

PELATIHAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI STRATEGI DIGITALISASI WISATA

Falyanzuril Ihsan¹, Lailatur Rahmi^{2*}, Agung Muhammad Siddiq³,
Faizal Alqadafi⁴, Fitri Yanti Mawarnis⁵, Yahya Saputra⁶

¹Pengindraan Jauh dan Sistem Informasi Geografis, Universitas Negeri Padang, Indonesia

²Geografi, Universitas Negeri Padang, Indonesia

^{3,5}Teknik Elektro, Universitas Negeri Padang, Indonesia

^{4,6}Manajemen Pajak, Universitas Negeri Padang, Indonesia

lailaturrahmi@fis.unp.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Kegiatan pelatihan digitalisasi wisata Goa Kelambu dan *Camping Ground* di Desa Silungkang Oso dilaksanakan sebagai upaya mendukung pengembangan desa wisata berbasis teknologi informasi. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat, khususnya kelompok pengelola wisata dan pemerintah desa, dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi destinasi wisata. Peningkatan kapasitas mencakup penguatan *hard skill* berupa kemampuan teknis dalam membuat dan mengelola website desa wisata, menyusun peta wisata digital, serta memanfaatkan *QR-Code* sebagai media informasi. Selain itu, peningkatan *soft skill* juga menjadi fokus pelatihan, antara lain kemampuan komunikasi digital, kolaborasi dalam pengelolaan konten wisata, serta kemampuan mengambil keputusan berbasis data promosi. Pelatihan ini melibatkan tim dosen pembimbing dan mahasiswa yang telah melakukan observasi serta identifikasi kebutuhan mitra sebelumnya. Kegiatan ini diikuti oleh 25 anggota kelompok sadar wisata dan 23 orang ibu-ibu PKK, dan dilaksanakan di kantor Desa Silungkang Oso. Materi utama yang diberikan meliputi pembuatan dan pemanfaatan *QR-Code*, pengelolaan website desa wisata, serta penyusunan peta wisata digital. Evaluasi pelatihan dilakukan melalui observasi proses, wawancara singkat, dokumentasi, serta instrumen *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui capaian peningkatan pemahaman. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan peserta dalam memahami digitalisasi wisata dan mempraktikkan pembuatan media promosi digital dengan rata-rata peningkatan sebesar 70%. Implementasi pelatihan ini menghasilkan sarana promosi wisata yang lebih modern dan mudah diakses sehingga memperkuat branding wisata serta mendorong kemandirian masyarakat dalam pengelolaan destinasi berbasis teknologi.

Kata Kunci: Digitalisasi Wisata; Goa Kelambu; *Camping Ground*; Teknologi; Desa.

Abstract: The Goa Kelambu and Camping Ground tourism digitization training program in Silungkang Oso Village was conducted as an effort to support the development of information technology-based tourism villages. This program aims to increase the capacity of the community, particularly tourism management groups and village governments, in utilizing digital media as a means of promoting tourist destinations. Capacity building includes strengthening hard skills in the form of technical abilities in creating and managing tourism village websites, compiling digital tourist maps, and utilizing QR codes as a medium of information. In addition, soft skills improvement is also a focus of the training, including digital communication skills, collaboration in tourism content management, and the ability to make decisions based on promotional data. This training involves a team of supervising lecturers and students who have previously conducted observations and identified the needs of partners. This activity was attended by 25 members of the tourism awareness group and 23 women from the PKK (Family Welfare Movement), and was held at the Silungkang Oso Village office. The main materials covered included the creation and use of QR codes, management of tourism village websites, and the development of digital tourism maps. The training was evaluated through process observation, brief interviews, documentation, and pre-test and post-test instruments to determine the level of understanding gained. The results of the activity showed an increase in participants' skills in understanding tourism digitalization and practicing the creation of digital promotional media, with an average increase of 70%. The implementation of this training resulted in more modern and accessible tourism promotion tools, thereby strengthening tourism branding and encouraging community independence in technology-based destination management.

