

## **PEMBERDAYAAN ANGGOTA POKDARWIS PANTAI BINTANG MELALUI PELATIHAN LITERASI DIGITAL UNTUK PENGUATAN PARIWISATA LOKAL**

**Ilham\***

\*Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Muhammadiyah Mataram,  
Mataram, Indonesia

\*E-mail: [ilham.ummataram@gmail.com](mailto:ilham.ummataram@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas literasi digital anggota Pokdarwis Pantai Bintang sebagai upaya penguatan promosi pariwisata lokal. Pelatihan dilaksanakan melalui rangkaian penyuluhan, pelatihan, *workshop*, dan praktik langsung yang difokuskan pada penggunaan bahasa Inggris fungsional, teknik dasar pembuatan konten digital, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding destinasi. Mitra kegiatan terdiri dari 35 anggota Pokdarwis berusia 25–40 tahun. Evaluasi pelatihan menggunakan kuesioner skala Likert untuk menilai efektivitas materi, metode, dan dampak kegiatan terhadap peningkatan kompetensi peserta. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini berkontribusi signifikan terhadap peningkatan keterampilan halus (*soft skills*) seperti kepercayaan diri, motivasi, dan kemampuan komunikasi peserta sebesar 60–70%, serta peningkatan keterampilan kasar (*hard skills*) seperti kemampuan membuat foto dan video sederhana, penyusunan *caption* promosi, dan pemahaman penggunaan platform digital pada kisaran 65–75%. Temuan ini menegaskan bahwa pelatihan literasi digital mampu memperkuat peran Pokdarwis sebagai penggerak utama promosi pariwisata berbasis komunitas. Selain itu, peserta menunjukkan minat tinggi terhadap keberlanjutan program. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan berupa pendampingan intensif dan pelatihan tematik direkomendasikan guna memastikan penerapan keterampilan digital secara konsisten dalam pengembangan promosi Pantai Bintang.

**Kata Kunci:** Kelompok Sadar Wisata; Konten Digital; Literasi Digital; Pariwisata Lokal; Pokdarwis.

### **ABSTRACT**

*This community service program aims to enhance the digital literacy capacity of the Pokdarwis (tourism awareness group) of Pantai Bintang as an effort to strengthen local tourism promotion. The program was implemented through a series of educational sessions, training, workshops, and hands-on practice focusing on the use of functional English, basic digital content creation techniques, and the effective use of social media for destination branding. The partner group consisted of 35 members aged 25–40. The effectiveness of the training was assessed using a Likert-scale questionnaire that measured participants' perceptions of the material, delivery methods, and the extent to which the program improved their competencies. The results indicate a substantial*

*improvement in participants' soft skills—such as confidence, motivation, and communication ability—by approximately 60–70%, as well as an increase in hard skills—including basic photography and videography, promotional caption writing, and understanding of digital platforms—by 65–75%. These findings confirm that digital literacy training significantly strengthens the role of Pokdarwis as key actors in community-based tourism promotion. The participants also expressed strong interest in continuing similar programs. Thus, further activities such as targeted mentoring and thematic training are recommended to ensure the consistent application of digital skills in promoting Pantai Bintang.*

**Keywords:** Digital Content; Digital Literacy; Local Tourism; Pokdarwis; Tourism Awareness Group.

<b>Article History:</b>	
Diterima	: 10-04-2025
Disetujui	: 15-05-2025
Diterbitkan Online	: 15-06-2026

## **PENDAHULUAN**

### **1. Analisis Situasi**

Pariwisata berbasis masyarakat (*Community-Based Tourism/CBT*) telah menjadi pendekatan strategis dalam pengembangan destinasi, terutama di wilayah pesisir yang memiliki potensi ekologis dan budaya yang tinggi. Model CBT menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengelolaan dan promosi destinasi, sehingga keberhasilan pariwisata tidak hanya bergantung pada daya tarik alam, tetapi juga pada kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi dan informasi (Irwan et al., 2025; Puspitasari et al., 2024). Di berbagai daerah Indonesia, kelompok sadar wisata (Pokdarwis) berperan penting sebagai penggerak lokal yang memastikan kegiatan pariwisata berjalan berkelanjutan, ramah lingkungan, dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Ilham et al., 2025; Nurhawa & Hikmah, 2026; Sriwijaya et al., 2024). Namun, kapasitas digital anggota Pokdarwis masih sangat beragam, sehingga upaya pemberdayaan di bidang literasi digital menjadi sangat diperlukan.

