

Penerapan Media Digital untuk Meningkatkan Promosi Potensi Desa Wisata Dusun Kenayan, Desa Banyuroto, Kecamatan Sawangan, Kabupaten Magelang

Bintang Aulia Mahaputra¹, Luthfi Astika Maharani², Hana Kamilatun Nabila³, Bela Asiva Sukaesi⁴, Qowiy Melati Sukma⁵, Sandy Bintang Firmansyah⁶, Wahyu Ramadani⁷, Lutfi Dwi Randika⁸, Lingga Nugroho⁹, Aditya Wahyu Adi¹⁰, Bambang Pujiarto¹¹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Universitas Muhammadiyah Magelang, Jawa Tengah

kerjabintank@gmail.com

Abstrak

Dusun Kenayan di Desa Banyuroto, Kecamatan Sawangan, Kabupaten Magelang memiliki potensi alam dan sosial yang kuat sebagai desa wisata, namun belum didukung strategi promosi digital yang optimal. Program Pengabdian Masyarakat oleh Mahasiswa (PMM) Universitas Muhammadiyah Magelang bertujuan meningkatkan kapasitas pemuda dalam memanfaatkan teknologi berbasis web sebagai media promosi. Kegiatan dilaksanakan selama tiga bulan dengan melibatkan 20 pemuda dari Pemuda Masjid Sabilurohman. Program mencakup pelatihan pengelolaan website, pembuatan konten digital, desain grafis, penulisan artikel, serta penggunaan perangkat videografi dan fotografi seperti drone dan aplikasi editing. Metode yang digunakan meliputi workshop, pendampingan, dan praktik langsung dengan evaluasi pre-test dan post-test. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman peserta sebesar 1,7–2,0 poin (skala Likert 1–5), serta mulai aktifnya website desa wisata Kenayan selama tiga bulan. Meskipun peningkatan kuantitatif belum signifikan, antusiasme masyarakat meningkat, ditandai munculnya brand lokal “Kopi Kenayan Merbabu” dan pemanfaatan website sebagai media promosi resmi. Program ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi berbasis web dapat menjadi fondasi penting dalam memperkuat identitas dan promosi digital desa wisata secara berkelanjutan.

Kata kunci: *desa wisata, teknologi informasi, website, pelatihan, promosi digital.*

Pendahuluan

Pengembangan desa wisata merupakan salah satu pendekatan strategis dalam meningkatkan perekonomian masyarakat berbasis potensi lokal dan partisipasi masyarakat. Keberhasilan desa wisata tidak hanya ditentukan oleh kekayaan alam dan budaya yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan sumber daya manusia dalam mengelola dan mempromosikan potensi tersebut secara efektif. Di era transformasi digital, pemanfaatan teknologi informasi, khususnya media sosial dan website, menjadi faktor penting dalam meningkatkan visibilitas, daya saing, serta keberlanjutan desa wisata (Dharma Pertiwi et al., 2024; Yanti et al., 2024).

Promosi digital dalam konteks pariwisata pedesaan telah berkembang menjadi strategi utama yang mampu menghubungkan potensi lokal dengan pasar wisatawan yang lebih luas. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa desa wisata yang memanfaatkan platform digital secara aktif cenderung memiliki tingkat kunjungan dan pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan yang masih mengandalkan promosi konvensional (Astuti & Nurdin, 2022; Zulaikha et al., 2022). Hal ini diperkuat oleh temuan Mumtaz & Karmilah (2022) yang menyatakan bahwa digitalisasi desa wisata bukan sekadar adopsi teknologi, melainkan transformasi cara komunitas lokal membangun identitas dan narasi destinasi. Dalam kerangka ini, promosi digital berfungsi tidak hanya sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan masyarakat yang mendorong partisipasi aktif warga dalam pengembangan ekonomi lokal.

Konsep desa digital (*digital village*) yang semakin berkembang di Indonesia menekankan pentingnya integrasi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam seluruh aspek kehidupan pedesaan, termasuk sektor pariwisata. Desa digital bukan hanya tentang infrastruktur konektivitas, tetapi juga tentang kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup (Jaelani & Hanim, 2021). Dalam konteks ini, pemberdayaan masyarakat berbasis TIK menjadi kunci keberhasilan transformasi desa menjadi destinasi wisata yang kompetitif secara digital. Literatur internasional menunjukkan bahwa intervensi digital yang sukses di komunitas pedesaan umumnya melibatkan pendampingan intensif, pelatihan berbasis praktik, dan pengembangan kapasitas lokal yang berkelanjutan (Aliyah et al., 2024).

