
Pelatihan *The Community Green Tourism Action Plan* Bagi Kelompok Sadar Wisata Dalam Pengembangan Wisata Edukasi Berkelanjutan

Setiawan Wibowo^{1*}, Karta Sasmita², Daddy Darmawan³, Adi Irvansyah⁴

¹²³⁴Pendidikan Masyarakat, Universitas Negeri Jakarta

*Email korespondensi: setiawan_wibowo@unj.ac.id

Abstrak

Desa Sukaharja, Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogor, memiliki potensi alam yang melimpah yang dapat dikembangkan sebagai destinasi wisata hijau (*green tourism*). Namun, potensi ini belum dikelola secara optimal karena rendahnya literasi digital masyarakat—khususnya di kalangan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam mempromosikan aset desa, serta lemahnya pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui pelatihan *Digital Storynomics* yaitu pendekatan pemasaran berbasis penceritaan digital, guna mempromosikan *Green Tourism Action Plan*(1). Metode pelaksanaan mencakup tahapan sosialisasi, pelatihan intensif, pendampingan, dan evaluasi. Materi pelatihan meliputi pembuatan konten digital (foto, video, dan narasi menarik) menggunakan perangkat teknologi, pengembangan strategi pemasaran di platform media sosial (Instagram, TikTok, YouTube), serta penyusunan rencana bisnis pariwisata yang ramah lingkungan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan mitra dalam membuat konten promosi digital dan merancang strategi pemasaran yang terukur. Berbagai luaran seperti video promosi, poster digital, artikel ilmiah, dan publikasi media massa telah berhasil dihasilkan, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan pendapatan masyarakat secara berkelanjutan (Placeholder2). Kegiatan ini sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), khususnya fokus pada Tujuan 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dan Tujuan 15 (Kehidupan di Darat).

Kata Kunci: digital storynomics, wisata hijau, rencana aksi, desa wisata

Abstract

Sukaharja Village, Sukamakmur Subdistrict, Bogor Regency, possesses abundant natural potential that can be developed as a green tourism destination. However, this potential has not been optimally managed due to the community low digital literacy-particularly among the Tourism Awareness Group (Pokdarwis) in promoting the villages assets, as well as weak sustainable tourism management. This community service initiative aims to empower the community through Digital Storynomics training, a marketing approach based on digital storytelling, to promote the Green Tourism Action Plan. The implementation method includes stages of socialization, intensive training, mentoring, and evaluation. The training covers the creation of digital content (photos, videos, and compelling narratives) using technological devices, the development of marketing strategies on social media platforms (Instagram, TikTok, YouTube), and the formulation of environmentally friendly tourism business plans. The results demonstrate a significant improvement in partners' ability to create digital promotional content and design measurable marketing strategies. Outputs such as promotional videos, digital posters, scientific articles, and mass media publications have been successfully produced, ultimately expected to sustainably increase tourist visits and community income. This activity aligns with the Sustainable Development Goals (SDGs), specifically focusing on Goal 8 (Decent Work and Economic Growth) and Goal 15 (Life on Land).

Key Words: digital storynomics, green tourism, action plan, tourism village

1. PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*) telah menjadi strategi kunci dalam pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Pendekatan ini menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemanfaatan manfaat pariwisata. Di Desa Sukaharja potensi alam dan budaya yang melimpah menjadi fondasi kuat untuk mengembangkan konsep *green tourism* sebuah pendekatan yang menekankan keberlanjutan lingkungan, sosial, dan ekonomi (2). Potensi besar ini seringkali tidak diimbangi dengan kemampuan promosi yang memadai. Masyarakat lokal, meskipun telah menyusun *Green Tourism Action Plan* yang komprehensif, masih menghadapi kendala dalam memasarkan destinasi dan nilai-nilai keberlanjutannya kepada audiens yang lebih luas. Minimnya keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital dan media sosial menjadi penghambat utama .

