Jurnal Pengabdian Masyarakat
I-Com: Indonesian Community Journal
Vol. 6 No. 2, Juni 2026, hlmn. 656-671
E-ISSN : 2809-2031 (*online*) | P-ISSN : 2809-2651 (*print*)

Optimalisasi Digital Branding Berbasis Pokdarwis untuk Pengembangan Wisata Berkelanjutan di Desa Rejoyoso Kecamatan Bantur

Urnika Mudhifatul Jannah[1*], Pangestuti Prima Darajat[2], Farid Wahyudi[3], Anggraeni Hadi Pratiwi[4], Priska Choirina[5], Amalia Agung Septarina[6], Syariful Anam[7], Alfin Nurul Choiriyah[8], Aqyla Nailaturrahmah Elhilwa[9], Achmad Dzulfikri Maulana[10]

[1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10] Universitas Islam Raden Rahmat, Malang, Indonesia
*Corresponding author: annaurnika@gmail.com

Received 07-04-2026	*Revised* 12-05-2026	*Published* 10-06-2026

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan strategi *digital branding* melalui Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) guna mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di Desa Rejoyoso, Kecamatan Bantur. Meskipun memiliki potensi wisata alam dan budaya yang menjanjikan, Desa Rejoyoso menghadapi kendala dalam hal promosi digital dan kapasitas sumber daya manusia yang masih terbatas. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi lima tahap utama: observasi dan wawancara, workshop digital branding, pembentukan struktur organisasi Pokdarwis, pendampingan intensif oleh mahasiswa KKN-T UNIRA, serta penyusunan program wisata. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pembentukan Pokdarwis dengan pembagian tugas yang jelas berhasil meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola media sosial seperti Instagram dan TikTok. Selain itu, program ini menghasilkan luaran fisik berupa papan informasi, peta potensi wisata, dan buku sejarah desa yang memperkuat identitas destinasi wisata. Optimalisasi digital branding ini terbukti efektif meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga keseimbangan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam pengembangan pariwisata.

Kata kunci: *Digital Branding*; Pokdarwis; Desa Wisata; Desa Rejoyoso

ABSTRACT

This community service activity aims to optimize digital branding through the Tourism Awareness Group (Pokdarwis) to support sustainable tourism in Rejoyoso Village. Despite its high potential, the village faces challenges in digital promotion and limited human resource capacity. The implementation method consists of five stages: observations, a digital branding workshop, Pokdarwis formation, intensive mentoring by KKN T UNIRA's students , and tourism program development. Results show that establishing Pokdarwis with structured task divisions significantly improved the community's skills in managing social media like Instagram and TikTok. Furthermore, the program produced physical outputs, including information boards, tourism maps, and village history books, which strengthen the destination's identity. This optimization has proven effective in raising public awareness about balancing economic, social, and environmental aspects for sustainable tourism development.

***Keywords**: Digital Branding, Tourism Group (Pokdarwis), Tourism village, Rejoyoso Village*

THIS WORK IS LICENSED UNDER A CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION 4.0 INTERNATIONAL LICENSE

PENDAHULUAN

Desa Rejoyoso, Kecamatan Bantur menjadi salah satu desa yang mempunyai potensi wisata alam dan budaya yang menjanjikan. Keindahan bentang alam pesisir selatan, kekayaan tradisi masyarakat, serta potensi produk UMKM lokal menjadi modal dasar sebagai pengembangan desa wisata berbasis masyarakat. Sektor pariwisata ini tidak hanya merupakan salah satu sumber pendapatan yang paling dapat diandalkan (Frasawi, 2018), tetapi juga merupakan sektor yang dapat menyerap tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan investasi. Namun, kenyataannya potensi tersebut belum terkelola secara optimal khususnya dalam aspek promosi dan pencitraan digital. Era transformasi digital pada masa kini, wisatawan cenderung mencari informasi destinasi wisata di media sosial, mesin pencari, dan platform digital lainnya. Penguatan strategi digital branding merupakan kebutuhan dasar agar Desa Rejoyoso berdaya saing.

Terlebih lagi, keberadaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) sebagai aktor utama penggerak wisata desa memegang peranan strategis dalam proses pengembangan tersebut. Pokdarwis bukan hanya mengelola daya tarik wisata, tetapi juga menciptakan citra destinasi yang positif dan sustainable. Desa wisata sendiri merupakan sebuah konsep pengembangan pariwisata yang menempatkan masyarakat pada upaya menjaga kelestarian lingkungan desa. Selain itu, desa wisata juga menyediakan produk dengan nilai budaya yang tinggi dan melestarikan tradisi yang masih ada (Gustia & Zulfadli, 2022). Desa ini dikenal memiliki ciri khas tertentu yang menjadikannya sebagai tempat tujuan wisata. Ciri khas desa wisata adalah warga yang tetap merawat tradisi dan budaya asli serta belum banyak terpengaruh oleh modernisasi. Ada beberapa faktor tambahan yang mendukung pembentukan desa wisata, seperti makanan yang unik, sistem pertanian, struktur sosial, serta kekayaan alam dan lingkungan (Salsabila & Puspitasari, 2023).