Dusun Kenayan yang terletak di Desa Banyuroto, Kecamatan Sawangan, Kabupaten Magelang, memiliki berbagai potensi unggulan yang mendukung pengembangan desa wisata. Potensi tersebut meliputi hasil pertanian sayuran, kopi Arabika Kenayan yang dibudidayakan oleh petani lokal, tradisi budaya Rajaban sebagai daya tarik sosial-budaya, serta wisata petik stroberi dan sayuran dengan latar pemandangan kawasan Gunung Merbabu. Meskipun memiliki potensi yang beragam, upaya promosi Dusun Kenayan

masih belum dilakukan secara optimal, khususnya melalui pemanfaatan media digital yang terstruktur dan berkelanjutan. Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian yang menyebutkan bahwa banyak desa wisata belum memaksimalkan platform digital akibat keterbatasan pengelolaan dan strategi promosi (Dharma Pertiwi et al., 2024).

Kelompok mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah Pemuda Masjid Sabilurohman yang berjumlah 20 orang. Berdasarkan data karakteristik peserta, sebanyak 15 orang (75%) merupakan pekerja swasta dan 5 orang (25%) merupakan pelajar. Komposisi ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta berada pada usia produktif dan memiliki potensi besar untuk berperan aktif dalam pengembangan desa wisata. Selain itu, tingkat partisipasi peserta selama kegiatan tergolong sangat baik, di mana seluruh peserta (100%) mengikuti kegiatan hingga selesai, dengan 70% peserta tergolong sangat aktif, 20% cukup aktif, dan hanya 10% yang kurang aktif. Tingginya partisipasi pemuda ini sejalan dengan penelitian yang menekankan peran strategis pemuda dalam pengelolaan dan promosi desa wisata berbasis digital (Yanti et al., 2024).

Namun demikian, hasil evaluasi awal melalui pre-test menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta terhadap aspek-aspek penting dalam pengelolaan desa wisata berbasis digital masih relatif rendah. Nilai rata-rata pemahaman peserta terhadap konsep desa wisata berada pada angka 2,6, peran media sosial 2,8, pengelolaan akun media sosial 2,3, pembuatan konten promosi 2,1, dan fungsi website desa 2,4 pada skala Likert 1–5. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi sumber daya manusia dengan kemampuan teknis dalam pemanfaatan teknologi digital untuk promosi desa wisata. Rendahnya literasi digital pengelola desa wisata juga ditemukan dalam berbagai penelitian serupa, di mana keterbatasan keterampilan teknis menjadi hambatan utama optimalisasi promosi berbasis digital (Aliyah et al., 2024; Fatimah & Mukarramah, 2023).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan website sebagai sarana promosi mampu meningkatkan jangkauan pemasaran, interaksi dengan wisatawan, serta citra destinasi wisata secara signifikan. Media sosial berfungsi sebagai media komunikasi interaktif yang mudah diakses, sedangkan website berperan sebagai pusat informasi resmi yang menyajikan profil desa, potensi wisata, serta aktivitas yang dapat diikuti oleh wisatawan (Dharma Pertiwi et al., 2024; Yanti et al., 2024). Oleh karena itu, peningkatan kapasitas pemuda dalam pengelolaan media digital menjadi kebutuhan mendesak dalam mendukung pengembangan desa wisata di Dusun Kenayan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemuda Masjid Sabilurohman melalui edukasi, pelatihan, dan pendampingan pemanfaatan media sosial dan website sebagai sarana promosi desa wisata. Program ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dan kemandirian pemuda dalam mengelola media digital,

sehingga promosi potensi Dusun Kenayan dapat dilakukan secara berkelanjutan dan memberikan dampak nyata bagi pengembangan desa wisata (Aliyah et al., 2024).

Metode Pengabdian

1. Desain Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama tiga bulan (Oktober–Desember 2024) di Dusun Kenayan, Desa Banyuroto, Kecamatan Sawangan, Kabupaten Magelang. Program dirancang menggunakan pendekatan partisipatif dengan desain pre-test dan post-test untuk mengukur perubahan tingkat pengetahuan dan pemahaman peserta secara kuantitatif sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan. Pendekatan partisipatif dipilih agar peserta tidak hanya berposisi sebagai penerima manteri secara pasif, tetapi turut terlibat aktif dalam proses produksi konten dan pengelolaan platform digital.

