



PENERAPAN MEDIA PROMOSI UNTUK MENDUKUNG SEKTOR USAHA WISATA DESA LALIKO KABUPATEN POLEWALI MANDAR

*The Application of Promotional Media to Support The Tourism Business Sector of Laliko
Village, Polewali Mandar District*

Basri^{1*}, Naim Irmayani², Masyitah Wahab³, Muh. Akmal¹, Aldila Ramar⁴

¹Program Studi Teknik Informatika Universitas Al Asyariah Mandar, ²Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Al Asyariah Mandar, ³Program Studi Ilmu Keperawatan, STIKES Bina Generasi Polewali Mandar, ⁴Program Studi Kesehatan Masyarakat Universitas Al Asyariah Mandar

Jl. Budi Utomo no. 2 Manding, Kec. Polewali, Kab. Polewali Mandar, Sulawesi Barat, 91311

*Alamat korespondensi: basri@mail.unasman.ac.id

(Tanggal Submission: 24 Juni 2024, Tanggal Accepted : 21 Agustus 2024)



Kata Kunci :

Augmented Reality, Website, visit Laliko, Pariwisata, Laliko

Abstrak :

Desa Laliko memiliki potensi wisata yang besar dengan keindahan alam dan kekayaan budayanya. Hal ini dapat dilihat dari potensi hutan mangrove dan Pesona Pantai yang indah. Namun, promosi yang kurang optimal menghambat perkembangan sektor pariwisata. Untuk itu, dilakukan intervensi teknologi melalui pengembangan aplikasi *Augmented Reality* (AR) "Visit Laliko" dan situs web visitlaliko.com. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan daya tarik wisatawan dan menyajikan informasi yang lengkap serta interaktif. Selain itu, pendekatan pemberdayaan kelompok memastikan program ini bertujuan juga untuk memberi peningkatan kemampuan pengelola wisata menggunakan fitur promosi berbasis teknologi. Metode kegiatan meliputi perencanaan, pengembangan aplikasi, pelatihan mitra, dan implementasi teknologi promosi. Pelatihan diberikan kepada mitra untuk mengoperasikan teknologi AR dan mengelola konten situs web. Pendekatan yang digunakan berupa model partisipatif berbasis kelompok. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam menggunakan teknologi, dengan peningkatan kemampuan rata-rata sebesar 50%. Aplikasi AR dan situs web memberikan informasi lengkap tentang destinasi wisata, memudahkan pengunjung dalam merencanakan kunjungan. Integrasi dengan *Google Analytics* memungkinkan pemantauan *traffic* secara *real-time*, membantu mitra dalam strategi promosi. Selain itu, hasil kegiatan menunjukkan dampak bagi pengembangan usaha ekonomi wisata dengan sejak intervensi program hingga pelaporan kegiatan awal terjadi peningkatan pengunjung atau wisatawan sebesar 100% pengunjung. Intervensi teknologi berhasil meningkatkan promosi wisata Desa Laliko, membuatnya lebih menarik dan mudah diakses wisatawan.

Hal ini juga berdampak pada peningkatan penghasilan masyarakat sasaran di sekitar wisata dengan adanya pengunjung wisata.

Key word :

Augmented Reality, Website, visit Laliko, Tourism, Laliko

Abstract :

Laliko Village has great tourism potential with its natural beauty and cultural wealth. This can be seen from the potential of mangrove forests and beautiful beach charm. However, less than optimal promotion hinders the development of the tourism sector. For this reason, technological intervention is carried out through the development of the Augmented Reality (AR) application "Visit Laliko" and the visitlaliko.com website. The purpose of this activity is to increase tourist attraction and present complete and interactive information. In addition, the group empowerment approach ensures this program also aims to provide an increase in the ability of tourism managers to use technology-based promotional features. Activity methods include planning, application development, partner training, and implementation of promotional technology. Training is provided to partners to operate AR technology and manage website content. The approach used was a group-based participatory model. The results of the activity showed an increase in partners' knowledge and ability to use technology, with an average increase in ability of 50%. The AR application and website provide complete information about tourist destinations, making it easier for visitors to plan visits. Integration with Google Analytics allows real-time traffic monitoring, helping partners with promotional strategies. In addition, the results of the activities showed an impact on the development of tourism economic businesses with an increase in visitors or tourists by 100% since the program intervention until the initial activity reporting. The technology intervention successfully improved Laliko Village's tourism promotion, making it more attractive and accessible to tourists. This also has an impact on increasing the income of the target community around the tour with the presence of tourist visitors.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Basri, Irmayani, N., Wahab, M., Akmal, M., & Ramar, A. (2024). Penerapan Media Promosi Untuk Mendukung Sektor Usaha Wisata Desa Laliko Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Abdi Insani*, 11(3), 590-601. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i3.1714>