Pokdarwis adalah salah satu elemen penting yang berasal dari masyarakat. Mereka memiliki peranan vital dalam mengelola dan mengembangkan potensi sumber daya alam serta budaya yang ada di suatu desa, sehingga dapat menjadi tempat wisata yang menarik. Tugas Pokdarwis adalah memotivasi masyarakat untuk menyadari pentingnya pariwisata dan menerapkan prinsip Sapta Pesona di area wisata. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang pariwisata, memperkuat peran serta partisipasi masyarakat dalam pembangunan sektor ini, dan memastikan keberhasilan dalam bidang pariwisata. Dengan adanya Pokdarwis, suatu desa diharapkan dapat lebih mudah dalam menciptakan, mengembangkan, dan memajukan pariwisata, yang pada gilirannya akan memberikan manfaat bagi kesejahteraan penduduk setempat.

Namun, kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola media digital, pembuatan konten kreatif, dan strategi pemasaran daring masih sangat terbatas. Kurangnya konsistensi dalam pengelolaan akun sosial media, minimnya narasi branding, dan belum memiliki media promosi terintegrasi dengan konsep wisata

berkelanjutan menjadi beberapa tantangan yang perlu segera diperhatikan. Optimalisasi digital branding berbasis Pokdarwis juga berpotensi meningkatkan partisipasi masyarakat desa secara lebih luas. Dengan pendekatan kolaboratif, masyarakat dapat dilibatkan dalam pembuatan konten promosi, pengemasan paket wisata, hingga pengembangan produk ekonomi kreatif lokal. Dalam konteks ini, isu pengembangan kemitraan dan kolaborasi menjadi perhatian khusus. Hal ini melibatkan berbagai perbedaan di antara semua pemangku kepentingan di sektor pariwisata, khususnya dari aspek-aspek seperti pendanaan, sumber daya manusia, dan jaringan, yang dapat ditingkatkan melalui dukungan dari teknologi dan model tata kelola kolaboratif berbasis informasi di bidang pariwisata. (Sunarto, 2020).

Meskipun gagasan desa wisata berbasis Pokdarwis ini memiliki banyak potensi, implementasinya sering kali menghadapi banyak tantangan. Salah satu masalahnya adalah masyarakat tidak memahami bagaimana mengelola pariwisata berkelanjutan dengan benar. (Junaid & M. Salim, 2019). Strategi ini tidak hanya memperkuat identitas destinasi, tetapi juga menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap program pengembangan wisata. Pemanfaatan platform seperti Instagram, Tiktok, Youtube, website desa, serta marketplace digital dapat menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan promosi dan membangun jejaring kemitraan dengan berbagai pihak. Di sisi lain, tren wisata di Indonesia saat ini semakin mengarah pada konsep wisata yang ramah lingkungan, yang mencoba menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan budaya. Wisatawan saat ini semakin memperhatikan dampak terhadap lingkungan, keaslian budaya setempat, serta peran masyarakat dalam kegiatan wisata.

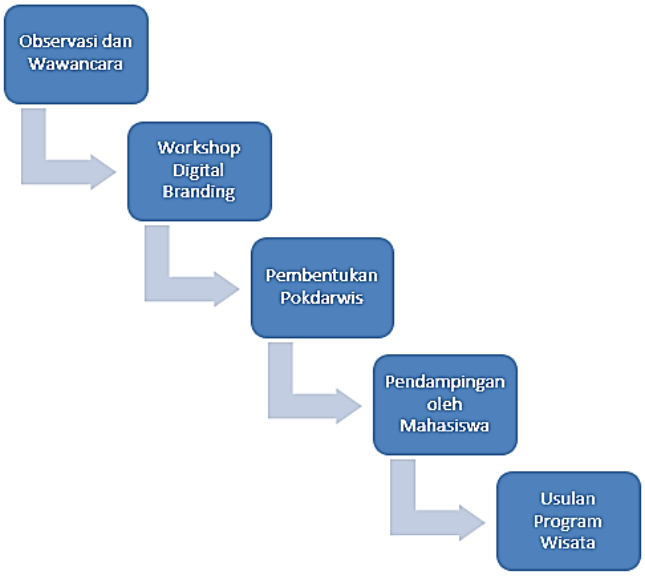
Berdasarkan uraian di atas, masalah utama yang dihadapi Desa Rejoyoso dalam mengembangkan sektor pariwisatanya adalah pengelolaan potensi alam dan budaya yang belum maksimal, terutama dalam promosi dan pencitraan digital. Meskipun desa ini memiliki Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang strategis, keterampilan sumber daya manusia dalam mengelola media digital, membuat konten kreatif, dan merancang strategi pemasaran daring masih sangat terbatas. Situasi ini diperburuk oleh kurangnya konsistensi dalam pengelolaan media sosial, minimnya narasi branding, dan tidak adanya media promosi yang terintegrasi dengan konsep wisata berkelanjutan. Selain itu, ada tantangan dalam pemahaman masyarakat mengenai tata kelola pariwisata berkelanjutan dan perlunya perhatian khusus terhadap pelestarian lingkungan, seperti di lokasi sumber mata air Sumber Buntung.

