan dengan mengunjungi Objek Wisata Pantai Ketapang untuk mengamati kondisi faktual di lapangan. Sementara itu, wawancara dilakukan dengan melibatkan pengurus Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Pantai Ketapang, sejumlah pemuda yang berdomisili di sekitar kawasan wisata, serta aparat desa setempat. Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi secara komprehensif, sehingga dapat dirumuskan solusi yang tepat dan relevan. Analisis kebutuhan dilakukan berdasarkan data dan informasi yang diperoleh melalui observasi, tinjauan mendalam (*in-depth review*), dan *Focus Group Discussion* (FGD).

b. Analisis Data

Kegiatan analisis ini melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bengkalis, Kepala Desa Sungai Cingam, Karang Taruna Desa Sungai Cingam, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), serta Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Pantai Ketapang. Proses ini bertujuan untuk merumuskan bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan, mengidentifikasi peserta yang akan terlibat, menyusun jadwal pelaksanaan, serta menetapkan target capaian yang diharapkan secara terukur dan efektif.

c. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan yang dilaksanakan mencakup serangkaian pelatihan dan pembekalan strategis, seperti pemanfaatan website, pengelolaan media sosial, serta pembuatan konten digital yang relevan dan menarik. Semua kegiatan ini dirancang untuk mendukung upaya promosi Wisata Pantai Ketapang secara efektif, dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai alat utama pemasaran dan

d. Evaluasi

Evaluasi dilakukan secara sistematis selama pelaksanaan kegiatan dan pada tahap akhir program. Tim pelaksana melaksanakan survei sebagai instrumen pengukuran untuk mengevaluasi tingkat ketercapaian target yang telah dirumuskan

3. Hasil dan Ketercapaian Sasaran

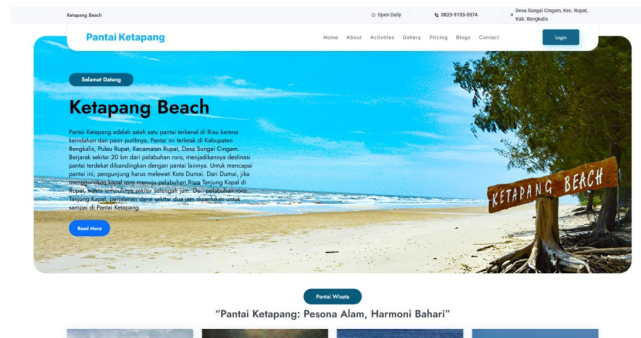
Pelaksanaan program pemberdayaan Pokdarwis di Desa Sungai Cingam dilakukan secara bertahap untuk memastikan setiap komponen program dapat dijalankan dengan baik dan memberikan hasil yang optimal. dalam pelaksanaan ini adalah pengelolaan situs web berbasis informasi wisata dan Peningkatan Konten, *Followers*, dan *Engagement* Pantai Ketapang, yang menjadi fondasi bagi anggota Pokdarwis dan masyarakat setempat dalam mengelola pariwisata berbasis teknologi digital.



Gambar 3. Sosialisasi Pemberdayaan Pokdarwis Berbasis Penguatan Media Sosial dan Website Pantai Ketapang

3.1 Pengelolaan situs web berbasis informasi wisata

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital peserta, khususnya dalam pembuatan dan pengelolaan konten promosi wisata yang menarik dan relevan. Peserta, yang terdiri dari anggota Pokdarwis, perangkat desa, dan masyarakat lokal yang terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata, dibimbing untuk memahami pentingnya keberadaan platform digital dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata. Pelatihan dimulai dengan pengenalan dasar tentang pengelolaan situs web berbasis informasi wisata. Peserta dilatih untuk mengelola situs web resmi Pantai Ketapang yang telah dikembangkan dan diserahkan oleh tim Pengabdian PKM kepada desa untuk dimanfaatkan secara berkelanjutan. Situs web ini dirancang untuk menyediakan informasi komprehensif seperti deskripsi objek wisata, aktivitas yang tersedia, peta lokasi, galeri visual, serta jadwal acara lokal. Fokus pelatihan adalah memastikan situs web menjadi sumber informasi yang mudah diakses oleh wisatawan, mencerminkan daya tarik unik Pantai Ketapang, dan terintegrasi dengan akun media sosial lainnya. Dengan adanya situs web ini, diharapkan desa dapat menjadikannya sebagai pusat aktivitas pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing wisata Pantai Ketapang.



