

## **Pengembangan eduwisata berbasis partisipasi masyarakat melalui promosi digital Desa Klino**

**Arnelita Saharani Akila Putri<sup>1</sup>, Ardhana Putri Farahdiansari<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Ekonomi Pembangunan, Ekonomi, Universitas Bojonegoro, Indonesia

<sup>2</sup>Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknik, Universitas Bojonegoro, Indonesia

Penulis korespondensi : Ardhana Putri Farahdiansari

E-mail : putri.faradian@email.com

Diterima: 12 Agustus 2025 | Direvisi: 02 September 2025 | Disetujui: 03 September 2025 | Online: 14 September 2025

© Penulis 2025

### **Abstrak**

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini dilakukan karena potensi-potensi wisata yang ada di desa klino kurang terpromosikan secara digital dengan baik. Terjadinya permasalahan tersebut karena kurangnya partisipasi aktif Masyarakat dalam mempromosikan potensi wisata desanya, sehingga potensi wisata yang ada di desa klino belum dikenal oleh Masyarakat luas. Selain itu, diadakanya kegiatan ini bertujuan untuk mempromosikan wisata yang ada di desa klino melau promosi digital sekaligus mendorong partisipasi dan keterampilan Masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program ini telah secara efektif meningkatkan visibilitas potensi eduwisata Desa Klino di media sosial dan mampu mendorong partisipasi Masyarakat. Melalui kegiatan ini diharapkan Masyarakat dapat terus mempromosikan wisata desa klino kepada Masyarakat luas dan menarik perhatian wisatawan.

**Kata kunci:** pengembangan eduwisata; partisipasi Masyarakat; promosi digital; pemberdayaan desa; Desa Klino.

### **Abstract**

This community service activity was carried out because the tourism potential in Klino Village was not well promoted digitally. This problem occurred due to the lack of active community participation in promoting the tourism potential of their village, so that the tourism potential in Klino Village was not yet known to the wider community. In addition, this activity was held to promote tourism in Klino Village through digital promotion while encouraging community participation and skills. The results of the activity show that this program has effectively increased the visibility of Klino Village's educational tourism potential on social media and has been able to encourage community participation. Through this activity, it is hoped that the community will continue to promote Klino Village tourism to the wider community and attract the attention of tourists.

**Keywords:** development of educational tourism; community participation; digital promotion; village empowerment; Klino Village.

---

## **PENDAHULUAN**

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam dan budaya yang memiliki potensi wisata edukasi yang sangat besar tersebar di seluruh pelosok, khususnya di wilayah pedesaan (Sugiarti et al., 2010), potensi wisata ini dapat dikembangkan tidak hanya sebagai sarana wisata semata, tetapi juga sebagai wisata edukasi dan juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokalnya. konsep eduwisata muncul sebagai gabungan antara aktivitas wisata dan unsur edukasi. Melalui pendekatan ini, wisatawan tidak hanya menikmati keindahan destinasi, tetapi juga memperoleh pengalaman

edukatif secara langsung, sembari mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat (Pramono et al., 2021).

Pengelolaan potensi wisata ini, khususnya dalam bidang eduwisata, dapat dilakukan melalui konsep smart tourism yang bertujuan meningkatkan kualitas layanan wisata sekaligus menarik lebih banyak kunjungan wisatawan (Rahman, 2021). Salah satu pengembangan yang relevan adalah konsep edu-tourism (Rejeki et al., 2024), yakni perpaduan antara pariwisata dan pendidikan.

Namun, untuk mengembangkan potensi eduwisata yang ada perlu adanya promosi potensi wisata harus dikembangkan. seiring berkembangnya zaman promosi wisata setempat tidak dapat bergantung pada metode konvensional, akan tetapi harus beradaptasi dengan era digital yang semakin maju, oleh karena itu promosi digital menjadi sangat penting dalam memperkenalkan potensi wisata.

Kabupaten Bojonegoro di Jawa Timur merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan desa wisata (Qurratun Nada Fahirah, 2020). Namun, beberapa desa wisata di wilayah ini masih menghadapi kendala dalam hal promosi dan pengelolaan destinasi yang berkelanjutan. Salah satunya adalah Desa Klino di Kecamatan Sekar. Desa klino memiliki potensi wisata beragam yang dapat dikembangkan, keindahan alam yang dimiliki desa klino salah satunya gunung pandan yang sangat cocok untuk dijadikan pilihan sebagai pendaaki pemula. Selain itu juga terdapat Agrowisata yang cocok dijadikan sebagai sarana edukasi dan wisata bagi pengunjung. Selain keindahan alamnya, desa klino juga memiliki Sejarah budaya yang menarik seperti Punden Kedaton dan pesanggrahan yang merupakan peninggalan kolonial belanda. Sayangnya, keterbatasan akses informasi dan promosi digital membuat potensi wisata desa ini belum tergarap secara optimal.

