

Penguatan Kompetensi Literasi Digital Pelajar melalui Pelatihan Konten Kreatif untuk Promosi Pariwisata Lokal Desa Wisata

Suryani¹⁾, Latifah²⁾, Nurul Giswi Karomah³⁾, Istna Fibriyadi⁴⁾, Widiyono⁵⁾

¹ Universitas Esa Unggul Jakarta, Indonesia, ² Universitas Muhammadiyah Bandung, Indonesia, ^{3,4,5} Politeknik LP3I Jakarta, Indonesia

Email: suryani@esaunggul.ac.id¹, latifahjeni@yahoo.co.id², nurulgiswi@gmail.com³, istnafibriyadi@gmail.com⁴, widi.retno09@gmail.com⁵

Abstract: *This community service program aims to improve the digital literacy of students in Bantar Agung Tourism Village, Majalengka Regency, West Java, through training in creative content production as a means of regional promotion. The participants are junior and senior high school students residing in Bantar Agung Village. The results of the program indicate an increase in participants' understanding of digital literacy concepts, media ethics, and technical skills in producing engaging and informative creative content 86 %. In addition, participants are able to produce and publish promotional content about the village's tourism through various digital platforms, thereby contributing to increased visibility of Bantar Agung as a tourist destination. Continuous mentoring has also encouraged the formation of a village youth creator community that actively participates in regional promotion. Thus, this training program not only enhances students' digital competencies but also generates a positive impact on the development of community-based local tourism potential. This activity is expected to serve as a model for empowering rural students through sustainable and adaptive digital literacy in response to technological advancements.*

Abstrak : *Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital pelajar di Desa Wisata Bantar Agung, Kabupaten Majalengka, Jawa Barat, melalui pelatihan pembuatan konten kreatif sebagai sarana promosi daerah. Peserta kegiatan adalah pelajar tingkat SMP dan SMA yang berdomisili di Desa Bantar Agung. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman sebesar 88,6 % terhadap konsep literasi digital, etika bermedia, serta keterampilan teknis dalam menghasilkan konten kreatif yang menarik dan informatif. Selain itu, peserta mampu memproduksi dan mempublikasikan konten promosi wisata desa melalui berbagai platform digital, sehingga berkontribusi pada peningkatan visibilitas Desa Bantar Agung sebagai destinasi wisata. Pendampingan berkelanjutan juga mendorong terbentuknya komunitas kreator muda desa yang berperan aktif dalam promosi daerah. Dengan demikian, program pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi digital pelajar, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap pengembangan potensi wisata lokal berbasis masyarakat. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan pelajar desa melalui literasi digital yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.*

Keywords : *Literasi Digital, Konten Kreatif, Digital Marketing, Desa Wisata*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah mendorong perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan dan

pariwisata. Literasi digital menjadi salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki oleh pelajar agar mampu beradaptasi dengan tuntutan era digital. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan mengakses informasi, tetapi juga kemampuan dalam menganalisis, memproduksi, dan mendistribusikan konten secara kreatif dan bertanggung jawab. Di sisi lain, potensi pariwisata lokal, khususnya desa wisata, masih belum dimanfaatkan secara optimal. Banyak desa wisata memiliki kekayaan alam, budaya, dan kearifan lokal yang unik, namun belum dikenal secara luas akibat keterbatasan dalam strategi promosi, terutama berbasis digital. Pelajar sebagai generasi muda memiliki peran strategis dalam mendukung promosi pariwisata lokal melalui pemanfaatan media digital, seperti media sosial, video kreatif, dan platform berbagi konten. Studi oleh Kotler & Keller (2016)

Pada kenyataannya masih terdapat kesenjangan dalam penguasaan literasi digital di kalangan pelajar, terutama di wilayah pedesaan. Berdasarkan laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023) indeks literasi digital Indonesia pada tahun-tahun terakhir masih berada pada kategori “sedang”, dengan skor sekitar 3,5 dari skala 5, yang menunjukkan bahwa kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital secara kritis, aman, dan produktif masih perlu ditingkatkan. Hasil observasi awal, juga ditemukan kemampuan pelajar dalam menciptakan konten digital yang menarik dan efektif untuk promosi masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pelatihan yang terarah serta minimnya pemahaman tentang teknik produksi konten kreatif, seperti storytelling, fotografi, videografi, dan pengelolaan media sosial.