Gambar 4. Web Pantai Ketapang yang telah dikembangkan dan diserahkan oleh Tim PKM kepada Desa

Program ini berhasil membangun kemampuan anggota Pokdarwis dalam mengelola media digital secara mandiri. Situs web khusus yang dikembangkan melalui program ini kini menjadi pusat informasi terpadu tentang wisata Pantai Ketapang. Situs tersebut dirancang dengan tampilan yang menarik dan navigasi yang mudah, sehingga memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung daring. Informasi yang tersedia meliputi deskripsi atraksi utama, rute aksesibilitas, pilihan aktivitas wisata, dan galeri visual yang menampilkan keindahan Pantai Ketapang dalam berbagai perspektif. Melalui pelatihan dan pendampingan, anggota Pokdarwis mampu mengelola pembaruan informasi di situs web secara konsisten. Mereka juga dilatih untuk menambahkan elemen interaktif seperti formulir pemesanan tur, agenda acara, dan kolom umpan balik pengunjung. Hal ini memberikan nilai tambah pada situs web, yang tidak hanya menjadi sumber informasi tetapi juga sarana interaksi langsung dengan calon wisatawan.

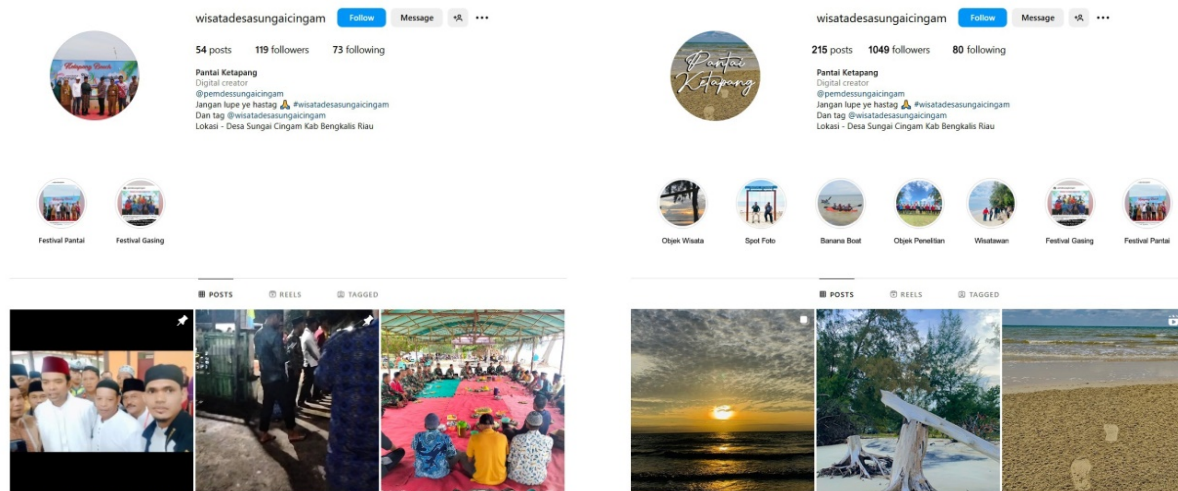
Keberhasilan dalam pengelolaan situs web menciptakan kesan profesional yang signifikan, meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap Pantai Ketapang sebagai destinasi wisata yang terorganisir. Situs web ini juga membantu meningkatkan visibilitas digital Pantai Ketapang di berbagai *platform* pencarian, sehingga mampu menarik perhatian wisatawan potensial dari luar wilayah[14].

3.2 Peningkatan Konten, *Followers*, dan *Engagement* Pantai Ketapang

Salah satu hasil utama dari program ini adalah peningkatan signifikan dalam produksi konten digital, jumlah pengikut (*followers*), serta tingkat keterlibatan (*engagement*) audiens di media sosial Pantai Ketapang. Sebelum pelaksanaan program, akun media sosial Pantai Ketapang cenderung tidak aktif dengan frekuensi unggahan yang rendah dan konten yang kurang menarik. Namun, melalui pelatihan dan pendampingan intensif, Pokdarwis berhasil mengubah strategi pengelolaan media sosial menjadi lebih terencana dan efektif, seperti terlihat pada Gambar 5.

Dalam aspek peningkatan konten, Pokdarwis kini secara rutin memproduksi materi promosi berkualitas tinggi. Konten yang dihasilkan mencakup foto-foto profesional yang menampilkan panorama Pantai Ketapang, video singkat dengan narasi kreatif, dan cerita interaktif tentang kegiatan wisata yang tersedia. Selain itu, Pokdarwis juga memanfaatkan konten berbasis pengalaman wisatawan, seperti testimoni dan ulasan, yang memberikan sentuhan personal dan meningkatkan kredibilitas destinasi di mata audiens. Konten yang diunggah kini lebih beragam dan relevan, dengan fokus pada keunikan alam dan budaya lokal, serta cerita yang dapat menginspirasi wisatawan untuk mengunjungi Pantai Ketapang.