Menanggapi kondisi tersebut, Tim KKN-TK Universitas Bojonegoro hadir di Desa Klino untuk membantu mendorong promosi potensi wisata melalui pendekatan digital. Kegiatan ini dilakukan secara partisipatif, berdasarkan teori *community-based tourism* (CBT) melibatkan masyarakat desa secara aktif agar kegiatan yang dirancang dapat berkelanjutan meskipun masa KKN telah selesai. Salah satu strategi utama yang digunakan adalah promosi berbasis digital melalui media sosial, mengingat daya jangkauannya yang luas dan efisien dalam menyebarkan informasi.

Dalam Kegiatan ini, promosi digital diwujudkan melalui lomba pembuatan video dengan tema "Srawung Ing Klino" yang menampilkan potensi wisata lokal Desa Klino (Dharma Pertiwi et al., 2024). Lomba ini tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan konten promosi yang menarik, tetapi juga menjadi wadah kreativitas warga, khususnya pemuda desa, dalam mengenalkan desanya kepada khalayak luas (Zaki & Adnyana, 2024). Kegiatan ini menjadi bagian utama dalam pelaksanaan program KKN karena dinilai strategis untuk meningkatkan visibilitas wisata desa, mendorong partisipasi masyarakat, serta memperkuat kolaborasi antara mahasiswa, pemerintah desa, dan warga dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (Nadhifatur Rifdah & Kusdiwanggo, 2024).

## METODE

Pengabdian Masyarakat Dengan Pendekatan Partisipatif Masyarakat Desa Klino. Sasaran dari kegiatan yang dilakukan Adalah Masyarakat desa klino. Dan Teknik yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah Promosi Digital Melalui Kompetisi Pembuatan Video.

Adapun tahapan yang dilaksanakan meliputi :

1. Tahapan persiapan

Tim KKN-TK 21 melakukan survey potensi wisata desa klino, untuk mengetahui potensi wisata apa saja yang dimiliki dindesa klino, yang kemudian melakukan penentuan kegiatan apa yang tepat untuk meningkatkan potensi pariwisata lokal.



**Gambar 1.** Proses observasi potensi wisata desa.

## 2. Tahapan Promosi

Tim KKN-TK 21 melakukan promosi kegiatan melalui media sosial, selain itu kami juga melakukan promosi kegiatan ini melalui kepala dusun – dusun yang ada di desa klino. Kami juga melakukan promosi melalui penyebaran pamflet yang kami tempel di bangunan maupun warung sekitar.



**Gambar 2.** Proses Promosi kegiatan lomba video.

## 3. Tahapan Pengumuman

Tim KKN-TK 21 melakukan evaluasi hasil akhir pada video yang telah diunggah. Penilaian meliputi jumlah like, komen, viewers, kreatifitas dan juga kesesuaian tema. Pengumuman di umumkan lewat media sosial secara online.

Untuk Mendukung Keberhasilan Ini. Video-Video Terbaik Dipilih Berdasarkan Kreativitas, Informatif, Daya Tarik Visual, Jumlah Suka, Jumlah, Penonton, Dan Jumlah Komen Pada Masing – Masing Video, Yang Dibagikan Melalui Media Sosial Untuk Menjangkau Audiens Yang Lebih Luas. Melalui Kegiatan Ini, Diharapkan Inovasi Dan Kreativitas Warga Desa Dapat Berkembang Secara Berkelanjutan Sambil Meningkatkan Visibilitas Potensi Pariwisata Desa.

Untuk Memastikan Bahwa Program Tersebut Sesuai Dengan Kebutuhan Promosi Desa Klino, Metode Penelitian Yang Digunakan Melibatkan Tahap-Tahap Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Pemberdayaan. Hal Ini Dimulai Dari Tahap Perencanaan, Yang Berfokus Pada Partisipasi Masyarakat Desa Klino. Bagian Penting Dari Kegiatan Ini Adalah Peran Media Sosial Sebagai Alat Promosi, Melalui Platform Instagram (Widodo & Aznam, 2025).