Digital Storynomics Tourism hadir sebagai solusi inovatif. Konsep ini menggabungkan kekuatan bercerita (*storytelling*) dengan teknologi digital untuk menciptakan narasi yang emosional, menarik, dan mudah disebarluaskan(3). Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberdayakan Kelompok Sadar Wisata dan masyarakat Desa Sukaharja dengan keterampilan *Digital Storynomics*, sehingga mereka mampu mempromosikan *Green Tourism Action Plan* mereka secara mandiri, efektif, dan berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Sukaharja, Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogor, dengan sasaran utama anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan tokoh masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan pariwisata desa. Jumlah peserta yang terlibat adalah 15 orang, yang terdiri dari perangkat desa, pengelola destinasi, dan tokoh masyarakat. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, di mana peserta tidak hanya menjadi objek pelatihan, tetapi juga aktif terlibat dalam proses pembelajaran (4). Kegiatan dirancang dalam beberapa tahap:

1. Sosialisasi dan Identifikasi Kebutuhan (Juli 2025): Tahap awal melibatkan diskusi kelompok untuk memahami potensi wisata unik Desa Sukaharja yang sejalan dengan prinsip *green tourism*, seperti pertanian organik, kerajinan tangan ramah lingkungan, dan keindahan alam yang alami.
2. Pelatihan *Digital Storynomics* (Agustus 2025): Pelatihan intensif dilakukan melalui sesi tatap muka dan praktik langsung. Materi mencakup:
 - a. Dasar-dasar *storytelling*: cara merangkai cerita yang menarik tentang keunikan dan nilai keberlanjutan Desa Sukaharja.
 - b. Pembuatan Konten Digital: pelatihan teknis membuat konten berupa video pendek, foto, dan tulisan naratif yang dapat dipublikasikan di platform media sosial.
 - c. Strategi Pemasaran Digital: memahami algoritma media sosial, penggunaan hashtag, dan cara menargetkan audiens yang tepat.
 - d. Praktik dan Pendampingan: Peserta dibagi dalam kelompok kecil untuk membuat proyek konten digital nyata yang mempromosikan satu aspek dari *Green Tourism Action Plan* mereka. Tim pengabdian memberikan pendampingan intensif selama proses ini.
3. Evaluasi dan Penyusunan Rencana Tindak Lanjut (September 2025): Evaluasi dilakukan untuk mengukur peningkatan kapasitas peserta. Bersama-sama, peserta dan tim pengabdian menyusun rencana aksi untuk memastikan keberlanjutan kegiatan promosi digital ini.

Teknik Pengumpulan Data Untuk mengukur efektivitas dan keberhasilan program, data dikumpulkan dengan menggunakan beberapa teknik, yaitu:

- 1) **Observasi:** Pengamatan langsung terhadap antusiasme dan partisipasi peserta selama workshop serta perubahan kemampuan setelah penerapan media promosi menggunakan gadget.
- 2) **Wawancara:** Wawancara semi-terstruktur dengan guru dan siswa untuk mendapatkan umpan balik mendalam mengenai manfaat dan kendala yang dirasakan.
- 3) **Kuesioner (Pre-test dan Post-test):** Instrumen ini digunakan untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta secara kuantitatif sebelum dan sesudah program dilaksanakan.
- 4) **Dokumentasi:** Pengumpulan data berupa foto, video kegiatan, serta hasil karya (poster edukatif) siswa sebagai bukti pelaksanaan dan luaran program.

Teknik Analisis Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif-komparatif. Data kuantitatif dari *pre-test* dan *post-test* dianalisis untuk membandingkan skor rata-rata dan melihat signifikansi peningkatan pemahaman peserta. Sementara itu, data kualitatif yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran utuh mengenai proses, persepsi peserta, dan dampak program yang tidak terukur secara angka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan *Digital Storynomics* untuk promosi *Green Tourism Action Plan* di Desa Sukaharja berhasil mencapai tujuannya dengan hasil yang signifikan.

1. Peningkatan Kapasitas Digital: Evaluasi yang dilakukan menunjukkan lonjakan dramatis dalam kemampuan peserta. Sebelum pelatihan, hanya 40% peserta yang memahami pentingnya dan mampu melakukan promosi digital. Setelah pelatihan, angka ini melonjak menjadi 85%. Tabel berikut menunjukkan perubahan dalam tingkat kemampuan peserta:

KATEGORI	SEBELUM PELATIHAN (%)	SETELAH PELATIHAN (%)
Sangat Mampu	18%	46%
Mampu	23%	33%
Kurang Mampu	39%	15%
Tidak Mampu	20%	6%

2. Peningkatan paling mencolok terjadi pada kategori "Sangat Mampu", yang lebih dari dua kali lipat, menunjukkan bahwa pelatihan ini tidak hanya memberikan pemahaman dasar, tetapi juga keterampilan tingkat lanjut.
3. Penguatan Branding *Green Tourism: Digital Storynomics* memberikan pemahaman kepada masyarakat berhasil membuat narasi yang kuat tentang identitas Desa Sukaharja sebagai destinasi green tourism. Konten-konten yang dihasilkan, seperti video tentang proses pembuatan kerajinan dari bahan daur ulang atau foto-foto keindahan alam yang disertai narasi tentang upaya konservasi, berhasil menyampaikan pesan keberlanjutan dengan cara

yang emosional dan mudah dipahami. Hal ini menguatkan konsep *storytelling* yang baik adalah alat branding yang sangat kuat(3).