Keywords: Digitalization of Tourism; Kelambu Cave; Camping Ground; Technology; Village.



Article History:

Received: 09-10-2025

Revised : 13-11-2025

Accepted: 14-11-2025

Online : 01-12-2025



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Indonesia sebagai Negara kepulauan yang kaya akan keanekaragaman budaya, dimana setiap daerah memiliki kekhasan tersendiri yang menjadi daya tarik wisata (Parta & Maharani, 2023). Salah satu potensi besar yang masih belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal adalah wisata alam, khususnya wisata goa dan aktivitas berbasis alam terbuka seperti *Camping Ground*. Wisata alam berperan penting tidak hanya sebagai sarana rekreasi, tetapi juga sebagai media pelestarian lingkungan dan wadah pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengelolaan ekowisata yang berkelanjutan. Pemberdayaan masyarakat melalui pengelolaan desa wisata terbukti mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) dengan meningkatkan kapasitas ekonomi local dan kesadaran lingkungan (Purnamawati & Adnyani, 2024). Selain itu, pengembangan pariwisata berbasis masyarakat mampu memperkuat ekonomi daerah serta melestarikan nilai budaya dan alam secara harmoni (Melladia et al., 2024).

Kota Sawahlunto, yang dahulu dikenal sebagai kota tambang batu bara, kini bertransformasi dengan mengembangkan sektor pariwisata sebagai sumber ekonomi alternatif. Salah satu wilayah yang menyimpan potensi wisata alam adalah Kelurahan Silungkang Oso, Kecamatan Silungkang. Di kawasan ini terdapat objek wisata Goa Kelambu, sebuah goa alam yang masih sangat terjaga dengan formasi stalaktit dan stalagmite yang menakjubkan. Mutiara (2020) menyatakan bahwa destinasi goa dapat berfungsi sebagai wisata edukatif sekaligus memperkuat identitas local melalui konservasi dan partisipasi masyarakat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Melladia et al. (2024) yang menjelaskan bahwa keterlibatan masyarakat menjadi factor penting dalam keberlanjutan wisata goa di Tuluagung. Selain itu, Nirsal et al. (2025) menegaskan bahwa penguatan modal social masyarakat berperan strategis dalam mengembangkan ekowisata berbasis komunitas di wilayah pedesaan Indonesia. Dengan demikian, pengembangan wisata alam seperti Goa Kelambu berpotensi tidak hanya sebagai sarana rekreasi, tetapi juga sebagai media edukasi dan pelestarian lingkungan (Mulyantari et al., 2025).

Selain Goa Kelambu, kawasan ini juga memiliki lahan terbuka yang dapat dimanfaatkan sebagai *camping Ground*, menawarkan pengalaman wisata alam yang lebih lengkap bagi wisatawan, khususnya pecinta alam dan generasi muda. Aktivitas wisata berbasis alam seperti tidak hanya memberikan dampak positif terhadap kesehatan fisik dan mental pengunjung, tetapi juga meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya konservasi lingkungan (Fatimah & Mukarramah, 2023). Lebih lanjut, Vikaliana et al. (2024) menegaskan bahwa pengelolaan *Camping Ground* yang melibatkan partisipasi masyarakat dan promosi digital dapat memperkuat ekonomi local. Dengan dukungan pengelolaan yang berkelanjutan, potensi kawasan seperti Goa Kelambu dapat berkembang

menjadi destinasi ekowisata unggulan yang mempertemukan nilai edukatif, ekologis, dan rekreatif secara harmonis

