

PENGUATAN LITERASI DIGITAL MASYARAKAT DALAM MENDUKUNG BRANDING DAN PEMASARAN DESA WISATA BANYUBIRU

Fafurida¹, Tutik², Reikha Habibah Yusfi^{3*}, Amin Pujiati⁴,
Maulida Dewi Pangestika⁵, Dwi Rahmayani⁶

^{1,2,3,4,5,6}Prodi Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Semarang, Indonesia
yusfi_rei@mail.unnes.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Desa Banyubiru kaya akan potensi wisata alam dan budaya, namun pemasaran secara digital belum optimal karena literasi digital masyarakat masih rendah. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas literasi digital guna mendukung branding dan pemasaran desa wisata. Metode yang digunakan antara lain: sosialisasi, Focus Discussion Group (FGD), wawancara mendalam, workshop, serta pelatihan literasi digital melibatkan 25 peserta. Peserta pelatihan terdiri atas perangkat desa, karang taruna, pelaku UMKM, dan calon Pokdawis. Evaluasi dilakukan melalui observasi dan wawancara tindak lanjut mengenai kemampuan peserta dalam mengelola media digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan hardskill masyarakat sebesar 60% dalam aspek teknis digital, seperti pengelolaan akun media sosial, fotografi sederhana, penandaan lokasi di Google Maps, dan pembuatan konten promosi wisata.

Kata Kunci: Literasi Digital; Desa Wisata; Pemasaran Digital; Pemberdayaan Masyarakat; Media Sosial; UMKM.

Abstract: Banyubiru Village is rich in natural and cultural tourism potential, but its digital marketing is not optimal due to the low digital literacy of the community. This community service activity aims to increase digital literacy capacity to support the branding and marketing of the tourism village. The methods used include: socialization, Focus Group Discussions (FGDs), in-depth interviews, workshops, and digital literacy training involving 25 participants. Training participants included village officials, youth organizations, MSMEs, and prospective Pokdawi. Evaluation was done through observation and follow-up interviews regarding the participants' abilities in managing digital media. The activity results showed a 60% increase in community hard skills in digital technical aspects, such as managing social media accounts, simple photography, tagging locations on Google Maps, and creating promotional tourism content.

Keywords: Digital Literacy; Tourism Village; Digital Marketing; Community Empowerment.



Article History:

Received: 25-08-2025

Revised : 17-09-2025

Accepted: 24-09-2025

Online : 10-10-2025



This is an open access article under the
[CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

A. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan sektor prioritas pembangunan nasional yang tertuang dalam RPJMN 2020-2024. Sektor pariwisata memiliki kontribusi besar dalam perekonomian nasional (Hasibuan et al., 2023). Pariwisata berperan penting dalam mengembangkan ekonomi lokal, terutama melalui adanya multiplier effect tidak langsung dengan cakupan jasa yang luas baik dalam industri barang maupun jasa (Indriana, 2022). Adapun sektor pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sektor yang diminati dan memberikan potensi yang menjanjikan dari segi ekonomi (Fadilla, 2024; Rahma, 2020). Setiap daerah seakan berlomba-lomba dalam mengelola pariwisatanya sehingga tiap daerah berusaha menggali segala potensinya yang dapat dijual dan menjadi kawasan bisnis yang menjanjikan (Farhan & Wardani, 2022). Kemajuan teknologi digital dapat digunakan sebagai media penguatan branding, promosi, sekaligus meningkatkan kunjungan wisatawan, dengan menonjolkan keunggulan destinasi wisata (Ichsan et al., 2024; Jariah, 2021; Khasbulloh et al., 2023; Nurmawati, 2024). Literasi digital menjadi variabel utama dalam branding dan pemasaran destinasi wisata dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang sedang berkembang.

Literasi digital menjadi acuan dalam melakukan berbagai kegiatan termasuk dalam informasi yang sangat dibutuhkan dan menjadi penting dalam memudahkan setiap aktivitas (Veronika et al., 2022). Literasi digital memungkinkan seseorang bekerja lebih efisien dan efektif (Kadhim, 2024). Masyarakat yang memiliki tingkat literasi baik mereka mampu berkembang, mudah akses informasi dan tentu dapat bertindak dengan cepat dan mencapai tujuan yang tepat (Tutik et al., 2024). Dalam hubungannya dengan wisata maka penguasaan literasi digital dapat memberikan efek pengelolaan potensi wisata yang lebih kreatif, inovatif, dan berkelanjutan sehingga mampu memperkuat branding dan daya saing destinasi wisata (Darubekti et al., 2022; Ramadhan et al., 2024). Penerapan literasi digital dapat membuka peluang besar bagi desa wisata memaksimalkan potensi dan ekonomi masyarakat lokal.

