

Pokdarwis Assistance in Digitalizing the Penujak Tourism Village to Support Sustainable Tourism

Pendampingan Pokdarwis dalam Digitalisasi Desa Wisata Penujak untuk Mendukung Pariwisata Berkelanjutan

Nova Kurnia^{*1}, Adam Bachtiar Maulachela², Heri Hidayatullah³, Virginia Sari Annisa⁴, Arinda Yufika Rahma⁵, Lalu Mas'ud Yasin⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Pendidikan Mandalika

E-mail: novakurnia@undikma.ac.id¹, adambachtiar@undikma.ac.id², herihidayatullah@undikma.ac.id³, virginasarianissa280@gmail.com⁴, arindaysufikar@gmail.com⁵, lalumasudyasin@gmail.com⁶

Abstract

Tourist visits to Penujak Tourism Village are still minimal and threaten the sustainability of the destination. The lack of online promotional media has been identified as one of the root causes. This Community Service activity aims to assist the Sekar Kedaton Tourism Awareness Group (Pokdarwis) in the digitalization process as a strategy to strengthen promotion and destination information governance. This activity uses the Participatory Learning & Action (PLA) method with a mezzo approach through stages of socialization, training and technology implementation, monitoring and evaluation, and program sustainability planning. The results obtained are the establishment of the official website desawisatapenujak.com with five core menus (Home, Tourism, History, MSMEs, Blog) that consolidate destination information and provide a space for responsible tourism education. Pokdarwis demonstrated increased capacity (uploading/curating content, menu arrangement, management coordination). In addition, the institutional commitment of Pokdarwis and the Village Government to maintain the sustainability of site management also marks the presence of local ownership. The involvement of 3 lecturers and 3 students (MBKM) strengthens the content production chain and academic relevance (IKU-2, IKU-5).

Keywords: *stourist village; digitalization; Pokdarwis; sustainable tourism; community-based tourism*

Abstrak

Kunjungan wisata ke Desa Wisata Penujak masih minim dan mengancam keberlanjutan destinasi. Kurangnya media promosi daring diidentifikasi sebagai salah satu akar masalah. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan mendampingi Pokdarwis Sekar Kedaton dalam proses digitalisasi sebagai strategi penguatan promosi dan tata kelola informasi destinasi. Kegiatan ini menggunakan metode Participatory Learning & Action (PLA) dengan pendekatan mezzo melalui tahapan sosialisasi, pelatihan dan penerapan teknologi, monitoring evaluasi, serta perencanaan keberlanjutan program. Hasil yang diperoleh yaitu terbangunnya situs resmi desawisatapenujak.com dengan lima menu inti (Beranda, Pariwisata, Sejarah, UMKM, Blog) yang mengonsolidasikan informasi destinasi dan memberi ruang edukasi wisata bertanggung jawab. Pokdarwis menunjukkan peningkatan kapasitas (unggah/kurasi konten, pengaturan menu, koordinasi pengelolaan). Selain itu, terbangun juga komitmen kelembagaan Pokdarwis dan Pemerintah Desa untuk menjaga keberlanjutan pengelolaan situs menandai hadirnya ownership lokal. Keterlibatan 3 dosen dan 3 mahasiswa (MBKM) memperkuat rantai produksi konten dan relevansi akademik (IKU-2, IKU-5).

Kata kunci: *desa wisata; digitalisasi; Pokdarwis; pariwisata berkelanjutan; community-based tourism.*

1. PENDAHULUAN

Pendekatan pariwisata berkelanjutan kini menjadi arus utama baik dalam diskursus global maupun praktik kebijakan. Secara internasional, agenda transformasi digital dipandang sebagai pengungkit penting untuk menjaga daya saing sekaligus menavigasi tantangan lingkungan dan sosial dengan target eksplisit berkontribusi pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) (Kawuryan et al., 2022). Laporan kebijakan mutakhir juga menekankan kebutuhan kebijakan

yang terkoordinasi agar pemulihan pascapandemi berujung pada sektor pariwisata yang lebih tangguh, inklusif, dan berkelanjutan (Budiandriani et al., 2024).