Meskipun memiliki potensi besar, pengelola wisata Goa Kelambu dan *Camping Ground* masih menghadapi berbagai tantangan. Minimnya promosi, keterbatasan fasilitas, dan kurangnya strategi pengelolaan menjadi kendala utama dalam meningkatkan daya tarik wisata. Padahal, tren pariwisata saat ini telah bergerak menuju digitalisasi, di mana akses informasi, promosi, dan interaksi wisatawan banyak dilakukan melalui media digital (Mutiarra, 2020). Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi informasi menjadi kebutuhan mendesak dalam mendukung pengembangan destinasi wisata lokal. Hal ini sejalan dengan temuan Sutisno (2018) yang menunjukkan bahwa inovasi pemasaran berbasis digital dapat meningkatkan keterlibatan wisatawan secara signifikan. Selain itu, Pradana et al. (2024) juga menjelaskan bahwa digitalisasi berperan penting dalam memperkuat daya saing destinasi wisata.

Pemerintah juga telah mendorong digitalisasi sector pariwisata melalui program 100 Smart Tourism Destinasion yang digagas kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenkraf, 2020). Program ini menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi informasi untuk mendukung promosi, manajemen destinasi, dan pelayanan wisata berbasis digital (Mutiarra, 2020). Dengan demikian, implementasi destinasi di Goa Kelambu dan *Camping Ground* Desa Silungkang Oso memiliki landasan yang kuat, baik dari segi kebutuhan praktis maupun dukungan kebijakan.

Sebagai upaya menjawab tantangan tersebut, Program DIGIDES (Digitalisasi Desa Wisata) hadir untuk mendorong penguatan branding wisata berbasis teknologi informasi. Melalui pelatihan yang diberikan kepada masyarakat dan pengelola wisata, kegiatan ini memperkenalkan pemanfaatan QR Code, Website, serta peta wisata digital sebagai sarana promosi modern. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan masyarakat tidak hanya menjadi objek pembangunan, tetapi juga subjek yang aktif dalam mengelola potensi wisata secara mandiri dan berkelanjutan (Sutisno, 2018).

Oleh karena itu, penelitian berfokus pada implementasi pelatihan digitalisasi wisata Goa Kelambu dan *Camping Ground* sebagai langkah strategis dalam mengoptimalkan potensi wisata alam Desa Silungkang Oso. Kajian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pengembangan desa wisata digital yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan ekonomi, tetapi juga pelestarian lingkungan dan penguatan identitas lokal (Digitalisasi Desa Dan Potensi Wisata Di Desa Kerta, Kabupaten Gianyar Menuju Pariwisata 4.0, N.D.). Secara spesifik program ini bertujuan untuk meningkatkan hardskill masyarakat dalam penguasaan teknologi digital seperti pengelolaan media social wisata, pembuatan konten promosi digital, dan penggunaan platform pemasaran daring, serta mengembangkan softskill berupa kemampuan komunikasi, kolaborasi, dan pelayanan wisata berbasis digital yang ramah dan

professional (Purnamawati & Adnyani, 2024). Melalui kombinasi peningkatan dua aspek tersebut, diharapkan masyarakat dapat berperan aktif dalam pengelolaan destinasi wisata digital yang berkelanjutan dan berdaya saing.

B. METODE PELAKSANAAN

Mitra dalam kegiatan ini merupakan pihak-pihak yang memiliki peran strategis dalam pengembangan potensi wisata Goa Kelambu dan *Camping Ground* di Kelurahan Silungkang Oso, Kecamatan Silungkang, Kota Sawahlunto. Mereka terdiri dari unsur masyarakat aktif dalam pengelolaan destinasi wisata, pelaku usaha local, serta aparat desa yang berkomitmen untuk mendorong transformasi digital dalam sektor pariwisata (Rahayu et al., 2022). Mitra berperan sebagai peserta sekaligus penggerak dalam penerapan hasil pelatihan digitalisasi, khususnya dalam pengelolaan media promosi, penguatan kapasitas sumber digitalisasi, khususnya dalam pengelolaan media promosi, penguatan kapasitas sumber daya manusia, dan penerapan teknologi berbasis *website* untuk mendukung keberlanjutan desa wisata (Supandi & Umbara, 2021). Kegiatan ini dilaksanakan menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini secara khusus untuk perangkat desa dan kelompok wisata Silo. Secara lebih rinci, berikut adalah rincian kegiatan yang dilaksanakan, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rincian Kegiatan yang Pelaksanaan Pengabdian