Desa wisata menjadi peluang baru dalam mengembangkan kebudayaan dengan tetap menghormati masyarakat sekitar. Adanya kegiatan ini diharapkan terjadi pemerataan ekonomi masyarakat desa dengan konsep pembangunan berkesinambungan. Adanya produk desa wisata menjadi produk yang memiliki khas budaya masyarakat setempat sehingga pengembangan sektor tersebut bernilai budaya tanpa merusaknya (Budhi Pamungkas Gautama et al., 2020). Pariwisata berbasis masyarakat adalah jenis pariwisata yang dikembangkan oleh masyarakat sekitar dengan melihat situasi sosial, budaya, dan lingkungan untuk menarik wisatawan dan mempelajari cara hidup masyarakat setempat (Kurnianti, 2018). Pemberdayaan masyarakat sebagai bentuk tindakan untuk meningkatkan potensi masyarakat agar memiliki kemampuan penuh dalam memenuhi

kebutuhan terutama dalam mengembangkan aspek ekonomi, budaya, dan sebagainya (Tyana & Satlita, 2023).

Desa wisata merupakan bagian dari sektor pariwisata yang berkaitan antara masyarakat lokal dengan wisatawan sehingga terjadi peningkatan ekonomi lokal (Afriza et al., 2020; Dontes Putra et al., 2024; Reza & Murdana, 2023). Desa Wisata Banyubiru terletak di Kabupaten Semarang termasuk dalam kategori desa wisata rintisan (Dinas Kepemudaan Provinsi Jawa Tengah, 2023). Tahap rintisan dapat menjadi titik kritis yang mempengaruhi perkembangan desa wisata (Sunarti et al., 2025). Tahap rintisan menunjukkan bahwa Desa Wisata Banyubiru tersebut masih dalam tahap awal pengembangan dengan fokus penguatan kapasitas masyarakat, pemetaan potensi wisata, dan perencanaan strategis pengembangan wisata berkelanjutan. Desa Wisata Banyubiru memiliki potensi wisata mencakup letak geografis yang strategis, panorama alam, pertanian, dan budaya (Yowono et al., 2024). Daya tarik yang dimiliki Desa Banyubiru membuat peluang wisata di daerah ini menjadi besar seperti air terjun, dan objek wisata pertanian, dsb. Namun, Desa Banyubiru menghadapi hambatan dalam pemanfaatan digital terkait promosi dan manajemen pengelolaan wisata. Minimnya aktifitas pada media sosial, website, penggunaan aplikasi ulasan, dan peta digital serta belum ada kelompok sadar wisata (pokdarwis) yang efektif.

Keterbatasan literasi digital berdampak negatif menghambat kemampuan dan jangkauan promosi, pengelolaan destinasi, serta efisiensi manajemen administrasi (Darubekti et al., 2022; Gantina et al., 2025; Nurmadewi, 2024). Sebuah destinasi wisata yang tidak dapat memanfaatkan platform digital secara efektif biasanya belum mencapai potensi maksimal dalam hal jumlah pengunjung, mengalami kesulitan untuk proses pemesanan secara online, dan lamban dalam menanggapi perkembangan permintaan wisata digital (Ardan et al., 2024; Zumaro et al., 2023). Lebih lanjut kesejangan literasi digital ternyata mencakup ketimpangan keterampilan pada masyarakat sebagai level pertama (Jayanthi & Dinaseviani, 2022). Kemiskinan dan tingkat pendidikan yang rendah di Desa Banyubiru membuat masyarakat hidup hanya dengan sumber daya alam namun belum memaksimalkan kemajuan teknologi.

Berbagai penelitian terkait hubungan literasi digital dan penguatan branding dan pemasaran desa wisata telah dilakukan di Indonesia. Penelitian pada Desa Wisata Sawarna menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital oleh pengelola desa wisata memberikan efek positif pada pengembangan wisata sehingga lebih profesional, meningkatkan visibilitas, dan peningkatan jumlah pengunjung (Juliana et al., 2025). Penguatan pariwisata melalui literasi digital dapat menciptakan peluang kerja baru (Alim et al., 2025; Aolia et al., 2024). Penelitian lain mengungkapkan bahwa literasi digital masyarakat mampu memperkuat kapasitas lokal dalam mengelola wisata, peningkatan kapasitas produk budaya, serta mendorong

partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan (Andoni et al., 2025; Heliawati & Munawaroh, 2025; Mannayong et al., 2024).