Di level nasional, Indonesia menegaskan komitmen melalui pengembangan Desa Wisata dan program Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) yang menonjolkan arah “pariwisata hijau berkelas dunia.” Platform JADESTA menjadi simpul pengetahuan dan jejaring berbasis TIK untuk mempercepat praktik *community-based tourism* (CBT) dengan masyarakat sebagai aktor utama (Khomsah et al., 2023). Arah kebijakan ini memperkuat bahwa keberlanjutan tidak hanya bertumpu pada atraksi, tetapi pada tata kelola partisipatif dan peningkatan kapasitas pelaku lokal.

Desa Wisata Penujak di Lombok Tengah merupakan sentra gerabah yang telah lama menjadi ikon budaya Sasak. Namun, dinamika pascapandemi memunculkan tantangan baru diantaranya pemulihan arus wisata yang belum merata dan kebutuhan penguatan kapasitas kelembagaan lokal, khususnya Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) (Madani dan Haryono, 2023). Laporan pendampingan tahun 2024 menegaskan bahwa keberlanjutan Desa Wisata Penujak terpuak selama pandemi, sehingga pemberdayaan Pokdarwis menjadi krusial. Pada saat yang sama, data resmi menunjukkan mobilitas wisatawan di NTB berfluktuasi sepanjang 2024, sementara Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah memasang target ambisius 133 ribu kunjungan pada 2024 situasi yang menuntut strategi promosi yang lebih presisi agar desa-desa wisata kecil tidak tertinggal dalam kompetisi destinasi (Suara NTB, n.d.).

Dalam konteks tersebut, digitalisasi menjadi tuas strategis. Berbagai studi pengabdian dan riset mutakhir menunjukkan bahwa pemasaran digital terutama pemanfaatan media sosial, optimasi konten, dan manajemen kanal daring efektif meningkatkan visibilitas destinasi, literasi wisatawan, dan pada akhirnya kunjungan (Akasse & Ramansyah, 2023; Djoni et al., 2021). Media online membantu pemasaran yang mendorong peningkatan produktivitas usaha kecil menengah (UMK) hingga bisnis e-commerce (Nasution et al., 2022; Nurhidayah & Amran Yahya, 2022). Namun, tantangan umum di tingkat desa adalah rendahnya kompetensi digital seperti pengelolaan akun yang belum konsisten, belum paham metrik analitik, lemahnya narasi brand, serta integrasi terbatas dengan ekosistem reservasi/penjualan. Di banyak kasus, pelatihan praktis dan pendampingan intensif menghasilkan perubahan perilaku promosi yang lebih berkelanjutan.

Sejalan dengan prinsip CBT, pendekatan pembelajaran partisipatif *co-design*, praktik reflektif, dan pelibatan warga sebagai subjek terbukti memperkuat rasa memiliki, mengurangi potensi konflik, dan meningkatkan relevansi solusi. Literatur terkini menegaskan bahwa perencanaan partisipatif di desa wisata menghasilkan strategi yang lebih kontekstual, sementara partisipasi masyarakat diakui sebagai pilar dari pariwisata berkelanjutan. Dalam skema ini, Pokdarwis bukan sekadar pelaksana, melainkan penggerak dan fasilitator perubahan di tingkat tapak. Banyak inisiatif promosi berjalan ad hoc, konten tidak terkurasi, serta belum terhubung dengan kanal resmi (misal JADESTA), peta digital, maupun fitur pemesanan yang memudahkan wisatawan. Pendampingan yang ada kerap berhenti pada pelatihan satu kali tanpa mekanisme pelatihan lanjutan, audit konten, dan pengukuran dampak. Akibatnya, narasi unik Penujak nilai budaya gerabah, kedekatan dengan bandara, dan pengalaman wisata berbasis komunitas belum dikapitalisasi secara optimal untuk segmen pasar yang relevan.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, maka dilakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan menawarkan model pendampingan partisipatif yang menautkan peningkatan kapasitas pokdarwis. Dengan demikian, pendampingan diharapkan tidak hanya meningkatkan visibilitas Penujak di ruang digital, tetapi juga memperkuat keberlanjutan sosial ekologis melalui praktik CBT yang adaptif.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode *Participatory Learning and Action* (PLA) dengan pendekatan mezzo. PLA merupakan sebuah pendekatan pemberdayaan yang memiliki keunggulan baik secara filosofis maupun nilai aksi dengan mengutamakan pada proses belajar bersama (Silmi, 2017). Pendekatan Participatory Learning & Action (PLA) dipilih karena menempatkan warga/Pokdarwis sebagai pengambil keputusan selaras dengan CBT sekaligus efektif mempercepat adopsi keterampilan digital melalui ko-desain, praktik langsung, dan refleksi kolektif. Adapun pendekatan mezzo dengan pemberdayaan menggunakan kelompok sebagai media intervensi untuk kegiatan Pendidikan dan pelatihan.

