

Penguatan Pariwisata Berbasis Komunitas melalui Literasi Digital dan Kolaborasi Multipihak di Desa Sukolilo, Malang

Syahirul Alim^{1*}, Arief Budi Nugroho², Nina Dwi Lestari³

¹Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Brawijaya, Jalan Veteran No. 12-16, Malang Jawa Timur, Indonesia, 65145

²Departemen Sosiologi FISIP Universitas Brawijaya, Jalan Veteran No. 12-16, Malang Jawa Timur, Indonesia, 65145

³Departemen Tanah, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya, Jalan Veteran No. 12-16, Malang, Jawa Timur, Indonesia, 65145

*Corresponding Author e-mail: syahirul@ub.ac.id

Received: April 2025; Revised: Agustus 2025; Published: September 2025

Abstrak: Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Sukolilo dalam mengelola dan mempromosikan Wisata Gentong Mas secara berkelanjutan. Program dilaksanakan di Desa Sukolilo, Kabupaten Malang, dengan menggunakan metode partisipatif seperti Participatory Rural Appraisal (PRA), Focus Group Discussion (FGD), serta pelatihan dan pendampingan intensif. Kegiatan pelatihan difokuskan pada manajemen destinasi wisata, literasi digital, dan pembuatan konten promosi. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan Pokdarwis dalam merancang kegiatan wisata, menghasilkan konten visual yang menarik, dan memperkuat kolaborasi dengan para pemangku kepentingan. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan sebesar 25% dan interaksi media sosial yang lebih tinggi mencerminkan efektivitas strategi pemasaran digital yang diterapkan. Selain itu, program ini berdampak positif terhadap ekonomi lokal, dengan peningkatan pendapatan UMKM sebesar 20%–40% serta terciptanya peluang kerja baru. Temuan ini membuktikan bahwa pendekatan partisipatif yang mengintegrasikan teknologi digital dan kolaborasi multi-pihak dapat mewujudkan model pariwisata berbasis komunitas yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Community-Based Tourism (CBT); Digital Marketing in Tourism; Pokdarwis Capacity Building; Sustainable Tourism Development; Rural Tourism Empowerment

Strengthening Community-Based Tourism through Digital Literacy and Multi-Stakeholder Collaboration in Sukolilo Village, Malang

Abstract: This community service program aimed to enhance the capacity of the Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Sukolilo in managing and promoting Gentong Mas Tourism in a sustainable manner. Conducted in Sukolilo Village, Malang Regency, the program employed participatory methods such as Participatory Rural Appraisal (PRA), Focus Group Discussions (FGDs), and a series of capacity-building workshops. Training sessions focused on tourism destination management, digital literacy, and content creation. The results showed significant improvements in Pokdarwis' ability to design tourism activities, produce engaging visual content, and strengthen stakeholder collaboration. A 25% increase in tourist visits and enhanced social media engagement reflected the effectiveness of the digital marketing strategies implemented. Additionally, the program contributed to the local economy, with a 20%–40% income increase among SMEs and the creation of new job opportunities. These findings demonstrate that participatory approaches integrating digital technology and multi-stakeholder collaboration can foster a sustainable community-based tourism model.

Keywords: Community-Based Tourism; Digital Tourism Marketing; Capacity Building; Sustainable Tourism; Rural Community Empowerment

How to Cite: Alim, S., Nugroho, A. B., & Lestari, N. D. (2025). Penguatan Pariwisata Berbasis Komunitas melalui Literasi Digital dan Kolaborasi Multipihak di Desa Sukolilo, Malang. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(3), 585–595. <https://doi.org/10.36312/linov.v10i3.2712>



<https://doi.org/10.36312/linov.v10i3.2712>

Copyright© 2025, Alim et al
This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis komunitas (Community-Based Tourism atau CBT) telah menjadi pendekatan yang diakui dalam mendorong pembangunan pariwisata berkelanjutan. Konsep ini menekankan pada peran aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi, sehingga manfaat ekonomi, sosial, dan budaya dari kegiatan pariwisata dapat dinikmati langsung oleh komunitas setempat (Maráková & Dzúriková, 2023). Pelibatan masyarakat tidak terbatas pada operasional, tetapi juga mencakup perencanaan strategis, pengambilan keputusan, dan pelestarian nilai-nilai lokal yang menjadi identitas destinasi.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam lanskap industri pariwisata. Media sosial dan platform digital kini menjadi kanal utama dalam strategi promosi destinasi wisata, menggantikan metode konvensional yang lebih terbatas jangkauannya (Kurniawati, 2023). Dalam konteks ini, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital menjadi kompetensi esensial bagi pelaku wisata, khususnya kelompok-kelompok lokal seperti Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Literasi digital yang memadai dapat membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik suatu destinasi, memperluas pasar, serta memperkuat daya saing di tingkat regional maupun nasional.