Program pengabdian ini terdiri atas tiga komponen utama: (1) edukasi berbasis workshop mengenai konsep desa wisata digital dan strategi promosi, (2) pelatihan teknis dalam pengelolaan media sosial, pembuatan konten, dan pengelolaan website, serta (3) pendampingan langsung dalam proses produksi konten multimedia. Ketiga komponen ini dirancang secara terintegrasi sehingga membentuk siklus terpadu dari pemahaman konseptual menuju keterampilan teknis dan penerapan nyata.

2. Peserta Kegiatan

Peserta program pengabdian berjumlah 20 orang yang tergabung dalam kelompok Pemuda Masjid Sabilurohman Dusun Kenayan. Pemilihan peserta dilakukan secara purposif berdasarkan keterlibatan aktif dalam kegiatan kepemudaan dusun dan rekomendasi perangkat dusun. Karakteristik peserta menunjukkan bahwa 15 orang (75%) merupakan pekerja swasta dan 5 orang (25%) berstatus pelajar, dengan rentang usia 16–30 tahun. Seluruh peserta berdomisili di Dusun Kenayan dan memiliki akses terhadap telepon pintar sebagai prasyarat dasar keikutsertaan.

3. Tahapan Pelaksanaan

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi koordinasi dengan perangkat dusun dan pengurus Pemuda Masjid Sabilurohman, identifikasi kebutuhan mitra, serta penyusunan materi pelatihan. Pada tahap ini juga disusun instrumen kuesioner pre-test dan post-test yang digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta terhadap konsep desa wisata dan pemanfaatan media digital. Instrumen penilaian menggunakan skala Likert 1–5, mulai dari “sangat tidak paham” hingga “sangat paham”.

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan meliputi kegiatan edukasi, pelatihan, dan praktik langsung. Materi yang diberikan mencakup:

- Konsep dasar desa wisata,
- Peran media sosial dalam promosi desa wisata,
- Pengelolaan akun media sosial Instagram dan TikTok,
- Pembuatan konten promosi digital sederhana, dan
- Pengenalan serta fungsi website desa wisata.

Pada tahap ini dilakukan pembuatan akun media sosial desa wisata dengan nama Instagram **@kenayan.merbabu** dan TikTok **@kenayan.merbabu**, serta pengembangan website desa wisata yang dapat diakses melalui **https://kenayan.com**. Peserta dilibatkan secara aktif dalam proses pembuatan konten dan pengelolaan akun sebagai bagian dari praktik langsung.

c. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan melalui penyebaran kuesioner post-test dan kuesioner evaluasi kegiatan. Evaluasi bertujuan untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan serta menilai persepsi peserta terhadap manfaat kegiatan pengabdian.

4. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Evaluasi program dilakukan melalui dua mekanisme utama. Pertama, evaluasi kognitif menggunakan instrumen pre-test dan post-test dengan skala Likert 1–5 yang mencakup lima aspek: (1) pemahaman konsep desa wisata, (2) peran media sosial dalam promosi, (3) pengelolaan akun media sosial, (4) pembuatan konten promosi digital, dan (5) fungsi website desa wisata. Kedua, evaluasi persepsi kebermanfaatan program melalui kuesioner evaluasi yang mengukur penilaian peserta terhadap manfaat, relevansi, dan luaran kegiatan.

Indikator keberhasilan program ditetapkan sebagai berikut: (1) peningkatan nilai rata-rata post-test minimal 1,5 poin pada seluruh aspek penilaian; (2) tingkat partisipasi peserta minimal 80% sepanjang rangkaian kegiatan; (3) minimal 70% peserta menyatakan mampu mengelola media digital secara mandiri; (4) minimal 80% peserta menilai bahwa media digital yang dikembangkan bermanfaat sebagai sarana promosi; dan (5) terbentuknya setidaknya satu platform digital aktif (website atau media sosial) sebagai luaran nyata program. Data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif berupa nilai rata-rata (mean) dan persentase.



Gambar 1. Peta Dusun Kenayan, Desa Banyuroto, Kecamatan Sawangan, Kabupaten Magelang



Gambar 2. Pelatihan Pemanfaatan IT bersama Pemuda Masjid Sabilurohman



Gambar 3. Sosialisasi Business Plan bersama Pemuda Masjid Sabilurohman dan Perangkat Desa

5. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam kegiatan ini meliputi data karakteristik peserta, tingkat partisipasi, hasil pre-test dan post-test, serta persepsi manfaat kegiatan. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur yang dibagikan secara langsung kepada peserta pada awal dan akhir kegiatan. Observasi partisipatif juga dilakukan untuk mencatat dinamika keterlibatan peserta selama proses pelatihan dan pendampingan.

Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Peserta Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diikuti oleh 20 orang peserta yang tergabung dalam Pemuda Masjid Sabilurohman Dusun Kenayan. Berdasarkan hasil pendataan, karakteristik peserta menunjukkan bahwa sebanyak 15 orang (75%) merupakan pekerja swasta, sedangkan 5 orang (25%) berstatus sebagai pelajar. Komposisi ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta berada pada usia produktif dan memiliki potensi untuk berkontribusi secara aktif dalam pengembangan desa wisata, khususnya dalam pengelolaan promosi berbasis digital.

Dari sisi partisipasi, seluruh peserta (100%) mengikuti kegiatan hingga selesai. Tingkat keaktifan peserta selama kegiatan tergolong tinggi, dengan 14 orang (70%) berada pada kategori sangat aktif, 4 orang (20%) cukup aktif, dan hanya 2 orang (10%) yang tergolong kurang aktif. Tingginya tingkat partisipasi dan keaktifan peserta menunjukkan bahwa metode pelatihan dan pendampingan yang diterapkan mampu mendorong keterlibatan aktif pemuda dalam kegiatan pengabdian.

2. Peningkatan Pengetahuan Peserta Berdasarkan Pre-test dan Post-test

Evaluasi peningkatan pengetahuan peserta dilakukan melalui pengukuran pre-test dan post-test menggunakan skala Likert 1–5. Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan nilai rata-rata pada seluruh aspek yang dinilai setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan.

Pemahaman peserta terhadap konsep desa wisata mengalami peningkatan dari nilai rata-rata 2,6 pada pre-test menjadi 4,4 pada post-test, atau meningkat sebesar 1,8 poin. Pada aspek peran media sosial dalam promosi desa wisata, nilai rata-rata meningkat dari 2,8 menjadi 4,5 dengan peningkatan sebesar 1,7 poin. Peningkatan yang cukup signifikan juga terlihat pada aspek pengelolaan akun media sosial, di mana nilai rata-rata meningkat dari 2,3 menjadi 4,2 atau naik sebesar 1,9 poin. Aspek pembuatan konten promosi digital menunjukkan peningkatan tertinggi, yaitu dari nilai rata-rata 2,1 pada pre-test menjadi 4,1 pada post-test, dengan peningkatan sebesar 2,0 poin. Sementara itu, pemahaman peserta terhadap fungsi website desa meningkat dari 2,4 menjadi 4,3 atau naik sebesar 1,9 poin. Seluruh aspek penilaian menunjukkan peningkatan yang melampaui indikator keberhasilan minimal 1,5 poin yang telah ditetapkan.

3. Persepsi Peserta terhadap Luaran Kegiatan

Hasil evaluasi persepsi peserta terhadap luaran kegiatan menunjukkan respons yang positif. Sebanyak 90% peserta menyatakan bahwa media sosial desa wisata yang dibuat bermanfaat sebagai sarana promosi, sedangkan 10% menyatakan kurang bermanfaat. Selain itu, 85% peserta menyatakan bahwa website desa wisata membantu dalam penyampaian informasi dan promosi potensi Dusun Kenayan, sementara 15% peserta menyatakan sebaliknya.

Dari aspek kemandirian, sebanyak 75% peserta menyatakan mampu mengelola media digital desa wisata secara mandiri setelah mengikuti kegiatan, sedangkan 25% peserta masih memerlukan pendampingan lanjutan. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah memiliki kepercayaan diri dan kemampuan awal untuk melanjutkan pengelolaan media digital, meskipun pendampingan berkelanjutan tetap diperlukan untuk menjaga konsistensi dan kualitas promosi. Hasil ini sejalan dengan temuan Fatimah & Mukarramah (2023) yang menemukan bahwa program pendampingan pemasaran digital mampu meningkatkan kemandirian pengelola desa wisata secara bertahap.

4. Evaluasi Manfaat Kegiatan Pengabdian

Secara keseluruhan, persepsi peserta terhadap manfaat kegiatan pengabdian menunjukkan hasil yang sangat baik. Sebanyak 13 peserta (65%) menyatakan bahwa kegiatan ini sangat membantu, 6 peserta (30%) menyatakan membantu, dan hanya 1

peserta (5%) yang menyatakan kurang membantu. Temuan ini mengindikasikan bahwa program pengabdian yang dilaksanakan telah sesuai dengan kebutuhan mitra dan memberikan manfaat nyata bagi peningkatan kapasitas pemuda dalam promosi digital desa wisata.