No	Kegiatan Pelatihan	Pemateri	Waktu Pelaksanaan	Peserta
1	Pra Kegiatan			
	a. FGD	Tim PPK Ormawa Silo	6 Agustus 2025	Kepala Desa Silungkang Oso, Kelompok Pengelola Wisata Desa Silungkang Oso (10 orang)
	b. Koordinasi	Tim PPK Ormawa Silo	6 Agustus 2025	Perangkat Desa Silungkang Oso
2	Kegiatan Utama			
	a. Pelatihan Pembuatan & Pengoperasian <i>Website</i> Desa Wisata	Tim Pengabdian	10 Agustus 2025	Perangkat Desa dan Kelompok Wisata Desa Silungkang Oso (10 orang)
	b. Pemasangan <i>QR-Code</i> di Titik Wisata Utama (berisi sejarah & peta digital)	Tim PPK Ormawa Silo	11-15 September 2025	Perangkat Desa dan Kelompok Wisata Desa Silungkang Oso (10 orang)
3	Pasca Kegiatan			
	a. Pendampingan	Tim Pengabdian	20 September ber 2025	Perangkat Desa dan Kelompok Wisata Desa Silungkang Oso (10 orang)

No	Kegiatan Pelatihan	Pemateri	Waktu Pelaksanaan	Peserta
b.	Evaluasi	Tim Pengabdian	23 September 2025	Perangkat Desa dan Kelompok Wisata Desa Silungkang Oso (10 orang)

Langkah pelaksanaan kegiatan dimulai dari pra kegiatan yang dilaksanakan berupa diskusi melalui kegiatan FGD (*Focus Group Discussion*) dan koordinasi FGD dilaksanakan pada awal kedatangan tim pengabdian bersama mitra kegiatan, yaitu Kepala Desa Silungkang Oso dan masyarakat Desa. Kegiatan ini juga didampingi oleh dosen pembimbing serta mendapat arahan dari Direktur Kemahasiswaan Universitas Negeri Padang dengan melibatkan anggota ORMAWA UKFF. FGD dan pelatihan digital dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakat dan pengelola desa wisata terkait promosi digital, sehingga pengelola lebih memahami pengelolaan media social dan website untuk meningkatkan kunjungan wisatawan (Setiawan, 2024).

Kegiatan utama dilakukan dalam dua agenda. Agenda pertama yaitu Pelatihan pembuatan dan pengoperasin Website Desa Wisata yang bertujuan agar perangkat desa dan masyarakat mampu mengelola website sebagai media informasi dan promosi digital. Agenda kedua adalah Pemasangan QR-Code di titik wisata utama yang berisi informasi sejarah, peta digital, dan potensi wisata desa silungkang Oso. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan dengan pendampingan langsung dari dosen pembimbing, Direktorat Kemahasiswaan Universitas Negeri Padang, serta anggota ORMAWA UKFF sehingga kegiatan berjalan terarah dan berkesinambungan.

Pada tahap pasca kegiatan, dilaksanakan pendampingan untuk memastikan keberlanjutan program, khususnya dalam pengelolaan website dan pemeliharaan QR-Code. Selain itu juga dilakukan evaluasi kegiatan untuk mengukur tingkat pemahaman dan penerapan materi yang telah diperoleh peserta, serta menilai sejauh mana program DIGIDES: Digitalisasi Desa Wisata memberikan dampak positif bagi pembangunan pariwisata desa.