Tahapan pelaksanaan kegiatan melalui :

- 1) Tahap Sosialisasi
Sosialisasi ditujukan untuk memberikan informasi sekaligus arahan kepada mitra dan sasaran utama sebagai bentuk penguatan komitmen untuk mensukseskan kegiatan PKM.
- 2) Tahap Pelatihan dan Penerapan Teknologi
Tahap pelatihan bertujuan untuk memberikan pengetahuan, informasi dan kemampuan mengenai digitalisasi desa wisata melalui praktik digitalisasi dalam pembuatan dan pengelolaan website Desa Wisata Penujak sebagai bagian penting dalam mendukung pariwisata keberlanjutan di Desa Wisata Penujak.
- 3) Tahap Evaluasi
Pada tahapan ini dilakukan monitoring dan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana tujuan kegiatan telah tercapai. Jika masih terdapat ketidaksesuaian atau kekurangan, maka dapat diambil langkah perbaikan secepatnya agar dapat memenuhi sasaran utama kegiatan.
- 4) Keberlanjutan Program
Tahap ini diupayakan untuk menjaga keberlanjutan program dengan mitra terutama dalam hal aspek-aspek pendukung keberlanjutan Desa Wisata Penujak.

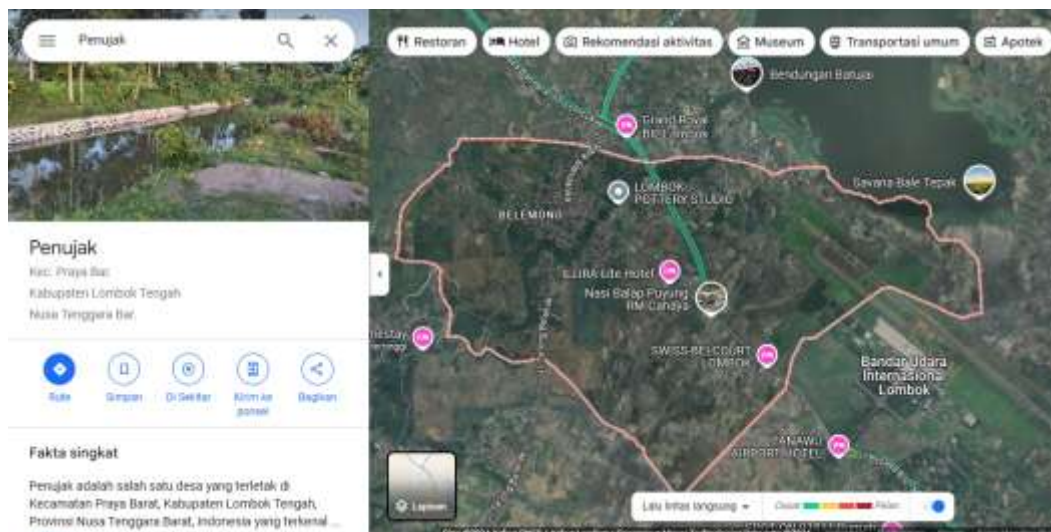


Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PkM

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan studi lapangan terkait permasalahan yang terjadi. Studi lapangan dilakukan oleh Tim PKM UNDIKMA yang terdiri atas 3 orang dosen yaitu Dr. Nova Kurnia, M.Pd selaku Ketua Tim, dan Adam Bachtiar, S.Kom., M.MT dan Heri Hidayatullah, M.Pd selaku anggota tim. Selain itu, kegiatan ini mengikutsertakan 3 orang mahasiswa yang relevan dengan pemenuhan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

Studi lapangan melalui teknik wawancara dan observasi langsung dengan Ketua Pokdarwis Sekar Kedaton Desa Wisata Penujak, Lombok Tengah. Hasil wawancara menunjukkan bahwa jumlah kunjungan ke Desa Wisata Penujak sangat minim padahal lokasinya sangat berdekatan langsung dengan Bandara Internasional Lombok (Gambar 2) dan sebagai jalur ke wisata pantai selatan Lombok. Salah satu penyebabnya ditengarai oleh kurang maksimalnya promosi terutama melalui online. Meskipun memiliki akun media sosial berupa Facebook dan Instagram, namun itu belum cukup untuk menampilkan potensi dan data desa secara keseluruhan dan komprehensif.