Desa Sukolilo di Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang, merupakan wilayah yang memiliki potensi wisata alam dan budaya yang menjanjikan, salah satunya melalui objek Wisata Gentong Mas. Destinasi ini menawarkan berbagai atraksi seperti kolam renang alami, area outbound, perkemahan, dan sumber mata air yang memiliki nilai sejarah lokal. Antusiasme komunitas lokal terhadap pengembangan wisata tercermin dari terbentuknya Pokdarwis Sukolilo, yang berperan dalam mengelola dan mengembangkan destinasi tersebut. Namun, pengelolaan destinasi masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterbatasan dalam penerapan praktik manajemen profesional dan kurangnya keterampilan dalam memanfaatkan media digital secara optimal.

Keterbatasan dalam promosi digital menyebabkan informasi mengenai Wisata Gentong Mas belum tersebar luas di luar lingkup lokal. Penggunaan media sosial masih dilakukan secara konvensional dan belum didukung oleh strategi konten yang efektif. Selain itu, inovasi dalam penyajian atraksi wisata juga belum berkembang secara maksimal, sementara koordinasi antara komunitas, pemerintah desa, dan pelaku usaha belum sepenuhnya terstruktur. Kondisi ini menyulitkan destinasi untuk bersaing dengan tempat wisata lain di kawasan yang telah lebih dulu membangun identitas dan citra digital yang kuat (Wibawa, 2024).

Sebagai respon terhadap tantangan tersebut, diperlukan upaya kolaboratif yang melibatkan berbagai pihak untuk memperkuat kapasitas kelembagaan Pokdarwis serta meningkatkan pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan dan promosi destinasi. Melalui pelatihan manajemen, pendampingan digital, dan penguatan kerja sama lintas sektor, diharapkan tercipta sistem pengelolaan wisata yang lebih profesional, inovatif, dan berkelanjutan. Pendekatan seperti ini sejalan dengan prinsip Tourism Destination Management (TDM) yang menekankan pentingnya integrasi antara strategi pengembangan pariwisata, partisipasi masyarakat, dan pemanfaatan teknologi untuk menciptakan nilai tambah jangka panjang bagi komunitas lokal.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian masyarakat yang dirancang untuk pengembangan Wisata Gentong Mas di Desa Sukolilo menggunakan berbagai metode partisipatif

dan kolaboratif yang melibatkan komunitas lokal dalam setiap tahapan. Pendekatan partisipatif, seperti *Participatory Rural Appraisal (PRA)*, digunakan untuk memetakan potensi wisata dan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh masyarakat. Teknik ini memungkinkan masyarakat lokal, khususnya anggota Pokdarwis, untuk berperan aktif dalam analisis kondisi serta pengembangan strategi pengelolaan wisata. Selain itu, Focus Group Discussion (FGD) juga dilakukan untuk menggali masukan dari pemangku kepentingan lain, seperti pemerintah desa, pelaku UMKM, dan akademisi, dalam upaya merumuskan langkah-langkah konkret bagi pengembangan pariwisata berkelanjutan di Gentong Mas. Pendekatan kolaboratif melibatkan sinergi antara komunitas lokal, pemerintah desa, sektor swasta, dan lembaga pendidikan. Sinergi ini penting untuk menciptakan kerjasama yang erat di bidang pengelolaan wisata berbasis masyarakat, sebagaimana disarankan oleh Gustina et al. (2020) dalam studi mereka tentang pariwisata berbasis komunitas (Gustina et al., 2020).

Dalam pelaksanaan program, pelatihan intensif menjadi metode utama untuk meningkatkan keterampilan pengelolaan destinasi wisata dan promosi digital. Tim pengabdian memberikan pendampingan dalam hal manajemen destinasi, termasuk perencanaan strategis, pembagian tugas yang efektif, dan pengelolaan operasional sehari-hari. Pendampingan ini dilengkapi dengan pelatihan literasi digital, di mana anggota Pokdarwis dilatih untuk mengelola konten media sosial serta menggunakan alat-alat analitik untuk memantau keterlibatan audiens. Pendekatan ini bertujuan untuk memaksimalkan potensi media sosial dalam mempromosikan Wisata Gentong Mas secara luas, sebuah strategi yang semakin penting di era digital ini (Kurniawati, 2023).

