AKSI KITA
JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Journal Homepage: www.indojurnal.com/index.php/aksikita
eISSN 3090-1294 & pISSN 3089-8145
doi.org/10.63822/aksikita.v2i6.5441
Vol. 2, No. 6, Tahun 2026
Hal. 4102-4111

Penguatan Kapasitas Pengelola Desa Golok sebagai Desa Wisata melalui Literasi Digital dan Partisipasi Warga

R. Amalina Dewi Kumalasari[1*], Putu Nina Madiawati[2], Sherly Artadita[3]
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia[1,2]
Program Studi Magister Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia[3]

Email: radenamalina@telkomuniversity.ac.id, pninamad@telkomuniversity.ac.id, sherlyartadita@telkomuniversity.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 05-11-2026
Disetujui 12-11-2026
Diterbitkan 14-11-2026

Katakunci:

desa wisata;
literasi digital;
partisipasi masyarakat;
Pokdarwis;
Mekarmaju

ABSTRAK

Desa Mekarmaju di Kabupaten Bandung memiliki potensi wisata berbasis kerajinan pandai besi yang pengembangannya memerlukan pengelolaan informasi digital dan partisipasi masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat kapasitas pengelola Desa Golok dalam memahami pemanfaatan media digital dan peran masyarakat dalam pengembangan desa wisata. Kegiatan dirancang melalui identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan materi pelatihan, perancangan praktik dan pembagian peran, serta pemetaan pemahaman awal peserta. Materi pelatihan mencakup konsep desa wisata, penggunaan Google Maps, media sosial, dan WhatsApp Business, serta peran perajin, warga, dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Pemahaman awal diukur menggunakan pre-test yang terdiri atas sepuluh soal pilihan ganda. Berdasarkan tabel hasil yang disajikan, seluruh 20 responden menjawab dengan benar setiap butir pertanyaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden dapat mengenali jawaban yang tepat terhadap konsep-konsep yang diujikan. Namun, hasil pre-test belum dapat menggambarkan keterampilan praktis maupun perubahan pemahaman setelah pelatihan. Evaluasi lanjutan melalui tugas praktik dan pendampingan diperlukan untuk mendukung penerapan media digital serta pembagian peran dalam pengelolaan informasi wisata Desa Golok.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Kumalasari, R. A. D. ., Madiawati, P. N. ., & Artadita, S. . (2026). Penguatan Kapasitas Pengelola Desa Golok sebagai Desa Wisata melalui Literasi Digital dan Partisipasi Warga. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(6), 4102-4111.

PENDAHULUAN

Desa Mekarmaju, Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung, memiliki tradisi kerajinan pandai besi yang menjadi bagian dari kehidupan dan aktivitas ekonomi masyarakat. Para perajin menghasilkan berbagai perkakas, seperti cangkul, golok, dan peralatan lainnya, dengan keterampilan yang berkembang di lingkungan masyarakat setempat. Selain memiliki nilai guna dan ekonomi, proses pembuatan serta pengetahuan yang dimiliki perajin berpotensi dikembangkan sebagai daya tarik wisata berbasis budaya dan pengalaman. Melalui kegiatan wisata, pengunjung dapat mengenal produk lokal sekaligus memahami proses produksi dan keterampilan masyarakat. Pengembangan potensi tersebut memerlukan keterlibatan masyarakat serta pengelolaan informasi yang mendukung. Calon pengunjung perlu memperoleh informasi yang jelas mengenai daya tarik desa, lokasi, akses, dan layanan yang tersedia. Di sisi lain, pengelola dan perajin perlu membangun koordinasi agar informasi yang disampaikan sesuai dengan kondisi di lapangan. Dengan demikian, pengembangan desa wisata tidak hanya berkaitan dengan penyediaan daya tarik, tetapi juga dengan kesiapan masyarakat dalam mengelola dan memperkenalkan potensi desanya.