Gambar 2. Lokasi Desa Wisata Penujak berdampingan dengan Bandara Internasional Lombok

Tahapan berikutnya dilakukan kajian oleh Tim PKM UNDIKMA terutama dengan dasar keilmuan sistem informasi. Setelah melalui diskusi tim, disepakati untuk membangun sistem jaringan website desa yang nantinya menampung semua data dan potensi Desa Wisata Penujak. Tim PKM UNDIKMA selanjutnya melakukan sosialisasi ke Pokdarwis dan Pemerintah Desa Penujak terkait upaya pemberdayaan pokdarwis melalui digitalisasi desa wisata. Untuk mendukung digitalisasi desa wisata Penujak, maka diperlukan pelatihan dan pendampingan bagi Pokdarwis dalam pengembangan dan pengelolaan website (Gambar 3). Dalam kegiatan pengembangan website desa wisata Penujak dilakukan berdasarkan data-data hasil diskusi bersama antara Pokdarwis dan Pemerintah Desa Penujak Bersama dengan Tim PKM UNDIKMA. Beberapa hal yang didiskusikan antara lain nama alamat website dan menu serta fitur utama.



Gambar 3. Sosialisasi dan Pelatihan Digitalisasi Desa Wisata

Beberapa hasil yang telah dicapai dari kegiatan PkM ini yaitu:

1) Luaran utama yang dapat diverifikasi

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini telah berhasil menghasilkan situs resmi Desa Wisata Penujak (<https://www.desawisatapenujak.com/>) yang dapat diakses publik dan berfungsi sebagai *owned hub* destinasi wadah utama yang menghimpun narasi, layanan, dan tautan lintas kanal. Situs menampilkan lima menu inti (Beranda, Pariwisata, Sejarah, UMKM, dan Blog) sehingga informasi yang sebelumnya tersebar/tidak terdokumentasi kini terstruktur dalam satu kanal dengan navigasi jelas; praktik ini selaras dengan temuan penelitian bahwa kualitas informasi, kemudahan navigasi, dan desain merupakan penentu efektivitas situs destinasi dan keterlibatan pengguna pra-kunjung (Aldossary & McClean, 2022; Rismayanti & Sarah, 2021; Yanti et al., 2024). Pada level dampak, konsolidasi informasi melalui *owned hub* memperkuat kepercayaan dan niat berkunjung karena kualitas informasi situs dan pengalaman daring yang baik berasosiasi dengan intensi penggunaan/kunjungan (Liu et al., 2023; Yoo et al., 2023).

Dari sisi kelembagaan, kesediaan pengurus Pokdarwis dan pemerintah desa untuk duduk bersama dan menyepakati keberlanjutan pengelolaan situs menjadi indikator *buy-in* dan *ownership* lokal, konsisten dengan literatur *community-based tourism* (CBT) yang menekankan tata kelola oleh komunitas sebagai prasyarat keberlanjutan (Abreu et al., 2024). Selain produk digital, program ini juga memicu transfer pengetahuan. Pokdarwis kini mampu mengelola website (unggah konten, atur menu, ubah teks/gambar) dan mulai membangun ritme koordinasi dua indikator kapasitas organisasi yang selaras dengan ulasan e-Tourism klasik (Bhahri, 2021) dan kajian terkini tentang teknologi cerdas pariwisata yang menekankan kesiapan organisasi sebagai faktor kunci (Setiawan, 2024).

Di sisi pembelajaran, keterlibatan 3 dosen dan 3 mahasiswa (MBKM) memperkuat rantai produksi konten dan tata kelola teknis awal. Pola kemitraan universitas-komunitas seperti ini didukung oleh literatur *community engagement* yang menunjukkan peran institusi pendidikan tinggi dalam memperkuat kapasitas lokal, mendorong kolaborasi lintas pemangku kepentingan, dan mengakselerasi implementasi SDGs di tingkat komunitas (Leal Filho et al., 2023; Butcher et al., 2023). Di dalam ekosistem promosi, media sosial tetap penting sebagai *feeder* lalu lintas dan *social proof*, namun riset menempatkan situs destinasi sebagai kanal milik yang menjaga konsistensi

identitas dan kedalaman informasi kombinasi yang terbukti memengaruhi perilaku pencarian dan keputusan wisatawan (Ardiansyah et al., 2025; Ichsan et al., 2024).