Mitra utama dalam kegiatan ini adalah Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Sukolilo, yang terdiri dari 14 anggota aktif. Pokdarwis berperan penting dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengembangan destinasi wisata, khususnya dalam hal pengelolaan atraksi wisata, promosi, dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan lainnya. Pemerintah desa Sukolilo juga terlibat secara aktif, berperan sebagai fasilitator dalam penyediaan infrastruktur dan regulasi yang mendukung pengembangan wisata. Selain itu, masyarakat umum Desa Sukolilo, termasuk pelaku UMKM lokal, berpartisipasi dalam program ini dengan menyediakan berbagai layanan yang mendukung pariwisata, seperti penyediaan suvenir, kuliner, dan penginapan bagi wisatawan (Pesimo-Abundabar, 2022). Kolaborasi dengan akademisi dari Universitas Brawijaya memperkuat pelaksanaan program, terutama dalam memberikan pendampingan teknis serta dukungan penelitian.

Tabel 1. Alur Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat

Tahapan	Aktivitas Utama	Metode	Pelaksana Utama
Identifikasi awal	Survei lapangan, observasi potensi	PRA	Tim pengabdian & Pokdarwis
Perumusan strategi	Diskusi lintas pihak	FGD	Pokdarwis, pemerintah desa, akademisi
Pelatihan teknis	Manajemen destinasi, literasi digital, branding	Pelatihan intensif	Tim pengabdian & narasumber
Implementasi lapangan	Pengelolaan atraksi, konten	Pendampingan	Pokdarwis & mitra lokal

Evaluasi	media sosial Kuesioner, wawancara, analisis data sosial	Evaluasi partisipatif	Tim evaluasi & pemangku kepentingan
----------	--	--------------------------	---

Sumber: Penulis, 2024

Teknologi dan pengetahuan yang ditransfer kepada Pokdarwis dan komunitas mencakup berbagai aspek, mulai dari literasi digital hingga manajemen pariwisata berkelanjutan. Anggota Pokdarwis dilatih untuk mengelola media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok guna mempromosikan Wisata Gentong Mas melalui konten visual yang menarik. Pelatihan ini tidak hanya mencakup keterampilan fotografi dan videografi, tetapi juga teknik pembuatan konten kreatif yang mampu menarik audiens, serta penggunaan alat analitik media sosial untuk mengukur keterlibatan dan respons audiens secara real-time (Mohamed et al., 2022). Selain itu, Pokdarwis juga diberikan pelatihan dalam pengelolaan website yang dilengkapi dengan sistem pemesanan online, yang memungkinkan pengunjung untuk memesan tiket dan fasilitas wisata dengan mudah.

Aspek manajemen pariwisata juga menjadi fokus utama dalam pelatihan yang diberikan. Pokdarwis didorong untuk menerapkan strategi branding yang kuat, yang mencakup penciptaan identitas visual yang unik untuk Wisata Gentong Mas. Mereka dilatih dalam pengelolaan fasilitas wisata, pengembangan atraksi kreatif, serta penerapan pelayanan prima kepada pengunjung. Dengan adanya pelatihan ini, Pokdarwis mampu mengelola wisata dengan cara yang lebih profesional dan berkelanjutan, sesuai dengan prinsip-prinsip pariwisata berbasis komunitas yang dijelaskan oleh Chin et al. (2021) (Chin et al., 2021).

Pengumpulan data untuk evaluasi program dilakukan dengan menggunakan berbagai instrumen, termasuk kuesioner, wawancara mendalam, observasi langsung, dan analitik media sosial. Kuesioner disebarluaskan kepada wisatawan untuk mengukur tingkat kepuasan mereka terhadap pengalaman wisata di Gentong Mas, mencakup aspek pelayanan, fasilitas, serta keseluruhan pengalaman berwisata. Wawancara mendalam dilakukan dengan anggota Pokdarwis, pemerintah desa, serta pelaku UMKM untuk memahami dampak program terhadap kemampuan mereka dalam mengelola wisata serta dampak ekonomi bagi masyarakat lokal. Observasi langsung di lapangan memungkinkan tim pengabdian untuk memantau perubahan operasional Pokdarwis, sementara data dari analitik media sosial digunakan untuk menilai efektivitas strategi promosi digital yang diterapkan.

Beberapa indikator keberhasilan program mencakup peningkatan kapasitas manajemen Pokdarwis, efektivitas promosi digital, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, serta dampak ekonomi terhadap masyarakat lokal. Peningkatan kapasitas manajemen dilihat dari bagaimana Pokdarwis menerapkan strategi-strategi baru dalam pengelolaan destinasi, sementara efektivitas promosi digital diukur dari peningkatan engagement rate, jumlah pengikut, serta kualitas konten yang dihasilkan (Florićić, 2023).

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan durasi kunjungan juga menjadi salah satu indikator penting keberhasilan program ini, yang menunjukkan peningkatan daya tarik Wisata Gentong Mas. Selain itu, dampak ekonomi diukur dari peningkatan pendapatan masyarakat, khususnya pelaku UMKM yang terlibat dalam aktivitas pariwisata (Endriani, 2015).