Pendekatan desa wisata berbasis masyarakat menempatkan warga sebagai pelaku yang terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengembangan kegiatan wisata. Partisipasi masyarakat dapat diwujudkan melalui penyediaan layanan, pelestarian budaya, pengelolaan lingkungan, serta pengembangan kegiatan ekonomi lokal. Maulana et al. (2025), dalam penelitian di Desa Wisata Sumberbulu, menunjukkan bahwa promosi digital dan keterlibatan masyarakat dalam layanan wisata serta pelestarian lingkungan merupakan aspek yang saling berkaitan dalam pengembangan destinasi. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa promosi perlu didukung oleh partisipasi warga agar daya tarik yang diperkenalkan selaras dengan pengalaman yang tersedia bagi pengunjung. Perkembangan media digital memberikan peluang bagi desa wisata untuk menjangkau calon pengunjung secara lebih luas. Foto, video, dan cerita dapat digunakan untuk memperkenalkan karakter desa, produk lokal, serta aktivitas masyarakat. Media digital juga dapat menjadi sarana komunikasi bagi calon pengunjung untuk memperoleh informasi dan mengajukan pertanyaan sebelum berkunjung. Hays et al. (2013) menunjukkan pemanfaatan media sosial dalam pemasaran destinasi serta pentingnya interaksi dengan audiens. Agar peluang tersebut dapat dimanfaatkan, pengelola perlu memiliki kemampuan untuk memilih informasi yang relevan, membuat konten, serta menanggapi pertanyaan secara konsisten.

Namun, kemampuan dalam memanfaatkan media digital tidak selalu dimiliki secara merata oleh pelaku desa wisata. Yuliana et al. (2026) menemukan adanya perbedaan tingkat kecakapan digital di antara pelaku desa wisata di Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor, mulai dari penggunaan media sosial sederhana hingga pembelajaran penyuntingan konten. Sementara itu, kegiatan pendampingan di Desa Cibodas, Kabupaten Bandung, menempatkan pengembangan konten, penulisan pesan promosi, dan keterampilan desain sebagai bagian dari penguatan kapasitas pengelola wisata (Manalu et al., 2025). Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pelatihan yang mempertimbangkan pengalaman awal dan kebutuhan peserta agar keterampilan yang diperkenalkan dapat diterapkan dalam pengelolaan sehari-hari.

Desa Mekarmaju menghadapi beberapa tantangan dalam pengembangan potensi wisata, yaitu pemanfaatan media sosial yang belum terkelola secara strategis, pembagian tugas yang belum terdokumentasi, dan keterlibatan warga yang belum merata. Tantangan tersebut menunjukkan perlunya penguatan kapasitas yang tidak hanya berfokus pada penggunaan media digital, tetapi juga pada koordinasi antara pengelola dan perajin. Kerja sama keduanya diperlukan untuk menentukan informasi yang akan

dipublikasikan, menjaga kesesuaiannya dengan kondisi desa, dan memperjelas tanggung jawab dalam pelayanan informasi. Upaya penguatan pemasaran digital sebelumnya telah dilakukan di Mekarmaju. Kharisma et al. (2025) melaporkan pelatihan yang mencakup penggunaan media sosial, pembuatan konten, situs web, optimisasi mesin pencari, dan analitik. Kegiatan tersebut menjadi konteks bagi pelatihan Desa Golok yang menekankan pengenalan penggunaan ponsel untuk mendukung pengelolaan informasi sehari-hari, antara lain melalui Google Maps, media sosial, dan WhatsApp Business. Pelatihan ini juga memberikan perhatian pada peran kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dalam mengoordinasikan partisipasi warga dan penyampaian informasi kepada calon pengunjung.

Keterlibatan warga menjadi penting agar informasi yang dipublikasikan mencerminkan potensi dan layanan yang tersedia. Perajin dapat memberikan penjelasan mengenai produk dan proses pembuatannya, sedangkan pengelola dapat mengoordinasikan informasi lokasi serta komunikasi dengan calon pengunjung. Prihanto et al. (2025), menunjukkan pentingnya pengembangan media promosi bersama pelaku usaha dan masyarakat, disertai pendampingan untuk mendukung keberlanjutan pengelolaannya. Dalam konteks Mekarmaju, kerja sama tersebut dapat menjadi dasar bagi pengelola dan perajin untuk menyepakati informasi yang diperkenalkan serta pembagian tanggung jawab dalam memperbaruinya. Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat kapasitas pengelola Desa Golok dalam mendukung pengembangan desa wisata melalui literasi digital dan partisipasi warga. Kegiatan dilakukan melalui penyampaian materi mengenai konsep desa wisata, pemanfaatan media digital, bentuk partisipasi warga, dan penyusunan rencana aksi pengelola. Artikel ini menguraikan pelaksanaan dan materi kegiatan serta menyajikan hasil pre-test sebagai gambaran awal pemahaman responden terhadap topik pelatihan.