Evaluasi dilakukan menggunakan pendekatan kombinasi kuantitatif dan kualitatif melalui pengisian lembar observasi dan kuesioner pre-test dan post test untuk menilai peningkatan hardskill peserta dalam pengelolaan website, penggunaan media digital, serta pemahaman konsep promosi wisata berbasis teknologi. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian (Hamdan et al., 2025) yang menekankan pentingnya evaluasi berkelanjutan dalam program digitalisasi wisata desa guna memastikan peningkatan kapasitas dan kemandirian masyarakat dalam pengelolaan potensi wisata.

Sementara itu aspek softskill seperti kerja sama tim, komunikasi, dan inisiatif dievaluasi melalui observasi langsung dan wawancara singkat selama kegiatan pendampingan berlangsung. Evaluasi ini digunakan untuk menilai efektivitas metode pelatihan serta menjadi dasar perbaikan pada

program pemberdayaan berikutnya, sebagaimana dijelaskan oleh Shohib et al. (2022) bahwa pengeukuran softskill melalui observasi dan wawancara mampu memberikan gambaran menyeluruh terhadap peningkatan kemampuan social peserta dalam kegiatan pelatihan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pra kegiatan

Melihat potensi wisata Desa Silungkang Oso, tim pengabdian melakukan kegiatan Digitalisasi Desa Wisata (DIGIDES) melalui pelatihan pembuatan *website*, pengoperasian *website*, serta pemasangan *QR-Code* di titik wisata utama. Melalui kegiatan FGD, tim pengabdian bersama perangkat desa dan masyarakat Desa Silungkang Oso mendiskusikan kegiatan yang akan dilaksanakan, serta mengusulkan implementasi *website* desa wisata sebagai wada untuk mempromosikan potensi lokal, sejarah desa, dan sebagai sarana informasi digital terkait objek wisata, FGD ini bertujuan untuk membahas tantangan, kebutuhan, dan harapan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis digital.

Desa Silungkang Oso memiliki beragam potensi wisata yang dapat dikembangkan untuk menarik wisatawan. Misalnya terdapat kolam pemandian desa yang sudah dikelola masyarakat, serta objek Batu Runcing yang menyimpan daya tarik alam tersendiri. Namun focus utama program ini adalah pada Goa Kelambu dan area Camping Ground, yang hingga kini belum tersosialisasikan secara luas sehingga masih kurang dikenal oleh wisatawan. Melalui program DIGIDES, potensi wisata tersebut diharapkan dapat dipromosikan secara lebih massif, menarik minat wisatawan, serta memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat desa.

2. Pelatihan Pembuatan & Pengoperasian Website Desa Wisata

Pada kegiatan utama, dilakukan pelatihan pembuatan dan pengoperasian website desa wisata yang menjadi langkah penguatan dari pra kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya, diikuti dengan adanya pelatihan langsung oleh tim PPK Ormawa. Website desa wisata merupakan salah satu sarana penting dalam mendukung promosi potensi wisata dan produk lokal, karena website dapat menjadi etalase digital yang menghubungkan masyarakat desa dengan calon wisatawan maupun konsumen luar daerah.

Menurut Rahayu et al. (2022) pemanfaatan teknologi digital melalui pengembangan website desa wisata terbukti mampu meningkatkan promosi pariwisata sekaligus mendukung pemasaran produk UMKM secara online. Hal ini diperkuat oleh penelitian Melladia et al. (2024) yang menyebutkan bahwa website desa wisata tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana transaksi ekonomi kreatif berbasis digital. Dengan demikian, pelatihan pembuatan website desa wisata di Desa Silungkang Oso diarahkan tidak hanya untuk menampilkan informasi wisata seperti Goa

Kelambu dan Camping Ground, tetapi juga untuk memperluas pemasaran produk lokal masyarakat desa, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pelatihan pengelolaan website

Pada sesi ini diberikan pengetahuan awal mengenai pentingnya website desa wisata sebagai media informasi, promosi, dan pemasaran produk lokal. Peserta kegiatan terdiri dari perangkat desa dan masyarakat yang dilibatkan secara langsung. Pelatihan dilakukan secara bertahap mulai dari perancangan struktur website, penulisan konten wisata, penambahan katalog produk lokal, hingga teknik dasar pengoperasian website. Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan cara mengintegrasikan website dengan media sosial dan platform online agar promosi dapat berjalan lebih luas dan interaktif (Hamdan et al., 2025).