Dalam konteks pariwisata modern, literasi digital telah menjadi kompetensi dasar yang menentukan sejauh mana sebuah destinasi dapat dikenal publik. Wisatawan saat ini mengandalkan media digital seperti Google Maps, Instagram, TikTok, maupun platform ulasan seperti TripAdvisor untuk memilih destinasi perjalanan (Sugiarti et al., 2025; Sutanto et al., 2025). Tanpa kehadiran yang kuat di ruang digital, destinasi kecil seperti Pantai Bintang akan kesulitan bersaing dengan destinasi lain yang sudah lebih dahulu memanfaatkan teknologi. Hal ini sejalan dengan temuan Sugiarti et al., (2025) yang menyebutkan bahwa promosi digital memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisata karena akses informasi menjadi lebih cepat, menarik, dan mudah dijangkau.

Pantai Bintang memiliki kekayaan ekologi dan potensi wisata keluarga, namun belum sepenuhnya dipromosikan secara digital karena keterbatasan keterampilan anggota Pokdarwis dalam membuat konten, mengelola media sosial, serta memanfaatkan aplikasi digital untuk promosi. Tantangan ini juga ditemukan di banyak destinasi wisata desa lain di Indonesia. Penelitian menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital menjadi hambatan utama bagi Pokdarwis dalam melakukan branding destinasi dan menarik wisatawan.

Tanpa pelatihan yang sistematis, upaya promosi cenderung tidak terarah, kurang profesional, dan tidak mampu bersaing di era ekonomi digital (Yuliawati et al., 2026).

Pemberdayaan melalui pelatihan literasi digital menjadi solusi strategis untuk memperkuat kapasitas Pokdarwis Pantai Bintang. Pemberdayaan sendiri dipahami sebagai proses meningkatkan kemampuan masyarakat agar mampu mengontrol sumber daya dan membuat keputusan yang berdampak pada kemajuan mereka (Fandika et al., 2025). Dalam konteks pariwisata, pemberdayaan digital berarti memberikan akses pengetahuan dan keterampilan terkait pembuatan konten, manajemen media sosial, fotografi dasar, pembuatan narasi destinasi, hingga strategi pemasaran digital (Ilham et al., 2025; Isnaeni & Yucha, 2025; Ni'mah et al., 2026; Utomo et al., 2025). Pelatihan digital pada pengelola wisata desa mampu meningkatkan keterlibatan dan interaksi (*engagement*) audiens media sosial hingga 40% dalam tiga bulan (Ilham, Yusuf, et al., 2025).

Selain memperkuat promosi, literasi digital juga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan wisatawan. Utomo et al., (2025) menekankan bahwa penguatan kompetensi digital memungkinkan anggota Pokdarwis memberikan layanan informasi yang lebih cepat, meningkatkan transparansi harga, dan mempermudah koordinasi antar-pengelola. Dengan demikian, pelatihan digital tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga membangun profesionalitas Pokdarwis dalam memberikan pengalaman wisata yang lebih baik dan lebih informatif.

Kegiatan pelatihan literasi digital bagi Pokdarwis Pantai Bintang sangat relevan dengan kebutuhan aktual masyarakat pesisir yang sedang beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Melalui pelatihan yang terstruktur, anggota Pokdarwis diharapkan mampu memproduksi konten digital sendiri, memahami algoritma media sosial, dan mempromosikan potensi Pantai Bintang secara konsisten. Hal ini sejalan dengan temuan Muhadi dan Ansori (2025) yang menyebutkan bahwa keberlanjutan promosi digital sangat bergantung pada kemampuan komunitas lokal untuk terus memproduksi dan memperbarui konten. Hal ini merupakan langkah strategis untuk memperkuat branding destinasi, meningkatkan daya saing pariwisata lokal, dan membuka peluang ekonomi bagi masyarakat pesisir. Pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat menjadi model implementatif yang berkontribusi pada pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang lebih adaptif, kreatif, dan berkelanjutan.

## **2. Permasalahan Mitra dan Solusi yang Ditawarkan**

Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan anggota Pokdarwis, ditemukan beberapa permasalahan utama yang menghambat optimalisasi promosi dan pengembangan destinasi wisata. Permasalahan pertama adalah rendahnya literasi digital anggota Pokdarwis, khususnya dalam penggunaan media sosial sebagai sarana promosi wisata. Sebagian besar anggota belum memiliki keterampilan yang memadai dalam membuat konten digital, seperti fotografi promosi, desain konten, penulisan *caption*, maupun pengelolaan akun media sosial secara konsisten dan menarik. Akibatnya, promosi wisata masih dilakukan secara sederhana dan belum mampu menjangkau audiens yang lebih luas.