Solusi untuk mengatasi masalah di Desa Rejoyoso dilakukan dengan memperkuat strategi digital branding berbasis Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Ini dirancang untuk meningkatkan daya saing desa di era digital. Langkah-langkah ini meliputi penggunaan berbagai platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan situs web desa. Tujuannya adalah memperluas jangkauan promosi dan membangun identitas destinasi yang kuat.

Masyarakat Desa Rejoyoso, Kecamatan Bantur, Kabupaten Malang sebagai mitra berperan aktif melalui kolaborasi. Mereka tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga terlibat sebagai aktor utama dalam proses pembuatan konten yang autentik, pengemasan paket wisata yang menarik, dan pengembangan produk ekonomi kreatif lokal. Semua ini bertujuan untuk menciptakan citra destinasi wisata yang positif, berkelanjutan, dan memberikan manfaat ekonomi yang nyata bagi kesejahteraan penduduk setempat.

METODE PELAKSANAAN

Tim KKN-T 01 Universitas Islam Raden Rahmat Malang (UNIRA) bersama Dosen Pendamping Lapangan (DPL) menjalankan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Rejoyoso, Kecamatan Bantur, Kabupaten Malang dari tanggal 12 Januari – 14 Februari 2026. Fokus dari kegiatan ini adalah masyarakat Desa Rejoyo secara umum, dan pengelola wisata Rejoyoso Park. Kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi beberapa tahap, yaitu: (1) Observasi dan Wawancara, (2) Workshop Digital Branding, (3) Pembentukan struktur organisasi pokdarwis, (4) Pendampingan Pokdarwis oleh mahasiswa, (5) Usulan program wisata. Tahapan pengabdian masyarakat dapat dilihat pada gambar 1 berikut :



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Berdasarkan metode pelaksanaan yang ditunjukkan pada Gambar 1, berikut adalah uraian dari masing-masing tahapan kegiatan pengabdian masyrakat yang dilaksanakan di Desa Rejoyoso:

1. Observasi dan Wawancara

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan tahap observasi dan wawancara yang dilakukan secara kolaboratif bersama perangkat desa, tokoh masyarakat, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah, serta calon anggota Pokdarwis di Desa Rejoyoso, Kecamatan Bantur. Tujuan dari fase ini adalah untuk

menemukan potensi wisata, masalah yang ada, dan sejauh mana masyarakat siap untuk mengembangkan desa wisata berbasis digital. Observasi di lapangan difokuskan pada pemetaan daya tarik wisata alam, budaya, dan produk lokal yang memiliki nilai komersial. Sementara itu, wawancara mendalam bertujuan untuk memahami pandangan, harapan, dan komitmen masyarakat mengenai pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Hasil dari tahap ini akan menjadi dasar dalam merancang program yang sesuai dengan kebutuhan nyata di desa.

2. **Workshop Digital Branding**

   Selanjutnya, diadakan Workshop Digital Branding yang bertujuan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia, terutama calon pengurus Pokdarwis, dalam mengelola promosi yang berbasis media digital. Materi yang diajarkan dalam workshop ini mencakup strategi untuk menciptakan identitas merek desa wisata, teknik pembuatan konten kreatif seperti foto, video, dan penulisan, pemanfaatan media sosial, serta cara mengelola akun dengan konsisten dan terukur. Kegiatan ini tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga memberikan pengalaman langsung agar peserta bisa menghasilkan konten promosi yang menarik dan autentik.

3. **Pembentukan Pokdarwis**

   Tahap selanjutnya melibatkan pembentukan struktur organisasi Pokdarwis, yang dilakukan melalui musyawarah dengan partisipasi masyarakat dan pemerintah desa. Tahap ini melibatkan musyawarah dengan masyarakat dan pemerintah desa untuk menyusun struktur organisasi. Fokus utamanya adalah pembagian tugas dan tanggung jawab yang teratur agar pengelolaan pariwisata di Desa Rejoyoso dapat berjalan secara profesional.

4. **Pendampingan oleh Mahasiswa**

   Setelah struktur terbentuk, mahasiswa peserta KKN-T UNIRA akan memberikan pendampingan intensif kepada Pokdarwis untuk mentransfer pengetahuan dan memperkuat kapasitas kelembagaan. Pendampingan ini mencakup bantuan dalam mengelola media sosial, membuat kalender konten, menyusun paket wisata, serta merencanakan kerja dalam jangka pendek dan menengah.

5. **Usulan Program Wisata**

   Pada tahap akhir, program wisata yang diusulkan disusun bersama berdasarkan potensi dan keinginan masyarakat, termasuk pengembangan paket wisata edukasi, wisata alam yang mendukung konservasi, dan mengintegrasikan produk UMKM lokal dalam aktivitas wisata.

Dengan langkah-langkah yang terstruktur ini, kegiatan pengabdian diharapkan dapat membangun fondasi kelembagaan dan strategi promosi yang solid untuk mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di Desa Rejoyoso.

HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Rejoyoso, Kecamatan Bantur, Kabupaten Malang ini memiliki sasaran utama yaitu pengembangan desa wisata dengan mengoptimalkan peran Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata). Kegiatan KKN-T ini dilaksanakan selama 30 hari dengan peserta sebanyak 18 orang mahasiswa dan 1 orang Dosen Pembimbing Lapang (DPL). Salah satu program kerja utama yang dilaksanakan yaitu optimalisasi digital branding berbasis pokdarwis utnuk meningkatkan wisata desa berkelanjutan. Berikut akan diuraikan hasil kegiatan dan dampak yang diterima oleh masyarakat Desa Rejoyoso.

1. Identifikasi Potensi dan Masalah Desa Wisata

Kegiatan pengabdian masyarakat yang bertema Pengembangan Digital Branding melalui Pokdarwis untuk meningkatkan pariwisata berkelanjutan di Desa Rejoyoso, Kecamatan Bantur, dilaksanakan sebagai jawaban atas kebutuhan meningkatkan kemampuan promosi dan manajemen pariwisata desa yang lebih responsif terhadap kemajuan teknologi informasi. Desa Rejoyoso memiliki potensi alam dan budaya yang menjanjikan, namun strategi branding digitalnya masih belum terencana dan tidak berkelanjutan. Dengan pendekatan partisipatif, tim pengabdian berupaya untuk memperkuat peran Pokdarwis sebagai penggerak utama dalam membangun citra destinasi. Kegiatan dimulai dengan mengidentifikasi potensi dan masalah yang ada, yang menunjukkan bahwa tantangan utama adalah kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital, pengemasan konten promosi, dan manajemen organisasi pariwisata yang profesional. Maka dari itu, program ini berfokus pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia agar dapat mengelola promosi secara mandiri dan konsisten.

Berdasarkan hasil obervasi dan wawancara yang dilakukan tim KKN-T 01 , diketahui bahwa Desa Rejoyoso memiliki beberapa objek wisata, antara lain Sumber Buntung, Sumber Pring, Padepokan Gusanto, dan Makam Leluhur Mbah Rogojoso. Secara geografis, wilayah Desa Rejoyoso terletak pada wilayah daratan 200 m di atas permukaan air laut dengan luas 989,48 ha, suhu udara rata-rata 27–33°C, curah hujan rata-rata 0,3 mm. Dengan batas wilayah sebelah Utara yaitu sungai Lesti. Sedangkan batas Timur, Barat, dan Selatan berbatasan dengan wilayah desa lain, yaitu Desa Wonokerto, Desa Karangsar, dan Desa Sumberejo.

Kehidupan masyarakat Desa Rejoyoso berakar kuat pada filosofi nama yang diwariskan oleh sang perintis, Mbah Nirorogoyoso. Nama "Rejoyoso" merupakan sebuah kompas moral yang mendikte etika sosial warganya hingga hari ini. Falsafah utama yang dipegang teguh oleh warga adalah "Rame o ing Gawe". Secara harfiah, Rejo berarti ramai dan Yoso berarti bekerja atau membangun. Hal ini didapat dari hasil wawancara dengan pengelola wisata dan tokoh masyarakat Desa Rejoyoso seperti terlihat pada gambar 2 dan 3 berikut.

Gambar 2. Pengelola Wisata Sumber Buntung

Gambar 3. Wawancara Tokoh Masyarakat

2. Penguatan Kelembagaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)

Pada minggu ketiga pelaksanaan KKN-T, Kelompok 01 mulai tahap pelaksanaan dan penyelesaian rencana kerja utama untuk desa wisata. Fokus utama kegiatan adalah membuat dan menyebarkan konten digital yang berfungsi sebagai bagian dari branding desa wisata dengan memanfaatkan media digital. Di samping itu, desain peta potensi wisata diselesaikan berdasarkan analisis data dan validasi lapangan yang dilakukan pada minggu sebelumnya.

Dilanjutkan dengan proses penyuntingan dan desain buku sejarah wisata desa dilakukan sebagai langkah untuk menyempurnakan naskah, serta pembuatan papan petunjuk arah wisata yang disiapkan dengan koordinasi bersama perangkat desa dan masyarakat setempat. Hasil dari kegiatan ini yaitu struktur organisasi Pokdarwis Desa Rejoyoso dan program kerja wisata berkelanjutan.

Kegiatan selanjutnya yaitu menggelar Workshop Optimalisasi Pokdarwis dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman warga dan pengelola wisata tentang pengembangan desa wisata yang berkelanjutan. Dalam aspek informasi dan edukasi, anggota pokdarwis berkolaborasi dengan mahasiswa merancang dan membuat papan informasi yang menggambarkan sejarah desa untuk memperkuat identitas serta nilai-nilai historis Desa Rejoyoso dalam bentuk konten digital.

