

Digitalisasi Ekonomi Kreatif Desa Wisata Melalui Pembuatan Website dan Media Sosial

Efrinal^{1*}, Rianto², Sari Mujiani³, Burhanuddin Jauhari⁴, Suryani Yuli Astuti⁵


^{1,2,3}Universitas Islam Assyafi'iyah, Jl. Raya Jatiwaringin No.12, Jaticempaka, Kec. Pd. Gede, Kota Bks, Jabar,

⁴Universitas Merdeka Malang, Jl. Terusan Dieng. 62-64 Klojen, Pisang Candi, Kec. Sukun, Kota Malang, Jatim,

⁵Universitas Muhammadiyah Lamongan, Jl. Plalangan No. KM 2, Ploso Wahyu, Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan, Jatim.

E-mail: rianto.feb@uia.ac.id

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4944>

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history:

Received: 05 Jan 2026

Revised: 11 Jan 2026

Accepted: 17 Jan 2026

Kata Kunci:

Digitalisasi, Ekonomi Kreatif, Desa Wisata, Website, dan Media Sosial.

Keywords:

Digitalization, Creative Economy, Tourist Villages, Website, and Social Media.



Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran digitalisasi melalui pemanfaatan website dan media sosial dalam meningkatkan pengembangan ekonomi kreatif desa wisata. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, meliputi tahap analisis kebutuhan dan potensi desa wisata, perencanaan konsep digitalisasi ekonomi kreatif, pengembangan website desa wisata, pembuatan dan optimalisasi media sosial, pelatihan dan pendampingan, implementasi dan uji coba, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital secara signifikan mampu meningkatkan aksesibilitas informasi, memperluas visibilitas desa wisata, serta memperkuat citra dan daya tarik destinasi di mata masyarakat luas. Keberadaan website sebagai pusat informasi resmi dan media sosial sebagai sarana komunikasi interaktif terbukti efektif dalam memperluas jangkauan promosi, meningkatkan minat kunjungan wisatawan, serta mendukung pemasaran produk ekonomi kreatif lokal. Selain itu, digitalisasi turut mendorong peningkatan literasi digital, partisipasi masyarakat, dan kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola potensi desa secara mandiri. Dampak positif lainnya terlihat pada meningkatnya aktivitas ekonomi lokal, terbentuknya citra desa yang profesional, serta tumbuhnya kesadaran kolektif untuk menjaga keberlanjutan pengembangan desa wisata.

This study aims to determine the role of digitalization through the use of websites and social media in enhancing the development of the creative economy in tourist villages. The implementation of activities is carried out through several stages, including analyzing the needs and potential of tourist villages, planning the concept of digitalizing the creative economy, developing tourist village websites, creating and optimizing social media, training and mentoring, implementation and trials, and monitoring and evaluation. The results of the activities indicate that the application of digital technology can significantly increase information accessibility, expand the visibility of tourist villages, and strengthen the image and attractiveness of destinations in the eyes of the wider community. The existence of websites as official information centers and social media as interactive communication tools have proven effective in expanding promotional reach, increasing tourist interest, and supporting the marketing of local creative economy products. In addition, digitalization also encourages increased digital literacy, community participation, and human resource capacity in managing village potential independently. Other positive impacts are seen in increased local economic activity, the formation of a professional village image, and the growth of collective awareness to maintain the sustainability of tourist village development.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Efrinal, et al. (2026). Digitalisasi Ekonomi Kreatif Desa Wisata Melalui Pembuatan Website dan Media Sosial, 4(3). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4944>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi kreatif dan pariwisata (Suli Da'im et al., 2025). Digitalisasi tidak lagi sekadar menjadi pilihan, melainkan kebutuhan strategis bagi masyarakat dan pelaku usaha agar mampu bertahan dan bersaing di tengah dinamika global yang semakin kompetitif (Suvianti et al., 2025). Dalam konteks ini, desa wisata sebagai salah satu penggerak ekonomi lokal dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi guna meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan pasar.

Desa wisata memiliki potensi besar sebagai penggerak perekonomian masyarakat berbasis kearifan lokal, budaya, dan sumber daya alam (Sudiarti et al., 2025). Keunikan tradisi, seni, kuliner, serta keindahan alam yang dimiliki desa menjadi modal utama dalam pengembangan ekonomi kreatif (Hamid Hanafi Hanan et al., 2024). Namun, potensi tersebut sering kali belum dikelola secara optimal akibat keterbatasan akses informasi, promosi, dan pemasaran yang masih bersifat konvensional (Sabani et al., 2025). Kondisi ini menyebabkan produk dan daya tarik desa wisata kurang dikenal oleh masyarakat luas, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang baru bagi desa wisata untuk meningkatkan visibilitas dan daya saingnya (Buana et al., 2025). Pemanfaatan website dan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi memungkinkan desa wisata menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif efisien (Safitri & Taufiq Maulana Ramdan, 2025). Melalui platform digital, informasi mengenai potensi wisata, produk kreatif, kegiatan budaya, serta layanan yang tersedia dapat disampaikan secara cepat, akurat, dan menarik kepada calon wisatawan (Arum Rakhmasari Octivaningsih et al., 2025).

Digitalisasi ekonomi kreatif melalui pembuatan website menjadi langkah strategis dalam membangun identitas dan citra desa wisata (Pebrianto et al., 2024). Website tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana branding yang mampu menampilkan karakteristik, nilai budaya, serta keunggulan kompetitif desa (Astuti et al., 2025). Dengan tampilan yang profesional dan konten yang informatif, website dapat meningkatkan kepercayaan publik serta mendorong minat kunjungan wisatawan.

Selain website, pemanfaatan media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam memperluas jangkauan promosi desa wisata. Media sosial memungkinkan interaksi dua arah antara pengelola desa dan masyarakat luas, sehingga tercipta komunikasi yang lebih dinamis dan partisipatif (Zaxrie, 2024). Melalui konten visual seperti foto, video, dan cerita digital, potensi desa dapat disajikan secara lebih menarik dan mudah diakses oleh berbagai kalangan (Hanindharputri et al., 2022).