Untuk menganalisis data yang dikumpulkan, digunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Data kuesioner dan survei dianalisis secara statistik menggunakan

teknik deskriptif seperti rata-rata dan persentase, sedangkan wawancara mendalam dan FGD dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola-pola kunci dalam tanggapan partisipan (Zhang, 2024). Teknik analisis SWOT juga digunakan untuk membantu Pokdarwis dan pemangku kepentingan lain dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi dalam pengelolaan destinasi wisata, sehingga strategi pengembangan yang lebih efektif dapat dirumuskan (Park & Yoon, 2010).

HASIL DAN DISKUSI

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan untuk pengembangan Wisata Gentong Mas di Desa Sukolilo menunjukkan beberapa hasil yang signifikan dalam berbagai aspek, khususnya dalam peningkatan kapasitas pengelolaan destinasi wisata, efektivitas promosi digital, serta dampak ekonomi dan sosial bagi masyarakat lokal. Hasil ini mencerminkan pentingnya pendekatan partisipatif dalam membangun pariwisata berbasis komunitas yang berkelanjutan.

Peningkatan Kapasitas Pokdarwis merupakan salah satu hasil yang paling mencolok dari program ini. Anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Sukolilo mengalami peningkatan keterampilan manajemen destinasi wisata yang terlihat dari kemampuan mereka dalam mengelola Wisata Gentong Mas dengan lebih efektif dan terorganisir. Pelatihan yang diberikan memungkinkan Pokdarwis untuk lebih mahir dalam pembagian tugas, perencanaan acara wisata, dan pengelolaan atraksi, seperti penyusunan paket wisata edukatif yang berfokus pada budaya lokal dan pelestarian lingkungan. Hasil ini sejalan dengan temuan dari Lemy et al. (2019), yang menekankan pentingnya pelatihan kapasitas dalam pariwisata berbasis komunitas untuk meningkatkan keterampilan manajerial dan kreativitas dalam pengelolaan atraksi wisata (Lemy et al., 2019).

Tabel 2. Perbandingan Kinerja Manajerial Pokdarwis Sebelum dan Sesudah Program

Aspek Manajemen	Sebelum Program	Sesudah Program
Perencanaan kegiatan	Tidak terjadwal	Tersusun per triwulan
Pembagian tugas	Tidak merata	Spesifik per anggota
Penjadwalan atraksi	Insidental	Terjadwal dan tematik
Kemitraan eksternal	Minim	Terjalin dengan UMKM dan akademisi