Kegiatan ini dilaksanakan sebagai upaya untuk menumbuhkan kesadaran bahwa potensi wisata dalam desa adalah aset berharga yang perlu dijaga dan diberdayakan bersama. Harapannya masyarakat semakin memahami pentingnya Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam menciptakan lingkungan yang indah, bersih, dan menarik bagi wisatawan sekaligus tetap menjaga nilai budaya dan kearifan lokal. Kegiatan workshop ini menghadirkan narasumber yang ahli di bidangnya, yakni Moh. Aan Sulthon S.Pd., S.Sn., M.E.I. dan Urnika Mudhifatul Jannah, S.Kom., M.Pd. Selama pelaksanaan workshop ini peserta diajak untuk membedah strategi praktis bagi pelaku UMKM, seperti gula merah dan camilan tradisional, sebagai pendukung utama daya tarik tempat wisata. Dokumentasi workshop dapat dilihat pada gambar 4 berikut.

Gambar 4. Workshop Optimalisasi Peran Pokdarwis

3. Pembentukan dan Penataan Struktur Organisasi Pokdarwis

Selanjutnya, terbentuk susunan organisasi Pokdarwis yang terdiri atas Pelindung atau Pembina (Kepala Desa), Ketua, Wakil Ketua, Sekretaris, Bendahara, serta beberapa seksi atau bidang sesuai kebutuhan desa wisata. Untuk seksi bidang terdiri atas Seksi Pengembangan Produk dan Daya Tarik Wisata, Seksi Promosi dan Digital Branding, Seksi Humas dan Kemitraan, serta Seksi Kebersihan dan Kelestarian Lingkungan. Ketua Pokdarwis memiliki tugas pokok memimpin dan mengoordinasikan seluruh kegiatan Pokdarwis, menyusun rencana kerja, menjalin kemitraan dengan pemerintah maupun pihak swasta, serta memastikan seluruh program berjalan sesuai visi dan misi pengembangan wisata berkelanjutan. Seksi Pengembangan Produk bertugas merancang dan mengemas paket wisata, mengembangkan atraksi baru, serta memastikan kualitas layanan kepada wisatawan. Seksi Promosi dan Digital Branding bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial, pembuatan konten kreatif, publikasi kegiatan, serta membangun citra positif desa wisata di ruang digital.

Seksi Humas dan Kemitraan berperan dalam membangun jejaring kerja sama dengan travel agent, komunitas, lembaga pendidikan, maupun instansi pemerintah. Adapun Seksi Kebersihan dan Kelestarian Lingkungan bertugas menjaga kebersihan kawasan wisata, mengedukasi masyarakat tentang pentingnya konservasi, serta memastikan setiap aktivitas wisata selaras dengan prinsip keberlanjutan. Dengan susunan organisasi yang jelas dan pembagian tugas yang terstruktur, Pokdarwis Desa Rejoyoso diharapkan dapat menjadi motor penggerak utama dalam mewujudkan desa wisata yang mandiri, profesional, dan berdaya saing.

Terbentuknya susunan organisasi Pokdarwis Desa Rejoyoso yang baru membawa harapan besar bagi destinasi desa wisata yang lebih mandiri, profesional, dan berdaya saing di Kecamatan Bantur. Dengan adanya kepengurusan yang terstruktur, setiap anggota diharapkan dapat menjalankan peran dan tanggung jawabnya secara sistematis, terutama dalam memperkuat identitas desa wisata. Kepemimpinan Ketua Pokdarwis yang baru diharapkan mampu menjadi motor penggerak utama dalam mengoordinasikan program kerja serta menjalin kemitraan strategis dengan berbagai pihak. Kehadiran seksi bidang yang spesifik juga menjadi

tumpuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan daya tarik wisata melalui pengemasan paket kunjungan yang lebih kreatif. Selain itu, masyarakat menaruh harapan besar pada optimalisasi digital branding agar promosi potensi alam dan budaya desa dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara konsisten.

Fokus pada keberlanjutan lingkungan juga diharapkan menjadi prioritas utama agar aktivitas wisata tetap selaras dengan upaya konservasi dan pelestarian nilai-nilai lokal. Melalui transfer pengetahuan yang telah diberikan, Pokdarwis diharapkan mampu mengelola akun media sosial dan platform digital secara mandiri untuk membangun citra positif destinasi. Sinergi yang kuat antara pengurus baru dengan pemerintah desa dan pelaku UMKM diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang nyata bagi seluruh warga. Keberlanjutan program ini akan sangat bergantung pada komitmen jangka panjang organisasi dalam menjaga konsistensi promosi serta inovasi produk wisata yang adaptif terhadap tren pasar. Suktur baru ini diharapkan menjadi fondasi yang kokoh dalam mewujudkan Desa Rejoyoso sebagai destinasi wisata unggulan yang mampu menjaga warisan leluhur sekaligus memanfaatkan teknologi sebagai media promosi. Struktur organisasi Pokdarwis Desa Rejoyoso dapat dilihat pada gambar 5 di bawah ini.

Gambar 5. Struktur Organisasi Pokdarwis Desa Rejoyoso

4. Optimalisasi Digital Branding dan Promosi

Dalam pelaksanaan selanjutnyanya, fokus kegiatan adalah pelatihan dan pendampingan untuk digital branding, yang mencakup pembuatan identitas merek desa wisata, pembuatan konten kreatif melalui storytelling, serta pengoptimalan penggunaan media sosial dan platform digital lainnya. Peserta diajarkan pentingnya konsistensi visual, pemakaian tagar yang sesuai, dan interaksi aktif dengan audiens untuk membangun keterlibatan. Selain itu, pengabdian ini juga mendorong pengorganisasian dan penyusunan struktur organisasi Pokdarwis yang lebih sistematis, sehingga setiap anggota memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas, terutama di bidang promosi dan pengembangan produk wisata.