METODE PELAKSANAAN

Metode Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bermitra dengan masyarakat Desa Mekarmaju, Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung. Sasaran kegiatan adalah pengelola desa wisata dan perajin perkakas yang memiliki peran dalam pengembangan potensi Desa Golok sebagai destinasi wisata berbasis kerajinan pandai besi. Kegiatan dirancang menggunakan pendekatan partisipatif, dengan memberikan ruang bagi masyarakat untuk mengenali potensi dan kebutuhan pengelolaan wisata sesuai dengan kondisi setempat. Pendekatan partisipatif juga digunakan dalam kegiatan penguatan kapasitas digital pengelola desa wisata di lokasi lain. Tjahjono et al. (2026), misalnya, melibatkan Pokdarwis, pelaku usaha, dan masyarakat dalam pelatihan pemasaran digital melalui tahapan identifikasi kebutuhan, pelaksanaan, pendampingan, dan refleksi. Sementara itu, Rayesa et al. (2026) menggabungkan pelatihan konten digital dengan pemetaan potensi wisata yang melibatkan masyarakat. Kedua kegiatan tersebut menjadi rujukan dalam merancang pelatihan yang menghubungkan penguatan kapasitas digital dengan potensi lokal desa. Tahapan kegiatan pengabdian Masyarakat ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Golok

Berdasarkan Gambar 1., kegiatan pengabdian masyarakat dirancang melalui tahapan berikut:

1. Identifikasi kebutuhan dan potensi mitra. Tim pengabdian mengidentifikasi potensi kerajinan pandai besi dan kebutuhan mitra dalam pengembangan desa wisata. Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar penentuan fokus materi pelatihan.
2. Penyusunan materi pelatihan. Materi disusun untuk mendukung pemahaman peserta mengenai konsep desa wisata, pemanfaatan media digital, dan partisipasi masyarakat. Media digital yang diperkenalkan meliputi Google Maps, media sosial, dan WhatsApp Business sebagai sarana penyampaian informasi lokasi, promosi, dan komunikasi dengan calon pengunjung.
3. Perancangan praktik dan pembagian peran. Praktik dirancang untuk menghubungkan pengelolaan informasi lokasi dan promosi desa dengan peran perajin, warga, serta kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Rancangan ini mencakup pembahasan mengenai informasi yang perlu disampaikan kepada calon pengunjung dan pihak yang dapat terlibat dalam merespons pertanyaan.
4. Pemetaan pemahaman awal peserta. Pemahaman awal diukur menggunakan pre-test yang terdiri atas sepuluh soal pilihan ganda. Materi soal mencakup desa wisata, literasi digital, partisipasi warga, dan peran Pokdarwis. Hasilnya digunakan untuk menggambarkan pemahaman responden terhadap topik yang dibahas dalam pelatihan.

Teknik Analisis Data

Data pre-test dianalisis secara deskriptif menggunakan skor yang tercatat pada formulir. Analisis dilakukan dengan menyajikan jumlah respons, distribusi skor, rata-rata skor, dan jumlah jawaban benar

pada butir tertentu. Jawaban setiap butir dicocokkan dengan materi pelatihan serta diperiksa kesesuaiannya dengan skor total yang tercatat. Hasil pre-test digunakan sebagai gambaran pemahaman awal responden, sehingga belum dapat digunakan untuk menyimpulkan adanya peningkatan pengetahuan atau keterampilan setelah pelatihan. Evaluasi keterampilan dapat dipertimbangkan melalui tugas praktik pada kegiatan lanjutan. Sebagai pembanding, Rayesa et al. (2026) menggunakan tugas pembuatan konten sebagai salah satu cara untuk mengevaluasi keterampilan peserta dalam program digitalisasi desa wisata.