Kemajuan teknologi saat ini menjadi tantangan tersendiri bagi beberapa sektor lapangan usaha tak terkecuali pada pelaku pariwisata (Harliani et al., 2024; Komariah et al., 2017). Masyarakat dituntut untuk dapat mengikuti dan mengoperasikan teknologi dengan baik agar bisa bersaing dan mengikuti perubahan. Literasi digital membantu meningkatkan keterampilan dan akses sehingga dapat mengurangi kemiskinan dan dapat meningkatkan keberlanjutan ekonomi (Tanjung & Rangkuty, 2024; Widyastuti et al., 2016). Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini didasari atas hasil temuan berbagai studi empiris dan kenyataan rendahnya literasi digital serta belum adanya pokdarwis yang efektif di Desa Banyubiru. Peningkatan literasi digital dapat dilakukan melalui edukasi dan pelatihan teknis (Nur Maghfiroh et al., 2023; Vitalocca et al., 2024). Edukasi dan pelatihan yang diberikan ke masyarakat setempat dan pembentukan pokdarwis serta marketing literasi digital untuk promosi pariwisata menjadi point penting dalam pengabdian ini.

B. METODE PELAKSANAAN

Mitra pengabdian masyarakat adalah masyarakat Desa Banyubiru Kecamatan Banyubiru Kabupaten Semarang. Desa Banyubiru cukup dikenal memiliki potensi wisata alam, budaya, dan pertanian namun pengelolaannya masih memerlukan penguatan kapasitas literasi digital. Kegiatan ini melibatkan 25 (dua puluh lima) orang peserta terdiri berbagai unsur masyarakat antara lain perangkat desa, pengelola desa wisata, dan calon pengurus Pokdarwis. Pemilihan Desa Banyubiru sebagai mitra didasarkan pada potensi wisata yang strategis untuk pengembangan desa wisata, namun masih menghadapi kendala promosi melalui platform digital serta belum memiliki pokdarwis yang efektif dalam mendukung pengelolaan dan perluasan jangkauan dan pengelolaan desa wisata.

Kegiatan ini berlangsung kurang lebih selama tiga bulan meliputi sosialisasi, inisiasi pembentukan kelompok usaha dan pendampingan. Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dengan metode kualitatif deskriptif. Adapun metode utama yang digunakan untuk memperoleh data dan merumuskan strategi pemanfaatan literasi digital dalam pemasaran desa wisata adalah *Focus Group Discussion* (FGD) dan wawancara mendalam (in-depth interview).

Metode FGD digunakan sebagai sarana diskusi terarah untuk menggali aspirasi, kebutuhan, dan tingkat pemahaman masyarakat terkait literasi digital serta potensi lokal yang dapat diangkat sebagai produk wisata. FGD ini melibatkan berbagai pemangku kepentingan desa, seperti Perangkat desa, Anggota Karang Taruna, Pelaku UMKM lokal, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), dan Penggiat pariwisata lokal. FGD difasilitasi oleh tim pengabdian yang terdiri dari akademisi dan tenaga ahli di bidang pariwisata dan digital marketing. Diskusi terfokus pada identifikasi permasalahan

terkait promosi wisata, tingkat literasi digital masyarakat, serta pemetaan media digital yang dapat digunakan untuk pemasaran, seperti media sosial (Instagram, Facebook), aplikasi peta digital (Google Maps), dan platform ulasan (TripAdvisor, Google Review).

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mendalam mengenai: (a) Kapasitas individu masyarakat desa dalam menggunakan teknologi digital; (b) Hambatan yang dihadapi dalam penerapan teknologi untuk promosi wisata; dan (c) Persepsi masyarakat terhadap pentingnya digitalisasi dalam pemasaran desa wisata. Responden wawancara terdiri dari tokoh masyarakat, pengelola desa wisata, pelaku usaha, dan perangkat desa. Teknik wawancara bersifat semi-terstruktur untuk memungkinkan fleksibilitas dalam mengeksplorasi isu-isu yang relevan dengan konteks lokal.

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Banyubiru dirancang untuk memperkuat kapasitas literasi digital masyarakat sebagai upaya mendukung pengembangan promosi dan branding berbasis potensi lokal. Program dilaksanakan secara partisipatif melibatkan perangkat dari berbagai kalangan masyarakat Desa Banyubiru agar tercipta kolaborasi yang solid dalam pengelolaan destinasi wisata. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui serangkaian tahapan: pra-kegiatan (persiapan), pelatihan dan pendampingan (tahap pelaksanaan), hingga penilaian hasil (tahap evaluasi). Pelaksanaan kegiatan yang terstruktur diharapkan memberikan peningkatan keterampilan teknis dalam penggunaan teknologi dan menumbuhkan kesadaran kolektif masyarakat akan pentingnya promosi wisata berbasis digital guna mendukung keberlanjutan desa wisata.

1. Tahap Pra-Kegiatan

Tahap pra-kegiatan diawali proses koordinasi antara tim pengabdian dengan pemerintah Desa Banyubiru guna menyelaraskan program dengan kebutuhan mitra. Selain itu dilakukan pemetaan potensi wisata, identifikasi permasalahan terutama terkait rendahnya pemanfaatan teknologi digital, dan pemilihan calon peserta pelatihan. Pada tahap ini juga dilakukan persiapan materi pelatihan, penyusunan modul literasi digital, serta penyediaan sarana pendukung yang diperlukan hingga tahap evaluasi.