PENDAHULUAN

Desa Laliko di Kabupaten Polewali Mandar memiliki potensi alam yang luar biasa, terutama dengan keindahan laut dan terumbu karangnya yang masih terjaga. Wilayah ini belum sepenuhnya dikenal luas sebagai destinasi wisata, meskipun memiliki kekayaan alam yang menjanjikan. Upaya awal pengembangan wisata di Desa Laliko, terutama di Dusun Gonda, telah dilakukan oleh kelompok sadar wisata "Sahabat Pesisir" yang mengelola Gonda Mangrove Park (GMP). Mereka telah mulai mempromosikan beberapa lokasi wisata, meskipun pengelolaannya belum optimal. Dengan potensi yang besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat, pengembangan dan promosi lebih lanjut sangat diperlukan untuk memaksimalkan daya tarik wisata desa ini (Tolinggi *et al.*, 2021).

Salah satu langkah untuk mendukung sektor usaha wisata di Desa Laliko adalah melalui penerapan media promosi yang efektif. Media promosi diketahui dapat meningkatkan kesadaran dan ketertarikan wisatawan terhadap destinasi ini (Prastiyanti & Yulianto, 2019). Melalui strategi promosi yang tepat, seperti penggunaan media sosial, website, dan brosur wisata, Desa Laliko dapat lebih dikenal dan menarik lebih banyak pengunjung. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kunjungan wisata tetapi juga dapat membawa dampak ekonomi positif bagi masyarakat setempat (Aminuddin *et al.*, 2022). Oleh karena itu, program ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menerapkan berbagai strategi media promosi yang efektif guna mendukung pengembangan sektor usaha wisata di Desa Laliko.

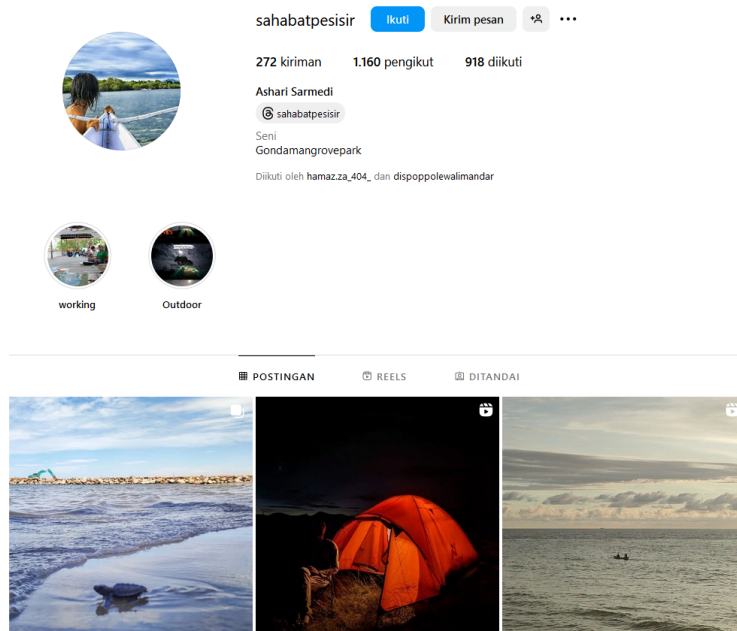


Teknologi promosi memainkan peran penting dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata modern (Syafrin *et al.*, 2023). Dalam era digital ini, keberhasilan promosi wisata sangat bergantung pada penggunaan teknologi informasi yang canggih dan terintegrasi (Isdarmanto, 2020). Penggunaan teknologi, seperti platform media sosial, situs web, dan aplikasi *mobile*, memungkinkan informasi tentang destinasi wisata Desa Laliko disebarluaskan dengan cepat dan efisien ke khalayak yang lebih luas. Teknologi ini juga memungkinkan interaksi langsung dengan calon wisatawan, memberikan mereka informasi *real-time* tentang kondisi dan aktivitas wisata, serta memungkinkan pengalaman virtual yang dapat meningkatkan minat kunjungan.