5. Pembahasan

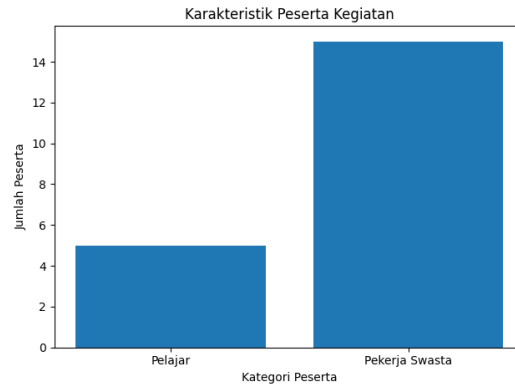
Peningkatan nilai rata-rata pada seluruh aspek penilaian menunjukkan bahwa metode pelatihan dan pendampingan yang diterapkan efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemuda. Peningkatan tertinggi pada aspek pembuatan konten promosi (2,0 poin) menunjukkan bahwa peserta sebelumnya memiliki keterbatasan keterampilan praktis, namun mampu mengalami peningkatan signifikan melalui praktik langsung. Hal ini sejalan dengan pendekatan pembelajaran berbasis praktik (*experiential learning*) yang dinilai efektif dalam pengembangan keterampilan digital masyarakat (Aliyah et al., 2024).

Jika dibandingkan dengan penelitian terkait, hasil program ini menunjukkan konsistensi dengan temuan Astuti & Nurdin (2022) yang melaporkan peningkatan kapasitas digital pengelola desa wisata di Gunungkidul melalui pendampingan pemasaran digital berbasis media sosial. Dalam penelitian tersebut, pendampingan selama dua bulan mampu meningkatkan keterampilan konten secara signifikan, sejalan dengan temuan penelitian ini yang menunjukkan peningkatan serupa dalam rentang waktu tiga bulan. Hal ini mengonfirmasi bahwa durasi program yang memadai dan metode pendampingan yang tepat merupakan faktor kunci keberhasilan intervensi digital di komunitas pedesaan.

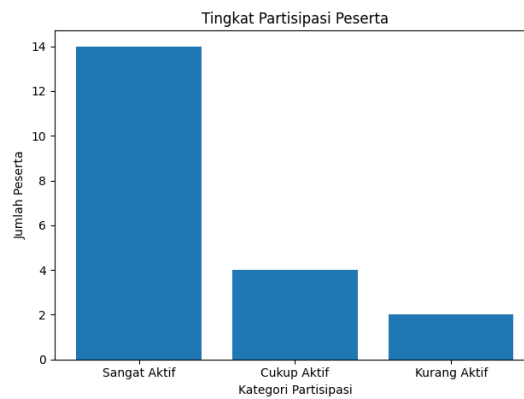
Lebih lanjut, Dharma Pertiwi et al. (2024) dalam kajian mereka tentang Desa Wisata Sudaji menemukan bahwa strategi promosi berbasis platform digital yang melibatkan pemuda lokal menghasilkan peningkatan visibilitas destinasi yang lebih berkelanjutan dibandingkan promosi yang dikelola secara eksternal. Temuan ini memperkuat pendekatan yang diterapkan dalam pengabdian ini, di mana pemuda Dusun Kenayan tidak hanya menjadi penerima manfaat tetapi juga aktor aktif dalam pengelolaan promosi digital. Model pemberdayaan semacam ini juga didukung oleh Zulaikha et al. (2022) yang menunjukkan bahwa program pendampingan digital marketing di Desa Wisata Gubugklakah menghasilkan peningkatan kunjungan wisata setelah pemuda lokal mampu mengelola konten digital secara mandiri.