2. Pelatihan dan Pendampingan Literasi Digital

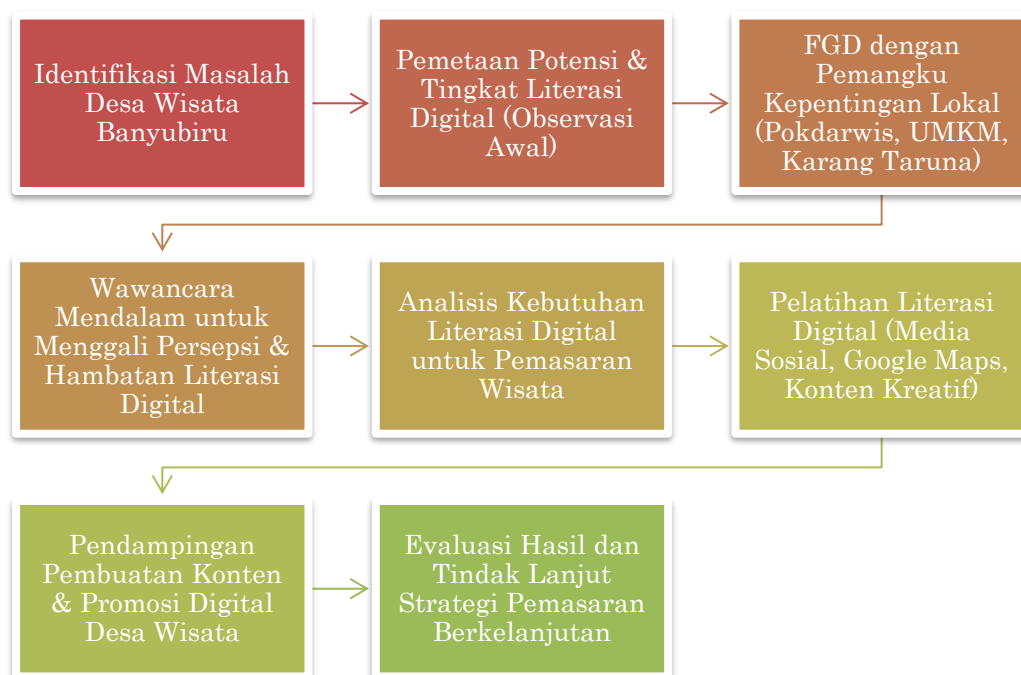
Berdasarkan hasil FGD dan wawancara, tim pengabdian merancang dan melaksanakan pelatihan literasi digital yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Materi pelatihan mencakup:

- a. Pembuatan dan pengelolaan akun media sosial desa wisata.
- b. Teknik dasar fotografi dan videografi wisata menggunakan perangkat sederhana.
- c. Penyusunan narasi promosi wisata yang menarik.
- d. Pemanfaatan Google Maps untuk penandaan lokasi wisata.
- e. Pengenalan aplikasi manajemen wisata berbasis daring.

Selain pelatihan, pendampingan teknis dilakukan selama proses pembuatan konten promosi digital dan pengelolaan media sosial agar masyarakat mampu secara mandiri melakukan pemasaran berbasis digital secara berkelanjutan.

3. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Pada akhir kegiatan, dilakukan evaluasi ketercapaian tujuan pengabdian melalui observasi dan wawancara tindak lanjut. Penilaian mencakup peningkatan kapasitas literasi digital peserta, kemampuan mengelola media sosial wisata, serta persepsi masyarakat terhadap efektivitas pemasaran digital. Evaluasi ini menjadi dasar perumusan rencana tindak lanjut pengembangan desa wisata berbasis literasi digital yang lebih luas dan terintegrasi. Pelaksanaan tahap ini akan dibantu oleh fasilitator baik dari lokal maupun dari luar desa dengan dukungan dari tim ahli. Evaluasi dilakukan melalui observasi parsipatif, wawancara, dan penyebaran angket untuk mengetahui apakah terjadi peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam pemanfaatan literasi digital, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alur Pelaksanaan Pengabdian

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kegiatan Pra Pengabdian

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Banyubiru, Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang, yang telah dikategorikan sebagai desa wisata rintisan. Berdasarkan hasil observasi awal serta diskusi kepada kepala desa, Desa Banyubiru memiliki berbagai potensi wisata, antara lain keindahan alam berupa air terjun dan area persawahan, serta

kekayaan tradisi budaya yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata edukatif dan rekreatif. Namun, potensi tersebut belum dioptimalkan dalam hal pemasaran, terutama pemasaran berbasis digital. FGD yang melibatkan perangkat desa, Karang Taruna, pelaku UMKM, dan calon anggota Pokdarwis mengungkapkan bahwa upaya promosi wisata selama ini masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan media digital secara sistematis. Masyarakat desa umumnya belum memiliki keterampilan memadai dalam pengelolaan media sosial maupun penggunaan platform digital lain seperti Google Maps dan TripAdvisor untuk mendukung promosi wisata.