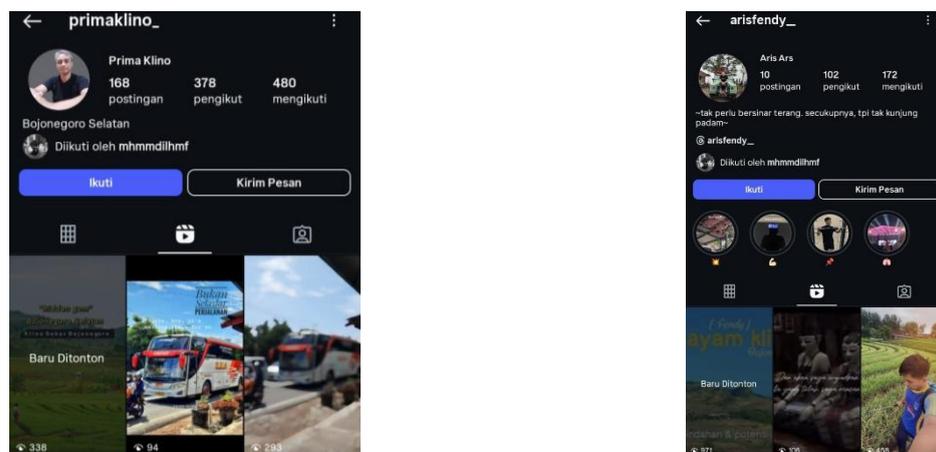
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kompetisi yang diikuti oleh 15 peserta ini berhasil mendorong partisipasi masyarakat, terutama generasi muda, dalam menciptakan konten yang menarik dan edukatif tentang potensi alam dan budaya desa.

**Tabel 1.** Pendaftar lomba video kreatif

No	Nama Lengkap	Asal
1	Niken Saraswati	Tugurejo
2	Abdul Kholiq	Krajan
3	Usman	Krajan
4	Aulia Devina Fitri	Krajan
5	Aris Efendi	Gayam
6	Bayu Saputro	Tugurejo
7	Hening Febriansyah	Krondonan
8	Ilham	Krajan
9	Vivi	Krajan
10	Sheila	Krajan
11	Rembran	Krajan
12	Dewi Setya Rini	Kedaton
13	Husna Fathul Najah	Tugurejo
14	Amelia	Kedaton
15	Ghoni	Gayam

Berdasarkan kompetisi video promosi potensi wisata digital di Desa Klino “Srawung Ing Klino” telah berhasil meningkatkan promosi potensi eduwisata desa klino di media sosial (Hg et al., 2025). Hasilnya, program promosi digital ini telah terbukti efektif. Dengan 15 peserta dari desa, yang bersifat kolaboratif dan partisipatif. Metode ini meningkatkan kreativitas warga serta meningkatkan promosi digital (Tatasari et al., 2025). Melalui kegiatan ini, warga merasa terlibat secara langsung dalam pengembangan destinasi wisata, yang tidak hanya memperkenalkan keindahan alam dan budaya desa tetapi juga meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya dan lingkungan yang berkelanjutan. Kesuksesan program ini menunjukkan bahwa inovasi promosi digital dapat memperkuat jaringan sosial dan meningkatkan daya saing desa eduwisata di era digital (Raharjana et al., 2016).



**Gambar 3.** Dokumentasi hasil perlombaan

Dengan menerapkan strategi promosi digital berbasis kompetisi video di Desa Klino “Srawung ing Klino”, hasilnya menunjukkan bahwa program ini telah secara efektif meningkatkan visibilitas

Pengembangan eduwisata berbasis partisipasi masyarakat melalui promosi digital Desa Klino

potensi eduwisata Desa Klino (Ika Devi Perwitasari & Jodi Hendrawan, 2024) di media sosial dan mendorong seluruh komunitas, terutama generasi muda, untuk berpartisipasi dalam pengembangan dan promosi destinasi wisatanya (Ferdiansyah, 2025) . Selain itu, program ini telah memperkenalkan budaya dan keindahan alam Desa Klino kepada lebih banyak orang.

## SIMPULAN DAN SARAN

Potensi pariwisata Desa Klino masih menghadapi beberapa tantangan, terutama dalam hal promosi dan partisipasi aktif masyarakat. Namun, penggunaan strategi promosi digital yang berbasis pada konten edukatif dan partisipatif, seperti kompetisi video yang melibatkan warga desa, telah terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas potensi pariwisata dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Program ini tidak hanya memperkenalkan kekayaan alam dan budaya desa, tetapi juga memberikan kesempatan kepada tamu untuk menikmati kekayaan alam dan budaya desa. Selain itu, pendekatan kolaboratif ini telah memotivasi masyarakat, terutama generasi muda, untuk ikut serta dalam pengembangan desa wisata. Kesuksesan ini menyoroti pentingnya sosialisasi, inovasi digital, dan partisipasi masyarakat sebagai pilar utama dalam mengembangkan desa wisata yang edukatif dan berkelanjutan.