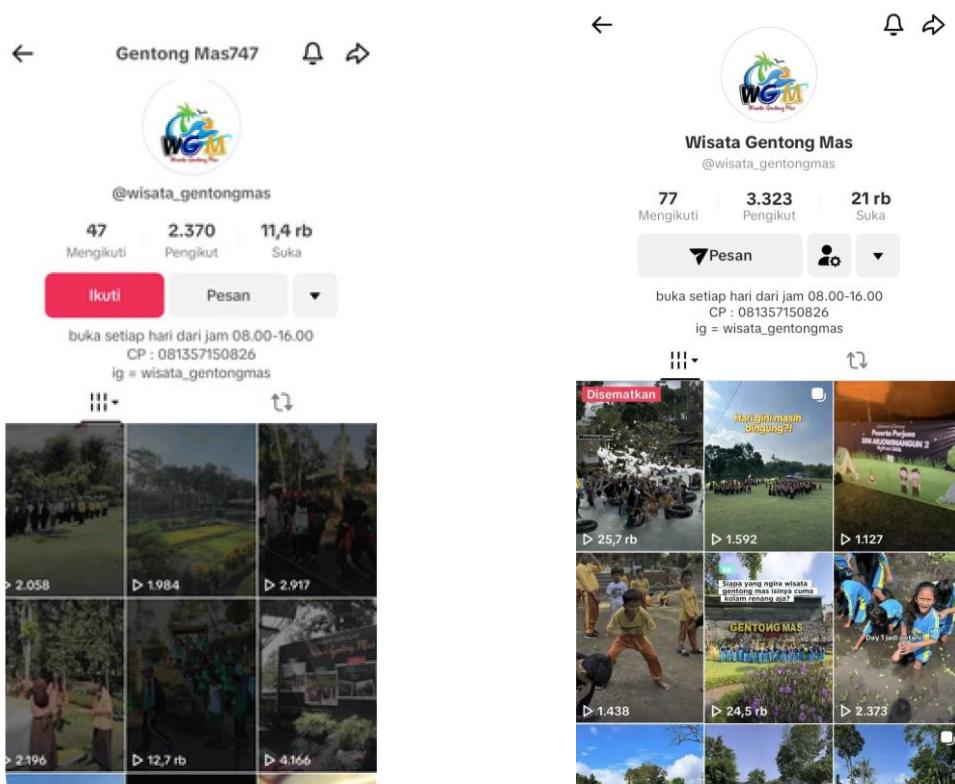
Sumber: penulis, 2024

Lebih lanjut, program ini juga memberikan dampak positif terhadap literasi digital Pokdarwis. Setelah pelatihan tentang fotografi, videografi, dan pengelolaan media sosial, anggota Pokdarwis berhasil memproduksi konten visual yang lebih menarik dan otentik untuk dipublikasikan di berbagai platform digital. Pembentukan tim khusus yang bertanggung jawab atas manajemen media sosial memungkinkan Pokdarwis untuk lebih konsisten dalam memperbarui konten, dengan rata-rata tiga postingan per minggu. Peningkatan kemampuan ini sangat penting dalam konteks pariwisata modern yang semakin mengandalkan promosi digital, seperti yang dikemukakan oleh Firmansyah et al. (2021), yang menunjukkan bahwa penguasaan keterampilan digital dalam pariwisata dapat secara signifikan meningkatkan keterlibatan wisatawan (Firmansyah et al., 2021).

Selain itu, program ini juga berhasil memperkuat kerjasama antara Pokdarwis dan pemangku kepentingan lainnya. Pembentukan forum komunikasi pariwisata desa menjadi wadah koordinasi yang lebih terstruktur antara Pokdarwis, pemerintah

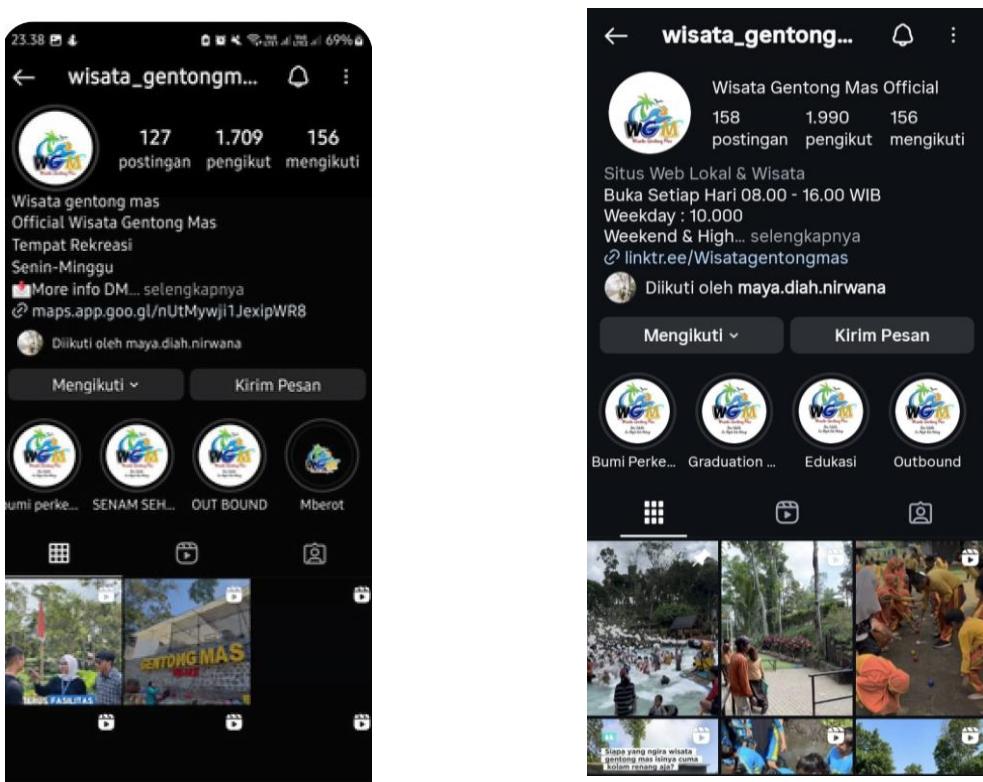
desa, pelaku usaha lokal, dan akademisi. Melalui forum ini, sinergi yang lebih kuat terjalin dalam perencanaan dan pengembangan Wisata Gentong Mas, seperti yang juga ditemukan oleh Gustina et al. (2020), bahwa keberhasilan pengembangan pariwisata berbasis komunitas sangat bergantung pada kolaborasi lintas pemangku kepentingan (Gustina et al., 2020).