Lokasi Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlokasi di Desa Mekarmaju, Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Peserta

Peserta kegiatan adalah 20 pelaku UMKM binaan Rumah BUMN Bandung. Peserta berasal dari berbagai sektor usaha, seperti kuliner, fesyen, kriya, dan produk kreatif, serta telah memanfaatkan kanal digital seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi pesan instan untuk pemasaran dan komunikasi dengan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Materi pelatihan disusun untuk mendukung pengembangan Desa Golok sebagai desa wisata berbasis potensi lokal. Pembahasan diawali dengan pengenalan konsep desa wisata dan potensi yang dapat diperkenalkan kepada pengunjung. Selanjutnya, materi membahas pemanfaatan media digital, partisipasi masyarakat, dan rencana aksi pengelola. Keempat pokok bahasan tersebut saling berkaitan. Potensi kerajinan pandai besi menjadi daya tarik yang dapat diperkenalkan melalui media digital, sedangkan partisipasi warga dan koordinasi pengelola diperlukan untuk mendukung penyediaan informasi serta kesiapan menerima pengunjung. Ringkasan materi dan kaitannya dengan kebutuhan pengelolaan Desa Golok disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Materi pelatihan dan kaitannya dengan kebutuhan pengelolaan Desa Golok

Pokok bahasan	Materi yang dibahas	Kaitan dengan kebutuhan pengelolaan
Desa wisata	Pengenalan potensi alam, budaya, kuliner, dan kerajinan; peluang usaha bagi warga; serta pentingnya kebersihan lingkungan.	Membantu pengelola mengenali potensi yang dapat diperkenalkan dan warga yang dapat memberikan informasi mengenai potensi tersebut.
Literasi digital	Pemanfaatan foto dan video melalui ponsel, Google Maps, Instagram atau Facebook, serta WhatsApp Business.	Mendukung penyampaian informasi tentang daya tarik, lokasi, dan kontak yang dapat dihubungi oleh calon pengunjung.
Partisipasi masyarakat	Gotong royong, dokumentasi, promosi, musyawarah, koordinasi Pokdarwis, serta	Memberikan gambaran mengenai berbagai bentuk keterlibatan warga sesuai

	contoh peran sebagai pemandu dan penyedia homestay.	dengan minat, keterampilan, dan kesiapan masing-masing.
Rencana aksi pengelola	Penguatan kerja sama tim, pembelajaran digital secara rutin, pelibatan warga, serta evaluasi kegiatan.	Menjadi dasar bagi pengelola untuk membahas pembagian tugas, kebutuhan dukungan, dan tindak lanjut kegiatan.

Materi tersebut menunjukkan bahwa penguatan kapasitas pengelola tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan aplikasi digital, tetapi juga dengan kemampuan mengoordinasikan informasi dan melibatkan warga. Dalam konteks Desa Golok, perajin memiliki pengetahuan mengenai produk dan proses pembuatannya, sedangkan pengelola dapat membantu mengemas dan menyampaikan informasi tersebut kepada calon pengunjung. Contoh isi materi ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Contoh materi yang disampaikan pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Golok

Pemanfaatan Media Digital untuk Penyampaian Informasi Wisata

Materi pelatihan memperkenalkan media digital sebagai sarana untuk membantu calon pengunjung mengenal Desa Golok dan memperoleh informasi yang dibutuhkan sebelum berkunjung. Setiap media memiliki fungsi yang berbeda. Instagram atau Facebook dapat digunakan untuk menampilkan foto, video, dan cerita mengenai kerajinan pandai besi. Google Maps dapat membantu menunjukkan lokasi, sedangkan WhatsApp Business dapat digunakan sebagai saluran komunikasi untuk menjawab pertanyaan mengenai kunjungan. Sebagai contoh penerapan, pengelola dapat mendokumentasikan produk perkakas atau proses pembuatannya menggunakan ponsel. Foto atau video tersebut kemudian dapat dilengkapi dengan keterangan yang diperiksa bersama perajin sebelum dipublikasikan. Informasi yang ditampilkan juga dapat mencantumkan kontak pengelola agar calon pengunjung dapat menanyakan jadwal dan ketersediaan layanan.

