

## Peningkatan Literasi Digital pada Pengelola Desa Wisata Kemiri

*Digital Literacy Improvement on Desa Wisata Kemiri Managements*

**Julien Arief Wicaksono<sup>1\*</sup>, Degita Danur Suharsono<sup>1</sup>, Mushthofa Kamal<sup>1</sup>, Gullit Tornado Taufan<sup>1</sup>, Rizqi Febrian Pramudita<sup>1</sup>, Anisa Casey Nabila<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Department of Language, Communication, and Tourism, Politeknik Negeri Jember

\* [julien\\_arief@polije.ac.id](mailto:julien_arief@polije.ac.id)

### ABSTRAK

Desa Wisata Kemiri merupakan sebuah kawasan wisata berbasis desa yang terletak di Kecamatan Panti, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Secara geografis, Desa Wisata Kemiri terletak di lereng Gunung Argopuro dengan ketinggian 600—1250 mpdl (meter dari permukaan laut). Ada beberapa destinasi yang menjadi daya tarik wisata di Desa Wisata Kemiri, antara lain Kampung Kemiri, JCC (Jember Coffee Center), Wisata Kebun Jeruk, Wisata Kebun Kopi, Wisata Industri Kreatif, Café Sawah, Wisata Museum Banjir Bandang, dan Kemiri Trail Adventure. Pada saat pertemuan awal dengan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Jember, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Kemiri selaku pengelola Desa Wisata Kemiri mencoba mengidentifikasi persoalan dalam pengelolaan dan pengembangan Desa Wisata. Persoalan tersebut mengerucut pada perlunya peningkatan kompetensi literasi digital pengelola untuk digitalisasi dan *branding* Desa Wisata Kemiri. Dengan adanya kendala yang telah diidentifikasi Pokdarwis Desa Wisata Kemiri, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat mencoba untuk membantu menyelesaikan persoalan yang dihadapi oleh mitra. Ada tiga tahap kegiatan yang dilakukan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat untuk menyelesaikan persoalan mitra, yaitu (1) pelatihan literasi digital untuk digitalisasi dan *branding* desa wisata, (2) implementasi hasil pelatihan terhadap pengelolaan Desa Wisata Kemiri, dan (3) evaluasi berkala mengenai implementasi literasi digital di Desa Wisata Kemiri. Ketiga tahap kegiatan tersebut dilakukan dengan harapan dapat meningkatkan kompetensi literasi digital pengelola desa wisata, sehingga dapat menaikkan pamor Desa Wisata Kemiri yang akan berdampak pada naiknya jumlah kunjungan wisatawan.

**Kata kunci** — Desa Wisata Kemiri, literasi digital, *branding*, kunjungan wisatawan

### ABSTRACT

*Desa Wisata Kemiri is a village-based tourism area located in Panti District, Jember Regency, East Java Province, Indonesia. Geographically, Desa Wisata Kemiri is located on the slopes of Mount Argopuro with an altitude of 600-1250 meters above sea level. Several tourism destinations are offered as tourist attractions in Desa Wisata Kemiri, such as Kampung Kemiri, JCC (Jember Coffee Center), Wisata Kebun Jeruk, Wisata Kebun Kopi, Wisata Industri Kreatif, Café Sawah, Wisata Museum Banjir Bandang, dan Kemiri Trail Adventure. At the initial meeting with the Community Service Team of Politeknik Negeri, the Village Tourism Awareness Group (Pokdarwis) of Kemiri Village as the management of Desa Wisata Kemiri tried to identify problems in the management and development of the Tourism Village. These problems came from the need to improve the digital literacy competency of management for digitalization and branding of Desa Wisata Kemiri. With the problem that had been identified by the Pokdarwis of Kemiri Village, the Community Service Team was trying to help resolve the problem faced by partners. There are two stages of activities carried out by the Community Service Team to resolve partner problems, namely (1) digital literacy training for digitalization and branding of tourism villages, (2) implementing the knowledge from the training to the management of Desa Wisata Kemiri, and (3) periodic evaluations regarding the implementation of digital literacy training in Desa Wisata Kemiri. These two stages of activities were carried out with the hope of improving the digital literacy competency of tourism village managers, so that they could increase the prestige of the Kemiri Tourism Village which would have an impact on increasing the number of tourist visits.*