Efektivitas promosi digital menjadi hasil lain yang sangat penting dari program ini. Penerapan strategi pemasaran digital yang lebih terstruktur terbukti mampu meningkatkan visibilitas Wisata Gentong Mas di media sosial. Peningkatan followers Instagram sebesar 25% dalam waktu tiga bulan serta kenaikan engagement rate dari 2% menjadi 55% menunjukkan bahwa pendekatan promosi digital berhasil menarik perhatian audiens yang lebih luas. Penggunaan media sosial sebagai alat promosi utama tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga membantu membangun hubungan yang lebih dekat antara destinasi dan wisatawan potensial, seperti yang dijelaskan oleh Deb (2022), bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan destinasi wisata secara interaktif dan kreatif (Deb, 2022).



Gambar 1. Sosial Media Tiktok Wisata Gentong Mas sebelum dan sesudah Program

Sumber: Penulis, 2024

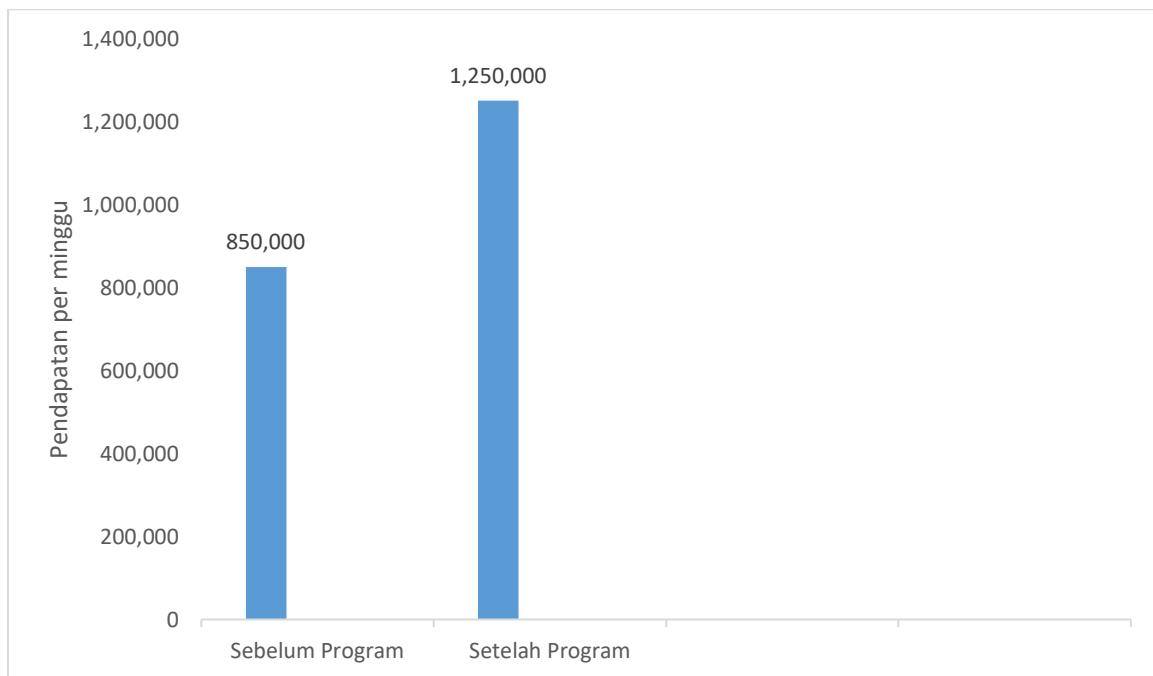


Gambar 2. Sosial Media Instagram Wisata Gentong Mas sebelum dan sesudah Program

Sumber: Penulis, 2024

Peningkatan visibilitas ini juga berdampak pada kenaikan jumlah kunjungan wisatawan, yang mencapai 25% lebih tinggi dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Dharawanij (2020), yang menyoroti bahwa promosi digital yang efektif dapat secara signifikan meningkatkan jumlah wisatawan dengan memberikan akses yang lebih mudah dan informasi yang lebih lengkap mengenai destinasi wisata (Dharawanij, 2020).

Dampak ekonomi dan sosial dari program ini juga terlihat jelas, terutama bagi masyarakat Desa Sukolilo. Peningkatan pendapatan UMKM lokal sebesar 10%-20%, terutama bagi pedagang suvenir, warung makanan, dan pengelola penginapan, menunjukkan bahwa pariwisata dapat berfungsi sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Temuan ini mendukung pandangan dari Endriani (2015), yang menekankan bahwa pengembangan pariwisata berbasis komunitas dapat memberikan manfaat ekonomi yang langsung bagi masyarakat, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja baru dan memperkuat sektor UMKM (Endriani, 2015).