Dari perspektif literasi digital masyarakat, temuan program ini juga bersesuaian dengan kajian Yanti et al. (2024) yang menegaskan bahwa peningkatan literasi media sosial di kalangan pengelola desa wisata berdampak langsung pada kualitas dan konsistensi konten promosi yang dihasilkan. Dalam konteks Dusun Kenayan, peningkatan pemahaman peserta terhadap pembuatan konten yang mencapai nilai 4,1

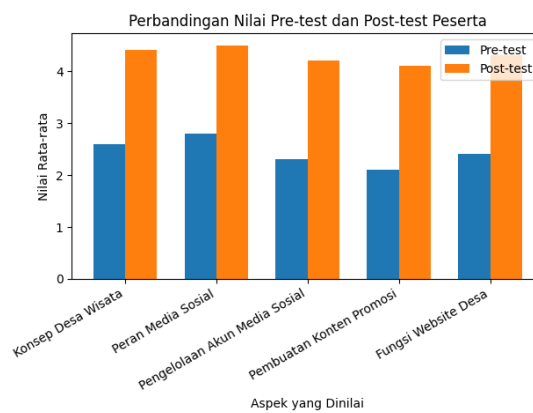
dari skala 5 menunjukkan bahwa program ini berhasil membangun fondasi literasi digital yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Namun demikian, sebagaimana ditekankan oleh Jaelani & Hanim (2021), keberlanjutan digital desa wisata memerlukan dukungan ekosistem yang lebih luas, termasuk kebijakan desa, akses infrastruktur digital, dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan pariwisata.



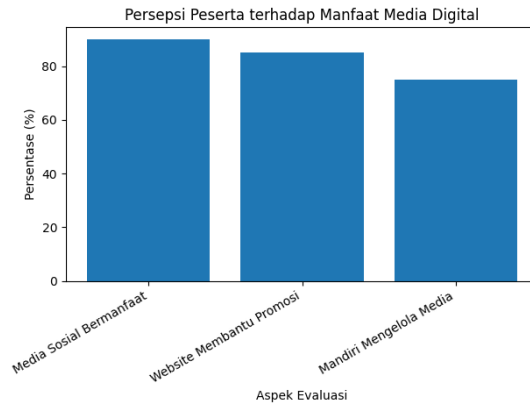
Gambar 4. Kategori Peserta



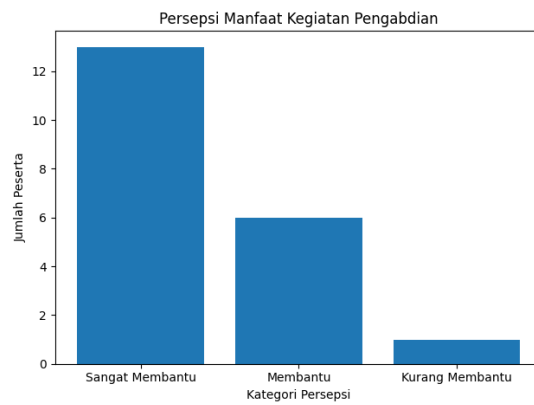
Gambar 5. Tingkat Partisipasi Peserta



Gambar 6. Tingkat Partisipasi Peserta



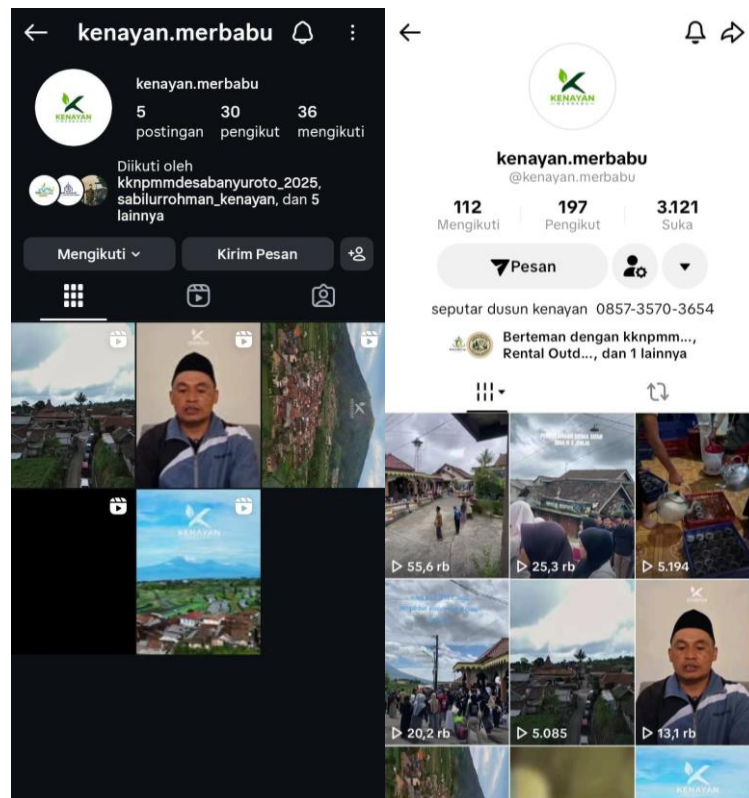
Gambar 7. Tingkat Persepsi Peserta terhadap Manfaat Media Digital