Saran yang diberikan yaitu pemerintah desa atau BUMDes diharapkan mampu meningkatkan infrastruktur dan media sosial untuk mendukung promosi wisata dan sangat penting untuk melibatkan Masyarakat agar pengembangan eduwisata desa klino ini tetap berlanjut (Sya-sya et al., 2021).

## UCAPAN TERIMAKASIH

Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan pengembangan kegiatan eduwisata berbasis partisipasi Masyarakat dengan menggunakan metode promosi digital ini yang berbasis kompetisi video di Desa Klino. Secara khusus, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada pemerintah desa, masyarakat desa yang telah aktif berpartisipasi dalam pengembangan dan pengelolaan destinasi eduwisata. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada lembaga pendidikan dan mitra terkait yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan promosi digital ini di Desa Klino.

## DAFTAR RUJUKAN

- 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/jptkuniksha.v21i1.74919>
- Ferdiansyah, L. F. (2025). *PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN DESTINASI WISATA DI DESA TIMBANUH, KECAMATAN PRINGGASELA*. 14(1), 453–460.
- Hg, N. N., Surata, I. K., & Kanten, I. K. (2025). VILLAGE DI DESA WISATA RINDING ALLO , KAB . LUWU UTARA , Politeknik Pariwisata Bali Abstrak masyarakat . Menurut Pasal 112 ayat ( 4 ) Undang-Undang Desa , pemberdayaan masyarakat Desa. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 19(2), 1092–1107. <https://www.jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-qalam/article/view/4810/2071>
- Ika Devi Perwitasari, & Jodi Hendrawan. (2024). Program KKNT di Desa Belinteng: Pembuatan Website Profil Wisata Sebagai Upaya Meningkatkan Ekowisata Desa. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 3(1), 269–275. <https://doi.org/10.62712/juribmas.v3i1.168>
- Nadhifatur Rifdah, B., & Kusdiwanggo, S. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Kawasan Pariwisata di Indonesia: Tinjauan Literatur Sistematis. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 13(2), 75–85. <https://doi.org/10.32315/jlbi.v13i2.358>
- Pramono, R., Juliana, J., & Agung Wicaksono, E. (2021). Pengembangan Eduwisata Di Kampung Wisata Keranggan Kota Tangerang Selatan. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 842–847. <https://doi.org/10.37695/pkmcscr.v4i0.1452>
- Qurratun Nada Fahirah, S. A. (2020). *PERAN DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA*

- BOJONEGORO DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA GEOHERITAGE WONOCOLO TAHUN 2016 – 2020. 45–53.
- Raharjana, D. T., Ahimsa Putra, H. S., & Yoga, A. (2016). *Penguatan SDM dalam e-Marketing untuk Promosi Desa Wisata di Kabupaten Malang*. 1–23.
- Rahman, L. ode A. (2021). Pengembangan Kota Parepare sebagai Kota Destinasi Wisata Habibie dengan Konsep Sustainable Smart Tourism. *Jurnal Pekommas*, 6, 21–33. <https://doi.org/10.56873/jpkm.v6i3.4427>
- Rejeki, D. S., Renggani, R. R., Agustine, M., Wahyuni, H. S., Syaripyani, W. R., & Syahla, N. A. (2024). Potensi daya tarik wisata Perpustakaan Kota Bandung dalam upaya mengembangkan edu-tourism. *Pustaka Karya: Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 12(1), 1–11. <https://doi.org/10.18592/pk.v12i1.11109>
- Sugiarti, R., Aliyah, I., & Yudana, G. (2010). *PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA DI KABUPATEN NGAWI*.
- Sya-sya, N. J., Sosiantoro, A., & Ilman, G. M. (2021). *STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA LOKAL BUMDES LONTAR SEWU DALAM PENGELOLAAN EDU WISATA LONTAR SEWU DESA HENDROSARI KECAMATAN MENGANTI KABUPATEN GRESIK*. 5(03), 202–211.
- Tatasari, T., Purnomo, S., & Dewa, A. K. (2025). Pemanfaatan Konten Digital Berbasis Video Pendek untuk Meningkatkan Engagement pada UMKM Makanan di Media Sosial. *Social Sciences Journal (SSJ)*, 3(2), 20–32.
- Widodo, W. I., & Aznam, A. F. P. (2025). *Inovasi Paket Wisata dan Strategi Promosi Digital Berbasis Komunitas di Desa Wisata Donokerto, Sleman*. 6(2), 267–276.
- Zaki, M., & Adnyana, M. B. (2024). Strategi Pengembangan Potensi Eduwisata di Kampung Ekologi Temas. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(8), 7771–7778. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i8.5617>