Pemanfaatan media digital perlu disertai pengelolaan informasi secara berkala. Informasi yang telah dipublikasikan, seperti lokasi, kontak, dan jadwal kunjungan, dapat berubah sehingga perlu diperiksa kembali. Pengelola juga perlu memastikan bahwa titik lokasi atau titik temu yang dibagikan telah disepakati bersama pihak yang akan menerima pengunjung. Dengan cara ini, media digital dapat mendukung komunikasi yang lebih jelas antara pengelola, perajin, dan calon wisatawan. Pembahasan tersebut sejalan

dengan kegiatan pendampingan media sosial di Tambakcemandi yang menempatkan produksi konten sebagai bagian dari pengelolaan akun secara rutin (Firmannandya dkk., 2026). Dalam konteks Desa Golok, pengelolaan tersebut juga mencakup tindak lanjut terhadap pesan dan konfirmasi informasi kepada perajin atau warga yang terlibat.

Partisipasi Masyarakat dan Peran Pokdarwis

Pengembangan Desa Golok sebagai desa wisata memerlukan keterlibatan berbagai unsur masyarakat. Materi pelatihan menempatkan Pokdarwis sebagai pihak yang dapat membantu mengoordinasikan kegiatan, menghubungkan warga dengan calon pengunjung, serta mendukung pengelolaan informasi dan promosi desa. Perajin dapat berperan dalam menjelaskan jenis produk, proses pembuatan, dan pengetahuan lokal yang berkaitan dengan kerajinan pandai besi. Sementara itu, warga dapat berpartisipasi melalui kegiatan kebersihan lingkungan, dokumentasi, promosi, atau penyampaian gagasan dalam musyawarah. Materi juga memuat pemanduan dan penyediaan homestay sebagai contoh peran yang dapat dikembangkan. Namun, kesiapan dan ketersediaan layanan tersebut di Desa Mekarmaju perlu dikonfirmasi sebelum dipromosikan kepada calon pengunjung.

Pembagian peran perlu mempertimbangkan kondisi dan kemampuan warga. Materi pelatihan mengidentifikasi beberapa kemungkinan kendala, seperti akses sinyal yang tidak stabil, keterbatasan pengalaman menggunakan ponsel untuk kegiatan usaha, kesibukan warga, dan belum jelasnya pembagian tugas. Untuk menghadapi kendala tersebut, materi menawarkan beberapa langkah, antara lain penggunaan lokasi dengan sinyal yang lebih baik, penjadwalan unggahan, pembelajaran digital secara bertahap, dan pembagian tugas sesuai waktu serta kemampuan warga. Melalui musyawarah, pengelola dan warga dapat membahas bentuk keterlibatan yang sesuai dengan kesiapan masing-masing. Pembagian tugas yang jelas juga dapat membantu menentukan pihak yang bertanggung jawab untuk memperbarui informasi, menanggapi pertanyaan, dan menghubungi perajin ketika terdapat rencana kunjungan. Uraian ini merupakan arah penerapan yang dibahas dalam materi pelatihan; pelaksanaannya perlu ditinjau melalui dokumentasi kegiatan dan tindak lanjut pengelola.

Hasil Pemahaman Peserta (pre-test dan post-test)

Pemahaman awal responden dipetakan menggunakan *pre-test* dan *post-test* yang terdiri atas sepuluh soal pilihan ganda. Berdasarkan Tabel 2, seluruh responden menjawab dengan tepat tujuh dari sepuluh butir pertanyaan. Sementara itu, pertanyaan mengenai pengertian literasi digital memiliki jumlah jawaban benar paling rendah, yaitu 18 dari 20 respons. Meskipun persentasenya tetap tinggi, temuan ini memberikan gambaran bahwa penjelasan mengenai literasi digital masih relevan untuk dibahas dalam pelatihan. Hasil tersebut perlu dipahami sesuai dengan cakupan instrumen yang digunakan. *Pre-test* pilihan ganda menggambarkan kemampuan responden dalam menjawab pertanyaan konseptual, tetapi belum menggambarkan keterampilan mereka dalam menggunakan aplikasi atau mengelola informasi wisata secara langsung.