**Keywords** — Desa Wisata Kemiri, digital literacy, *branding*, tourist visits

### OPEN ACCESS

© 2024. Julien Arief Wicaksono, Degita Danur Suharsono, Mushthofa Kamal, Gullit Tornado Taufan, Rizqi Febrian Pramudita, Anisa Casey Nabila

Creative Commons

Attribution 4.0 International License



## 1. Pendahuluan

Desa Kemiri adalah sebuah desa yang terletak di bagian barat kota Jember, Jawa Timur. Desa ini berada di kawasan lereng Gunung Argopuro yang terkenal dengan air terjun tancak. Dikarenakan letaknya tersebut, Desa Kemiri memiliki posisi yang sangat strategis dengan hawa yang sejuk sehingga cocok untuk dijadikan sebagai salah satu destinasi tujuan wisata di Jawa Timur. Dengan populasi yang beragam, Desa Kemiri hadir dengan semangat pluralitas, kebersamaan, kegotongroyongan, pelestarian lingkungan hidup dengan bertumpu pada kearifan lokal.

Desa Kemiri adalah salah satu desa yang terkenal dengan edukasi wisata penghasil kopi Arabika dan Robusta dengan ketinggian 600-1250 meter dari permukaan laut (mdpl). Di Desa Kemiri juga terdapat Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di bidang produksi jamur tiram putih dengan bahan dasar media tanam kulit kopi; UKM di bidang produksi asap cair untuk minyak atsiri; UKM di bidang produksi bibit kopi arabika dan robusta, UKM di bidang sayuran segar, serta UKM lainnya yang menghasilkan produk makanan kemasan. Beberapa destinasi wisata yang dapat dikunjungi di Desa Wisata Kemiri sebagai berikut; Kemiri Resort, JCC (*Jember Coffee Center*), Wisata Kebun Jeruk, Wisata Kebun Kopi, Wisata Industri Kreatif, Cafe Sawah, Wisata Museum Banjir Bandang, Kemiri Adventure (Trail, MTB)[1].

Titik wisata Desa Kemiri tidak hanya terpusat di satu titik, tapi menyebar ke hampir seluruh wilayah desa dengan tujuan pemerataan manfaat, sehingga nantinya semakin banyak yang menerima dampak positifnya. Sedikitnya ada empat dusun yang menjadi destinasi utama yaitu Dusun Delima sebagai sentral destinasi, Dusun Sodong sebagai pusat kegiatan *adventure*, Dusun Danci sebagai kampung kopi, dan Dusun Tenggiling sebagai pusat dari *integrated farming tourism*.

Pariwisata di Desa Kemiri dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Wisata Kemiri. Pada tahun 2019, Pokdarwis Desa Wisata Kemiri ini diinisiasi oleh Farhan bersama lima temannya. Pada awal berdirinya, Farhan merupakan ketua dari Pokdarwis Desa Wisata Kemiri. Namun, karena Farhan sedang

melanjutkan studi magister, jabatan ketua dipegang oleh Ilham. Hingga saat ini, Pokdarwis Desa Wisata Kemiri memiliki enam anggota tetap dan ditambah delapan karyawan pelengkap untuk mengelola Desa Wisata. Semua anggota Pokdarwis Desa Wisata Kemiri merupakan warga asli Desa Kemiri, namun berasal dari latar belakang pekerjaan dan pendidikan yang berbeda.