Mahasiswa terlibat langsung dalam proses pendampingan, sehingga terjadi transfer pengetahuan dan praktik langsung dalam pengelolaan akun media sosial serta penyusunan kalender konten promosi. Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat berikutnya, yaitu pendampingan tim KKNT-01 dapat implementasi program kerja utama meliputi revitalisasi objek wisata, pemasangan papan informasi di desa wisata, dan pembuatan peta potensi wisata Desa Rejoyoso. Pada obyek wisata Sumber Buntung, pada saat pelaksanaan KKN dalam proses renovasi secara keseluruhan, sehingga obyek wisata tersebut belum dapat menerima kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, dilakukan pengambilan dokumentasi untuk konten promosi digital yang akan dipublikasikan melalui media sosial Instagram dan Tiktok. Hal ini dilakukan bertujuan untuk mengenalkan fasilitas apa saja yang terdapat di lokasi wisata Sumber Buntung. Berikut adalah dokumentasi publikasi konten digital untuk media promosi wisata desa.

Gambar 6. Instagram dan Tiktok Desa Wisata Rejoyoso

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan efek positif terhadap peningkatan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya digital branding dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Pokdarwis kini dapat merancang program wisata yang tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah pengunjung, tetapi juga pada pelestarian lingkungan, pemberdayaan ekonomi lokal, dan penguatan identitas

budaya desa. Pengoptimalan digital branding terbukti sebagai alat strategis untuk memperluas jangkauan promosi sekaligus menyampaikan nilai-nilai keberlanjutan kepada calon wisatawan. Dengan adanya kolaborasi antara masyarakat, Pokdarwis, pemerintah desa, dan perguruan tinggi, Desa Rejoyoso diharapkan dapat berkembang menjadi desa wisata yang kompetitif, mandiri, dan berkelanjutan di Kecamatan Bantur.

5. Pengembangan Sarana Informasi dan Infrastruktur Obyek Wisata

Pada bagian akhir pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dan penutupan KKN, dilakukan serah terima berbagai luaran kegiatan kepada pihak desa, yang terdiri dari papan informasi obyek wisata, papan penunjuk arah menuju obyek wisata, peta potensi wisata, dan buku sejarah wisata desa. Luaran kegiatan pengabdian masyarakat kepada pihak desa diwujudkan dalam bentuk penyediaan papan informasi objek wisata yang dirancang secara informatif, menarik, dan edukatif. Papan informasi ini memuat deskripsi singkat mengenai daya tarik wisata, nilai historis atau kearifan lokal yang melekat, fasilitas yang tersedia, serta imbauan menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan. Kehadiran papan informasi di lokasi wisata Padepokan Gusanto tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai informasi bagi wisatawan, tetapi juga sebagai sarana edukasi tentang pentingnya wisata berkelanjutan.

Gambar 7. Proses Pemasangan Papan Informasi di Padepokan Gusanto

Luaran berikutnya berupa papan penunjuk arah menuju objek wisata yang dipasang pada titik-titik strategis desa. Papan penunjuk arah ini dirancang untuk memudahkan aksesibilitas wisatawan sekaligus meningkatkan kenyamanan dan keamanan perjalanan. Kejelasan arah dan jarak tempuh yang tercantum membantu mengurangi potensi kebingungan pengunjung, terutama bagi wisatawan yang baru pertama kali datang. Pemasangan papan ini juga menjadi bagian dari upaya penataan kawasan wisata yang lebih tertib dan terintegrasi. Di samping itu, disusun pula peta potensi wisata desa yang memuat lokasi objek wisata, sentra UMKM, fasilitas umum, jalur transportasi, serta titik-titik penting lainnya. Peta ini berfungsi sebagai panduan komprehensif bagi wisatawan dan dapat digunakan sebagai media promosi baik dalam bentuk cetak maupun digital, sehingga memperluas jangkauan informasi tentang potensi Desa Rejoyoso.

Gambar 8. Pemasangan Papan Penujuk Arah Lokasi Wisata

Gambar 9. Pemasangan Peta Potensi Wisata Desa Rejoyoso

6. Dokumentasi Literasi Budaya dan Sejarah

Sebagai bentuk penguatan identitas dan pelestarian nilai lokal, kegiatan KKN-T ini juga menghasilkan buku sejarah wisata desa yang mendokumentasikan asal-usul objek wisata, perkembangan pengelolaan, tokoh-tokoh penggerak, serta cerita rakyat atau tradisi yang berkaitan dengan destinasi tersebut. Buku ini tidak hanya menjadi arsip penting bagi pemerintah desa dan Pokdarwis, tetapi juga berperan sebagai sumber literasi bagi generasi muda agar memahami dan menghargai warisan budaya yang dimiliki. Dengan adanya dokumentasi tertulis yang sistematis, narasi tentang perjalanan wisata desa dapat disampaikan secara lebih autentik dan terstruktur. Keseluruhan luaran tersebut diharapkan mampu mendukung penguatan tata kelola wisata, memperjelas identitas destinasi, serta menjadi fondasi penting dalam pengembangan wisata berkelanjutan di Desa Rejoyoso Kecamatan Bantur. Buku sejarah wisata desa ini telah diterima oleh pihak desa sekaligus menjadi simbol penutup kegiatan pengabdian masyarakat dan KKN-T Kelompok 01 Desa Rejoyoso.