Namun demikian, proses digitalisasi ekonomi kreatif di desa wisata tidak terlepas dari berbagai tantangan. Keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki literasi digital, minimnya pemahaman terhadap strategi pemasaran digital, serta kurangnya infrastruktur pendukung menjadi hambatan utama dalam implementasi digitalisasi (Yuliana & Natalia, 2025). Kondisi ini menyebabkan pemanfaatan website dan media sosial sering kali belum optimal dan belum mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan ekonomi masyarakat.

Oleh karena itu, diperlukan upaya sistematis untuk mendorong transformasi digital di desa wisata melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan website serta pemanfaatan media sosial menjadi langkah penting agar masyarakat desa mampu mengelola platform digital secara mandiri dan berkelanjutan (Sari et al., 2025). Dengan keterampilan yang memadai, pelaku ekonomi kreatif dapat mengoptimalkan teknologi sebagai sarana promosi, pemasaran, dan pengembangan usaha.

Digitalisasi ekonomi kreatif juga berperan penting dalam mendorong tumbuhnya inovasi dan kreativitas masyarakat desa. Melalui pemanfaatan teknologi digital, para pelaku usaha lokal memiliki ruang yang lebih luas untuk mengembangkan produk yang lebih variatif, meningkatkan kualitas layanan, serta menciptakan pengalaman wisata yang lebih interaktif dan berkesan bagi pengunjung (Muna et al., 2025). Akses terhadap informasi, tren pasar, dan inspirasi global turut mendorong munculnya ide-ide baru yang relevan dengan kebutuhan wisatawan. Inovasi yang dihasilkan tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk lokal, tetapi juga memperkuat daya saing desa wisata di tengah persaingan global yang semakin dinamis dan kompetitif.

Selain aspek ekonomi, digitalisasi juga memberikan kontribusi penting terhadap pelestarian budaya dan kearifan lokal yang dimiliki desa. Melalui penyajian konten digital berupa dokumentasi tradisi, seni pertunjukan, adat istiadat, serta cerita lokal, nilai-nilai budaya dapat dikenalkan kepada masyarakat yang lebih luas, termasuk generasi muda. Konten tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media edukasi dan upaya pelestarian warisan budaya agar tidak tergerus oleh perkembangan zaman. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya berorientasi pada peningkatan ekonomi, melainkan juga mendukung keberlanjutan sosial dan budaya masyarakat desa secara menyeluruh.

Penerapan website dan media sosial sebagai bagian dari strategi digitalisasi juga berperan penting dalam mewujudkan tata kelola desa wisata yang lebih transparan dan akuntabel. Melalui platform digital, informasi mengenai program kerja, kegiatan wisata, penggunaan anggaran, serta layanan desa dapat disampaikan secara terbuka dan mudah diakses oleh masyarakat. Keterbukaan informasi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik, tetapi juga mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam proses perencanaan dan pengawasan pembangunan desa (Karinda et al., 2024). Dengan demikian, digitalisasi turut memperkuat penerapan prinsip *good governance* yang menekankan transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi sebagai fondasi utama dalam pengelolaan sumber daya desa secara berkelanjutan.

Di sisi lain, digitalisasi ekonomi kreatif turut membuka peluang kolaborasi yang lebih luas dengan berbagai pihak, baik pemerintah, sektor swasta, maupun komunitas kreatif. Melalui pemanfaatan jaringan digital, desa wisata dapat menjalin kerja sama yang lebih efektif dalam bentuk promosi bersama, pengembangan produk unggulan, hingga peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan. Kolaborasi lintas sektor ini tidak hanya memperluas akses terhadap sumber daya dan pengetahuan, tetapi juga memperkuat sinergi antar pemangku kepentingan. Dengan demikian, terbentuk ekosistem pariwisata berbasis komunitas yang lebih inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Pengembangan website dan media sosial juga berperan sebagai sarana dokumentasi dan arsip digital yang mampu merekam secara sistematis perjalanan serta perkembangan desa wisata dari waktu ke waktu. Dokumentasi ini tidak hanya berfungsi sebagai bahan promosi, tetapi juga menjadi sumber informasi yang penting bagi pengelola, pemerintah desa, maupun pemangku kepentingan lainnya dalam melakukan perencanaan dan evaluasi program pengembangan (Putra et al., 2024). Dengan tersedianya data dan informasi yang terdokumentasi secara digital, proses pengambilan keputusan dapat dilakukan secara lebih akurat, terukur, dan berbasis bukti, sehingga mendukung keberlanjutan pengelolaan desa wisata secara lebih efektif dan berorientasi jangka panjang.

Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, digitalisasi ekonomi kreatif desa wisata sejalan dengan upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat tanpa mengabaikan aspek lingkungan dan sosial. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pengelolaan potensi wisata dilakukan secara lebih efisien, transparan, dan terukur, sehingga mampu mendukung keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan (Minanda et al., 2024). Selain itu, penggunaan media digital dapat mengurangi ketergantungan pada promosi konvensional yang membutuhkan biaya besar serta konsumsi sumber daya fisik yang tinggi, sehingga lebih ramah lingkungan.

Selain itu, keberadaan platform digital memungkinkan desa wisata untuk merespons perubahan tren pariwisata secara lebih cepat dan adaptif. Perubahan preferensi wisatawan, seperti meningkatnya minat terhadap wisata berbasis pengalaman, kearifan lokal, dan budaya masyarakat setempat, dapat diakomodasi melalui penyajian konten digital yang informatif, kreatif, dan menarik (Huda et al., 2024). Melalui pemanfaatan media sosial, website, serta berbagai kanal digital lainnya, desa wisata dapat menampilkan keunikan lokal secara lebih interaktif, sehingga mampu membangun daya tarik emosional bagi calon wisatawan sekaligus memperkuat citra destinasi di tengah persaingan pariwisata yang semakin dinamis.