Gambar 1. Lanskap Desa Wisata Kemiri

Pandemi COVID-19 telah menghantam industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Sejak Februari 2020, jumlah wisatawan di Indonesia mengalami penurunan yang sangat drastis[2]. Perubahan tren pariwisata pada saat pandemi COVID-19 merupakan tantangan baru yang harus dihadapi oleh semua pelaku wisata[3]. Kunci sukses bagi para pelaku pariwisata agar dapat bertahan dan berkembang di tengah pandemi adalah memiliki kemampuan adaptasi, inovasi, dan kolaborasi yang baik. Hal tersebut dikarenakan saat ini pelaku masyarakat mulai berubah, dan dibarengi dengan tren pariwisata yang telah bergeser[4]. Contoh paling sederhana adalah penggunaan teknologi informasi dan digital yang semakin masif digunakan pada semua lini aktivitas masyarakat, tidak terkecuali sektor pariwisata[4][5][6].

Dalam rangka mengembangkan dan meningkatkan destinasi wisata prioritas Kabupaten Jember, pengelola wisata Desa Kemiri mulai mengidentifikasi berbagai macam faktor yang berpengaruh untuk meningkatkan pamor dan keberlanjutan Desa Wisata Kemiri. Pengelola berharap potensi pariwisata di Desa Kemiri dapat diangkat melalui promosi secara digital dan pengelolaan yang tepat dari para pelaku wisata. Oleh karena itu kemampuan literasi digital perlu dimiliki oleh pengelola Desa Wisata Kemiri yang tidak lain adalah Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Kemiri.

Literasi digital[7] merupakan pengetahuan serta kecakapan pengguna dalam memanfaatkan media digital, seperti alat komunikasi, jaringan internet dan lain sebagainya. Kecakapan pengguna dalam literasi digital mencakup kemampuan untuk menemukan, mengerjakan, mengevaluasi, menggunakan, membuat serta memanfaatkannya dengan bijak, cerdas, cermat serta tepat sesuai kegunaannya.

Pengaruh media digital sangat besar pengaruhnya pada perkembangan pariwisata[6][8]. Para pelaku wisata sudah seharusnya dapat menguasai pasar dengan memanfaatkan peluang yang ada di era digital ini. Untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada para pelaku wisata harus mau ikut andil dalam meningkatkan kemampuan literasinya karena semakin paham digitalisasi maka kesempatan untuk dikenal global menjadi lebih terbuka. Promosi dengan menggunakan media digital lebih diminati sekarang karena selain biayanya murah, akses untuk menjangkau para wisatawan pun menjadi lebih luas. Sehingga, pelaku wisata diharapkan sudah mulai memakai teknologi digital dalam menjangkau wisatawan milenial secara efektif.

Ketika tim kegiatan pengabdian melakukan wawancara informal, Ilham, ketua Pokdarwis Desa Wisata Kemiri, mengungkapkan hal serupa tentang pentingnya literasi digital pada saat ini. Ilham menilai bahwa sebagian besar anggota dan karyawan pengelola Wisata Desa Kemiri memiliki literasi digital yang kurang. Sehingga, kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pokdarwis Desa Wisata Kemiri masih belum bisa menjangkau wisatawan milenial secara efektif dan maksimal. Ditambah lagi, akun media sosial yang dimiliki oleh Pokdarwis Desa Wisata Kemiri juga masih belum dimanfaatkan dengan optimal. Para wisatawan yang datang untuk berkunjung pada umumnya mengetahui wisata di Desa Kemiri hanya melalui informasi dari mulut ke mulut. Sehingga, tidak ada peningkatan jumlah wisatawan yang signifikan sejak diresmikan tahun lalu. Dan ini menjadi satu masalah serius bagi Pokdarwis Desa Wisata Kemiri yang harus segera ditangani.