Permasalahan kedua berkaitan dengan kurangnya pemahaman mengenai strategi branding dan pemasaran digital destinasi wisata. Konten promosi yang dihasilkan belum memiliki identitas visual dan narasi destinasi yang kuat sehingga daya tarik Pantai Bintang di media digital masih rendah. Selain itu, anggota Pokdarwis juga belum memahami pemanfaatan platform digital seperti Google Maps, TikTok, Instagram, dan aplikasi pendukung lainnya untuk meningkatkan visibilitas destinasi. Kondisi ini menyebabkan potensi

wisata Pantai Bintang belum dipromosikan secara optimal di era pariwisata digital.

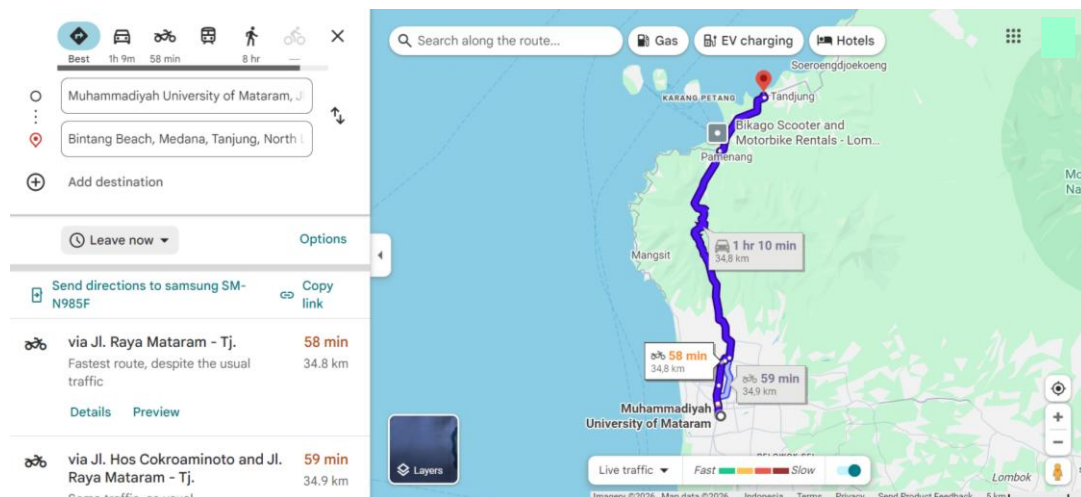
Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini menawarkan program pelatihan literasi digital berbasis praktik bagi anggota Pokdarwis Pantai Bintang. Pelatihan difokuskan pada peningkatan kemampuan dalam membuat konten promosi digital, pengelolaan media sosial, teknik fotografi dan videografi dasar, penulisan narasi destinasi, serta strategi meningkatkan engagement media sosial. Selain itu, peserta juga diberikan pendampingan dalam memanfaatkan platform digital untuk branding dan promosi wisata secara berkelanjutan. Kegiatan ini bertujuan

Melalui solusi yang ditawarkan, anggota Pokdarwis diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dasar mitra mengenai penggunaan media digital sekaligus membekali peserta dengan kemampuan praktis untuk membuat konten promosi yang efektif dalam memperkuat citra pariwisata lokal (Amin et al., 2024; Baysha et al., 2024; Darmayanti et al., 2023; Kuswandi et al., 2025; Mawaddah & Fibriantingtyas, 2025; Sinaga et al., 2025) mampu mengelola promosi digital secara lebih profesional, kreatif, dan mandiri, dan memperkuat *branding* Pantai Bintang sebagai destinasi wisata berbasis masyarakat, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, serta membuka peluang ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat pesisir sekitar destinasi wisata.

## METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

### 1. Lokasi, Waktu, dan Peserta Kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui rangkaian penyuluhan, pelatihan, *workshop*, dan pendampingan yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan literasi digital anggota Pokdarwis Pantai Bintang. Adapun mitra kegiatan adalah Pokdarwis Pantai Bintang. Jumlah peserta yang terlibat sebanyak 35 orang, terdiri dari 20 laki-laki dan 15 perempuan dengan rentang usia 25–40 tahun. Kelompok ini dipilih karena memiliki peran penting dalam pengelolaan destinasi Pantai Bintang dan membutuhkan peningkatan keterampilan digital agar dapat bersaing dalam promosi pariwisata di era media sosial. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan pada 27 September 2025 dalam bentuk *workshop* literasi digital untuk penguatan promosi pariwisata lokal.