Oleh karena itu, diperlukan suatu kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan konten kreatif yang bertujuan untuk memperkuat kompetensi literasi digital pelajar. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pelajar dalam menghasilkan konten promosi yang menarik dan mampu memperluas jangkauan promosi desa wisata. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi dalam peningkatan kapasitas pelajar, tetapi juga mendukung upaya pengembangan dan promosi pariwisata lokal desa wisata secara berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada penguatan kompetensi literasi digital pada pelajar di Desa Wisata Bantaragung Majalengka melalui pelatihan konten kreatif dan promosi pariwisata. : (1) memberikan pemahaman dasar tentang literasi digital, termasuk etika dan keamanan dalam bermedia sosial; (2) mengembangkan keterampilan teknis pelajar dalam membuat konten kreatif seperti foto, video, dan tulisan yang menarik; (3) mendorong pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi potensi wisata lokal Desa Bantar Agung; (4) menumbuhkan kreativitas dan kepercayaan diri pelajar dalam mengekspresikan ide serta potensi daerahnya; dan (5) membentuk komunitas pelajar yang aktif dan berkelanjutan dalam mempromosikan desa wisata melalui platform digital. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas pelajar

dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal serta memberikan dampak positif terhadap pengembangan potensi wisata lokal berbasis masyarakat.

METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yakni suatu metode partisipatif yang menggabungkan proses penelitian dengan tindakan nyata secara kolaboratif antara tim pelaksana dan masyarakat sasaran. Pendekatan ini dipilih karena dapat mendorong keterlibatan aktif peserta di setiap tahap kegiatan, sehingga hasil yang dicapai tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga praktis dan berkelanjutan.

Melalui pendekatan ini, masyarakat tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek yang berperan dalam mengidentifikasi masalah, merumuskan solusi, serta mengevaluasi hasil kegiatan. Proses ini memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan yang lebih efektif dan kontekstual. Selain itu, kolaborasi yang terjalin dapat memperkuat rasa memiliki terhadap program yang dijalankan, sehingga meningkatkan peluang keberhasilan dan keberlanjutan kegiatan dalam jangka panjang.

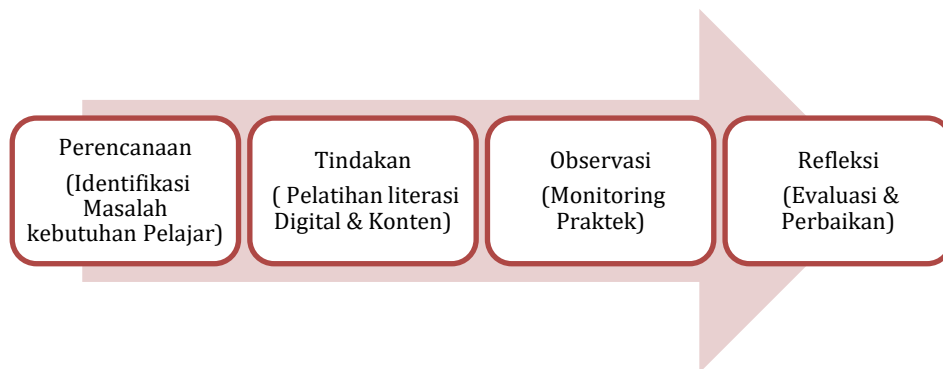
PAR memiliki karakteristik utama berupa siklus berulang yang terdiri dari tahapan perencanaan (planning), tindakan (action), observasi (observation), dan refleksi (reflection). Dalam konteks kegiatan ini, siklus tersebut diterapkan secara sistematis untuk meningkatkan kompetensi SDM UMKM dalam bidang digital marketing, khususnya pada pembuatan konten kreatif dan strategi kampanye digital.

Tahap pertama, yaitu perencanaan (planning) diawali dengan kegiatan identifikasi kebutuhan melalui observasi lapangan dan diskusi kelompok terarah (focus group discussion/FGD) bersama pengelola desa wisata. Pada tahap ini dilakukan pemetaan tingkat literasi digital, pemahaman terhadap media sosial, serta potensi produk lokal yang dapat dikembangkan sebagai konten promosi. Hasil identifikasi ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam penyusunan materi pelatihan yang kontekstual dan sesuai dengan kebutuhan peserta.

Tahap kedua, yaitu action (tindakan) diimplementasikan rencana yang telah disusun bersama benar-benar dilaksanakan dalam bentuk kegiatan nyata di lapangan. Pada tahap ini, penulis dan masyarakat tidak lagi hanya berdiskusi atau menganalisis masalah, tetapi mulai menerapkan solusi yang telah disepakati secara kolaboratif.

Tahap ketiga, yaitu observasi (observation) dilakukan selama proses pelatihan dan pendampingan berlangsung. Tim pelaksana melakukan pemantauan terhadap keterlibatan peserta, kemampuan dalam mengimplementasikan materi, serta perkembangan kualitas konten yang dihasilkan. Selain itu, observasi juga mencakup analisis awal terhadap performa konten di media sosial, seperti tingkat interaksi (engagement), jumlah tayangan, dan respons audiens.