Selain itu, teknologi promosi dapat membantu dalam pengumpulan dan analisis data pengunjung, yang sangat berguna untuk merancang strategi promosi yang lebih tepat sasaran (Mafitri & Barusman, 2022). Melalui analisis data, preferensi dan perilaku wisatawan dapat dipelajari untuk menyusun kampanye promosi yang lebih efektif dan menarik. Implementasi teknologi promosi yang tepat tidak hanya akan meningkatkan visibilitas Desa Laliko sebagai destinasi wisata, tetapi juga dapat menciptakan pengalaman wisata yang lebih baik dan berkesan bagi pengunjung, sehingga mendorong kunjungan ulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut (Setioningtyas *et al.*, 2020). Dengan demikian, penerapan teknologi promosi menjadi kunci dalam memaksimalkan potensi wisata Desa Laliko dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

Salah satu inovasi dalam program yang dikerjakan adalah penerapan peta wisata digital yang interaktif, yang tidak hanya menampilkan lokasi-lokasi wisata utama tetapi juga petunjuk arah menuju ke lokasi tersebut. Peta ini bisa diakses melalui situs web atau aplikasi *mobile*, memudahkan wisatawan dalam merencanakan kunjungan mereka dengan lebih efektif. Selain itu, informasi lengkap mengenai fasilitas wisata seperti akomodasi, restoran, dan pusat informasi juga harus disertakan untuk memberikan gambaran jelas tentang kenyamanan yang dapat dinikmati wisatawan selama berada di Desa Laliko. Lebih lanjut, penyediaan kontak person yang dapat dihubungi oleh wisatawan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut atau bantuan selama kunjungan mereka sehingga meningkatkan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan. Selain itu, pengembangan aplikasi *Augmented Reality* (AR) yang dikembangkan sebagai informasi atraktif tentang lokasi wisata dapat menjadi daya tarik tambahan.

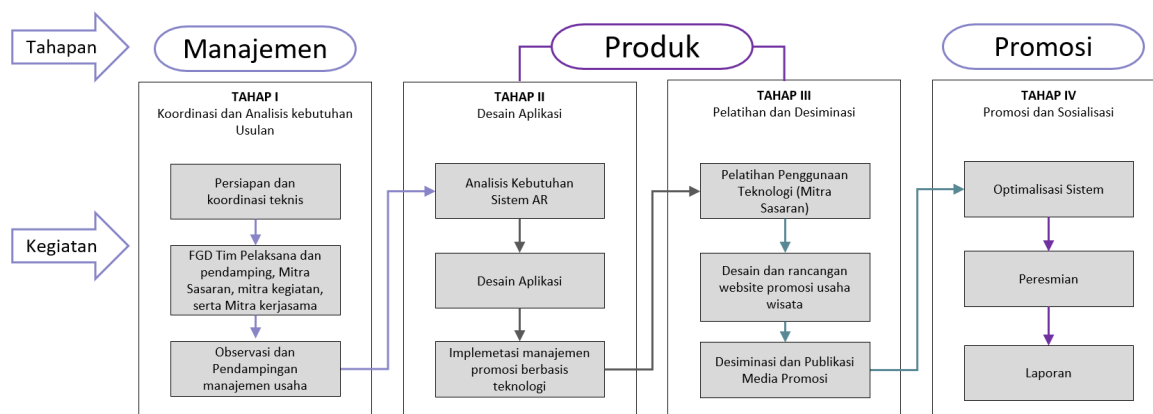
Penelitian sebelumnya oleh Aan Jaelani *et al.* (2021), meneliti hubungan teknologi digital dengan keberlanjutan lingkungan dan desa wisata di Indonesia, mengungkapkan bahwa keberadaan teknologi digital sebagai media promosi dan informasi memiliki hubungan yang erat dalam kampanye lingkungan di desa wisata. Pada lokus program pengabdian masyarakat yang dilakukan, upaya dengan keberadaan teknologi digital diharapkan mendukung sektor usaha wisata di Desa Laliko, Kabupaten Polewali Mandar. Pada akhirnya dengan adanya inovasi ini pada akhirnya bertujuan untuk mengubah proses bisnis pariwisata desa menjadi lebih optimal, efisien, dan efektif, meningkatkan layanan pariwisata dengan cepat, dan mempromosikan kelestarian lingkungan pada objek wisata yang ada. Terdapat satu media sosial yang digunakan untuk promosi GMP yaitu terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Salah satu Media Sosial yang sebelumnya digunakan sebagai media promosi GMP