3. Pemasangan QR-Code di Titik Wisata Utama (berisi sejarah & peta wisata digital).

Kegiatan berikutnya adalah pemasangan QR-Code di titik wisata utama Desa Silungkang Oso, khususnya pada Goa Kelambu dan area Camping Ground. Qr-Code tersebut berisi informasi mengenai sejarah, deskripsi objek wisata, serta peta digital yang dapat diakses langsung oleh wisatawan. Kehadiran Qr-Code diharapkan memudahkan wisatawan untuk memperoleh informasi secara praktis dan efisien melalui perangkat ponsel mereka. Pemanfaatan QR-Code pada destinasi wisata mampu meningkatkan pengalaman wisatawan karena menyediakan informasi yang cepat, interaktif, dan mudah diakses. Dengan demikian, digitalisasi informasi ini tidak hanya memperkaya pengalaman berwisata, tetapi juga menjadi sarana promosi yang efektif.

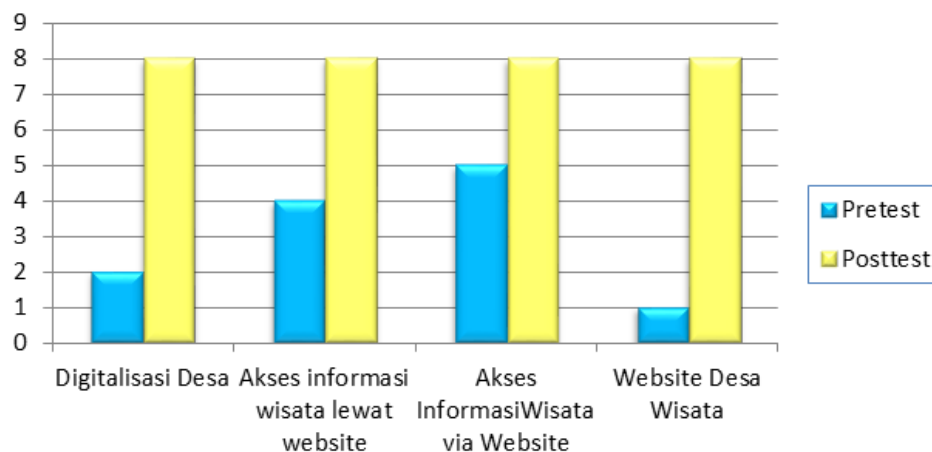
Setiap kegiatan di lapangan selalu didukung penuh oleh perangkat desa maupun masyarakat. Keterlibatan mereka menjadikan program ini lebih berkelanjutan, karena masyarakat secara langsung ikut menjaga dan mengembangkan hasil yang telah dicapai. Kehadiran QR-Code dan peta digital diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisata Desa Silungkang Oso, serta memberikan manfaat nyata bagi masyarakat melalui peningkatan jumlah kunjungan wisatawan seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pemasangan Papan Informasi dan *QR Code*