Pentingnya digitalisasi ekonomi kreatif juga semakin terlihat seiring meningkatnya persaingan antar destinasi wisata di berbagai daerah. Desa wisata yang mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal, seperti melalui pemanfaatan media sosial, platform pemasaran daring, dan sistem informasi berbasis digital, akan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan desa yang masih bergantung pada metode konvensional. Oleh karena itu, transformasi digital menjadi faktor penentu

dalam menjaga keberlanjutan, meningkatkan daya saing, serta mendorong pertumbuhan desa wisata agar mampu beradaptasi dan berkembang di tengah dinamika era modern yang serba digital.

Upaya digitalisasi melalui pembuatan website dan pengelolaan media sosial juga memberikan ruang yang lebih luas bagi generasi muda desa untuk berperan aktif dalam proses pembangunan. Keterlibatan generasi muda yang memiliki literasi teknologi yang baik dapat mendorong lahirnya berbagai inovasi kreatif, mulai dari pengemasan konten promosi hingga pengembangan layanan digital berbasis potensi lokal (Mutiatul Astna et al., 2025). Selain itu, partisipasi aktif generasi muda turut menumbuhkan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap pengembangan desa. Hal ini sekaligus menjadi strategi yang efektif untuk menekan laju urbanisasi, karena terciptanya peluang ekonomi baru di tingkat lokal mampu memberikan alternatif lapangan kerja yang menjanjikan tanpa harus meninggalkan desa.

Secara keseluruhan, digitalisasi ekonomi kreatif desa wisata merupakan langkah strategis yang mampu mengintegrasikan potensi lokal dengan teknologi global. Melalui pemanfaatan website dan media sosial, desa wisata dapat meningkatkan daya saing, memperluas jaringan pasar, serta memperkuat identitas lokal di tengah arus globalisasi. Dengan demikian, digitalisasi bukan hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga instrumen pembangunan berkelanjutan yang mendukung kesejahteraan masyarakat desa secara menyeluruh.

Oleh karena itu, pengembangan digitalisasi ekonomi kreatif melalui pembuatan website dan media sosial perlu dipandang sebagai bagian integral dari strategi pembangunan desa wisata yang berkelanjutan. Upaya ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media penguatan identitas lokal, peningkatan akses pasar, serta perluasan jejaring kerja sama. Sinergi yang kuat antara pemerintah, masyarakat, pelaku usaha, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya menjadi faktor kunci dalam menciptakan tata kelola desa wisata yang adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi. Dengan kolaborasi yang efektif, desa wisata diharapkan mampu tumbuh menjadi entitas yang mandiri, inovatif, dan memiliki daya saing tinggi di tengah dinamika era digital.

METODE

Analisis Kebutuhan dan Potensi Desa Wisata

Tahap awal pelaksanaan kegiatan difokuskan pada identifikasi kondisi aktual desa wisata, baik dari sisi potensi ekonomi kreatif, sumber daya manusia, maupun kesiapan infrastruktur digital. Analisis ini dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara dengan perangkat desa, pelaku UMKM, pengelola wisata, serta tokoh masyarakat setempat. Tujuannya adalah untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai jenis produk unggulan, karakteristik wisatawan, tingkat pemanfaatan teknologi informasi, serta kendala yang dihadapi dalam pemasaran dan promosi. Hasil analisis kebutuhan ini menjadi dasar perencanaan strategi digitalisasi yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan desa, sehingga program yang dirancang bersifat tepat sasaran dan berkelanjutan.

Perencanaan Konsep Digitalisasi Ekonomi Kreatif

Setelah kebutuhan dan potensi desa teridentifikasi, tahap selanjutnya adalah penyusunan konsep digitalisasi ekonomi kreatif. Pada tahap ini dilakukan perumusan tujuan, sasaran, serta strategi pengembangan digital yang akan diterapkan, termasuk penentuan jenis konten, target audiens, dan platform digital yang akan digunakan. Konsep ini disusun secara partisipatif dengan melibatkan perangkat desa, pelaku UMKM, serta perwakilan komunitas lokal agar memiliki rasa kepemilikan terhadap program. Perencanaan yang matang menjadi fondasi penting agar website dan media sosial yang dikembangkan mampu merepresentasikan identitas desa wisata secara utuh dan menarik.

Pengembangan Website Desa Wisata

Tahap ini berfokus pada pembuatan website sebagai pusat informasi digital desa wisata. Website dirancang dengan tampilan yang menarik, mudah diakses, dan ramah pengguna (*user friendly*). Konten website mencakup profil desa, potensi wisata, produk ekonomi kreatif, kalender kegiatan, informasi layanan, serta kontak yang dapat dihubungi. Selain itu, website juga dilengkapi dengan fitur pendukung seperti galeri foto dan video, peta lokasi, serta integrasi dengan media sosial. Pengembangan website tidak hanya menitikberatkan pada aspek visual, tetapi juga pada kemudahan pengelolaan agar dapat diperbarui secara mandiri oleh pengelola desa.

Pembuatan dan Optimalisasi Media Sosial

Media sosial dimanfaatkan sebagai sarana promosi yang efektif dan berjangkauan luas. Pada tahap ini dilakukan pembuatan serta pengelolaan akun media sosial resmi desa wisata, seperti Instagram, Facebook, dan platform lain yang relevan. Konten yang disajikan dirancang secara kreatif, informatif, dan konsisten, meliputi promosi destinasi wisata, produk UMKM, aktivitas budaya, serta cerita menarik seputar kehidupan desa. Selain itu, dilakukan pula pelatihan terkait strategi konten digital, teknik fotografi dan videografi sederhana, penulisan caption yang menarik, serta pemanfaatan fitur interaksi untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

Pelatihan dan Pendampingan Pengelola

Agar digitalisasi dapat berjalan secara berkelanjutan, dilakukan pelatihan dan pendampingan kepada pengelola desa wisata dan pelaku UMKM. Pelatihan ini mencakup pengelolaan website, pengelolaan media sosial, dasar-dasar pemasaran digital, serta pengelolaan konten secara konsisten. Pendampingan dilakukan secara bertahap agar peserta tidak hanya memahami secara teori, tetapi juga mampu mempraktikkan langsung keterampilan yang diperoleh. Dengan demikian, kapasitas sumber daya manusia desa dapat meningkat dan mampu mengelola platform digital secara mandiri.