Peningkatan jumlah *followers* di media sosial menjadi salah satu indikator keberhasilan yang jelas. Dalam periode pelaksanaan program, akun media sosial Pantai Ketapang mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah pengikut. Hal ini tidak hanya disebabkan oleh konsistensi dalam produksi konten, tetapi juga oleh penerapan strategi promosi berbayar (*paid advertising*), penggunaan hashtag yang relevan, dan kolaborasi dengan influencer lokal yang memiliki basis pengikut besar. Dengan langkah-langkah ini, media sosial Pantai Ketapang berhasil menarik perhatian audiens yang lebih luas, termasuk dari luar wilayah.



Gambar 5. Perbandingan Jumlah Konten, *Followers*, dan *Engagement* Pantai Ketapang Sebelum dan Sesudah Program PKM

Selain itu, tingkat keterlibatan (*engagement rate*) audiens juga mengalami peningkatan yang signifikan. Interaksi seperti komentar, suka, dan berbagi konten meningkat pesat. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang diunggah mampu menarik perhatian dan memotivasi audiens untuk berpartisipasi dalam diskusi atau berbagi pengalaman mereka. Misalnya, unggahan tentang keindahan matahari terbenam di Pantai Ketapang mendapatkan respons positif yang meluas, dengan banyak audiens yang tidak hanya memberikan suka tetapi juga berbagi pengalaman mereka sendiri di komentar atau melalui berbagi (*shares*).

3.3 Peningkatan Jumlah Kunjungan

Salah satu dampak positif yang signifikan dari program pemberdayaan digital ini adalah peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Ketapang, yang tercatat melalui data observasi dan wawancara dengan pengelola Pokdarwis serta beberapa wisatawan yang baru pertama kali mengunjungi lokasi tersebut. Sebelum program dimulai, Pantai Ketapang hanya ramai dikunjungi pada saat-saat tertentu, seperti hari libur besar dan acara khusus. Namun, setelah implementasi strategi digital yang meliputi pembuatan situs web dan pengelolaan media sosial, kunjungan ke Pantai Ketapang mengalami peningkatan yang cukup mencolok, bahkan pada hari biasa.



Gambar 6. Observasi dan wawancara dengan pengelola Pokdarwis terkait dampak dari program pemberdayaan Pokdarwis

Hasil wawancara dengan anggota Pokdarwis dan beberapa wisatawan menunjukkan bahwa promosi melalui situs web dan media sosial memberikan pengaruh besar terhadap keputusan mereka untuk mengunjungi Pantai Ketapang. Banyak wisatawan mengungkapkan bahwa mereka mengetahui keberadaan Pantai Ketapang melalui konten yang mereka temukan di media sosial, terutama melalui foto dan video yang menampilkan keindahan alam pantai serta kegiatan yang tersedia, seperti wisata alam dan kuliner lokal. Beberapa wisatawan menyatakan bahwa informasi yang tersedia di situs web, seperti aksesibilitas, jadwal kegiatan, serta rekomendasi akomodasi, membuat mereka merasa lebih yakin dan nyaman untuk merencanakan kunjungan mereka.

4. Kesimpulan

Program pemberdayaan Pokdarwis melalui digital tourism di Pantai Ketapang, Desa Sungai Cingam, telah berhasil meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, memperluas jangkauan promosi, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan implementasi situs web yang informatif dan pengelolaan media sosial yang terstruktur, destinasi wisata Pantai Ketapang kini memiliki visibilitas digital yang lebih kuat, menarik lebih banyak wisatawan, baik dari dalam maupun luar wilayah. Program ini juga berhasil memotivasi masyarakat untuk lebih terlibat dalam pengelolaan pariwisata, menciptakan peluang ekonomi baru, seperti pengembangan usaha kuliner, suvenir, dan layanan wisata.

Keberhasilan ini didukung oleh pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahapan program. Kelebihan utama dari program ini adalah kemampuannya untuk mentransformasi cara promosi wisata yang semula konvensional menjadi lebih modern dan berbasis teknologi digital, sesuai dengan kebutuhan era digital. Namun, program ini juga menghadapi beberapa kekurangan, seperti keterbatasan akses internet di beberapa area dan tantangan infrastruktur jalan yang kurang memadai. Hambatan ini mengurangi efektivitas sebagian inisiatif, terutama dalam memastikan kelancaran operasional media digital dan kenyamanan wisatawan saat mengunjungi lokasi.

Ke depannya, program ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut melalui penyediaan pelatihan lanjutan untuk Pokdarwis, peningkatan kolaborasi lintas sektor dengan pemerintah dan swasta, serta investasi dalam infrastruktur pendukung. Selain itu, monitoring dan evaluasi berkala dapat memastikan keberlanjutan program dan mendorong inovasi yang relevan dengan tren wisatawan. Dengan langkah-langkah ini, Pantai Ketapang dapat menjadi model destinasi wisata berbasis digital yang inklusif dan berkelanjutan, memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat dan perekonomian lokal.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih Litapdimas yang telah mendanai Pengabdian ini, dan Terimakasih kepada Tim Pengabdian yang telah membantu Pengabdian ini

Sumber Dana

Bantuan Pengabdian Litapdimas tahun 2024.