Gambar 10. Finalisasi dan Penyerahan Buku Sejarah Wisata Desa

Berdasarkan rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan, diketahui bahwa optimalisasi digital branding berbasis Pokdarwis memiliki peran strategis dalam mendorong pengembangan wisata berkelanjutan di Desa Rejoyoso Kecamatan Bantur. Penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan, pendampingan, serta penataan kelembagaan Pokdarwis terbukti mampu meningkatkan pemahaman

masyarakat terhadap pentingnya promosi digital yang terencana dan konsisten. Digital branding tidak hanya dimaknai sebagai upaya memperluas jangkauan promosi, tetapi juga sebagai sarana membangun identitas destinasi yang autentik, memperkenalkan nilai-nilai lokal, serta menyampaikan komitmen terhadap prinsip keberlanjutan. Sinergi antara masyarakat, pemerintah desa, dan perguruan tinggi menjadi faktor kunci dalam menciptakan sistem pengelolaan wisata yang lebih profesional, adaptif, dan berorientasi pada pemberdayaan ekonomi lokal.

Ke depannya, keberlanjutan program ini sangat bergantung pada komitmen Pokdarwis dan dukungan aktif seluruh elemen masyarakat dalam menjaga konsistensi pengelolaan media digital, inovasi produk wisata, serta pelestarian lingkungan dan budaya setempat. Evaluasi dan pengembangan strategi branding perlu dilakukan secara berkala agar tetap relevan dengan dinamika tren pariwisata dan kebutuhan pasar. Dengan pengelolaan yang terstruktur dan kolaboratif, Desa Rejoyoso memiliki peluang besar untuk tumbuh sebagai destinasi wisata yang berdaya saing, mandiri, dan berkelanjutan.

Gambar 11. Penutupan KKN-T Kelompok 01 Desa Rejoyoso

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Rejoyoso menunjukkan bahwa optimalisasi digital branding melalui Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) menjadi strategi krusial dalam mengembangkan potensi wisata desa yang berkelanjutan. Melalui serangkaian tahapan yang meliputi observasi, workshop, pembentukan struktur organisasi, hingga pendampingan intensif, masyarakat berhasil membangun fondasi kelembagaan yang lebih profesional. Pembentukan Pokdarwis dengan pembagian tugas yang jelas, seperti seksi pengembangan produk dan seksi digital branding, telah meningkatkan kapasitas sumber daya manusia lokal dalam mengelola konten promosi yang autentik dan edukatif di platform digital seperti Instagram dan TikTok. Hasil akhirnya tidak hanya berupa struktur organisasi yang solid, tetapi juga luaran fisik seperti papan informasi, peta potensi wisata, dan buku sejarah desa yang memperkuat identitas serta nilai historis Desa Rejoyoso.

Secara keseluruhan, pemanfaatan media digital terbukti efektif dalam memperluas jangkauan promosi sekaligus mengomunikasikan nilai-nilai pelestarian lingkungan dan kearifan lokal kepada calon wisatawan. Kolaborasi antara tim KKN-T UNIRA, perangkat desa, dan masyarakat telah menciptakan kesadaran kolektif bahwa pariwisata bukan sekadar tentang jumlah pengunjung, melainkan tentang keseimbangan aspek ekonomi, sosial, dan budaya yang tertuang dalam filosofi "Rame o ing Gawe". Dengan adanya strategi penjenamaan digital yang terencana, Desa Rejoyoso kini memiliki daya saing yang lebih baik dalam industri pariwisata modern yang sangat bergantung pada informasi daring.

Untuk keberlanjutan program selanjutnya, disarankan agar Pokdarwis Desa Rejoyoso tetap konsisten dalam mengelola kalender konten media sosial dan memperbarui informasi wisata secara berkala agar tetap relevan dengan tren pasar. Pemerintah desa perlu terus memberikan dukungan kebijakan dan anggaran untuk perawatan fasilitas penunjang serta pengembangan infrastruktur di objek wisata seperti Sumber Buntung yang masih dalam tahap renovasi. Selain itu, penguatan jejaring kemitraan dengan agen perjalanan, komunitas kreatif, dan lembaga pendidikan harus terus dilakukan untuk memperluas akses pasar serta menjaga inovasi paket wisata edukasi yang berbasis pada potensi UMKM lokal dan pelestarian alam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Pemerintah Desa Rejoyoso atas fasilitasi dan komitmennya, serta kepada pengurus Pokdarwis, tokoh masyarakat, pelaku UMKM, dan warga yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Selain itu, apresiasi besar diberikan kepada LPPM UNIRA Malang atas dukungan materiil maupun non-materiil, serta kepada seluruh mahasiswa KKN-T Kelompok 01 dan institusi pendidikan terkait yang telah bekerja maksimal demi kelancaran seluruh rangkaian program ini.