Gambar 3. Diagram Peningkatan Pendapatan UMKM Terkait Wisata Gentong Mas
Sumber: Penulis, 2024

Selain itu, partisipasi masyarakat dalam kegiatan wisata juga meningkat. Lebih dari 10% rumah tangga di Desa Sukolilo kini terlibat langsung atau tidak langsung dalam aktivitas pariwisata. Partisipasi ini mencerminkan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata, sebagaimana disarankan oleh Pesimo-Abundabar (2022), yang menyebutkan bahwa partisipasi aktif masyarakat lokal dalam kegiatan wisata dapat meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap keberlanjutan destinasi (Pesimo-Abundabar, 2022).

Program ini juga berhasil mendorong revitalisasi tradisi lokal, yang kini dijadikan bagian dari atraksi wisata budaya. Festival budaya dan pameran kerajinan tradisional menjadi daya tarik baru yang tidak hanya meningkatkan minat wisatawan, tetapi juga membantu melestarikan warisan budaya lokal. Selain itu, inisiatif pelestarian lingkungan, seperti program penanaman pohon di area wisata, turut meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan alam sebagai bagian dari daya tarik wisata. Temuan ini memperkuat pandangan Shariffuddin et al. (2022), yang menekankan bahwa inovasi dalam pengembangan produk wisata, termasuk integrasi budaya dan lingkungan, merupakan kunci keberhasilan pariwisata berkelanjutan (Shariffuddin et al., 2022).

Secara keseluruhan, program pengabdian ini berhasil mencapai tujuannya untuk meningkatkan kapasitas Pokdarwis Sukolilo dalam pengelolaan dan promosi Wisata Gentong Mas, memperkuat visibilitas destinasi melalui strategi pemasaran digital, serta memberikan dampak ekonomi dan sosial yang nyata bagi masyarakat lokal. Pendekatan yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat dan pemanfaatan teknologi digital terbukti efektif dalam menciptakan model pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif. Hasil-hasil ini memberikan landasan yang kuat bagi pengembangan lebih lanjut Wisata Gentong Mas sebagai destinasi wisata berbasis komunitas yang kompetitif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Wisata Gentong Mas, Desa Sukolilo, berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kapasitas Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Sukolilo dalam pengelolaan dan promosi destinasi wisata. Pelatihan manajemen dan literasi digital yang diberikan telah memberikan dampak signifikan terhadap kemampuan Pokdarwis dalam merencanakan dan mengelola atraksi wisata, meningkatkan efektivitas promosi digital, serta memperkuat kerja sama dengan pemangku kepentingan. Hasilnya, Wisata Gentong Mas mengalami peningkatan visibilitas di media sosial, yang tercermin dari peningkatan engagement dan jumlah kunjungan wisatawan.

Program ini juga memberikan dampak ekonomi dan sosial yang nyata bagi masyarakat Desa Sukolilo. Peningkatan pendapatan UMKM lokal, terbukanya lapangan kerja baru, serta revitalisasi tradisi lokal dan pelestarian lingkungan menjadi bukti bahwa pariwisata berbasis komunitas dapat berkontribusi secara langsung pada kesejahteraan masyarakat. Dengan melibatkan masyarakat lokal dalam setiap tahap pengelolaan wisata, program ini mampu menciptakan pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Keberhasilan program ini menegaskan pentingnya literasi digital dan kolaborasi multi-pihak dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas. Penerapan strategi digital marketing yang efektif, dukungan kuat dari pemangku kepentingan, serta fokus pada pelestarian budaya dan lingkungan menjadi kunci untuk menciptakan model pariwisata yang tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat setempat.

REKOMENDASI

Berdasarkan telaah terhadap naskah "Penguatan Pariwisata Berbasis Komunitas melalui Literasi Digital dan Kolaborasi Multipihak di Desa Sukolilo, Malang", program pengabdian ini sudah sangat tepat dalam menjawab kebutuhan pengembangan pariwisata berbasis komunitas yang berkelanjutan. Keunggulan program ini terletak pada integrasi pendekatan partisipatif, peningkatan kapasitas kelembagaan Pokdarwis, serta pemanfaatan teknologi digital untuk promosi. Literasi digital yang ditanamkan kepada anggota Pokdarwis terbukti mampu meningkatkan visibilitas wisata Gentong Mas secara signifikan. Hasil nyata seperti peningkatan kunjungan wisatawan, kenaikan pendapatan UMKM, dan revitalisasi budaya lokal menunjukkan bahwa intervensi yang dilakukan sangat relevan dan berdampak langsung terhadap kesejahteraan masyarakat.

Sebagai rekomendasi, langkah lanjutan yang dapat diambil adalah memperluas jangkauan kerja sama lintas sektor misalnya dengan sektor swasta di bidang teknologi kreatif dan travel agency untuk mendorong keberlanjutan pemasaran digital dan inovasi atraksi wisata. Selain itu, Pokdarwis dapat difasilitasi untuk mengakses pelatihan lanjutan dan sertifikasi profesional di bidang hospitality dan manajemen pariwisata, guna memperkuat aspek kualitas layanan dan daya saing. Riset longitudinal juga perlu dilakukan untuk memantau dampak jangka panjang dari program ini, baik dalam aspek sosial-budaya maupun ekologi, agar keberlanjutan pariwisata di Desa Sukolilo tetap terjaga.