Implementasi dan Uji Coba Sistem Digital

Setelah website dan media sosial siap digunakan, dilakukan tahap implementasi dan uji coba secara langsung. Pada tahap ini, seluruh fitur diuji untuk memastikan fungsinya berjalan dengan baik, mulai dari akses informasi, tampilan konten, hingga respons pengguna. Uji coba ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi kendala teknis maupun non-teknis yang mungkin muncul selama penggunaan awal. Masukan dari pengguna dan pengelola desa menjadi bahan evaluasi untuk penyempurnaan sistem sebelum digunakan secara optimal dalam jangka panjang.

Monitoring dan Evaluasi

Tahap akhir dari metode pelaksanaan adalah monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas digitalisasi ekonomi kreatif desa. Evaluasi dilakukan dengan melihat peningkatan kunjungan wisata, interaksi di media sosial, serta dampak terhadap pendapatan pelaku UMKM. Hasil evaluasi ini digunakan sebagai dasar perbaikan dan pengembangan lebih lanjut, baik dari sisi konten, teknologi, maupun strategi promosi. Dengan adanya proses monitoring yang berkelanjutan, digitalisasi ekonomi kreatif desa diharapkan dapat terus berkembang dan memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Akses Informasi dan Visibilitas Desa Wisata

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi melalui pengembangan website dan pemanfaatan media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan aksesibilitas informasi mengenai desa wisata. Sebelum adanya transformasi digital, penyebaran informasi terkait potensi wisata, produk ekonomi kreatif, serta aktivitas sosial dan budaya masyarakat desa masih sangat terbatas, umumnya mengandalkan komunikasi lisan, brosur cetak, atau promosi dari mulut ke mulut yang jangkauannya relatif sempit. Kondisi tersebut menyebabkan informasi tentang desa wisata sulit diakses oleh masyarakat luas, khususnya calon wisatawan dari luar daerah yang membutuhkan sumber informasi yang cepat, akurat, dan terpercaya.

Setelah website dan media sosial dikembangkan, terjadi perubahan yang signifikan dalam pola penyebaran informasi. Website berfungsi sebagai pusat informasi resmi yang terstruktur dan komprehensif, memuat berbagai konten penting seperti profil desa, sejarah dan keunikan lokal, potensi wisata alam dan budaya, produk ekonomi kreatif, kalender kegiatan, hingga informasi kontak dan akses lokasi. Keberadaan website ini tidak hanya meningkatkan kredibilitas desa wisata di mata publik, tetapi juga memudahkan wisatawan dalam memperoleh gambaran menyeluruh sebelum melakukan kunjungan. Selain itu, website memungkinkan pembaruan informasi secara berkala sehingga konten yang disajikan selalu relevan dan aktual.

Sementara itu, media sosial berperan sebagai sarana pendukung yang bersifat dinamis dan interaktif. Melalui platform media sosial, informasi dapat disebarluaskan secara lebih cepat, luas, dan menarik dengan memanfaatkan konten visual seperti foto, video, serta narasi singkat yang komunikatif. Interaksi langsung antara pengelola desa wisata dan masyarakat atau calon wisatawan juga dapat terjalin dengan lebih intens melalui fitur komentar, pesan, dan berbagi konten. Hal ini tidak hanya meningkatkan

keterlibatan audiens, tetapi juga memperkuat citra desa wisata sebagai destinasi yang aktif, terbuka, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Secara keseluruhan, digitalisasi melalui website dan media sosial terbukti mampu meningkatkan visibilitas desa wisata secara signifikan di ruang digital. Jangkauan promosi yang sebelumnya terbatas kini meluas hingga ke tingkat regional, nasional, bahkan berpotensi internasional. Kondisi ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan minat kunjungan wisatawan serta membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat desa, khususnya pelaku usaha kreatif lokal. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya berperan sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi strategi penting dalam mendorong pengembangan dan keberlanjutan desa wisata secara menyeluruh.

Peningkatan Daya Tarik dan Citra Desa Wisata

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa keberadaan website dan media sosial memberikan kontribusi yang sangat signifikan dalam membentuk dan memperkuat citra positif desa wisata di ruang digital. Melalui pengelolaan konten yang terencana dan berkelanjutan, desa wisata mampu menampilkan identitasnya secara lebih profesional, modern, dan menarik. Penyajian konten visual berupa foto dan video berkualitas tinggi menjadi elemen penting dalam proses ini, karena mampu menggambarkan keindahan alam, kekayaan budaya lokal, serta aktivitas ekonomi kreatif masyarakat secara lebih nyata dan persuasif. Visualisasi yang menarik tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana storytelling yang mampu membangun kesan emosional dan meningkatkan ketertarikan calon wisatawan.

Keberadaan konten digital yang konsisten dan terkurasi dengan baik turut membentuk persepsi positif terhadap desa wisata sebagai destinasi yang dikelola secara serius dan berorientasi pada kualitas. Hal ini menjadikan desa wisata memiliki identitas digital yang kuat, mudah dikenali, serta dipercaya oleh masyarakat luas. Citra profesional yang terbentuk melalui website dan media sosial juga meningkatkan kredibilitas desa dalam menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, seperti pelaku industri pariwisata, pemerintah, maupun mitra swasta.