Program pengabdian masyarakat di Desa Rejoyoso, Kecamatan Bantur, telah berhasil membangun sinergi kolaboratif antara institusi pendidikan tinggi dan masyarakat untuk memperkuat tata kelola digital branding serta kelembagaan Pokdarwis berbasis prinsip keberlanjutan. Keberhasilan program yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan dan daya saing desa secara mandiri ini terwujud berkat kontribusi berbagai pihak yang patut diapresiasi

DAFTAR PUSTAKA

Dewi, Yana Respati., & Ita P.W (2021). Peningkatan Potensi Desa Melalui Pembuatan Desain Embung Taman Kutukan di Desa Rejosari, Kabupaten Malang, Jawa Timur. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)* Vol. 1, No. 2, 237-244.

Frasawi, E. S. (2018). Partisipasi Masyarakat Dalam Mengembangan Desa Wisata Ambengan Kecamatan Sukasada. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*,6(3), 175–185.

Gustria., & Zulfadli, M. (2022). Peran Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Dalam Pengembangan Desa Wisata di Desa Paccekke Kecamatan Soppeng Riaja Kabupaten Barru. *Social Landscape Journal*, 3(3).

Junaid, I., & M. Salim, M. A. (2019). Peran Organisasi Tata Kelola Dalam Pengelolaan Desa Wisata Nglanggeran,Yogyakarta. *PUSAKA (Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event)*, 1(1), 1–7.

Koerniawati, F. T. (2022). Destinasi Wisata, Sumber Daya Manusia Pariwisata Dan Pariwisata Berkelanjutan. Siwayang Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Pariwisata, Kebudayaan, dan Antropologi, 1 (1), 39–50.

Mas' udah, K. W., Nisa, H. M., Sos, S., Astutik, S., Ababilluna, A. S. S., Della Rose, V., Ifa, F. Z., & Albawani, R. S. (2022). Inovasi Kesenjangan Informasi Dan Branding Wisata Melalui Video Profil Wisata Desa Wonomerto. *KARYA UNGGUL-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1 (2), 77–86.

Musriadi. (2019). Peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Taman Arum Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Tahun 2018 (Studi Pada Desa Wisata Sumber Sari Kecamatan Loa Kulu Kabupaten Kutai Kartanegara). *Jurnal Ilmu Sosial MAHAKAM*.,8(1).

Normalasari, Johannes, Yacob, S. (2023). Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Daya Tarik Wisata yang Dimediasi oleh Electronic Word of Mouth*. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 12(1)

Paramesti, D. A., & Putri, E. T. A. (2025). Strategi Pengembangan Usaha "Banana Chips & Domini" Melalui Pendampingan UMKM dan Inovasi Pemasaran Digital di Kanigoro, Kota Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JANUR)*, *1*(2), 55-64.

Purnawati, L. (2021). Pembentukan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dan Pengembangan Wisata di Pantai Gemah. Publiciana : *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 14(2).

Rahayu, R. M. P., & Juanim, H. (2023). *Pengaruh City Branding Dan Social Media Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Nusantara (Suatu survei pada Generasi Z yang belum pernah melakukan kunjungan ke Objek Wisata di Kabupaten Sumedang)*. Universitas Pasundan Bandung.

Rahim, Firmansyah. (2012) *Pedoman Kelompok Sadar Wisata. Jakarta: Direktur Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Rahman, R. Z., Tjiptady, B. C., Putra, A. D., Permadi, L. C., & Zamzami, M. A. (2025). Pemberdayaan masyarakat melalui edukasi dan aksi bersih pantai untuk menjaga kelestarian lingkungan pesisir Pantai Hening Kertosari, Banyuwangi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JANUR)*, *1*(1), 26-32.

Rupini, Luh & Dewa Joni Ardana, (2018) "Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa di Desa Sanngsit Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng". *Locus Majalah Ilmiah FISIP* Vol 10 No. 1 –Agustus 2018 (46).

Salsabila, I., Puspitasari, A. Y. (2023). Peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 3(2).

Sunarto, H. (2020). Strategi Branding Pengembangan Industri Pariwisata 4.0 melalui Kompetitif Multimedia di Era Digital. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 1–20.

Widaswara, R. Y., & Jelantik, S. K. (2022). Branding Desa Wisata Toleransi Buwun Sejati Melalui Berita Online Mandalika Post. Widya Sandhi, 13(2), 75–84.

Yowi, L. R. K., Rihi, L., Dupa, D. D., Asgetri, T. P., Ga, E. M., Blegur, Y. P., Yani, E. K., Hambajawa, E., Natar, J. L., & Limu, Y. P. (2023). Pemberdayaan Masyarakat di Desa Wisata Mondu Kecamatan Kanatang Kabupaten Sumba Timur. *Jurnal Abdi Insani*, 10(2), 784–794.