2. Pemetaan Potensi & Tingkat Literasi Digital

Untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam, dilakukan wawancara dan observasi lapangan. Wawancara dilakukan terhadap 10 informan kunci yang terdiri dari tokoh masyarakat, pelaku usaha lokal, dan pemuda desa. Hasil wawancara menunjukkan bahwa mayoritas responden belum pernah menggunakan media sosial untuk promosi wisata, dan tidak mengetahui cara melakukan penandaan lokasi wisata pada platform digital. Hambatan utama yang dihadapi masyarakat antara lain rendahnya pemahaman teknologi, keterbatasan perangkat, dan kurangnya pelatihan terkait literasi digital. Meskipun demikian, terdapat antusiasme yang tinggi dari masyarakat, terutama kalangan pemuda, untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital desa wisata.

Tim pengabdian juga melakukan observasi lapangan terkait kondisi fasilitas wisata, aksesibilitas jalan, ketersediaan jaringan internet pada lokasi wisata. Hasil observasi menunjukkan beberapa titik wisata masih minim papan informasi dengan kode QR maupun tautan media sosial. Selain itu, diperoleh informasi bahwa fasilitas internet guna mendukung aktivitas promosi berbasis teknologi belum merata.

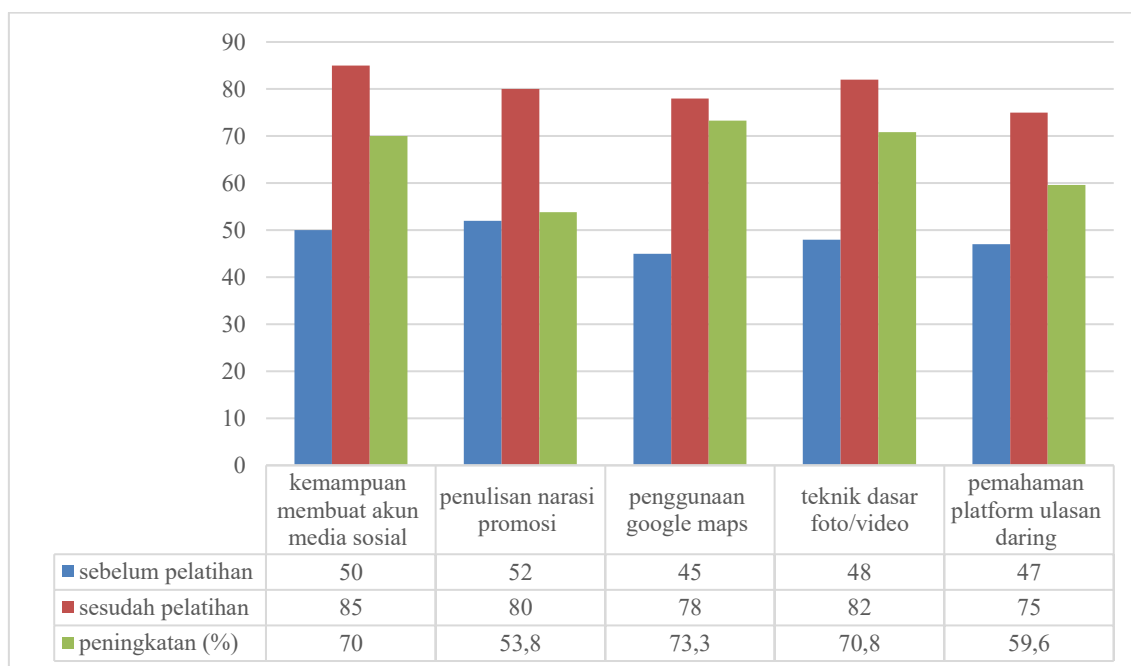
3. Pelaksanaan Kegiatan

Sebagai respons terhadap temuan tersebut, tim pengabdian menyelenggarakan pelatihan literasi digital yang diikuti oleh 25 peserta dari berbagai unsur masyarakat. Pelatihan ini mencakup pembuatan dan pengelolaan akun media sosial untuk desa wisata, teknik dasar fotografi dan videografi menggunakan ponsel, penulisan narasi promosi berbasis storytelling, penggunaan Google Maps untuk penandaan lokasi wisata, serta pengenalan platform ulasan daring. Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan teknis dalam pembuatan konten promosi digital, termasuk unggahan foto dan video wisata lokal ke akun media sosial yang telah dibuat secara resmi dengan nama “Desa Wisata Banyubiru”. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah mampu menggunakan media sosial dan aplikasi digital secara mandiri untuk promosi wisata. Sebagai dampak awal, akun media sosial desa wisata ini telah menjangkau

lebih dari 1.000 pengguna dalam kurun waktu satu bulan, serta menunjukkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan lokal pada akhir pekan.