4. Pendampingan Pasca Pelatihan

Pendampingan pasca pelatihan dilaksanakan untuk memastikan peserta benar benar memahami materi dan mampu mempraktikkannya secara mandiri. Melalui pendampingan ini, peserta diberikan ruang untuk bertanya, berdiskusi, maupun berkonsultasi mengenai kendala yang mereka hadapi dalam proses digitalisasi promosi wisata. Focus utama pendampingan adalah pada pemanfaatan website desa wisata dan penggunaan QR Code sebagai sarana informasi dan promosi yang mudah diakses wisatawan. Tim PPK Ormawa masih mendampingi para peserta pelatihan. Untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan, tim melakukan evaluasi melalui pre test dan post test. Evaluasi ini difokuskan pada pemanfaatan media digital dalam promosi wisata, khususnya penggunaan website desa wisata, Qr-Code, serta pemahaman tentang digitalisasi desa, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. *Pre test* dan *Post test* Program Digides

Pada tahap pre test, tingkat pemahaman peserta masih rendah. Hanya 25% peserta yang mengetahui tentang digitalisasi desa, 50% yang pernah menggunakan QR Code sebelumnya, 62,5% yang pernah mengakses informasi melalui website, dan hanya 12,5% yang memiliki pengalaman mempelajari website. Setelah mengikuti pelatihan, hasil post test menunjukkan adanya peningkatan signifikan. Seluruh peserta (100%) sudah

memahami digitalisasi desa, mampu menggunakan QR Code, serta mempelajari website. Sementara itu, pemahaman dalam mengakses informasi melalui website juga meningkat tajam menjadi 87,5%.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Dari pelaksanaan kegiatan PPK Ormawa kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan platform digital seperti *website* desa wisata, media social, dan *QR Code* efektif digunakan untuk mendukung pemasaran produk lokal serta promosi potensi wisata Desa Silungkang Oso. Melalui kegiatan ini keterampilan peserta dalam hal pembuatan, pengoperasian, dan pemeliharaan *website* desa wisata, serta pemanfaatan *QR-Code* dan peta digital untuk promosi wisata meningkat secara signifikan. Berdasarkan hasil evaluasi *pre-test* dan *post-test*, terjadi peningkatan rata-rata 78% pada kemampuan teknis peserta dalam pengelolaan website, serta 72% pada pemahaman penggunaan media digital untuk promosi wisata. Peningkatan ini menunjukkan bahwa program pelatihan berbasis praktik dan pendampingan langsung efektif dalam meningkatkan *digital skill* masyarakat desa.

Selain itu, seluruh rangkaian kegiatan berjalan dengan dukungan penuh perangkat desa dan partisipasi aktif masyarakat. Tidak hanya terbatas pada pelatihan dan pemasangan media digital, tim juga telah membuat video profil desa yang menampilkan potensi wisata dan produk lokal sebagai sarana promosi yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan. Dengan adanya kolaborasi antara tim PPK Ormawa, perangkat desa, dan masyarakat. Program Digitalisasi Desa Wisata (Digides) di Desa Silungkang Oso telah menjadi langkah nyata dalam mengembangkan pariwisata berbasis digital, sekaligus mendorong peningkatan pemasaran produk lokal dan daya tarik desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih Tim PPK Ormawa Silo sampaikan kepada Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan (Belmawa), Penulis menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan (Belmawa) melalui Program PPK Ormawa (Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan) atas dukungan finansial yang telah diberikan sehingga program ini dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih juga kepada seluruh civitas akademika Universitas Negeri Padang yang telah memberikan dukungan, arahan, bimbingan, dan motivasi selama kegiatan berlangsung. Apresiasi yang sebesar-besarnya juga ditujukan kepada pemerintah desa dan masyarakat setempat yang telah berpartisipasi aktif, memberikan kerja sama, serta mendukung keberhasilan program ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada ORMAWA UKKF

beserta pembinanya yang telah memberikan dukungan, kerjasama, serta kontribusi yang berarti dalam pelaksanaan program.