ACKNOWLEDGMENT

Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan pendanaan program pengabdian masyarakat ini dari Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, di bawah naungan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan

Teknologi (Ditjen Diktiristek), Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) Republik Indonesia, melalui skema Hibah Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2024. Dukungan ini sangat berkontribusi terhadap keberhasilan pelaksanaan dan penyelesaian program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Chin, C. H., Winnie Wong Poh Ming Wong, Chin, C. L., & Franklin, G. (2021). Discovering the Intangible Innovation of Knowledge Sharing for Improving Rural Tourism Destinations' Competitiveness: A Collaborative Approach. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(8). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i8/10655>
- Deb, S. K. (2022). Promoting Tourism Business Through Digital Marketing in the New Normal Era: A Sustainable Approach. *European Journal of Innovation Management*, 27(3), 775–799. <https://doi.org/10.1108/ejim-04-2022-0218>
- Dharawanij, N. (2020). The Development of Cultural Heritage Tourism at Sangkhlaburi District, Kanchanaburi Province, Thailand. *Social Sciences*, 9(3), 77. <https://doi.org/10.11648/j.ss.20200903.13>
- Endriani, D. (2015). Making a Tourism Icon: The Valorization of Siti Nurbaya Bridge in West Sumatera. *Jurnal Master Pariwisata (Jumpa)*. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2015.v01.i02.p04>
- Firmansyah, F., Fadhilah, T., Catur, A., Nurmelia, E., & Rachmansyah, R. (2021). Application of Digital Communication to Increase the Tourism Promotion in Dayeuh Kolot Village, Subang. *Mediator (Jurnal Komunikasi)*, 14(1), 54–65. <https://doi.org/10.29313/mediator.v14i1.7627>
- Gustina, G., Yenida, Y., & Novadilastri, N. (2020). *The Impact of Halal Tourism Destination on Improving Community Prosperity*. <https://doi.org/10.4108/eai.1-11-2019.2294007>
- Indrayanti, T., Jamhari, J., Mulyo, J. H., & Masyhuri, M. (2019). The Customer Satisfaction Analysis of Community Based Agrotourism in Yogyakarta. *Caraka Tani Journal of Sustainable Agriculture*, 35(1), 33. <https://doi.org/10.20961/carakatani.v35i1.29336>
- Kurniawati, D. (2023). Digital Marketing Communication Model for Encouraging Tourism Visits in Langkat Regency, Indonesia. *Studies in Media and Communication*, 11(7), 67. <https://doi.org/10.11114/smc.v11i7.6199>
- Lemy, D. M., Kristiana, Y., & Nathalia, T. C. (2019). *Sustainable Tourism Development (The Perspective of the Tourism Stakeholders in Biak Numfor, Papua, Indonesia)*. <https://doi.org/10.2991/isot-18.2019.19>
- Mohamed, S. B., Hilaly, H., Morsy, N., & Said, H. (2022). Photography as a Tourism Type and Tourism Marketing Tool in Egypt. *Journal of Tourism Hotels and Heritage*, 5(2), 32–53. <https://doi.org/10.21608/sis.2022.170115.1080>
- Park, D., & Yoon, Y. (2010). Developing Sustainable Rural Tourism Evaluation Indicators. *International Journal of Tourism Research*, 13(5), 401–415. <https://doi.org/10.1002/jtr.804>
- Pesimo-Abundabar, A. (2022). Establishing, Piloting, and Evaluating Community-Managed Tour Trek in Sagnay, Camarines Sur. *International Journal of Academe and Industry Research*, 3(4), 21–59. <https://doi.org/10.53378/352934>
- Shariffuddin, N. S. M., Azinuddin, M., Hanafiah, M. H., & Wan Mohd Adzim Wan Mohd Zain. (2022). A Comprehensive Review on Tourism Destination Competitiveness (TDC) Literature. *Competitiveness Review an International*

- Business Journal Incorporating Journal of Global Competitiveness*, 33(4), 787–819. <https://doi.org/10.1108/cr-04-2021-0054>
- Wibawa, R. P. (2024). Digital Transformation and Administrative Efficiency Study. *Ajsld*, 3(1), 169–175. <https://doi.org/10.51699/ajsl.v3i1.3444>
- Zhang, B. (2024). Empirical Research on the Suitability of Rural Tourism Development Based on Fuzzy Comprehensive Evaluation Method. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.2478/amns-2024-0119>