**Gambar 1.** Peta Lokasi Kegiatan PkM di Pokdarwis Pantai Bintang.

Adapun jarak tempuh dari Pantai Bintang, Medana menuju Universitas Muhammadiyah Mataram sekitar 34,7 km dengan estimasi waktu perjalanan sekitar 1 jam 10 menit melalui rute utama Jl. Raya Mataram–Tanjung melalui rute Pantai Senggigi Lombok Barat.

## 2. Instrumen Kegiatan

Instrumen untuk mengukur ketercapaian pelaksanaan program pelatihan literasi digital bagi anggota Pokdarwis Pantai Bintang terdiri atas lembar observasi, dokumentasi kegiatan, dan kuesioner evaluasi berbasis skala Likert. Lembar observasi digunakan selama proses *workshop* untuk menilai tingkat partisipasi peserta, kemampuan mengikuti instruksi pelatihan, keterlibatan dalam diskusi, serta keterampilan praktik dalam membuat konten digital. Observasi dilakukan secara langsung oleh tim pelaksana selama kegiatan berlangsung untuk memperoleh gambaran mengenai perkembangan kemampuan peserta secara nyata. Dokumentasi digunakan sebagai instrumen pendukung untuk merekam seluruh proses pelatihan, mulai dari tahap penyuluhan, praktik penggunaan media sosial, hingga hasil konten digital yang dibuat peserta. Dokumentasi berupa foto, video, dan hasil unggahan media sosial peserta digunakan untuk melihat tingkat keterampilan dan implementasi materi yang telah diberikan. Instrumen ini juga menjadi bukti keterlaksanaan kegiatan serta bahan refleksi untuk pengembangan program selanjutnya.

Instrumen utama evaluasi kegiatan menggunakan kuesioner skala Likert dengan lima kategori penilaian, yaitu Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Kuesioner disusun untuk mengukur persepsi peserta terhadap beberapa aspek, meliputi relevansi materi pelatihan, kejelasan penyampaian materi, efektivitas metode pelatihan, kecukupan fasilitas, durasi kegiatan, peningkatan keterampilan digital, peningkatan kepercayaan diri dalam promosi wisata, serta manfaat kegiatan secara keseluruhan. Kuesioner diberikan setelah pelaksanaan *workshop* dan dilanjutkan dengan evaluasi lanjutan dua minggu setelah kegiatan untuk mengetahui tingkat penerapan keterampilan digital dalam aktivitas promosi wisata secara nyata.

Data hasil observasi dan kuesioner dianalisis secara deskriptif kuantitatif menggunakan persentase untuk melihat tingkat ketercapaian kegiatan. Hasil evaluasi digunakan untuk mengetahui efektivitas program pelatihan, tingkat kepuasan peserta, serta dampak kegiatan terhadap peningkatan kapasitas digital anggota Pokdarwis Pantai Bintang. Dengan penggunaan instrumen yang sistematis, evaluasi kegiatan diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai keberhasilan program pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan.

## 3. Tahapan Kegiatan

Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan terdiri dari tiga tahap utama, yaitu tahap pra-kegiatan, pelaksanaan kegiatan inti, dan monitoring serta evaluasi. Pada tahap pra-kegiatan, tim melakukan koordinasi awal dengan pengurus Pokdarwis untuk menentukan waktu kegiatan, memetakan kebutuhan pelatihan, dan menyiapkan seluruh perangkat teknis yang dibutuhkan. Tahapan ini mencakup penyusunan modul pelatihan literasi digital, penyiapan materi penyuluhan tentang media sosial dan promosi wisata, persiapan perangkat seperti laptop, proyektor, jaringan internet, serta pengumpulan informasi awal mengenai tingkat kemampuan digital peserta agar materi yang diberikan relevan dengan kondisi mitra.

Pelaksanaan kegiatan inti dilakukan dalam bentuk *workshop* literasi digital untuk penguatan promosi pariwisata lokal. *Workshop* ini mencakup empat kegiatan utama, yaitu penyuluhan mengenai pentingnya literasi digital dalam pariwisata, pelatihan penggunaan media sosial untuk promosi destinasi, praktik pengambilan foto dan video sederhana menggunakan perangkat peserta, serta penyusunan caption dan teknik unggah konten yang menarik.

Seluruh sesi disusun secara terstruktur agar peserta mendapatkan pengalaman belajar yang menyeluruh mulai dari teori hingga praktik lapangan.