Gambar 4. Tampilan beranda website Desa Wisata Penujak yang telah dikembangkan

Ketua Pokdarwis Sekar Kedaton Desa Wisata Penujak, Abdul Rahim, S.Pd memberikan apresiasi terhadap kegiatan PKM ini bahwa *“Program PkM ini sangat membantu desa wisata yang mau berkembang baik dalam hal pemetaan promosi juga service yang berstandar milenial dan digital dan kami sangat berterima kasih khususnya kepada Tim PkM UNDIKMA yang sudah mau berkarya untuk desa wisata penujak terkait kerajinan gerabah”*.

Tabel 1. Ringkasan luaran program

Komponen	Kondisi Awal	Kondisi Akhir
Kanal promosi utama	Tidak ada situs resmi; hanya FB/IG	Situs resmi aktif (desawisatapenujak.com) dengan 5 menu
Struktur konten	Informasi terpencar dan tidak lengkap	Informasi terstruktur (Pariwisata, Sejarah, UMKM, Blog)
Kesepakatan kelembagaan	Belum ada komitmen bersama pengelolaan situs	Komitmen Pokdarwis & Pemdes untuk melanjutkan pengelolaan
Keterlibatan MBKM	—	3 dosen + 3 mahasiswa terlibat
Dukungan publik	—	Apresiasi dan testimoni Ketua Pokdarwis

2) Peningkatan kapasitas Pokdarwis

Selain produk digital, hasil penting lainnya adalah transfer pengetahuan dan kemampuan awal pengelolaan terlihat dari fakta bahwa Pokdarwis kini sudah mampu mengelola website destinasi secara mandiri (Khomsah et al., 2023; Candra et al., 2025). Kemampuan ini mencakup unggah konten dasar, pengelolaan menu, serta penyesuaian teks dan gambar karena sistem yang digunakan baik laman desa maupun platform nasional seperti JADESTA memang dirancang dengan panel admin agar pengelola lokal dapat menambah/mengedit konten tanpa latar belakang teknis (Kemenparekraf, 2022; Pamungkas et al., 2025).

Dampak peningkatan kapasitas tampak dari dua hal: (a) pergeseran peran dari sekadar “penerima pelatihan” menjadi “mitra pengelola” sejalan dengan prinsip CBT yang menekankan tata kelola oleh komunitas (Abreu et al., 2024; World Tourism Organization [UNWTO], 2023), dan (b)

terbentuknya rutinitas koordinasi meski sempat terkendala komunikasi internal persyaratan pengisian rutin konten pada sistem JADESTA untuk program ADWI turut mendorong konsistensi koordinasi tim desa (UN Tourism, n.d.; Kemenparekraf, 2024). Secara kelembagaan, kesediaan pengurus dan pemerintah desa untuk menyepakati keberlanjutan pengelolaan menandakan proses tidak berhenti sebagai proyek satu-kali, melainkan cikal-bakal tata kelola konten berkelanjutan tepat dengan anjuran kerangka *AIUla Framework* (inklusivitas, partisipasi, dan komitmen kelembagaan) serta pedoman penguatan kelembagaan Pokdarwis (UNWTO, 2023; Arisa et al., 2024).

3) Penguatan ekosistem promosi: dari media sosial ke hub situs

Sebelum intervensi, promosi bertumpu pada akun FB/IG yang berjalan sendiri-sendiri. Kini, situs resmi Desa Wisata Penujak berperan sebagai “hub” yang mengonsolidasikan narasi destinasi cerita gerabah, sejarah, ragam atraksi serta katalog UMKM dan blog edukatif (tips berkunjung, kalender acara). Peralihan dari “media sosial sebagai kanal utama” menuju *official destination website* (ODW) sebagai pusat sejalan dengan literatur yang menempatkan ODW sebagai pilar komunikasi dan pencitraan destinasi, sementara media sosial bertindak komplementer untuk distribusi dan *social proof* (Fernández-Cavia, 2020). Desain beranda yang bersih dan navigasi yang jelas sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4, secara empiris berhubungan dengan *engagement* pra-kunjung dan niat menggunakan informasi wisata.