Lebih jauh lagi, literasi digital juga dibutuhkan untuk mendokumentasikan dan mengolah hasil dokumentasi yang dilakukan

oleh pengelola pariwisata Desa Kemiri. Ilham beranggapan bahwa kurangnya literasi digital dari pengelola untuk mendokumentasikan dan mengolah hasil dokumentasi menyebabkan kurangnya publikasi kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan di Desa Kemiri. Padahal, publikasi merupakan salah satu aspek penting dalam memperkenalkan dan mempromosikan diri[9][10], dalam hal ini wisata di Desa Kemiri. Selain itu, pengolahan hasil dokumentasi yang baik dan sangat memperhatikan penggunaan bahasa akan menarik minat para pembaca atau penonton[10][11].

## 2. Target dan Luaran

Khalayak sasaran utama dari kegiatan pengabdian ini adalah Pokdarwis Desa Kemiri yang juga merupakan pengelola Desa Wisata Kemiri. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, Pokdarwis Desa Kemiri diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan literasi digital sehingga mereka dapat mendokumentasikan, mengelola media sosial, dan mempromosikan Desa Wisata Kemiri dengan lebih baik. Jika dilakukan dengan lebih baik, ketiga hal tersebut dapat lebih menarik minat dan ketertarikan dari orang-orang yang melihat Desa Wisata Kemiri secara digital. Hal tersebut tentu saja bermuara pada semakin bertambahnya jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Kemiri.

## 3. Metodologi

Kegiatan pengabdian ini memiliki empat tahapan rangkaian kegiatan. Sistematisa rangkaian kegiatan dalam program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini digambarkan oleh diagram berikut.



Gambar 2. Bagan Rangkaian Kegiatan Pengabdian

### 3.1. Studi Lapang

Studi lapang merupakan kegiatan awal yang dilakukan oleh tim kegiatan pengabdian. Kegiatan studi lapang memiliki tujuan untuk mengetahui kondisi terkini dan mengidentifikasi masalah yang kemungkinan besar dapat diselesaikan dengan bantuan dari tim kegiatan pengabdian[12]. Kemudian, tim pengabdian menawarkan beberapa pilihan solusi untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh mitra.

### 3.2. Pelatihan

Setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi dan memilih solusi, tim pengabdian memberikan pelatihan kepada mitra. Pelatihan ini ditujukan untuk melatih mitra agar memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk menyelesaikan atau paling tidak meminimalisir masalah yang dihadapi.

### 3.3. Implementasi Hasil Pelatihan

Implementasi hasil dari pelatihan ini adalah tindakan mitra dalam mengaplikasikan pengetahuan dan kemampuan yang diperoleh dari program pelatihan. Mitra diharapkan dapat mengaplikasikan pengetahuan dan kemampuan tersebut dalam mengelola usaha yang dimiliki sehingga masalah yang ada bisa berkurang atau bahkan terselesaikan.

### 3.4. Evaluasi Hasil Implementasi

Tahap terakhir dari kegiatan pengabdian ini adalah evaluasi. Implementasi yang dilakukan oleh mitra akan dimonitor dan dievaluasi oleh tim. Fungsi dari evaluasi ini adalah untuk mengobservasi dan menilai dampak dan keberhasilan dari implementasi hasil pelatihan terhadap masalah yang dihadapi.

## 4. Pembahasan

Bagian pembahasan ini membahas lebih detail tentang rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh tim kegiatan pengabdian. Seperti yang dijelaskan pada bagian sebelumnya, ada empat rangkaian kegiatan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian ini, yakni: 1) studi lapang, 2) pelatihan literasi digital, 3) implementasi hasil pelatihan dalam pengelolaan Desa Wisata Kemiri, dan 4) evaluasi hasil implementasi.