Pada tahap monitoring dan evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan kegiatan dan perubahan kompetensi peserta setelah mengikuti *workshop*. Monitoring selama kegiatan dilakukan melalui observasi langsung terhadap keaktifan peserta dalam mengikuti penyuluhan, kemampuan mengikuti instruksi saat pelatihan, dan kualitas konten digital yang dihasilkan. Evaluasi formal dilakukan setelah kegiatan selesai menggunakan kuesioner skala Likert untuk mengukur persepsi peserta terhadap relevansi materi, kemudahan dalam mengikuti pelatihan, manfaat kegiatan, serta kesiapan menerapkan keterampilan digital dalam promosi Pantai Bintang. Evaluasi lanjutan dilakukan dua minggu setelah *workshop*. Evaluasi menggunakan kuesioner skala Likert untuk mengetahui tingkat penerapan keterampilan digital yang diperoleh dalam aktivitas promosi destinasi secara nyata (Sugiyono, 2019). Pendekatan evaluasi ini memastikan kegiatan memiliki dampak jangka pendek maupun jangka panjang bagi mitra.

## **HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Tahap Pra-kegiatan**

Tahap pra-kegiatan dilakukan untuk memastikan bahwa pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas anggota Pokdarwis. Pada tahap ini dilakukan koordinasi awal, analisis kebutuhan, serta persiapan materi dan sarana. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa anggota Pokdarwis membutuhkan peningkatan kemampuan bahasa Inggris praktis dan pemahaman dasar mengenai pembuatan konten digital. Temuan awal ini menjadi dasar penyusunan modul pelatihan yang berfokus pada promosi pariwisata, penggunaan media sosial, dan keterampilan produksi konten sederhana. Persiapan sarana seperti ruang pelatihan, proyektor, serta jaringan internet juga memastikan kegiatan dapat berlangsung efektif dan kondusif.

### **2. Tahap Pelaksanaan**

Tahap pelaksanaan kegiatan merupakan inti dari keseluruhan rangkaian program pengabdian dan dilaksanakan pada tanggal 27 September 2025. Kegiatan ini dikemas dalam bentuk Workshop Literasi Digital untuk Penguatan Promosi Pariwisata Lokal, yang terdiri dari penyuluhan, pelatihan, diskusi, dan praktik langsung. Seluruh sesi dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang komprehensif—dimulai dari pemahaman dasar hingga implementasi nyata dalam pembuatan konten digital.

Kegiatan dimulai dengan sesi pembukaan yang berisi pengantar mengenai tujuan kegiatan, urgensi literasi digital dalam promosi wisata, serta peran strategis Pokdarwis dalam membangun citra destinasi. Pada sesi ini, peserta juga diberikan gambaran mengenai struktur kegiatan, alur pembelajaran, dan hasil praktik yang diharapkan setelah pelatihan selesai. Pendekatan ini membantu peserta memahami konteks pelatihan dan membangun motivasi sejak awal kegiatan.

Sesi berikutnya adalah penyuluhan materi dasar literasi digital, yang mencakup penjelasan tentang tren pariwisata digital, perilaku wisatawan modern, dan bagaimana media sosial menjadi alat utama dalam proses pencarian informasi destinasi. Contoh-contoh unggahan dari destinasi lain juga diperlihatkan untuk memberikan gambaran mengenai strategi konten yang menarik, gaya bahasa promosi yang tepat, serta pentingnya konsistensi visual dalam membangun identitas destinasi. Pada tahap ini, peserta diajak berdiskusi mengenai kondisi promosi Pantai Bintang saat ini dan tantangan yang mereka hadapi dalam membuat konten.

Selanjutnya adalah pelatihan penggunaan media sosial untuk branding destinasi. Peserta diperkenalkan pada fitur-fitur utama platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, termasuk cara menggunakan hashtag, memilih waktu unggah yang efektif, membuat deskripsi singkat yang menarik, serta memahami cara kerja algoritma sederhana. Pemateri juga menampilkan contoh caption promosi yang baik dan membandingkannya dengan unggahan yang kurang optimal, sehingga peserta dapat melihat perbedaan secara langsung.



**Gambar 2.** Pelatihan Penggunaan Media Sosial dan Pembuatan Konten Digital.

Setelah memahami konsep dasar, peserta mengikuti sesi praktik pembuatan konten digital. Pada tahap ini, peserta diminta untuk mengambil foto dan video dari objek-objek yang telah disiapkan, seperti miniatur destinasi, hasil kerajinan lokal, atau foto-foto dokumentasi Pantai Bintang. Mereka belajar teknik sederhana seperti komposisi foto (rule of thirds), pengaturan cahaya, sudut pengambilan gambar, dan cara membuat video pendek menggunakan perangkat yang mereka miliki. Peserta kemudian diminta mengedit foto atau video menggunakan aplikasi ringan seperti InShot atau Canva, yang dinilai sesuai untuk kebutuhan promosi komunitas wisata.