Tahap keempat atau terakhir yaitu refleksi (reflection) dilakukan melalui evaluasi bersama antara tim pelaksana dan peserta. Evaluasi ini mencakup diskusi mengenai kendala yang dihadapi, tingkat pemahaman peserta, serta efektivitas metode pelatihan yang telah dilakukan. Hasil refleksi digunakan sebagai dasar untuk melakukan perbaikan pada siklus berikutnya, baik dalam hal metode penyampaian materi, pendampingan, maupun strategi implementasi digital marketing.



Gambar 1. Tahapan PkM
Sumber gambar: Penulis, 2026

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Wisata Bantaragung Majalengka diikuti oleh 20 perwakilan pelajar SMP dan SMA dan menunjukkan hasil yang positif dalam penguatan kompetensi Literasi digital dalam promosi desa wisata, khususnya dalam pemanfaatan konten kreatif. Kegiatan yang dilaksanakan melalui pendekatan *Participatory Action Research (PAR)* memberikan ruang bagi peserta untuk belajar secara aktif melalui praktik langsung, observasi, dan refleksi.

Hasil kegiatan menunjukkan hasil yang signifikan baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, maupun partisipasi peserta. Kegiatan yang melibatkan pelajar sebagai subjek utama ini berhasil mendorong keterlibatan aktif mereka dalam setiap tahapan, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program.

Sebagai bagian dari evaluasi, diterapkan pre-test dan post-test untuk mengukur tingkat pemahaman awal dan peningkatan kompetensi peserta setelah mengikuti pelatihan. Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih memiliki pemahaman yang terbatas terkait literasi digital, etika bermedia sosial, serta teknik dasar pembuatan konten sebesar 63%. Setelah pelatihan berlangsung, hasil post-test menunjukkan adanya peningkatan yang cukup signifikan, baik dari sisi pengetahuan konseptual maupun pemahaman teknis sebesar 86%. Hal ini menegaskan bahwa metode pelatihan yang digunakan efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta.

Jika dikaitkan dengan teori bahwa literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan memahami, mengevaluasi, dan memproduksi informasi secara kritis (E. Cahyo M, at.al, 2026). Dalam konteks program ini, peserta tidak hanya belajar menggunakan media sosial, tetapi juga memahami bagaimana menyampaikan informasi secara etis, menarik, dan bertanggung jawab.

Selain itu, peningkatan kemampuan peserta dalam menghasilkan konten kreatif juga relevan dengan teori kreativitas digital yang menekankan pentingnya kombinasi antara keterampilan teknis dan kemampuan berpikir kreatif. Peserta dilatih untuk mengidentifikasi potensi lokal desa, mengemasnya dalam bentuk visual dan narasi yang menarik, serta menyesuaikannya dengan karakteristik audiens media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa konten kreatif bukan hanya hasil dari kemampuan teknis, tetapi juga dari proses berpikir inovatif dan kontekstual.

Pada tahap tindakan (action), peserta mengikuti serangkaian pelatihan yang mencakup dasar-dasar literasi digital, etika bermedia sosial, teknik fotografi dan videografi, serta strategi pembuatan konten kreatif yang menarik. Hasilnya, terjadi peningkatan pemahaman peserta terhadap pemanfaatan media digital secara bijak dan produktif. Peserta juga mampu menghasilkan berbagai produk konten, seperti foto destinasi wisata, video promosi singkat, serta caption informatif yang sesuai dengan kaidah komunikasi digital.

Selain peningkatan kompetensi individu, program ini juga menghasilkan luaran berupa akun media sosial @visitbantaraagung yang dikelola bersama oleh peserta sebagai sarana promosi Desa Wisata. Konten yang dipublikasikan menunjukkan adanya kreativitas dan pemahaman terhadap potensi lokal, sehingga mampu meningkatkan daya tarik visual dan informasi bagi calon wisatawan. Hal ini menjadi indikator bahwa pelatihan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif.

Keberhasilan program ini tidak terlepas dari pendekatan PAR yang menempatkan masyarakat, khususnya pelajar, sebagai aktor utama. Keterlibatan aktif peserta menciptakan rasa memiliki terhadap program, sehingga mereka lebih termotivasi untuk terus mengembangkan keterampilan yang diperoleh. Selain itu, proses pendampingan yang berkelanjutan memungkinkan adanya perbaikan secara langsung terhadap hasil karya peserta. Pendekatan partisipatif dalam PAR turut berperan penting dalam menciptakan suasana belajar yang aktif dan kontekstual. Peserta menjadi lebih percaya diri dalam mengekspresikan ide serta berkontribusi dalam promosi desa

Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan fasilitas pendukung (kamera dan akses internet), serta variasi tingkat kemampuan awal peserta. Meskipun begitu, kendala tersebut dapat diatasi melalui kerja sama tim, pemanfaatan perangkat sederhana seperti telepon genggam, serta metode pembelajaran yang adaptif. Di sisi lain, program ini memberikan dampak positif yang cukup signifikan. Selain peningkatan kompetensi individu, terbentuknya kelompok atau komunitas

pelajar kreator konten menjadi salah satu hasil penting yang berpotensi menjaga keberlanjutan program. Konten yang dihasilkan juga mulai memberikan kontribusi terhadap promosi desa wisata, yang berpotensi meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Secara keseluruhan, program ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan literasi digital pelajar sekaligus mendukung promosi pariwisata lokal berbasis masyarakat. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan konten kreatif dengan pendekatan partisipatif dapat menjadi strategi efektif dalam memberdayakan generasi muda desa agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan berkontribusi pada pembangunan daerah secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan literasi digital bagi pelajar di Desa Bantar Agung, Majalengka, Jawa Barat, diharapkan berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital secara kreatif dan produktif. Melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan, pelajar mampu memahami konsep literasi digital, etika bermedia, serta teknik pembuatan konten kreatif yang menarik untuk promosi wisata daerah. Selain memberikan dampak pada peningkatan kompetensi individu, kegiatan ini juga mendorong terbentuknya kesadaran kolektif akan pentingnya peran generasi muda dalam mengembangkan potensi desa melalui media digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih ditujukan kepada Kepala Desa Bantar Agung, Majalengka serta Ketua Pokdarwis Bantaragung, Majalengka atas dukungan berupa fasilitas, koordinasi, serta bantuan dalam menghimpun peserta dari kalangan pelajar. Penghargaan juga diberikan kepada pimpinan dan rekan-rekan di Universitas Esa Unggul, Universitas Muhammadiyah Bandung, serta Politeknik LP3I Jakarta atas dukungan yang telah diberikan. Diharapkan kerja sama yang telah terbangun ini dapat terus berlanjut dalam upaya pemberdayaan pengelola wisata secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Alfaruq, I., Permatasari, V. S., Rahmawati, I., Saputri, M. C., Sari, L. P., Setiawan, A. R., ... & Royhanah, H. (2025). Transformasi Literasi Digital Pelajar Madrasah melalui Pelatihan Konten Kreatif di Desa Sukoharjo, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri. *Aktualisasi Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 28-34.

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson
- Chwialkowska, D. (2019). Strategies for implementing user-generated content in entertainment marketing. *International Journal of Advertising*, 38(6), 800-825. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1575108>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- E. Cahyo M, R. Nurnaningsih, N. Muttaqi'in, N. G. Karomah, and M. I. Hutabarat, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Akuntansi dan Literasi Digital terhadap Kinerja UMKM", *RIGGS*, vol. 4, no. 4, pp. 8144–8152, Jan. 2026.
- Holliman, G., & Rowley, J. (2019). Business-to-business digital content marketing: Marketers' perceptions of best practice. *Journal of Marketing Management*, 30(3-4), 269-293.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Pedoman pengembangan desa wisata berkelanjutan*. Kemenparekraf RI.
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing* (3rd ed.). Kogan Page Publishers.
- Ni'mah, N., Fabriar, S. R., & Fitri, A. N. (2025). *Digitalisasi Desa: Mengangkat Potensi Melalui Literasi Digital*. Penerbit NEM.
- Putri, D. A., & Rahmawati, I. (2022). Strategi promosi desa wisata berbasis media sosial untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 6(2), 89–98.
- Saputra, R., & Hidayat, T. (2024). Pengaruh pelatihan konten kreatif terhadap peningkatan engagement media sosial UMKM. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 10(1), 55–63.
- Sari, M., & Pratama, R. (2021). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan digital marketing dalam meningkatkan ekonomi lokal. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(3), 210–218.
- Sope, D. R., Arifiansyah, R., Nugroho, J. W., Febrianto, E. B., & Fauzi, A. (2025). Pemberdayaan Remaja Desa melalui Pelatihan Pembuatan Konten Digital dan Website Portofolio Pribadi: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 1434-1442.
- Sudewi, N. K. P. N., Dewi, N. P. S., Satria, C., Sulistianingsih, N., & Syahid, A. (2025). Peningkatan Literasi Digital dan Bahasa Inggris melalui Pembuatan Konten Kreatif. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(7), 3746-3750.
- Veldhoven, Z. V., & Vanthienen, J. (2021). Digital transformation as a journey: A systematic review. *International Journal of Information Management*, 63, 102440. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102440>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M.

- (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889-901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Westerman, G., Soule, D. L., & Egbuji, A. S. (2020). Where will digital transformation take the world of work?. *MIT Sloan Management Review*, 61(2), 1-6.
- . Wibowo, A., & Firmansyah, D. (2023). Strategi kampanye digital dalam pengembangan desa wisata berbasis komunitas. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(1), 67–78.