Lebih jauh, dampak positif dari peningkatan citra ini tidak hanya dirasakan oleh wisatawan, tetapi juga oleh masyarakat desa itu sendiri. Masyarakat menjadi lebih bangga terhadap potensi yang dimiliki desanya ketika melihat kekayaan lokal mereka diangkat dan diapresiasi secara luas melalui media digital. Rasa bangga tersebut mendorong tumbuhnya kesadaran kolektif untuk menjaga lingkungan, melestarikan budaya, serta berpartisipasi aktif dalam pengembangan desa wisata. Dengan demikian, keberadaan website dan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat yang memperkuat identitas lokal dan mendukung keberlanjutan pengembangan desa wisata.

Peningkatan Promosi Produk Ekonomi Kreatif Lokal

Digitalisasi terbukti memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan eksposur produk-produk ekonomi kreatif yang dihasilkan oleh masyarakat desa, seperti kerajinan tangan, kuliner khas, serta berbagai produk olahan berbasis potensi lokal. Melalui pemanfaatan website dan media sosial, produk-produk tersebut dapat ditampilkan secara lebih profesional, informatif, dan menarik, baik dari segi visual maupun narasi yang menyertainya. Konten digital yang disajikan tidak hanya menampilkan bentuk produk, tetapi juga menceritakan proses pembuatan, nilai budaya, serta keunikan lokal yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Keberadaan platform digital memungkinkan pelaku usaha desa untuk menjangkau pasar yang jauh lebih luas dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional. Jika sebelumnya penjualan hanya bergantung pada kunjungan langsung wisatawan atau pasar lokal, kini produk dapat dikenal oleh calon konsumen dari berbagai daerah bahkan lintas wilayah. Media sosial berperan penting dalam memperluas jangkauan promosi melalui fitur berbagi, interaksi, dan visualisasi yang menarik, sementara website berfungsi sebagai etalase digital yang memberikan informasi lengkap mengenai produk, harga, cara pemesanan, serta profil pelaku usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa publikasi yang dilakukan secara konsisten melalui media digital mampu meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen terhadap produk lokal. Konsumen cenderung lebih tertarik pada produk yang ditampilkan secara profesional, memiliki identitas yang jelas, serta didukung oleh narasi yang autentik. Peningkatan minat tersebut secara langsung berdampak pada

meningkatnya permintaan dan penjualan produk, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha ekonomi kreatif di desa.

Lebih jauh, digitalisasi juga mendorong perubahan pola pikir pelaku usaha dari yang sebelumnya bersifat tradisional menjadi lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Pelaku usaha mulai menyadari pentingnya branding, kualitas visual, dan komunikasi digital dalam memenangkan persaingan pasar. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya berperan sebagai sarana promosi semata, tetapi juga menjadi katalis dalam memperkuat daya saing, kemandirian ekonomi, serta keberlanjutan usaha masyarakat desa secara keseluruhan.

Peningkatan Literasi dan Kapasitas Digital Masyarakat

Penelitian ini menunjukkan bahwa proses digitalisasi memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan literasi digital masyarakat desa. Melalui rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan, masyarakat tidak hanya diperkenalkan pada teknologi digital, tetapi juga dibekali dengan keterampilan praktis dalam mengelola dan memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal. Pelatihan mencakup berbagai aspek, mulai dari pengelolaan website desa, pembuatan dan pengolahan konten digital, hingga pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi, promosi, dan pemasaran produk lokal.

Seiring dengan meningkatnya pemahaman teknis, masyarakat mulai menunjukkan perubahan sikap yang positif terhadap penggunaan teknologi. Jika sebelumnya teknologi digital dipandang sebagai sesuatu yang rumit atau sulit diakses, kini masyarakat menjadi lebih percaya diri dan terbuka dalam memanfaatkannya untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Proses pembelajaran yang bersifat partisipatif turut mendorong munculnya rasa memiliki terhadap platform digital yang dikembangkan, sehingga masyarakat terdorong untuk terlibat aktif dalam pengelolaan dan pengembangan konten secara berkelanjutan.

Peningkatan literasi digital ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memberikan pengaruh signifikan terhadap pola pikir dan budaya masyarakat. Masyarakat menjadi lebih adaptif terhadap perubahan, lebih kreatif dalam menggali potensi lokal, serta lebih inovatif dalam mencari solusi atas berbagai tantangan yang dihadapi. Selain itu, kemampuan untuk mengakses dan memanfaatkan informasi secara mandiri turut memperkuat posisi masyarakat dalam menghadapi dinamika perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat.

Secara keseluruhan, digitalisasi berperan sebagai katalis dalam membangun sumber daya manusia yang unggul di tingkat desa. Dengan meningkatnya literasi digital, masyarakat tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga mampu memanfaatkannya secara strategis untuk mendukung pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya berorientasi pada aspek teknis, melainkan juga pada penguatan kapasitas dan kemandirian masyarakat desa dalam menghadapi tantangan masa depan.

Peningkatan Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Desa Wisata

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa proses digitalisasi memberikan kontribusi nyata terhadap meningkatnya partisipasi masyarakat dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata. Kehadiran platform digital seperti website dan media sosial yang mudah diakses telah membuka ruang partisipasi yang lebih luas bagi masyarakat untuk terlibat secara aktif. Masyarakat tidak lagi berperan sebagai pihak pasif, melainkan menjadi bagian penting dalam proses promosi, penyebaran informasi, serta penguatan citra desa wisata melalui berbagai bentuk kontribusi digital.

Melalui platform digital tersebut, masyarakat dapat berperan langsung dalam pembuatan dan penyebaran konten, seperti membagikan foto, video, cerita budaya, maupun informasi kegiatan desa. Keterlibatan ini tidak hanya meningkatkan jumlah dan ragam konten yang tersedia, tetapi juga mencerminkan keberagaman perspektif dan kekayaan lokal yang dimiliki desa. Interaksi yang terbangun antara masyarakat dan wisatawan melalui kolom komentar, pesan, atau media sosial turut memperkuat hubungan emosional serta meningkatkan kepercayaan terhadap desa wisata sebagai destinasi yang ramah dan terbuka.