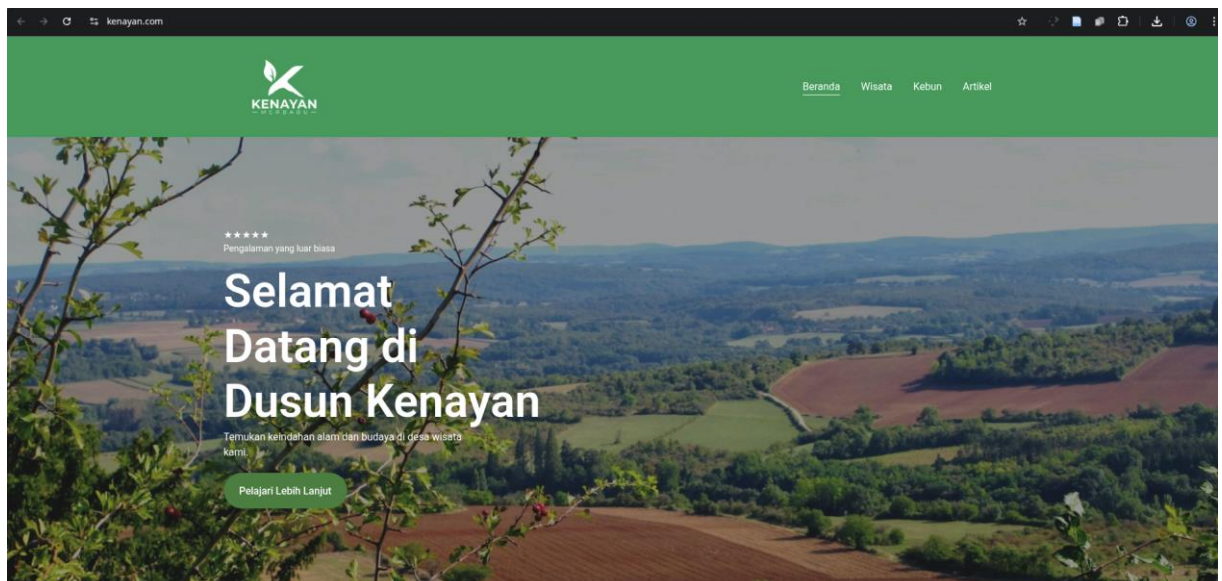
Gambar 8. Tingkat Persepsi Manfaat Kegiatan Pengabdian



Gambar 9. Logo Brand Kenayan Merbabu



Gambar 10. Akun Sosial Media Instagram dan TikTik Kenayan Merbabu



Selamat datana di Dusun Kenavan

Gambar 11. Website <https://kenayan.com>

Tingginya tingkat partisipasi dan persepsi positif terhadap manfaat kegiatan menunjukkan bahwa pemuda memiliki peran strategis dalam pengembangan desa wisata berbasis digital. Pemanfaatan media sosial dan website tidak hanya meningkatkan visibilitas potensi Dusun Kenayan, tetapi juga mendorong kemandirian

masyarakat dalam mengelola promosi desa wisata secara berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan pengetahuan individu, tetapi juga mendukung upaya penguatan kapasitas komunitas dalam pengembangan desa wisata.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Dusun Kenayan, Desa Banyuroto, Kecamatan Sawangan, Kabupaten Magelang, berhasil meningkatkan kapasitas pemuda dalam pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi desa wisata. Hal ini ditunjukkan oleh peningkatan nilai rata-rata pemahaman peserta pada seluruh aspek yang dinilai melalui pre-test dan post-test. Peningkatan pemahaman peserta berkisar antara 1,7 hingga 2,0 poin pada skala Likert 1–5, dengan peningkatan tertinggi pada aspek pembuatan konten promosi digital. Seluruh aspek penilaian melampaui indikator keberhasilan minimal yang telah ditetapkan sebelumnya.