Selain pelatihan, kegiatan pengabdian juga menghasilkan pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang diberi nama “Tirta Agung”. Kelompok ini bertugas merancang dan melaksanakan strategi pemasaran desa wisata secara digital, termasuk pengelolaan media sosial, penyediaan layanan informasi wisata berbasis WhatsApp Business, dan promosi melalui Google Business Profile. Pokdarwis juga menjalin kerja sama dengan influencer lokal untuk memperluas jangkauan promosi.

Dengan adanya penguatan literasi digital, masyarakat kini mulai menyadari pentingnya media digital sebagai sarana pemasaran yang efektif dan terjangkau. Keberhasilan awal ini menjadi dasar untuk pengembangan lebih lanjut, termasuk pembuatan website resmi desa wisata, peningkatan kualitas konten promosi, dan penyusunan paket wisata berbasis potensi lokal. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat mendukung kemandirian masyarakat dalam mengelola desa wisata secara berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi digital. Adapun hasil dari kegiatan pengabdian ini dapat terukur dengan adanya kepuasan masyarakat desa Banyubiru terhadap tim pengabdian, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil evaluasi pelatihan literasi digital

Sumber : data diolah, 2025

Berdasarkan Gambar 2 terlihat adanya peningkatan signifikan pada seluruh aspek keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan. Aspek dengan peningkatan tertinggi adalah penggunaan Google Maps (73,3%) dan teknik dasar foto/video (70,8%) menunjukkan bahwa materi berbasis praktik langsung mudah dipahami oleh masyarakat. Kemampuan membuat akun

media sosial juga mengalami kenaikan 70% yang mendukung keberhasilan awal promosi digital melalui akun resmi "Desa Wisata Banyubiru". Sementara itu, penulisan narasi promosi dan pemahaman platform ulasan daring meningkat masing-masing 53,8% dan 59,6%. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa pelatihan literasi yang telah dilaksanakan mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan media digital untuk promosi wisata. Peningkatan keterampilan tersebut juga berdampak nyata dan terbukti dengan jangkauan akun media sosial desa yang berhasil meningkatkan pengguna secara signifikan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Banyubiru terbukti mampu meningkatkan literasi digital masyarakat dalam hal pembuatan akun media sosial, penulisan narasi, promosi penggunaan Google Maps, teknik dasar foto dan video, serta pemahaman terhadap platform ulasan daring. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan keterampilan yang cukup signifikan pada seluruh aspek dengan capaian tertinggi pada penggunaan Google Maps sebesar 73,3% dan teknik dasar foto/video sebesar 70,8%. Selain itu, kegiatan ini berdampak positif terhadap pengelolaan promosi wisata desa yang ditandai dengan meningkatnya akun resmi desa wisata serta terbentuknya Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) "Tirta Agung" sebagai wadah penggerak promosi digital. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini berhasil mendorong kesadaran masyarakat bahwa pemanfaatan media digital merupakan sarana efektif murah, dan berkelanjutan untuk memperluas promosi desa wisata.

Untuk mendukung keberlanjutan program tersebut, Desa Banyubiru diharapkan dapat menjaga konsistensi dalam pengelolaan media sosial dan terus meningkatkan kualitas konten promosi. Pokdariws "Tirta Agung" dapat memperluas jejaring dengan berbagai pihak seperti influencer, agen perjalanan, dan platform wisata daring agar dampak promosi semakin meluas. Pemerintah desa juga perlu memberikan dukungan berupa fasilitas internet yang memadai, sarana pendukung promosi digital, serta alokasi anggaran untuk pengembangan desa wisata. Sementara itu, tim pengabdian maupun institusi pendidikan diharapkan dapat menindaklanjuti kegiatan ini dengan pelatihan lanjutan seperti manajemen website, penyusunan paket wisata, serta monitoring dan evaluasi promosi digital terhadap peningkatan jumlah wisatawan dan kontribusinya terhadap ekonomi lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Semarang atas dukungan dana PkM yang telah diberikan, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terselenggara dengan sukses. Kegiatan pengabdian ini berjalan dengan lancar berkat kerjasama