Partisipasi aktif masyarakat dalam proses digitalisasi ini secara bertahap menumbuhkan rasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap desa wisata. Masyarakat merasa bahwa keberhasilan dan citra positif desa merupakan hasil dari kontribusi bersama, sehingga muncul kesadaran untuk menjaga kualitas layanan, kelestarian lingkungan, dan nilai-nilai budaya lokal. Rasa memiliki ini menjadi modal

sosial yang sangat penting dalam menjaga keberlanjutan program pengembangan desa wisata dalam jangka panjang.

Lebih jauh, meningkatnya partisipasi masyarakat juga memperkuat kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah desa, pelaku usaha lokal, kelompok sadar wisata, dan komunitas masyarakat. Kolaborasi yang terbangun melalui komunikasi digital yang efektif memungkinkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program dilakukan secara lebih terbuka dan partisipatif. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana teknologi, tetapi juga sebagai medium yang memperkuat sinergi sosial dan kelembagaan dalam pengelolaan desa wisata secara berkelanjutan.

Peningkatan Kunjungan Wisatawan dan Aktivitas Ekonomi Lokal

Hasil kegiatan menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan setelah penerapan website dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi desa wisata. Ketersediaan informasi yang mudah diakses, lengkap, dan menarik melalui platform digital membuat calon wisatawan lebih mudah mengenal potensi desa, mulai dari daya tarik alam, budaya, hingga aktivitas wisata yang ditawarkan. Informasi yang disajikan secara konsisten dan diperbarui secara berkala mampu meningkatkan kepercayaan wisatawan serta mendorong minat untuk melakukan kunjungan secara langsung.

Keberadaan website sebagai pusat informasi resmi memberikan gambaran yang jelas dan terstruktur mengenai destinasi wisata, sementara media sosial berperan dalam memperluas jangkauan promosi melalui penyebaran konten visual yang menarik dan interaktif. Kombinasi kedua media tersebut menciptakan efek promosi yang berkelanjutan, di mana informasi tentang desa wisata dapat dengan mudah dibagikan dari satu pengguna ke pengguna lainnya. Hal ini secara signifikan meningkatkan visibilitas desa wisata di ruang digital dan memperluas pasar potensial, baik dari dalam maupun luar daerah.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan tersebut memberikan dampak langsung terhadap aktivitas ekonomi lokal. Meningkatnya arus wisatawan mendorong tumbuhnya permintaan terhadap berbagai produk dan layanan, seperti produk UMKM, kuliner khas, homestay, jasa pemandu wisata, serta layanan transportasi lokal. Kondisi ini tidak hanya meningkatkan pendapatan pelaku usaha, tetapi juga membuka peluang kerja baru bagi masyarakat setempat. Dengan demikian, roda perekonomian desa bergerak lebih dinamis dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih merata.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa digitalisasi berperan sebagai katalisator penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan. Melalui pemanfaatan website dan media sosial, desa wisata mampu meningkatkan daya tariknya, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan dampak ekonomi yang nyata bagi masyarakat. Digitalisasi tidak hanya menjadi alat promosi, tetapi juga strategi pembangunan yang mampu memperkuat ketahanan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dalam jangka panjang.

Penguatan Tata Kelola dan Keberlanjutan Program Digitalisasi

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perbaikan tata kelola pengelolaan desa wisata. Kehadiran sistem informasi berbasis digital memungkinkan proses administrasi, dokumentasi, dan pengelolaan data dilakukan secara lebih tertata, efisien, dan mudah diakses. Informasi terkait kegiatan desa, agenda wisata, data pelaku usaha, hingga arsip dokumentasi kegiatan dapat tersimpan dengan baik dan diperbarui secara berkala, sehingga memudahkan proses perencanaan, evaluasi, serta pengambilan keputusan oleh pengelola desa wisata.

Selain itu, digitalisasi juga meningkatkan efektivitas koordinasi antar pihak yang terlibat, seperti pemerintah desa, kelompok sadar wisata, pelaku UMKM, dan komunitas lokal. Melalui platform digital, komunikasi dapat dilakukan secara lebih cepat dan transparan, baik dalam penyampaian informasi, pembagian tugas, maupun pelaporan kegiatan. Hal ini mengurangi ketergantungan pada pola komunikasi konvensional yang sering kali tidak efisien dan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman. Dengan sistem kerja yang lebih terstruktur, setiap pihak memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas dalam pengelolaan desa wisata.

Pengelolaan website dan media sosial secara berkelanjutan juga mendorong terbentuknya tata kelola yang profesional dan akuntabel. Konten yang dipublikasikan harus melalui proses perencanaan, pengelolaan, dan evaluasi, sehingga menumbuhkan budaya kerja yang lebih sistematis. Transparansi

informasi yang ditampilkan kepada publik turut meningkatkan kepercayaan masyarakat dan pemangku kepentingan terhadap pengelolaan desa wisata. Hal ini menjadi modal penting dalam membangun reputasi dan kredibilitas desa sebagai destinasi wisata yang dikelola secara serius dan berkelanjutan.

Perbaikan tata kelola melalui digitalisasi menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan program pengembangan desa wisata. Digitalisasi tidak lagi dipandang sebagai proyek jangka pendek atau kegiatan insidental, melainkan sebagai strategi jangka panjang yang terintegrasi dalam perencanaan pembangunan desa. Dengan tata kelola yang baik, desa memiliki kapasitas untuk beradaptasi terhadap perubahan, mengelola potensi secara optimal, serta memastikan bahwa pengembangan ekonomi kreatif dapat berlangsung secara berkesinambungan dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.