DAFTAR RUJUKAN

- Enny Mulyantari, Sahlit Sugesti, & Rikardus Yardiputra. (2025). Strategi Pengembangan Gua Batu Cermin Labuan Bajo Sebagai Daya Tarik Wisata Alam. *Journal of Tourism and Economic*, 7(2), 135–145. <https://doi.org/10.36594/jtec/pd62n405>
- Fatimah, S., & Mukarramah, S. K. (2023). Pendampingan Pengembangan Pemasaran Digital di Desa Wisata Rinding Allo. *Jurnal IPMAS*, 3(3), 165–173.
- Hamdan, H., Krisnahadi, T., Komaria, N., Ilhamalimy, R. R., & Raharja, I. (2025). Institutional Innovation Performance of Tourism Villages: What Factors Are Needed? *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 19(1), 153–176. <https://doi.org/10.47608/jki.v19i12025.153-176>
- Melladia, M., Indah Febri Annisa, Dertha Mukhtar, & Leila Muhelni. (2024). Digitalisasi Wisata Halal melalui Penerapan QR Code Berbasis Website pada Agrowisata Kelurahan Lambung Bukit. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 577–586. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v4i2.3208>
- Mutiara, I. A. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Literasi Digital Berbasis Cr Code Di Desa Bonto Jai Kecamatan Bissappu Kabupaten Bantaeng. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri*, 4(2), 228–238.
- Nirsal, N., Nurfalaq, A., Naim, M., Idkhan, A. M., Kaswar, A. B., & Bantun, S. (2025). Penguatan Digitalisasi Promosi Wisata Melalui Sosial Media Dan Implementasi Teknologi Smartano Bersama Kelompok Wisata Iniaku Desa Matano. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(3), 2681. <https://doi.org/10.31764/jmm.v9i3.31089>
- Parta, I. B. M. W., & Maharani, I. A. K. (2023). Cultural Tourism In Indonesia: Systematic Literature Review. *Vidyottama Sanatana: International Journal of Hindu Science and Religious Studies*, 7(2), 189–204. <https://doi.org/10.25078/vidyottama.v7i2.2498>
- Pradana, Y., Arifputri, A. N., & Haqqu, R. (2024). Digital Literacy of Tourism Awareness Groups in Digital Promotion Activities of Cibuntu Tourism Village, Kuningan Regency. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 284–296. <https://doi.org/10.30656/lontar.v12i1.8505>
- Purnamawati, I. G. A., & Adnyani, N. K. S. (2024). Digital-Based Tourism Village Management with The Concept of Green Economy and Harmonization as Tourism Forces. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 35–42. <https://doi.org/10.9744/jmp.10.1.35-42>
- Rahayu, S., Diatmika, I. P. G., & Haryadi, W. (2022). Analisis Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Perekonomian Umkm Pesisir Saliper Ate Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Riset Kajian Teknologi dan Lingkungan*, 5(1), 01–08. <https://doi.org/10.58406/jrktl.v5i1.954>
- Setiawan, A. (2024). The Role of Village Government in Digital-Based Community Empowerment in Tourism Villages. *Journal of Governance*, 9(3). <https://doi.org/10.31506/jog.v9i3.28017>
- Shohib, N. C., Susilo, K. E., & Nugroho, A. (2022). QRIS Sebagai Alat Transaksi Di Wisata Pantai Selatan Malang Dengan QR Code. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 13(2a), 102–109. <https://doi.org/10.47927/jikb.v13i2a.386>

- Supandi, A. F., & Umbara, B. D. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Ekowisata (Studi Pada Wisata Pantai Watu Ulo, Teluk Love, Papuma Kecamatan Ambulu dan Wuluhan Kabupaten Jember). *Prestise: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2).
- Sutisno, A. N. (2018). Penerapan konsep edu-ekowisata sebagai media pendidikan karakter berbasis lingkungan. *Jurnal Ecolab*, 12(1), 1–11.
- Vikaliana, R., Irawan, A., & Iskandar, Y. A. (2024). Upaya Peningkatan Pemasaran Digital melalui Pendampingan Pengelolaan Website di Desa Wisata. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 5(2), 77–82. <https://doi.org/10.47065/jrespro.v5i2.6365>