Setelah menghasilkan konten, peserta mengikuti sesi penyusunan caption promosi. Mereka menyusun teks promosi dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris sederhana dengan struktur yang menarik: deskripsi destinasi, ajakan untuk berkunjung, dan penggunaan tagar. Pemateri memberikan umpan balik langsung untuk memperbaiki pilihan kata, gaya bahasa, dan kesinambungan antara caption dan visual.

Kegiatan diakhiri dengan sesi unggah konten di mana peserta mempraktikkan cara mempublikasikan konten ke media sosial secara bertahap dan terstruktur. Peserta diajak menganalisis konten yang telah mereka buat, kemudian membandingkan hasil antar kelompok dalam sesi diskusi reflektif. Pada tahap ini, banyak peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dan kreativitas dalam membuat konten digital. Diskusi penutup memberikan ruang bagi peserta untuk menyampaikan pengalaman belajar, tantangan yang masih mereka hadapi, dan saran untuk kegiatan lanjutan. Tahap pelaksanaan ini berlangsung kondusif, interaktif, dan menunjukkan bahwa metode workshop mampu membangun pengalaman belajar yang relevan dengan kebutuhan Pokdarwis Pantai Bintang.

### **3. Tahap Evaluasi**

Evaluasi dilakukan menggunakan kuesioner skala Likert untuk menilai persepsi peserta terhadap materi, penyampaian, fasilitas, durasi kegiatan, serta manfaat pelatihan sebagaimana tampak pada gambar di bawah ini di mana hasil grafik menunjukkan bahwa kategori Sangat Setuju dan Setuju mendominasi seluruh pernyataan, dengan kisaran Sangat Setuju antara 40%–80% dan Setuju antara 17%–54,3%. Hanya sebagian kecil peserta yang

menyatakan Netral (2,9%–5,7%), sementara kategori Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju tidak muncul sama sekali. Indikator mengenai relevansi dan kejelasan materi mencatat nilai Sangat Setuju di kisaran 60%–70%, menunjukkan bahwa pelatihan berhasil menjawab kebutuhan peserta.



**Gambar 3.** Hasil Kuesioner Skala Likert.

Di samping itu, aspek metode pendampingan juga menunjukkan nilai positif dengan kategori Setuju mencapai 54,3%, menandakan bahwa kombinasi ceramah, diskusi, dan praktik dianggap sesuai. Pada aspek peningkatan kompetensi, peserta merasakan peningkatan kemampuan bahasa Inggris untuk pariwisata serta peningkatan kepercayaan diri dalam membuat konten digital, terlihat dari persentase Sangat Setuju yang berada di atas 57%. Fasilitas dan durasi kegiatan juga dinilai cukup memadai, dengan persentase Sangat Setuju di atas 60%. Pernyataan terakhir mengenai manfaat keseluruhan kegiatan mendapatkan nilai tertinggi dengan 80% Sangat Setuju, menunjukkan bahwa kegiatan ini dinilai sangat bermanfaat dan layak berkelanjutan.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kemampuan anggota Pokdarwis dalam menggunakan bahasa Inggris untuk layanan wisata dan membuat konten digital yang relevan untuk promosi destinasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung lebih efektif dibandingkan penyuluhan teoritis. Tingginya persentase kategori Sangat Setuju pada indikator relevansi materi dan kejelasan penyampaian memperkuat bahwa materi pelatihan sesuai kebutuhan mitra dan mampu dijelaskan dengan cara yang mudah dipahami.

Keberhasilan kegiatan juga didukung oleh metode pembelajaran yang variatif. Kombinasi ceramah, diskusi, dan praktik terbukti mampu mempertahankan keterlibatan peserta dan membuat proses belajar lebih menarik. Hal ini terlihat dari nilai tinggi pada indikator metode pendampingan. Selain itu, meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam membuat dan mempublikasikan konten digital menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan pengetahuan baru tetapi juga memperkuat kesiapan peserta untuk berperan aktif dalam promosi Pantai Bintang.