Implementasi “website-sebagai-hub” juga strategis bagi *community-based tourism* (CBT). Literasi wisatawan tentang budaya dan etika berkunjung dapat dinaikkan melalui kurasi konten yang lebih dalam dibanding caption singkat di media sosial. Temuan ini konsisten dengan riset *storytelling* destinasi yang menunjukkan bahwa narasi digital memperkuat koneksi emosional, memori pengalaman, dan *place image*; sekaligus menjadi wahana pelestarian pengetahuan lokal (Tung, Nguyen, & Tran, 2022). Dalam kerangka keberlanjutan, ODW memudahkan penerapan pedoman kunjungan bertanggung jawab (jam kunjungan, zona sensitif, etiket di bengkel gerabah) secara konsisten praktik yang selaras dengan CBT yang menempatkan komunitas sebagai pengelola narasi dan tata kelola destinasi.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan PKM ini bukannya tanpa kendala dan hambatan. Kendala dan hambatan yang ditemukan antara lain komunikasi antar pengurus pokdarwis yang masih lemah sehingga saat koordinasi pelaksanaan kegiatan tidak semua pengurus dapat hadir. Selain itu, dibutuhkan kerjasama tim yang kompak dan efektif dalam penyediaan data untuk mengisi fitur-fitur website. Meskipun demikian, dengan upaya dan effort maksimal akhirnya keterbatasan tersebut dapat ditutupi dengan keberhasilan yang telah dicapai. Dua langkah adaptif ditempuh: (a) menyederhanakan alur kerja (siapa-menulis-apa, kapan unggah), dan (b) membangun disiplin *content gathering* berbasis daftar periksa. Hasilnya, kendala dapat ditutup oleh kemajuan yang dicapai yaitu situs berhasil diluncurkan, pengelolaan awal berjalan, dan komitmen kelembagaan terbentuk. Pembelajaran utamanya adalah digitalisasi bukan sekadar urusan teknis, melainkan proses tata kelola siapa memegang peran admin, bagaimana menjaga keamanan akses, dan bagaimana memastikan suara UMKM/perajin terekam dalam konten.

Kegiatan PKM juga sejalan dan mendukung program MBKM atau Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (Sari et al., 2023). Kegiatan Digitalisasi (sistem dan teknologi informasi) yang relevan dengan mata kuliah Keamanan Jaringan dan Konten 3 Dimensi bagi mahasiswa program studi Pendidikan Teknologi Informasi. Selain itu, penyusunan luaran artikel ilmiah pada jurnal terakreditasi nasional (SINTA) yang relevan dengan mata kuliah Penulisan Karya Tulis Ilmiah, dan kegiatan PKM terkait Desa Wisata secara umum relevan dengan mata kuliah Kearifan Lokal dan

Kepariwisata Kimia. Di samping itu, terpenuhi juga Indikator Kinerja Utama (IKU), antara lain IKU 2 (mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus yang nantinya dapat dikonversikan dengan mata kuliah MBKM) dan IKU 5 (pemanfaatan hasil kerja dosen oleh masyarakat/mendapat rekognisi internasional).

4. KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini telah berhasil mengatasi persoalan utama promosi Desa Wisata Penujak melalui pembangunan situs resmi dengan lima menu inti (Beranda, Pariwisata, Sejarah, UMKM, dan Blog) sebagai *owned hub* informasi destinasi. Upaya ini menyatukan narasi budaya gerabah, katalog UMKM, dan konten edukatif dalam satu kanal yang mudah diakses publik. Capaian tersebut menandai terbangunnya ekosistem digital yang lebih terstruktur dan dapat dikelola secara mandiri oleh komunitas. Dari sisi kapasitas organisasi, Pokdarwis menunjukkan peningkatan kompetensi pengelolaan (unggah konten, pengaturan menu, kurasi teks-gambar) sekaligus mulai membangun ritme koordinasi pengelolaan konten. Selain produk digital, terbentuk pula komitmen kelembagaan antara Pokdarwis dan Pemerintah Desa untuk menjaga keberlanjutan pengelolaan situs, yang menandai adanya *buy-in* dan *ownership* lokal sebagai fondasi tata kelola konten berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang telah mendanai kegiatan ini melalui Program Pengabdian kepada Masyarakat Skema Program Kemitraan Masyarakat Batch 2 Tahun Anggaran 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Abreu, L. A. d., Walkowski, M. d. C., Perinotto, A. R. C., & Fonseca, J. F. d. (2024). Community-Based Tourism and Best Practices with the Sustainable Development Goals. *Administrative Sciences*, 14(2), 36. <https://doi.org/10.3390/admsci14020036>
- Akasse, C. S., & Ramansyah, R. (2023). Strategi Promosi Pariwisata melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pengunjung di Desa Wisata. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 52–60. <https://doi.org/10.24036/scs.v10i1.457>
- Aldossary, M & McLean, G. (2022). Prolonging the influence of a vacation experience on consumers' wellbeing - Is there a role for virtual reality?. *Annals of Tourism Research*, 97, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103500>
- Ardiansyah, M., Supriyadi, T., & Pratama, G. (2025). PERAN REBRANDING DESTINASI WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI TOGA HILL KABUPATEN SUMEDANG. *Jurnal Pariwisata PaRAMA : Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*, 5(3), 199-212. <https://doi.org/10.36417/jpp.v5i3.741>
- Arisa, F. N., Sabrina, D. S., & Gavrila, C. (2024). Penguatan Kelembagaan Pokdarwis dalam Pemberdayaan Masyarakat untuk Pariwisata Berkelanjutan. *KONAMI*. <https://journal.unej.ac.id/KONAMI/article/view/1076>
- Bhahri, S. (2021). E-Tourism Dalam Pengenalan Sektor Pariwisata Berbasis Android Di Kota Makassar. *E-Jurnal JUSITI (Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi)*, 10(1), 94–106. <https://doi.org/10.36774/jusiti.v10i1.824>
- Budiandriani, E. P. P., Budiandriani, B., Suriyanti, S., & nurnajamuddin, M. (2024). PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DI KABUPATEN TORAJA UTARA BERBASIS GREEN TOURISM. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 8(4). <https://doi.org/10.29040/jie.v8i4.16260>

- Candra, A., Patola, A., Wirawan, R., Nirwana, & Ariska, R. (2025). Pelatihan Pengembangan Pemasaran Digital Desa Wisata Dataran Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto. *JURPIKAT*, 6(1), 433–442. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i1.2204>
- Djoni, Yunis, R., & Ariwibowo, S. (2021). Penguatan Promosi Melalui Media Website pada Hotel Alvina Pematangsiantar. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i3.6287>
- Fernández-Cavia, J. (2020). Official destination websites: A place's showcase to the world. In *Communication, destination brands and mobile applications* (Routledge). (Ringkas: ODW sebagai kanal kunci komunikasi & brand destinasi).
- Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044–1060. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>
- Ichsan, R. N., Laratmase, P., Novedliani, R., Utami, E. Y., & Mahmudin, T. (2024). Digitalisasi Destinasi Sebagai Strategi Pengembangan Promosi Pariwisata Di Indonesia. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 8(2). <https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.13318>
- Kawuryan, M. W., Fathani, A. T., Purnomo, E. P., Salsabila, L., Azmi, N. A., Setiawan, D., & Fadhlurrohman, M. I. (2022). Sustainable Tourism Development in Indonesia: Bibliometric Review and Analysis. *Indonesian Journal of Geography*, 54(1). <https://doi.org/10.22146/ijg.64657>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). Buku Petunjuk JADESTA 2022–Desa Wisata. (Direktori & PDF). <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/direktori/51349>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2024). ADWI 2024 – Ketentuan Pengisian Konten JADESTA. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/adwi2024>
- Khomsah, S., Wijayanto, S., Nugraha, N. A. S., & Karima, H. Q. (2023). Peningkatan Kapasitas Pokdarwis dalam Penerapan Digital Marketing untuk Desa Wisata Kampung Tudung di Desa Grujungan Kabupaten Kebumen. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2). <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v8i2.3671>
- Leal Filho, W., Dibbern, T., Trevisan, L. V., et al. (2023). Mapping universities–communities partnerships in the delivery of the SDGs. *Frontiers in Environmental Science*, 11, 1246875. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2023.1246875>
- Liu, L. W., Wang, C. C., Pahrudin, P., Royanow, A. F., Lu, C., & Rahadi, I. (2023). Does virtual tourism influence tourist visit intention on actual attraction? A study from tourist behavior in Indonesia. *Cogent Social Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2240052>
- Madani, M., & Haryono, H. (2024). Designing a Promotional Media Website for Pottery Products Using the Waterfall Method. *Jurnal Bumigora Information Technology (BITE)*, 5(2), 195–204. <https://doi.org/10.30812/bite.v5i2.3370>
- Nasution, N., Nasution, F. B., & Hasan, M. A. (2022). Pelatihan Marketing Online dan Workshop E-Commerce untuk Meningkatkan Pemasaran pada Kelompok Pengrajin Rotan Kota Pekanbaru. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1591–1601. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i6.741>
- Nurhidayah, N. & Amran Yahya. (2022). PKM Pengembangan Usaha Ojek Online PAPAJEK dengan Pemanfaatan Teknologi Aplikasi Berbasis Android. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 419–429. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.8127>
- Pamungkas, R., Setiawan, D., Asnawi, N., Dwihantoro, R. S., Ramadhani, N. E., & Hartono, O. Y. (2025). Pengembangan Website POKDARWIS Menggunakan Content Management System untuk Meningkatkan Promosi Wisata Digital. Prosiding SENDIKO. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/sendiko/article/view/6915/0>
- Purnomo, E. P., Ramdani, R., Salsabila, L., & Choi, J.-W. (2020). Challenges of community-based forest management with local institutional differences between South Korea and Indonesia. *Development in Practice*, 30(8), 1082–1093. <https://doi.org/10.1080/09614524.2020.1749561>
- Rismayanti, M. ., & Sarah, I. S. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi Dalam Ulasan Online dan Kualitas Situs Web Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Situs Web Perjalanan Wisata