Tabel 2. Jawaban pre-test berdasarkan butir soal

Butir dan topik	Jawaban benar	Persentase
1. Pengertian desa wisata	19 dari 20	93,75%
3. Pengertian literasi digital	18 dari 20	87,50%
8. Tugas utama Pokdarwis	19 dari 20	93,75%
2, 4–7, dan 9–10. Manfaat desa wisata, penerapan dan manfaat media digital, partisipasi warga, tahapan penguatan kapasitas, serta pendampingan	20 dari 20 pada setiap butir	100% pada setiap butir

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh responden menjawab dengan tepat tujuh dari sepuluh butir pertanyaan. Sementara itu, pertanyaan mengenai pengertian literasi digital memiliki jumlah jawaban benar paling rendah, yaitu 18 dari 20 respons. Meskipun persentasenya tetap tinggi, temuan ini memberikan gambaran bahwa penjelasan mengenai literasi digital masih relevan untuk dibahas dalam pelatihan. Hasil tersebut perlu dipahami sesuai dengan cakupan instrumen yang digunakan. Sementara itu, Tabel 3 menunjukkan hasil *post-test.*

Tabel 3. Jawaban post-test berdasarkan butir soal

Butir dan topik	Jawaban benar	Persentase
1. Pengertian desa wisata	20 dari 20	100%
3. Pengertian literasi digital	20 dari 20	100%
8. Tugas utama Pokdarwis	20 dari 20	100%
2, 4–7, dan 9–10. Manfaat desa wisata, penerapan dan manfaat media digital, partisipasi warga, tahapan penguatan kapasitas, serta pendampingan	20 dari 20 pada setiap butir	100% pada setiap butir

Berdasarkan tabel tersebut, seluruh responden menjawab dengan benar setiap butir pertanyaan yang diberikan. Sebanyak 20 responden (100%) menjawab dengan tepat pertanyaan mengenai pengertian desa wisata, literasi digital, dan tugas utama kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Hasil yang sama juga terlihat pada tujuh butir lainnya yang mencakup manfaat desa wisata, pemanfaatan media digital, partisipasi masyarakat, tahapan penguatan kapasitas, dan pendampingan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh responden dapat mengenali jawaban yang tepat terhadap konsep-konsep yang diujikan. Dalam konteks pengembangan Desa Golok, pemahaman tersebut dapat menjadi bekal awal bagi pengelola dan masyarakat untuk membahas pemanfaatan media digital serta pembagian peran dalam pengelolaan wisata.

Namun, *Pre-test dan Post-test* pilihan ganda menggambarkan kemampuan responden dalam menjawab pertanyaan konseptual, tetapi belum menggambarkan keterampilan mereka dalam menggunakan aplikasi atau mengelola informasi wisata secara langsung. Oleh karena itu, skor yang tinggi belum dapat digunakan sebagai dasar untuk menyimpulkan bahwa seluruh responden telah mampu menerapkan materi secara mandiri. Sebagai tindak lanjut, pemantauan hasil pelatian dapat dilengkapi dengan tugas praktik yang sesuai dengan kebutuhan pengelolaan Desa Golok. Contohnya adalah meminta peserta memeriksa ketepatan lokasi pada Google Maps, menyusun informasi singkat mengenai kerajinan pandai besi, atau

menyiapkan jawaban atas pertanyaan calon pengunjung.