### 4.1. Studi Lapang

Studi pendahuluan ini dilakukan untuk meninjau lokasi-lokasi wisata yang dikelola oleh mitra, mengetahui situasi terkini dari mitra, serta mengobservasi kegiatan pariwisata di Desa Kemiri. Secara lebih mendalam, proses studi lapang akan dilakukan dengan aktivitas (1) pendataan lokasi-lokasi wisata yang ada di Desa Kemiri, (2) observasi proses kegiatan pariwisata di Desa kemiri, dan (3) wawancara terhadap Pokdarwis Desa Wisata Kemiri untuk mengetahui situasi dan kondisi terkini dari pariwisata Desa Kemiri.



Gambar 3. Proses Preliminary Study dengan Ketua Pokdarwis Desa Wisata Kemiri

### 4.2. Pelatihan Literasi Digital

Pelatihan merupakan cara yang efektif untuk meningkatkan kemampuan dan kinerja[6], [13], [14]. Pada pelatihan ini, anggota Pokdarwis Desa Wisata Kemiri akan diberikan pengetahuan dan praktik tentang literasi digital. Pelatihan literasi digital mencakup tiga topik pelatihan, yaitu: pelatihan digital branding, pelatihan pembuatan majalah pariwisata dan katalog elektronik, serta pelatihan promosi digital dan media sosial.

#### 4.2.1. Pelatihan Digital Branding

Pada pelatihan awal, tim mencoba memberikan bantuan dan arahan untuk menguatkan kembali digital branding dari Desa Wisata Kemiri. Penguatan tersebut dimulai dengan pembuatan logo atau simbol baru Desa Wisata Kemiri pada saat adanya dokumentasi. Simbol tersebut merepresentasikan huruf “K” yang berarti Kemiri. Gambar berikut adalah contoh *gesture* simbol tersebut.



Gambar 4. Gesture Simbol Kemiri

Selain simbol, tim kegiatan pengabdian juga mencoba mendiskusikan kembali perihal jargon yang dipakai oleh Desa Wisata Kemiri. Selama ini Desa Wisata Kemiri menggunakan jargon “*inspiring village*” dalam media promosi dan juga logo. Pokdarwis Desa Kemiri mengaku bahwa pemilihan jargon “*inspiring village*” dipilih karena terkesan keren. Selain itu, mereka juga menginginkan agar Desa Wisata Kemiri bisa menjadi desa yang menginspirasi. Untuk kasus ini, tim kegiatan pengabdian mencoba menawarkan untuk menggunakan jargon yang lebih mengedepankan ciri khas dari Desa Wisata Kemiri, yaitu wisata edukasi. Selain itu, jargon yang digunakan seharusnya merupakan sesuatu yang mudah diingat. Tim kegiatan pengabdian mendorong Pokdarwis Desa Kemiri untuk mengkaji ulang penggunaan jargon tersebut. Setelah adanya diskusi dan kajian, muncul beberapa alternatif jargon yang nantinya akan dikaji dan coba digunakan oleh pihak Pokdarwis, misalnya seperti “Desa Wisata Kemiri, tempatnya wisata edukasi”, “Mau wisata edukasi, ya di Kemiri”.

#### 4.2.2. Pelatihan Pembuatan Majalah Pariwisata dan Katalog Elektronik

Pelatihan selanjutnya mencoba untuk mengangkat topik pembuatan majalah dan katalog elektronik. Di zaman digital, penggunaan majalah dan katalog elektronik sangat jamak digunakan. Selain efektif dalam mencakup orang-orang yang jauh, majalah dan katalog elektronik juga efisien untuk memangkas biaya karena tidak perlu dicetak.

Pada pelatihan tersebut, tim kegiatan pengabdian mengajarkan cara penulisan, penyusunan, dan penataletakan informasi dalam bentuk majalah atau katalog. Penulisan informasi dari majalah tersebut bisa berisi tentang dokumentasi kegiatan wisata di Desa Wisata Kemiri atau informasi mengenai fasilitas atau wahana wisata baru yang ada di tempat tersebut. Sedangkan pada katalog, umumnya informasi yang ditampilkan adalah tentang jenis dan paket wisata beserta tarif atau harga setiap paket tersebut. Penulisan informasi tersebut harus ringkas dan jelas.