dan antusiasme dari masyarakat Desa Banyubiru, Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang, selaku mitra selama mengikuti seluruh kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, L., Darmawan, H., Riyanti, A., Tinggi, S., Pariwisata, I. E., & Bandung, P. (2020). Pengelolaan Desa Wisata Di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 5(3), 2020.
- Alim, S., Nugroho, A. B., & Lestari, N. D. (2025). Penguatan Pariwisata Berbasis Komunitas melalui Literasi Digital dan Kolaborasi Multipihak di Desa Sukolilo, Malang Strengthening Community-Based Tourism through Digital Literacy and Multi-Stakeholder Collaboration in Sukolilo Village, Malang lanskap in. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(3), 585–595.
- Andoni, Y., Darmawan, A., Narny, Y., Ilmu, F., Universitas, B., & Manis, L. (2025). Digital Untuk Pengembangan Wisata Jorong Kuok Kabupaten Agam. *Buletin Ilmiah Nagari Membangun*, 8(2), 203–215.
- Aolia, J., Yanti, S. D. N., Agustina, A., Ariani, Z., Fitri Hidayanti, N., & Nur'aini. (2024). Seminar Nasional Paedagoria Trasformasi Digital dalam Industri Pariwisata: Tantangan dan Peluang. *Trasformasi Digital Dalam Industri Pariwisata: Tantangan Dan Peluang*, 4, 597–611.
- Ardan, T. S., Akbar, B. A., & Destriani, M. (2024). Pelatihan Digital Marketing dalam Rangka Meningkatkan Informasi Artikel Abstrak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(2), 1744–1749.
- Budhi Pamungkas Gautama, Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355–369. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>
- Darubekti, N., Hanum, S. H., Suryaningsih, P. E., & Waryenti, D. (2022). Increasing the Digital Literacy among Tourism Awareness Groups for Sustainable Tourism Village Development. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 158–168. <https://doi.org/10.25170/mitra.v6i2.3552>
- Dinas Kepemudaan, O. D. P., & Provinsi Jawa Tengah. (2023). *Roadmap Pengembangan Desa Wisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2023* (Vol. 17).
- Dontes Putra, Rozalinda, R., & Meirison, M. (2024). Peran Pengembangan Desa Wisata dalam Upaya Peningkatan Keberlangsungan Ekonomi kreatif Masyarakat di Kabupaten Kerinci. *Al-Mutsla*, 6(2), 388–413. <https://doi.org/10.46870/jstain.v6i2.1092>
- Fadilla, H. (2024). Pengembangan Sektor Pariwisata untuk Meningkatkan Pendapatan Daerah di Indonesia. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(1), 36–43. <https://doi.org/10.37985/benefit.v2i1.375>
- Farhan, M., & Wardani, P. A. (2022). The Role of Institutional Entrepreneur in Realizing Sustainable TourismDevelopment in Kelor Tourism Village. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(Tourism Village, Tourism Awareness Group, Sustainable Tourism, Institutional Entrepreneurship), 1056–1066.
- Gantina, D., Lintangkawuryan, Y., Setiawan, C., Pemberdayaan, J., Baihaqi, A. M., & Iqbal Hanafi, M. (2025). Peningkatan Kapasitas Promosi Digital dan Layanan Wisatawan melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Desa Wisata Cibuntu, Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 7(1), 2025.
- Harliani, R. K., Dewi, D. A., & Hayat, R. S. (2024). Menantang Tren: Mendekati Krisis Literasi Digital di Era Informasi. *JLEB: Journal of Law, Education and Business*, 2(1), 614–617. <https://doi.org/10.57235/jleb.v2i1.1948>
- Hasibuan, I. M., Mutthaqin, S., Erianto, R., & Harahap, I. (2023). Kontribusi Sektor