Gambar 3. Proses penyampaian materi dan pendampingan praktik
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026



Gambar 4. Foto bersama peserta kegiatan
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Mekarmaju berfokus pada penguatan kapasitas pengelola Desa Golok dalam mendukung pengembangan desa wisata berbasis kerajinan pandai besi. Materi kegiatan mencakup pengenalan desa wisata, pemanfaatan media digital, partisipasi masyarakat, serta rencana aksi pengelola. Melalui materi tersebut, pengelola memperoleh gambaran mengenai penggunaan Google Maps, media sosial, dan WhatsApp Business untuk menyampaikan informasi wisata, sekaligus pentingnya koordinasi antara perajin, warga, dan Pokdarwis. Hasil pre-test menunjukkan tingkat ketepatan jawaban yang tinggi pada topik yang diujikan. Namun, hasil tersebut menggambarkan pemahaman responden pada saat pengukuran dan belum menunjukkan perubahan pengetahuan setelah pelatihan maupun kemampuan menerapkan materi secara langsung. Oleh karena itu, penilaian lanjutan dapat dilakukan melalui tugas praktik, seperti memeriksa informasi lokasi, menyusun konten promosi, dan menanggapi pertanyaan calon pengunjung.

Sebagai tindak lanjut, pengelola bersama perajin dan warga dapat membahas pembagian peran dalam penyediaan serta pembaruan informasi wisata. Pendampingan penggunaan media digital secara

bertahap dan evaluasi berkala juga diperlukan untuk mendukung pengelolaan informasi Desa Golok sesuai dengan kesiapan masyarakat dan layanan yang tersedia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Telkom yang telah memberikan dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Perangkat Desa dan Pokdarwis, serta masyarakat desa Mekarmaju, Pasirjambu, Bandung, Jawa Barat, sebagai mitra kegiatan, yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian kepada masyakakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Firmannandya, A., Aji, G. G., Wahyuni, J., Pamuji, E., Dewi, P. A. R., Prabayanti, H. R., & Huda, A. M. (2026). Penguatan branding desa wisata Tambakcemandi melalui pendampingan produksi konten media sosial dan website. *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 7*(1). https://doi.org/10.36728/jpf.v7i1.6070 Garba Rujukan Digital

Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: Its use by national tourism organisations. *Current Issues in Tourism, 16*(3), 211–239. https://doi.org/10.1080/13683500.2012.662215 Bournemouth University Staff Profile Pages

Kharisma, M., Ariyanti, M., & Pawitra, M. T. (2025). Pelatihan pemasaran digital desa wisata Desa Mekarmaju, Ciwidey, Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi, 4*(1), 1–8. https://doi.org/10.54099/jpma.v4i1.1203 journal.adpebi.com

Manalu, V. G., Sutarman, & Anggelia, A. (2025). Empowering tourism village managers through digital promotion training: Evidence from Cibodas Village. *SOCIRCLE: Journal of Social Community Services, 4*(3), 9–13. https://doi.org/10.58468/socircle.v4i3.44 socircle.xjurnal.com

Maulana, M., Deliana, D., & Indah, T. (2025). Integrating digital marketing communication and community participation for sustainable tourism development: A case study of Sumberbulu Tourism Village, Indonesia. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi, 13*(1), 76–87. https://doi.org/10.12928/channel.v13i1.1061 CHANNEL: Jurnal Komunikasi

Prihanto, Y. J. N., Utomo, P., & Rinto, F. S. M. (2025). Development of digital promotional media for tourism local based on the Cirarab Village community, Tangerang Regency. *Community Empowerment, 10*(11), 2110–2119. https://doi.org/10.31603/ce.14832 Community Empowerment

Rayesa, N. F., Ali, D. Y., Meitasari, D., & Prasetyaningrum, D. I. (2026). Program digitalisasi desa wisata: Pemetaan potensi wisata lokal dan pelatihan konten. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 10*(1). https://doi.org/10.31764/jmm.v10i1.36824 JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)

Tjahjono, H. K., Ernawati, H., Hidayat, S., & Ristanti, R. (2026). Akselerasi kapasitas digital marketing melalui pelatihan aplikatif di Desa Wisata Pancoh, Sleman, Yogyakarta. *Abdibaraya, 5*(1), 311–321. https://doi.org/10.53863/abdibaraya.v5i01.2314 Abdibaraya

Yuliana, G. D., Kaligis, R. A. W., Estaswara, B. H., Sudarto, & Widyasiwi, E. (2026). Digital literacy in the development of community-based tourism in Tamansari District, Bogor Regency. *Jurnal Penelitian, 23*(1). https://doi.org/10.26905/jp.v23i1.17314