- (Studi Pada Traveloka). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 33–42. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2568>
- Sari, F., Kurniaty, I., Gustia, H., Hendrawati, T. Y., Anggaraini, N. H., & Cakrawala, O. N. (2023). Implementasi Pemberdayaan Masyarakat Desa dalam Program MBKM sebagai Hilirisasi Riset Unggulan Perguruan Tinggi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik*, 5(1), 22. <https://doi.org/10.24853/jpmt.5.1.22-26>
- Setiawan, D. (2024). Smart Tourism : Blockchain, Artificial Intelligence dan Internet Of Things: Implementasi Dalam Industri Pariwisata 5.0. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 6(02), 310-317. Retrieved from <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/1085>
- Silmi, A. F. (2017). PARTICIPATORY LEARNING AND ACTION (PLA) DI DESA TERPENCIL: Peran LSM PROVISI Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat di Lubuk Bintialo, Sumatra Selatan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 1(1), 97. <https://doi.org/10.14421/jpm.2017.011-05>
- Sun, W. (2025). The impact of information quality on behavioral intention: New insights from UGC and FGC. *Acta Psychologica*, 243, 104064. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104064>
- Suara NTB. (n.d.). Kunjungan Wisatawan Tembus 1,4 Juta, Kawasan Tramen dan The Mandalika Jadi Penyumbang Utama. 16 Desember 2023. <https://www.suarantb.com/2023/12/16/kunjungan-wisatawan-tembus-14-juta-kawasan-tramena-dan-the-mandalika-jadi-penyumbang-utama/>
- Tung, N. T., Nguyen, H. M., & Tran, Q. T. (2022). Effects of social media tourism information quality on destination visit intention. *Frontiers in Psychology*, 13, 1049149. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1049149>
- UN Tourism. (n.d.). Digital Transformation. <https://www.untourism.int/digital-transformation>
- Wei, W., Torres, E., & Hua, N. (2017). Destination marketing organization website flow experience: The influence on intention to seek and use travel information. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(6), 806–822. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1233924>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2023). AlUla Framework for Inclusive Community Development through Tourism. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422159>
- Yanti, F., Zaliyanti, Z., Fujianti, L., & Josi, A. (2024). Meningkatkan Akseibilitas dan Navigasi Wisatawan melalui Aplikasi Mobile dan Web Berbasis GIS di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Jurnal Inovasi Teknologi Terapan*, 2(2), 475–484. <https://doi.org/10.33504/jitt.v2i2.200>
- Yoo, S., Lee, D.-J., & Atamja, L. (2023). Influence of Online Information Quality and Website Design on User Shopping Loyalty in the Context of E-Commerce Shopping Malls in Korea. *Sustainability*, 15(4), 3560. <https://doi.org/10.3390/su15043560>