- Pariwisata Terhadap Perekonomian Nasional. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 1200–1217.
- Heliawati, C., & Munawaroh. (2025). Peran Teknologi Digital dalam Pengembangan Pariwisata Budaya dan Religi di Banten. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 398–403.
- Ichsan, R. N., Laratmase, P., Novedliani, R., Utami, E. Y., & Mahmudin, T. (2024). Digitalisasi Destinasi Sebagai Strategi Pengembangan Promosi Pariwisata Di Indonesia. *Edunomika*, 08(February), 4–6.
- Indriana, D. (2022). Tourism And Economic Growth: Evidence From Asean Countries. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 10(Tourism, Economic growth, Panel ARDL, ASEAN.), 100–131.
- Jariah, A. (2021). Implementasi Literasi Digital Dalam Peningkatan Daya Tarik Wisata Di Era New Normal Kota Palangka Raya. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 8(1), 74–87. <https://doi.org/10.33084/jhm.v8i1.2441>
- Jayanthi, R., & Dinaseviani, A. (2022). The Digital Gap and Solutions Implemented in Indonesia during the COVID-19 Pandemic. *Jurnal IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 24(2), 187–200.
- Juliana, J., Sihombing, S. O., Pramono, R., Lemy, D. M., & Djakasaputra, A. (2025). Strategi Branding Dan Pemasaran Untuk Desa Wisata Sawarna. *Sinergitas PkM Dan CSR*, 9(1).
- Kadhim, M. J. (2024). Digital Literacy and Its Importance in Modern Education. *International Journal of Social Trends*, 2(1), 44–50.
- Khasbulloh, M. N., Bela, L., Niawati, I., Huda, A., & Jeaquien, N. K. (2023). Peran Media Digital dalam Meningkatkan Branding Desa Wisata. *NAJWA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 137–145. <https://doi.org/10.30762/najwa.v1i2.243>
- Komariah, N., Yusuf, P. M., Saepudin, E., & Rodiah, S. (2017). Pendidikan Literasi Lingkungan Sebagai Penunjang Desa Wisata Agro Kecamatan Padaherang Kabupaten Pangandaran. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 6(2), 111–115.
- Kurnianti, A. W. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai Penggerak Desa Wisata Kabupaten Wonosobo Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 180–190. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.24>
- Mannayong, J., S, M. R., & Faisal, M. (2024). Transformasi Digital dan Partisipasi Masyarakat: Mewujudkan Keterlibatan Publik yang Lebih Aktif Digital Transformation and Community Participation: Realizing More Active Public Engagement. *Jurnal Administrasi Publik*, XX(1), 51–72.
- Nur Maghfiroh, M. F., Indrawati, S., Janari, D., & Ridwan Andi Purnomo, M. (2023). Pelatihan Pemasaran Digital dan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Sapuangin, Klaten, Jawa Tengah. *Journal of Appropriate Technology for Community Services*, 4(2), 34–41. <https://doi.org/10.20885/jattec.vol4.iss2.art4>
- Nurmadewi, D. (2024). Digital Marketing as a Tourism Village Marketing Strategy in East Java's Horseshoe Region. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 46–53. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp46-53>
- Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jnp.52178>
- Ramadhan, I., Lubis, M. R., & Ulya, N. (2024). Strategi Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital: Studi Kasus Danau Toba. *Journal of Accounting Law Communication and Technology*, 2(1), 839–844. <https://doi.org/10.57235/jalakotek.v2i1.4912>
- Reza, R. K. A., & Murdana, I. M. M. (2023). Kajian Potensi Desa Wisata Sebagai Daya Tarik Wisata Alternatif di Lombok Tengah. *Journal of Mandalika Review*, 2(2). <https://doi.org/10.55701/mandalika.v2i2.88>

- Sunarti, S., Damayanti, M., Rahdriawan, M., Untari, R., Iffaty, A., & Rahmadani, S. (2025). Pengembangan Wisata Rintisan Berbasis Keunggulan Kompetitif di Desa Wisata Montongsari, Kabupaten Kendal. *Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Kota*, 21(1), 82–95. <https://doi.org/10.14710/pwk.v21i1.68072>
- Tanjung, A., & Rangkuty, D. M. (2024). Analisis Literasi Ekonomi Digital dalam Upaya Menurunkan Tingkat Kemiskinan di Indonesia. *Ecosains: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembangunan*, 13(1), 68. <https://doi.org/10.24036/ecosains.12847657.00>
- Tutik, Nurfitriana Nihayah, A., Fransina Diana Talakua, J., Dewi Pangestika, M., Aulia Rachman, M., & Hermanto, A. (2024). Pengembangan Pariwisata Melalui Literasi Digital Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(5), 4665–4677.
- Tyana, I., & Satlita, L. (2023). Pengembangan Pariwisata Berbasis Community Based Tourism (CBT) di Desa Wisata Pandanrejo, Kecamatan Kaligesing, Kabupaten Purworejo Community Based Tourism (CBT) Based Tourism Development In Pandanrejo Tourism Village. *Journal of Public Policy and Administration Research*, 8(3).
- Veronika, R., Ginting, B., Arindani, D., Mega, C., Lubis, W., & Shella, A. P. (2022). Literasi digital sebagai wujud pemberdayaan masyarakat di era globalisasi. *Jurnal Pasopati*, 3(2), 118–122.
- Vitalocca, D., Mukhlisah Abdal, N., Suwahyu, I., Ramli Rasjid, A., & Sidik Sidin, U. (2024). Pelatihan Peningkatan Literasi Digital untuk Kemajuan Masyarakat Lokal di Gowa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 201–206. <https://doi.org/10.59562/abdimas.v2i2.5804>
- Widyastuti, D. A. R., Nuswantoro, R., & Sidhi, T. A. P. (2016). Literasi Digital pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal ASPIKOM*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i1.95>
- Yowono, E. S., Wibowo, D. H., & ... (2024). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal: Menumbuhkan Jiwa Enterpneur Pelaku Usaha Melalui Appreciative Inquiry. *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 04(April), 309–318.
- Zumaro, A., Yohana, Z. K., Kurnia M, A. D., Marlinda, R. A., Wahyudi, M. A., & Setiawan, B. (2023). Jurnal Kajian Pariwisata Jurnal Kajian Pariwisata. *Panorama: Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 51–62.