Setelah informasi yang dibutuhkan sudah mencukupi, proses selanjutnya adalah penyusunan informasi sehingga memiliki urutan atau plot yang bisa menarik perhatian pembaca. Selain itu, penggunaan media tambahan seperti gambar, foto, atau video untuk memperjelas dan menguatkan informasi yang disajikan. Pemilihan gambar, foto, atau video yang digunakan harus merepresentasikan informasi yang ditampilkan. Proses terakhir adalah penataletakan. Penataletakan informasi berupa teks dan media pendukung harus selaras dan menarik untuk dibaca.



Gambar 5. Suasana Pelatihan Pembuatan Majalah Pariwisata dan Katalog Elektronik

#### 4.2.3. Pelatihan Promosi Digital dan Media Sosial

Pelatihan tahap akhir pada kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan promosi digital dan media sosial. Di zaman yang serba digital, penggunaan media sosial dan platform promosi digital makin jamak digunakan. Di Indonesia,

ada banyak platform promosi digital yang khusus ditujukan untuk mempromosikan tempat wisata. Bahkan, beberapa diantaranya merupakan platform berbasis komunitas yang khusus mempromosikan desa wisata di Indonesia. Desa Wisata Nusantara, Atourin, dan Traveloka merupakan beberapa contoh platform yang bisa digunakan sebagai media promosi digital.

Pada sesi diskusi, pihak Pokdarwis mengaku bahwa sebenarnya mereka dulu pernah mencoba untuk menggunakan beberapa platform tersebut, Traveloka dan Atourin, akan tetapi mereka takut karena diharuskan membayar sejumlah uang sebagai deposit. Jadi promosi tersebut tidak dilanjutkan. Sejauh ini, Pokdarwis Desa Kemiri masih menggunakan cara konvensional untuk melakukan promosi. Promosi dari mulut ke mulut dan penyebaran pamflet ke sekolah-sekolah masih menjadi ujung tombak promosi Desa Wisata Kemiri. Oleh karena itu, tim kegiatan pengabdian mencoba mendorong Pokdarwis untuk menggunakan platform media promosi digital agar bisa menjangkau banyak orang, bahkan dari luar provinsi dan luar negeri.

Selain platform media promosi digital, Pokdarwis Desa Kemiri juga harus bisa memanfaatkan media sosial sebagai media promosi Desa Wisata Kemiri secara maksimal. Penggunaan media sosial yang sedang tren di masyarakat, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, dapat dijadikan sebagai media promosi yang baik. Pokdarwis dapat mengunggah dokumentasi wahana atau kegiatan wisata yang dilakukan di Desa Wisata Kemiri. Pengunggahan yang dilakukan juga harus dilakukan secara rutin untuk memberikan informasi yang terbaru mengenai Desa Wisata Kemiri. Di samping itu, penggunaan Bahasa yang sesuai, ringkas, serta mudah dipahami dapat membuat penyampaian pesan dari promosi semakin menarik dan mudah diterima oleh *netizen*.



Gambar 6. Praktek Mengambil Video untuk Dokumentasi

#### 4.3. Mengimplementasikan Hasil Pelatihan dalam Pengelolaan Wisata Desa Kemiri

Implementasi hasil pelatihan terhadap pengelolaan dan promosi Desa Wisata Kemiri adalah muara dari kegiatan pengabdian ini. Pokdarwis Desa Kemiri mulai menata kembali setiap aspek digital dari pengelolaan Desa Wisata Kemiri, terutama media promosi. Mereka mulai mengaplikasikan masukan dan arahan dari tim kegiatan pengabdian terhadap media sosial, Instagram, TikTok, dan YouTube, serta website. Dengan dibantu oleh beberapa anggota tim kegiatan pengabdian, Pokdarwis Desa Kemiri mencoba membuat buklet digital yang berisi informasi tentang paket wisata di Desa Wisata Kemiri. Buklet tersebut kelak akan disisipkan di website dan media sosial Desa Wisata Kemiri.