Tantangan Dalam Implementasi Digitalisasi Ekonomi Kreatif Desa Wisata

Meskipun hasil yang dicapai menunjukkan dampak positif, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan dalam implementasi digitalisasi ekonomi kreatif desa wisata. Tantangan tersebut antara lain:

Keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan teknologi

Salah satu tantangan utama dalam implementasi digitalisasi ekonomi kreatif desa adalah masih terbatasnya sumber daya manusia yang memiliki literasi dan keterampilan digital yang memadai. Banyak pelaku ekonomi kreatif desa yang belum terbiasa menggunakan teknologi digital secara optimal, baik dalam pengelolaan website, media sosial, maupun platform pemasaran daring lainnya. Kondisi ini menyebabkan proses digitalisasi belum dapat berjalan secara maksimal dan membutuhkan pendampingan serta pelatihan berkelanjutan agar masyarakat mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi secara mandiri.

Keterbatasan infrastruktur digital di beberapa wilayah

Tantangan berikutnya berkaitan dengan ketersediaan infrastruktur pendukung digital, seperti jaringan internet yang stabil dan perangkat teknologi yang memadai. Di beberapa wilayah desa, akses internet masih terbatas baik dari segi kecepatan maupun kestabilannya, sehingga menghambat proses pengelolaan dan pembaruan konten digital secara rutin. Keterbatasan ini berdampak pada kurang optimalnya pemanfaatan website dan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan masyarakat luas.

Konsistensi dalam pengelolaan konten digital

Pengelolaan konten digital yang berkelanjutan menjadi tantangan tersendiri dalam implementasi digitalisasi ekonomi kreatif desa. Konsistensi dalam memperbarui informasi, memproduksi konten yang menarik, serta menjaga kualitas visual dan narasi membutuhkan komitmen serta pembagian tugas yang jelas. Tanpa manajemen konten yang terstruktur, platform digital yang telah dibangun berisiko menjadi tidak aktif atau kurang menarik bagi audiens.

SIMPULAN

Digitalisasi ekonomi kreatif melalui pemanfaatan website dan media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap pengembangan desa wisata secara menyeluruh. Penerapan teknologi digital terbukti mampu meningkatkan akses informasi, memperluas jangkauan promosi, serta memperkuat visibilitas desa wisata di ruang publik. Melalui penyediaan informasi yang terstruktur, mudah diakses, dan menarik, desa wisata mampu menjangkau audiens yang lebih luas serta membangun citra yang lebih profesional dan terpercaya.

Selain itu, digitalisasi juga berperan penting dalam meningkatkan daya tarik dan citra desa wisata. Penyajian konten visual yang berkualitas serta narasi yang menggambarkan keunikan lokal mampu membangun identitas desa secara kuat dan membedakannya dari destinasi lain. Hal ini tidak hanya berdampak pada meningkatnya minat kunjungan wisatawan, tetapi juga menumbuhkan rasa bangga masyarakat terhadap potensi daerahnya. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, melainkan juga sebagai sarana penguatan identitas dan karakter desa wisata.

Dari sisi ekonomi, pemanfaatan website dan media sosial terbukti mendorong peningkatan promosi produk ekonomi kreatif lokal. Produk-produk UMKM menjadi lebih dikenal luas, memiliki nilai tambah, serta mampu menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan sebelumnya. Kondisi ini memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha dan mendorong tumbuhnya aktivitas ekonomi lokal secara berkelanjutan. Selain itu, digitalisasi juga memicu perubahan

pola pikir masyarakat menjadi lebih adaptif, inovatif, dan terbuka terhadap pemanfaatan teknologi dalam kegiatan ekonomi.

Di sisi lain, proses digitalisasi turut meningkatkan literasi digital dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan desa wisata. Masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga terlibat aktif dalam produksi konten, pengelolaan informasi, serta promosi desa. Keterlibatan ini memperkuat rasa memiliki dan tanggung jawab bersama terhadap keberlanjutan desa wisata. Meski demikian, masih terdapat tantangan berupa keterbatasan sumber daya manusia, infrastruktur digital, dan konsistensi pengelolaan konten yang perlu terus diatasi melalui pendampingan dan penguatan kapasitas.

Secara keseluruhan, digitalisasi ekonomi kreatif melalui pembuatan website dan media sosial terbukti menjadi strategi yang efektif dalam mendukung pengembangan desa wisata secara berkelanjutan. Dengan pengelolaan yang terencana, dukungan sumber daya manusia yang memadai, serta komitmen bersama dari seluruh pemangku kepentingan, digitalisasi dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi lokal, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan penguatan daya saing desa wisata di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pemerintah desa beserta seluruh perangkat desa yang telah memberikan izin, dukungan, dan kerja sama selama proses penelitian berlangsung. Apresiasi juga diberikan kepada para pelaku ekonomi kreatif, pelaku UMKM, serta masyarakat desa yang telah berpartisipasi secara aktif, memberikan informasi, dan berkontribusi dalam setiap tahapan kegiatan penelitian.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak pendamping, narasumber, serta seluruh pihak yang telah memberikan masukan, saran, dan dukungan teknis, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Tidak lupa, apresiasi setinggi-tingginya disampaikan kepada tim pelaksana yang telah bekerja sama dengan penuh dedikasi, tanggung jawab, dan semangat kolaboratif dalam mendukung proses pengumpulan data, analisis, hingga penyusunan laporan.

Akhir kata, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan desa wisata, peningkatan ekonomi kreatif masyarakat, serta menjadi referensi bagi pihak-pihak yang ingin mengembangkan program serupa di masa mendatang. Semoga segala kontribusi yang telah diberikan mendapatkan balasan yang sebaik-baiknya.