Tingkat partisipasi peserta selama kegiatan tergolong sangat baik, di mana seluruh peserta (100%) mengikuti kegiatan hingga selesai dan sebagian besar peserta (70%) menunjukkan keaktifan yang tinggi. Persepsi peserta terhadap luaran kegiatan juga menunjukkan hasil yang positif. Sebanyak 90% peserta menyatakan bahwa media sosial desa wisata yang dibuat bermanfaat sebagai sarana promosi, dan 85% peserta menilai bahwa website desa wisata membantu dalam penyampaian informasi potensi desa. Selain itu, sebanyak 75% peserta menyatakan mampu mengelola media digital desa wisata secara mandiri setelah mengikuti kegiatan, meskipun sebagian peserta masih memerlukan pendampingan lanjutan.

Kegiatan ini berhasil memperkenalkan dimensi operasional terintegrasi dalam pemberdayaan digital dengan menyelenggarakan pelatihan teknis dalam pembuatan konten (videografi drone dan desain grafis) secara langsung dengan platform penerbitan berbasis web, sehingga menciptakan suatu siklus terpadu dalam produksi dan penerbitan digital di tingkat komunitas. Inovasi dari pendekatan ini terletak pada upaya untuk mengubah keterampilan literasi digital dasar yang sudah dimiliki oleh pemuda menjadi kemampuan untuk memproduksi konten multimedia dengan nilai promosi tinggi. Selain itu, pengelolaan situs web tidak lagi dipahami hanya sebagai tampilan statis, melainkan sebagai media dinamis yang dikelola secara mandiri oleh aktor lokal, sebagaimana ditunjukkan melalui kemunculan merek “Kopi Kenayan Merbabu” sebagai bentuk narasi promosi yang autentik.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan pemuda dalam mendukung pengembangan desa wisata berbasis digital. Program ini memberikan

kontribusi nyata terhadap penguatan kapasitas sumber daya manusia lokal dan berpotensi mendukung keberlanjutan promosi desa wisata Dusun Kenayan. Ke depan, diperlukan pendampingan berkelanjutan dan pengembangan materi lanjutan untuk menjaga konsistensi pengelolaan media digital dan meningkatkan kualitas konten promosi desa wisata, termasuk pengembangan sistem pengukuran dampak berbasis web analytics dan model bisnis digital yang mendukung konversi promosi menjadi pendapatan nyata bagi komunitas.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi melalui Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) atas dukungan pendanaan hibah dalam program Pengabdian Masyarakat oleh Mahasiswa (PMM) sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak perguruan tinggi sebagai institusi penyelenggara PMM yang telah memberikan dukungan, fasilitasi, serta pendampingan selama pelaksanaan kegiatan. Apresiasi disampaikan kepada perangkat Dusun Kenayan dan Desa Banyuroto, Kecamatan Sawangan, Kabupaten Magelang, atas kerja sama dan dukungan yang diberikan, serta kepada kelompok Pemuda Masjid Sabilurohman sebagai mitra kegiatan yang telah berpartisipasi aktif dan menunjukkan komitmen tinggi dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pengabdian.

Referensi

- Aliyah, K., Kisworo, B., Miraj, S., & Gupta, S. (2024). The Effect of Digital Marketing Through Social Media and Tourism Attractiveness on Visitor Interest. *JPPM (Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 11(1), 26–38. <https://doi.org/10.21831/jppm.v11i1.72327>
- Astuti, M., & Nurdin, R. (2022). Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata menggunakan media sosial di dusun Turunan Girisuko Panggang Gunungkidul. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1041>
- Dharma Pertiwi, N. K. A., Sukerti, N. W., & Masdarini, L. (2024). Strategi promosi desa wisata Sudaji berbasis platform digital. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 21(1), 13–23. <https://doi.org/10.23887/jptkundiksha.v21i1.74919>
- Fatimah, S., & Mukarramah, S. K. (2023). Pendampingan pengembangan pemasaran digital di desa wisata. 3(3).

- Jaelani, A., & Hanim, T. F. (2021). Teknologi digital, keberlanjutan lingkungan, dan desa wisata di Indonesia. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 237. <https://doi.org/10.24235/jm.v6i2.9613>
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi wisata di desa wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- Yanti, D., Ramadhan, I., Yunita, D., & Lubis, M. R. (2024). Peran media sosial dalam mempromosikan pariwisata di Desa Perkebunan Bukit Lawang. *Jurnal Pariwisata*, 11(1), 1–13. <https://doi.org/10.31294/par.v11i1.21228>
- Zulaikha, T. S. A., Fauzan, S., Khadijah, T. A. Z., & Fahmisyah, W. (2022). Pendampingan pengembangan digital marketing desa wisata Gubugklakah Kabupaten Malang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 168–174. https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.21