#### 4.4. Mengevaluasi Hasil Implementasi

Sepanjang bulan September 2023, tim kegiatan pengabdian melakukan evaluasi terhadap hasil implementasi yang dilakukan oleh Pokdarwis Desa Kemiri terhadap aspek digital dari Desa Wisata Kemiri. Sejauh ini, hasil implementasi yang dilakukan dapat menambah ketertarikan atau animo masyarakat akan Desa Wisata Kemiri, baik di lingkup lokal maupun nasional. Pokdarwis Desa Kemiri mengungkapkan adanya ketertarikan dari salah satu sekolah di Cibubur untuk melakukan kegiatan bertema wisata edukasi alam di Desa Wisata Kemiri pada bulan Januari 2024. Ketika ditelisik lebih jauh lagi, perwakilan dari sekolah tersebut tertarik setelah melihat media sosial, Instagram dan YouTube, serta website dari Desa

Wisata Kemiri. Hal tersebut merupakan bukti yang cukup bahwa hasil implementasi dari Pokdarwis Desa Kemiri memberikan dampak yang signifikan terhadap pamor Desa Wisata Kemiri.

## 5. Kesimpulan

Kemampuan memaksimalkan potensi dunia digital dalam pengelolaan tempat wisata merupakan salah satu hal yang sangat dibutuhkan. Seiring berkembangnya dunia digital, hal ini menuntut adanya peningkatan kemampuan literasi digital dari pengelola desa wisata, dalam hal ini Desa Wisata Kemiri, agar bisa bertahan dan berkembang. Penulis yang juga merupakan tim kegiatan pengabdian mencoba untuk memberikan kesempatan kepada Pokdarwis Desa Kemiri selaku pengelola Desa Wisata Kemiri untuk meningkatkan kemampuan literasi digital dengan mengadakan kegiatan pengabdian dengan topik peningkatan literasi digital. Pada kegiatan pengabdian tersebut, Pokdarwis Desa Wisata Kemiri mendapatkan pelatihan digital branding, pelatihan pembuatan katalog dan majalah elektronik, serta pelatihan promosi desa wisata melalui platform digital. Kemudian, setelah hasil dari pelatihan tersebut diimplementasikan oleh Pokdarwis Desa Kemiri, Desa Wisata Kemiri mendapatkan peningkatan animo dari masyarakat baik lokal dan nasional. Hal tersebut menunjukkan kesuksesan dari kegiatan pengabdian yang telah berlangsung.

## 6. Ucapan Terima Kasih

Penulis sekaligus tim kegiatan pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Jember yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini melalui DIPA Politeknik Negeri Jember Nomor SP DIPA-023.18.2.677607/2023 30 November 2022. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Negeri Jember atas bantuan dan arahan yang diberikan oleh ketua dan seluruh jajarannya. Selain itu, tim kegiatan pengabdian mengucapkan terima kasih atas partisipasi, bantuan, serta kesediaan Pokdarwis Desa Kemiri, sehingga kegiatan pengabdian ini bisa berjalan dengan baik dan lancar.

## 7. Daftar Pustaka

[1] P. K. Jember, "Kembali Bangkit, Desa Wisata

Kemiri Dan Jember Coffee Centre (JCC) Akhirnya Diresmikan," 2021. <https://www.jemberkab.go.id/2021/04/01/kembali-bangkit-desa-wisata-kemiri-dan-jember-coffee-centre-jcc-akhirnya-diresmikan/> (accessed Oct. 14, 2023).