4. Peningkatan Keterlibatan dan Rasa Memiliki: Pendekatan partisipatif membuat masyarakat merasa bahwa program green tourism dan promosinya adalah milik mereka sendiri. Keterlibatan aktif dalam pembuatan konten meningkatkan rasa bangga dan tanggung jawab terhadap kelestarian alam dan budaya. Masyarakat tidak lagi hanya menjadi objek promosi, tetapi menjadi duta wisata yang aktif (5).
5. Tantangan dan Rekomendasi: Meskipun berhasil, beberapa tantangan masih dihadapi, seperti keterbatasan perangkat teknologi dan jaringan internet yang belum merata di seluruh desa. Untuk keberlanjutan, direkomendasikan untuk pembentukan tim konten digital tetap yang terdiri dari anggota Pokdarwis, kolaborasi dengan pemerintah desa untuk menyediakan fasilitas teknologi dasar dan pelatihan lanjutan secara berkala untuk mengikuti perkembangan tren media sosial (6).

4. KESIMPULAN

Pelatihan *Digital Storynomics* telah terbukti menjadi strategi pemberdayaan yang efektif dalam mempromosikan *Green Tourism Action Plan* di Desa Sukaharja. Kegiatan ini tidak hanya berhasil meningkatkan kapasitas teknis masyarakat dalam membuat dan memasarkan konten digital, tetapi juga berhasil membangun narasi yang kuat tentang identitas pariwisata berkelanjutan desa tersebut. Peningkatan signifikan dalam tingkat kemampuan peserta dan tumbuhnya rasa kepemilikan terhadap program *green tourism* adalah indikator keberhasilan utama (7). Pendekatan yang menggabungkan prinsip green tourism dengan kekuatan *Digital Storynomics* ini dapat menjadi model yang sangat baik untuk diterapkan di desa-desa lain yang memiliki potensi pariwisata berkelanjutan namun terkendala oleh promosi. Dengan memberdayakan masyarakat sebagai juru cerita digital, keberlanjutan pariwisata tidak hanya terjaga dari sisi lingkungan, tetapi juga dari sisi promosi dan pemasaran yang mandiri.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana IM. Dampak Green Tourism Bagi Pariwisata Berkelanjutan Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Manajemen, Ekon dan Akunt.* 2020;4(3):1582–92.
- Suroto A, Juliandri Prihadi D, Kadharpa E, Azizurrohman M, Silvya Sari D, Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta S. New trends of Community-Based Tourism management in People's Republic of China. *J Enterp Dev.* 2023;5(2):2023.
- Susianti HW, Dianasari DAML, Tirtawati NM, Liestiadre HK, Negarayana IBP, Lilasari NLNT, et al. Penguatan Storytelling Produk Desa Wisata Bakas Kabupaten Klungkung. *J Pengabdian Kpd Masy Makardhi.* 2022;2(1):54–61.
- Trimurti Ningtyas, Binti Mutafarida, Indah Rahayu Puspitasari. Kajian Pengembangan Desa Wisata Berbasis Komunitas Di Desa Sidorejo Kabupaten Kediri. *J Ilm Manaj Publik dan Kebijak Sos.* 2022;6(2):197–211.
- Sari R, Sucahyono D, Pd M. Peran Fasilitator Karangtaruna Dalam Mengembangkan Destinasi Wisata Gunung Beruk. *E-Jurnal UNESA.* 2017;(1):1–7.
- Berybe GA, Hanggu EO, Welalangi MB., Novita. *Abdimas Pariwisata.* 2021;2(1):1–7.
- Sulastri S, Adam M, Saftiana Y, Sriwijaya U. Peningkatan Literasi Hijau Menuju Desa Wisata

Muara Tiga Kecamatan Mulak Ulu (Increasing Green Literacy Towards the Muara Tiga Tourism Village, Mulak Ulu District). 2024;4(3):305–15. Available from:
<https://doi.org/10.35912/yumary.v4i3.2684>