REFERENSI

- Arum Rakhmasari Octivaningsih, Muhammad Sabir, Nurjanna Ladjin, Asminar Mokodongan, & Andriya Risdiyanto. (2025). Pengembangan Pariwisata Ekonomi Kreatif Terpadu Untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6885–6894. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2883>
- Astuti, A. M. T., Rismawan, W. T., Prameswari, S. A., Hafizh, M., Prakosa, I. M. D., Gemilang, G. P. S., Khairunnisa, F. A. Z., Andira, D., Prabandari, A. K. D., & Maharani, Z. (2025). Pemberdayaan Potensi Desa Tunggul Melalui Aktivasi Website dan Branding Desa sebagai Upaya Menghadapi Era Digitalisasi. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(3), 4656–4664.
- Buana, C. L., Pamungkas, R. J. A., Muntaha, R. F., & Umami, Z. (2025). Membangun Identitas Desa Wisata Tajuk melalui Website menggunakan Metode Waterfall: Analisis Komunikasi dan Strategi Digital Branding. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6(1), 261–272. <https://doi.org/10.35870/jimik.v6i1.1147>
- Hamid Hanafi Hanan, Arkan Zahri, Afti Hilya Maulida, Qurrotul Aini, Salsabila Anis Widya, & Zuanita Adriyani. (2024). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Seni Dan Budaya Dalam Menumbuhkan Eksistensi Desa Wisata Dikabupaten Kendal. *Pemberdayaan Masyarakat : Jurnal Aksi Sosial*, 1(4), 01–09. <https://doi.org/10.62383/aksisosial.v1i4.624>
- Hanindharputri, M. A., Ariesta, I. G. B. B. B., & Utami, S. (2022). Konten Visual Instagram Sebagai Upaya Branding Desa Wisata Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Instagram Desa Kemiren, Desa Penglipuran, da Desa Waerebo). *Jurnal Bahasa Rupa*, 6(1), 90–98.

- Huda, A. N., Cahyaningtyas, A. R., Cahyani, A. D., Afilia, D. R., Huda, R. A., Ilahi, Z. R., & Setyanto, A. R. (2024). *Dinamika Preferensi Konsumen Dan Dampak Ekonomi Pariwisata Dari Wisata Alam Wira Garden Di Kota Bandar Lampung Arawidha Ratri Cahyaningtyas Aulya Dwi Cahyani Duhan Rofif Afilia Zadli Rahma Ilahi Alief Rahman Setyanto*. 2(12), 119–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3049>
- Karinda, K., Kede, A., Septiana, G. L., Jayalangi, L. O. S., Sibay, S., & Ulfa, M. (2024). Integrasi Komunikasi Pemerintahan Digital Melalui Situs Web Resmi: Studi Kasus di Desa Tontouan, Kecamatan Luwuk. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 5(2), 13. <https://doi.org/10.47134/villages.v5i2.110>
- Minanda, H., Ulya, B. N., & Hulfa, I. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata Di Desa Wisata Kembang Kuning Lombok Timur. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 13(1), 115–122. <https://doi.org/10.47492/jih.v13i1.3379>
- Muna, A., Maulana, A., Muttaqin, S., & Humaira, N. (2025). Mengembangkan Produk Pariwisata Yang Inovatif Melalui Kewirausahaan. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 4(April), 65–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.36441/snpk.vol4.2025.314>
- Mutiatul Astna, Anita Trisiana, & Nur Azizah. (2025). Literasi Digital Dalam Mendukung Digital Society Menuju Desa Cerdas Melalui Pendidikan Karakter Pada Karang Taruna Desa Mlese. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(2), 719–735. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i2.2147>
- Pebrianto, M., Meiji, N. H. P., Widiyanto, A. A., & Triningsih, L. (2024). Digitalisasi Identitas Lokal: Optimalisasi Website untuk Memperkuat Daya Tarik Desa Pait, Kasembon, Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(4), 3082–3093. <https://doi.org/10.70609/icom.v4i4.5792>
- Putra, K. A. A., Paramitha, A. A. I. I., & Putra, I. G. E. J. (2024). Pengembangan Website Dan Media Sosial Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Desa Wisata Bedulu. *Mitra Mahajana: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 215–223. <https://doi.org/10.37478/mahajana.v5i2.4507>
- Sabani, N., Abdillah, A., Kridaningsih, A., Sirojuddin, A., & Negoro, S. (2025). Sinergi Pengelolaan Sumber Daya Manusia dan Promosi Digital Untuk Pengembangan Ekonomi di Desa Mojowono. *Jurnal JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pembedayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 5(3). <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i3.1543>
- Safitri, D., & Taufiq Maulana Ramdan, A. (2025). Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Membangun Citra Dan Daya Tarik Desa Wisata Mekarlaksana Cikancung Kabupaten Bandung. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 9(1), 69–81. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v9i1.5917>
- Sari, R. A., Luthfiah, N. U., Benz, R. Al, Asri, D., Dewi, D. M., Ariansyah, D., Banderas, A., Nazar, R. F., Aprilia, B., & Choirunnisa, N. (2025). *Pendampingan Pembuatan Website Desa Sebagai Sarana Media Publikasi di Desa Limau Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin*. 6(September), 1239–1249. <https://doi.org/https://doi.org/10.26874/jakw.v6i3.827>
- Sudiarti, S., Rusliana, N., Setyoningrum, N. G., Alam, A., & Syfa, R. H. A. (2025). Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>
- Suli Da'im, Moh Ali, Dina Novita, Moh Ali Fais, & Irwansyah. (2025). Analisis Ekonomi Kreatif Dan Penggunaan Teknologi Digital Studi Tentang Transformasi Dan Peluang Pertumbuhan Bisnis. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 1–14. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1258>
- Suvianti, E., Aprilia, T. D., Cahyati, N. A., & Saputri, E. (2025). *Dinamika Struktur Pasar dan Tantangan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Indonesia*. 209–218. <https://doi.org/https://doi.org/10.58406/jeb.v13i2.2116>
- Yuliana, R. A., & Natalia, N. (2025). Transformasi Digital Desa Ponggok: Tantangan Dan Potensi Menuju Desa Pintar Yang Berkelanjutan. *ACADEMIA: Jurnal Inovasi Riset Akademik*, 5(2), 90–97. <https://doi.org/10.51878/academia.v5i2.4977>
- Zaxrie, S. A. dkk. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Dalam Kehumasan The Role Of Social Media As A Digital. *Indonesian Journal of Digital Public Relations*, 3(1), 26–39.