- [2] S. Paludi, "SETAHUN PANDEMI COVID-19 DAN DAMPAKNYA TERHADAP INDUSTRI PARIWISATA INDONESIA," *Equilib. J. Penelit. Pendidik. dan Ekon.*, vol. 19, no. 01, pp. 49–60, Jan. 2022, doi: 10.25134/equi.v19i01.4337.
- [3] Kemenparekraf, *Buku Tren Pariwisata 2021*. 2021. [Online]. Available: <https://www.kemenparekraf.go.id/pustaka/Buku-Tren-Pariwisata-2021>
- [4] Kemenparekraf, *Buku Tren Pariwisata 2022-2023*. 2022. [Online]. Available: <https://www.kemenparekraf.go.id/pustaka/buku-tren-pariwisata-2022-2023>
- [5] Z. L. Sukirno and T. Purwantoro, "Iklan Sebagai Komunikasi Krisis Pandemi Covid-19 Dalam Promosi Pariwisata," *J. Tour. Creat.*, vol. 6, no. 1, p. 39, Jan. 2022, doi: 10.19184/jtc.v6i1.28900.
- [6] T. S. A. Zulaikha, S. Fauzan, T. A. Z. Khadijah, and W. Fahmisyah, "Pendampingan Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Gubugklakah Kabupaten Malang," *Jumat Ekon. J. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 3, pp. 168–174, Jan. 2022, doi: 10.32764/abdimas\_ekon.v2i3.2158.
- [7] Kominfo, *RINGKASAN EKSEKUTIF SERI MODUL LITERASI DIGITAL KOMINFO-JAPELIDI-SIBERKREASI 2021-2024*. 2021. [Online]. Available: <https://www.lspr.edu/lppm/wp-content/uploads/2021/06/Ringkasan-Eksekutif-Seri-Modul-Literasi-Digital-Japelidi.pdf>
- [8] I. N. Laba, I. M. T. Semara, and K. R. Tunjungsari, "Dampak Terpaan Informasi Media Digital terhadap Perkembangan Pariwisata dan Perilaku Masyarakat Bali," *J. Kaji. Bali (Journal Bali Stud.)*, vol. 8, no. 2, p. 177, Oct. 2018, doi: 10.24843/JKB.2018.v08.i02.p11.
- [9] J. A. Wicaksono and G. T. Taufan, "The Art in Introducing Self: I am â€¦," *J. English Acad. Prof. Commun.*, vol. 6, no. 1 SE-, Mar. 2020, [Online]. Available: <https://publikasi.polije.ac.id/index.php/jeapco/article/view/1508>
- [10] H. D. Saraswati and S. Afifi, "Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Di Masa Pandemi Covid-19," *Cover. J. Strateg. Commun.*, 2022.



- [11] D. R. Indah and Z. M. Maulida, "EFEKTIVITAS IKLAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PASCA PANDEMI COVID 19 DI KOTA LANGSA (STUDI KASUS INSTAGRAM PARIWISATA KOTA LANGSA)," *Niagawan*, vol. 12, no. 2, p. 85, Jul. 2023, doi: 10.24114/niaga.v12i2.44498.
- [12] C. D. Pfladderer *et al.*, "Use of guidelines, checklists, frameworks, and recommendations in behavioral intervention preliminary studies and associations with reporting comprehensiveness: a scoping bibliometric review," *Pilot Feasibility Stud.*, vol. 9, no. 1, p. 161, Sep. 2023, doi: 10.1186/s40814-023-01389-w.
- [13] M. D. Bariqi, "Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia," *J. Stud. Manaj. dan Bisnis*, vol. 5, no. 2, pp. 64–69, Feb. 2020, doi: 10.21107/jsmb.v5i2.6654.
- [14] A. Asnawi, F. Octrina, and J. Dwi Asri, "Penguatan Citra Destinasi Melalui Pemasaran Kota, Event Wisata dan Pemasaran Media Sosial," *Altasia J. Pariwisata Indones.*, vol. 2, no. 1, pp. 10–19, Feb. 2019, doi: 10.37253/altasia.v2i1.541.