Tingginya nilai pada aspek fasilitas dan durasi kegiatan menunjukkan bahwa lingkungan belajar yang mendukung turut berkontribusi pada keberhasilan pelatihan. Sementara itu, nilai tertinggi pada indikator manfaat keseluruhan mengindikasikan bahwa kegiatan ini memiliki potensi besar untuk diteruskan sebagai program berkelanjutan. Secara keseluruhan,

pembelajaran yang diperoleh dari kegiatan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital merupakan langkah strategis dalam memperkuat promosi pariwisata berbasis komunitas.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pelatihan literasi digital bagi anggota Pokdarwis Pantai Bintang telah berhasil mencapai tujuan utama yang dipaparkan dalam pendahuluan, yaitu meningkatkan kemampuan peserta dalam menggunakan bahasa Inggris praktis serta memproduksi konten digital untuk kebutuhan promosi pariwisata. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan ini memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan soft skills maupun hard skills peserta. Peningkatan soft skills seperti kepercayaan diri, kemampuan komunikasi, dan motivasi berpartisipasi dalam promosi destinasi berada pada kisaran 60–70%, sedangkan peningkatan hard skills terkait penguasaan teknik fotografi–videografi dasar, penyusunan caption promosi, serta pemahaman penggunaan media sosial untuk branding berada pada kisaran 65–75%. Persentase ini ditunjukkan oleh dominasi jawaban “Setuju” dan “Sangat Setuju” pada hampir seluruh indikator evaluasi. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini terbukti efektif dalam memperkuat kapasitas digital Pokdarwis dan berkontribusi pada pengembangan strategi promosi Pantai Bintang.

Berdasarkan hasil tersebut, diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan berkelanjutan agar keterampilan yang diperoleh tidak hanya dipahami tetapi juga diterapkan secara konsisten dalam aktivitas promosi pariwisata. Program lanjutan dapat mencakup pelatihan pengelolaan akun media sosial secara profesional, pembuatan konten video pendek yang lebih menarik, hingga pelatihan penulisan narasi wisata yang persuasif untuk meningkatkan citra destinasi. Selain itu, penelitian lebih lanjut juga direkomendasikan untuk mengkaji efektivitas penerapan strategi digital oleh Pokdarwis dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Kegiatan pengabdian lain di bidang layanan wisata, pengembangan paket wisata lokal, atau manajemen lingkungan destinasi juga dapat menjadi penguatan tambahan untuk mendukung keberlanjutan pariwisata di Pantai Bintang secara menyeluruh.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amin, I. H. A., Ningsih, D. H.U., Handoyo, J., Akhlak, M. L. M., Lusiana, V., & Hartono, B. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing dalam Upaya Promosi Desa Wisata. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3), 573–583. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v7i3.2862>
- Baysha, M. 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. <https://doi.org/10.51878/community.v4i2.3323>
- Darmayanti, P. W., Oka, I. M. D., & Hidayana, F. F. (2023). The Role of Digital Marketing for Village Tourism Development in Tabanan Regency. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 3(2), 21–29. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v3i2.78>
- Fandika, I., Hermawan, Y., & Leonia, R. A. (2025). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengembangan Desa Wisata dalam Upaya Peningkatan Sumber Daya Manusia di Desa Kuala Tanjung. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 20(2), 21–30. <https://doi.org/10.17977/um041v20i22025p21-30>
- Ilham, I., Irwandi, I., Fira, F., Shaqila, C., Rahmania, R., Hidayati, H., Haifaturrahmah, H., & Nurmiwati, N. (2025). Pendampingan Bahasa Inggris Berbasis e-Learning bagi Anggota Pokdarwis Desa Medana

- Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 9(4), 2823–2831. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jpmb/article/view/29629>
- Ilham, I., Fauqi, A., Srirahmawati, I., Hendriani, N., & Rezki, M. R. (2024). Pembuatan Media Pembelajaran Berbasis Digital untuk Guru dalam Meningkatkan Pemahaman Pendidikan Seks Siswa Sekolah Dasar. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 774–784. <https://doi.org/10.37478/abdika.v4i4.4748>
- Irwan, I., Siska, F., Melia, Y., Elvawati, E., Yatim, Y., Sulkaisi, N., & Nefilinda, N. (2025). Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata melalui Community Based Tourism (CBT) di Nagari Painan Selatan. *Jurnal Pustaka Mitra*, 5(3), 106–111. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v5i3.933>
- Isnaeni, F., & Yucha, N. (2025). Strategi Branding Digital untuk Desa Wisata di Bantuwangi Berbasis Pendekatan Partisipatif dan Inovasi Lokal. *Jurnal Semeru*, 2(1), 188–196. <https://doi.org/10.55499/semeru.v2i1.1548>
- Kuswandi, K., Putri, L. R. W., Badriyah, B., & Radjah, L. (2025). Optimalisasi Digital Marketing dalam Membangun Desa Wisata Tugu Selatan melalui Website. *Jurnal Abdi Mandala*, 4(2), 56–66. <https://doi.org/10.52859/jam.v4i2.846>
- Mawaddah, J. T. D., & Fibriantingtyas, A. (2025). Pengembangan Desa Wisata melalui Pemberdayaan Pelaku Wisata Menggunakan Digital Marketing sebagai Upaya Promosi Desa Wisata Tulungrejo, Kecamatan Bumi Aji, Kota Batu. *JPPM: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.63854/jppm.v2i1.65>
- Muhadi, L., & Ansori. (2025). Peran Pokdarwis dalam Optimalisasi Media Digital untuk Promosi Wisata Lokal di Buton Selatan. *Jurnal Ilmiah P2M Siliwangi*, 12(2), 103–110. <http://www.e-journal.stkipsiliwangi.ac.id/index.php/p2m/article/view/6169>
- Ni'mah, N., Fabriar, S. R., Fitri, A. N., & Pangestu, A. C. (2026). Peningkatan Literasi Digital Masyarakat dalam Pemanfaatan Media Digital untuk Informasi dan Promosi. *ADMA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 257–272. <https://doi.org/10.30812/adma.v6i2.5281>
- Nurhawa, S., & Hikmah, M. (2026). Pembentukan Pokdarwis untuk Pengembangan Potensi Ekowisata di Desa Mata Air, Kaubun, Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal Pengabdian Cendekia*, 2(1), 271–277. <https://pengabdiancendekia.journalpustakacendekia.com/index.php/JPC/article/view/104>
- Puspitasari, L. H., Hidayati, F., Sholihah, Q., & Iswanto, D. (2024). Community Based Tourism (CBT) dalam Pengembangan Wisata Bahari di Pulau Derawan (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau). *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 10(2), 131–139. <https://doi.org/10.21776/ub.jiap.2024.010.02.2>
- Sinaga, A., Calestyn, A., Tjandera, C. F., Rufaidah, F. R., Devanand, A. M., Anandhya, N., & Darmawan, N. A. (2025). Pemberdayaan Desa Wisata Svarga Minapadi melalui Pendampingan Pendanaan, Optimalisasi Manajemen, Pemasaran Digital, dan Revitalisasi Identitas. *Indonesian Marketing Journal*, 5(1), 15–27. <https://doi.org/10.19166/imj.v5i1.9644>
- Sriwijaya, R. R. A., Sutanto, C. L. V., Ramadhan, M. F., & Hafidz, S. A. (2024). Pariwisata Berbasis Komunitas sebagai Penggerak Sosial-Ekonomi Masyarakat Lokal: Strategi Pembangunan Ekowisata Bahari di Pulau Liki, Papua. *Jurnal Parikesit*, 2(1), 128–141. <https://doi.org/10.22146/parikesit.v2i1.9555>
- Sugiarti, I., Rahman, B., & Rosadi, H. (2025). Pengelolaan Pariwisata Berbasis Digital di Objek Wisata Pantai Minang Rua Kabupaten Lampung Selatan : Studi Kasus Manajemen Destinasi. *TOBA: Journal Tourism, Hospitality*

- and Destination*, 4(3), 271–279.  
<https://doi.org/10.55123/toba.v4i3.6126>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutanto, H., Supryadi, D. I., & Putra, T. H. (2025). Strategi Marketing dan Pengembangan Desa Wisata Berbasis Digital di Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Oportunitas Ekonomi Pembangunan*, 4(2), 249–263.  
<https://doi.org/10.29303/oportunitas.v4i2.2406>
- Utomo, K. P., Muhaarrom, M., Zahra, Z., Putri, K. C., & Maharani, B. (2025). Meningkatkan Daya Tarik Wisata melalui Pemasaran Digital Berkelanjutan (Dawismapan) di Desa Kertarahayu Bekasi. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 479–489.  
<https://doi.org/10.37478/abdika.v5i3.6755>
- Yuliawati, F., Widiastuti, W., Agung, S., Muchariman, R., Riswandi, B. & Sarofah, R. (2026). Pengembangan Desa Wisata melalui Pelatihan Literasi Digital bagi Kelompok Sadar Wisata Desa Pamijahan Kecamatan Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 269–282.  
<https://indojurnal.com/index.php/aksikita/article/view/2334>