Pustaka

- [1] "Investor minati potensi wisata Pulau Rupa Riau - ANTARA News." Accessed: Nov. 28, 2024. [Online]. Available: <https://www.antarane.ws.com/berita/1157403/investor-minati-potensi-wisata-pulau-rupa-riau>
- [2] A. L. R. Purnaditya, D. Sawitri, and Y. Rahman, "Dampak kawasan wisata sukadanaham," *J. Perenc. dan Pengemb. Kebijak.*, vol. 02, no. February, 2022.
- [3] I. G. A. Sastrawan, I. M. B. Ariwangsa, and D. P. Sugiarti, "Sustainable Coastal Tourism Berbasis Kearifan Lokal Di Kawasan Rekreasi Pantai Terbuka Kota Denpasar," *J. Destin. Pariwisata*, vol. 10, no. 2, p. 293, 2022, doi: 10.24843/jdepar.2022.v10.i02.p16.

- [4] Z. Ariani, D. Rizki, C. Nurul, A. Fatilla, and U. M. Mataram, "Analisis Kontribusi Objek Wisata Tanjung Bias Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Batulayar Kabupaten Lombok Barat," vol. 4, no. 1, pp. 13–21, 2023.
- [5] F. Rizki and R. Aprianto, "Pelatihan Pengelolaan Manajemen Pariwisata di Era Digital untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Danau Rayo," vol. 4, no. 2, pp. 153–163, 2024.
- [6] I. Produk et al., "Pelatihan Pengembangan Desa Wisata Melalui Digitalisasi Dan ** Correspondence Author," pp. 94–103, 2024.
- [7] A. Adianto, M. Mayarni, D. K. Habibie, and R. A. Putri, "Pemberdayaan Pokdarwis Melalui Inovasi Digital Dalam Pengembangan Desa Wisata Pantai Ketapang Sungai Cingam Pulau Rupa Kabupaten Bengkalis," *J. Hum. ...*, vol. 4, no. 3, pp. 17–24, 2024, [Online]. Available: <https://www.jahe.or.id/index.php/jahe/article/view/815>
- [8] F. N. Lenti and B. H. Winarno, "PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI SOLUSI PEMASARAN BISNIS BAGI MASYARAKAT," vol. 3, no. 2, pp. 89–92, 2024, doi: 10.26798/jpm.v3i2.1446.
- [9] Min, "10 Pengertian Pelayanan Menurut Ahli, Faktor serta Fungsi dan Tujuan Pelayanan Terlengkap." Accessed: May 31, 2022. [Online]. Available: <https://www.pelajaran.co.id/pengertian-pelayanan-menurut-ahli-faktor-serta-fungsi-dan-tujuan-pelayanan-terlengkap/>
- [10] G. Yusta, P. P. Agus, and M. N. K. Sri, "Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pariwisata Di Pantai Pandawa Unggasan Bali," *Bali J. Hosp. Tour. Cult. Res.*, vol. I, no. 1, 2024, [Online]. Available: <file:///C:/Users/Acer/Downloads/PERAN+MEDIA+SOSIAL+INSTAGRAM+SEBAGAI+MEDIA+PROMOSI+PARIWISATA>
- [11] B. Wicaksono, M. Muchran, and A. I. Basri, "Pengembangan Wisata Watu Gendong Melalui Optimalisasi Manajemen dan Promosi Digital di Desa Beji Kabupaten Gunung Kidul," *J. Pengabd. UNDIKMA*, vol. 4, no. 1, p. 1, 2023, doi: 10.33394/jpu.v4i1.6439.
- [12] L. P. Wanti et al., "Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Pengembangan Desa Wisata Widarapayung Wetan melalui Pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)," *Din. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 1, pp. 128–135, 2022, doi: 10.31849/dinamisia.v6i1.8385.
- [13] L. Rosida, N. P. A. Resmayani, S. Idrus, L. Yulendra, and Johairi, "Strategi Pemulihan Pariwisata Pantai Nipah, Nusa Tenggara Barat Melalui Participatory Action Research (Par)," *Open J. Syst.*, vol. 15, no. 05, pp. 4463–4470, 2020.
- [14] I. G. N. Kanha, I. N. Yudi, A. Wijaya, I. G. Juliana, and E. Putra, "Pembuatan Website Desa Wisata Sebagai Media Promosi Potensi Wisata di Desa Sebatu Abstrak Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia," vol. 5, no. 3, pp. 658–667, 2024.