METODE KEGIATAN

Program ini merupakan lanjutan dari program sebelumnya yang mendampingi kelompok UMKM di bawah koordinasi kelompok sadar Wisata GMP (Basri *et al.*, 2023), namun dengan pendekatan yang berbeda. Teknis pelaksanaan kegiatan sebagaimana agenda program dimulai dengan Persiapan dan koordinasi teknis, pelaksanaan, hingga pelaporan. Secara Garis besar teknis pelaksanaan program mengikuti tahapan seperti yang tertera pada Gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2. Tahapan kegiatan

Sasaran kegiatan adalah kelompok sadar Wisata Gonda Mangrove Park dan kelompok sadar Wisata Kristal Pantai Labuang Desa Laliko Kecamatan Campalagian, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. Pelaksanaan program telah direncanakan sejak Februari Tahun 2024, namun untuk intervensi program secara teknis mulai dikerjakan sejak bulan April dimulai dengan Tahap I, persiapan dan Koordinasi, Tahap II berupa Desain Aplikasi pada bulan Mei hingga Juni, dan Tahap III dan IV berupa Pelatihan dan Desiminasi serta Promosi dikerjakan di bulan Juli Tahun 2024.

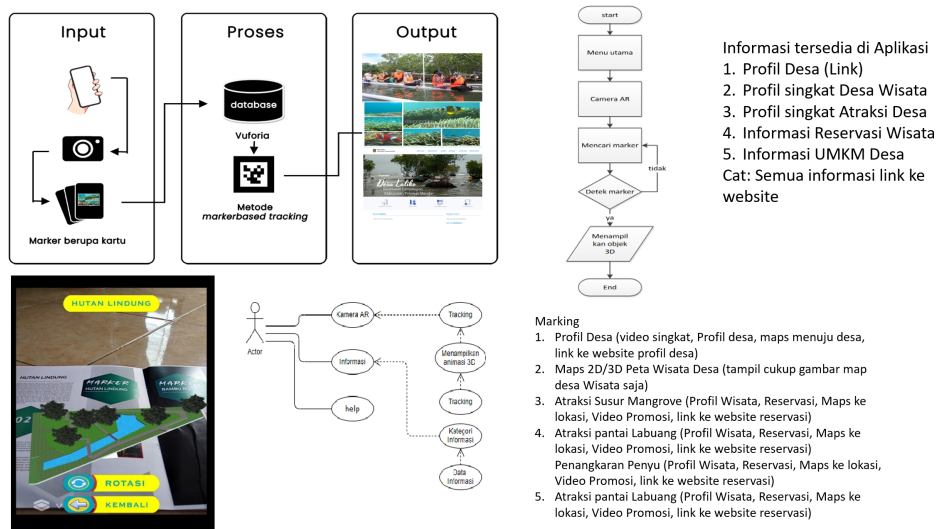
Tahapan pelaksanaan pada mitra sasaran sebagaimana Gambar 2 dijelaskan sebagai berikut :

- a) Tahap I, berupa Koordinasi dan Analisis kebutuhan Usulan yang terdiri dari :
 1. Persiapan dan koordinasi, pada tahapan ini koordinasi lanjutan dilakukan untuk memperkuat implementasi program di kelompok mitra sasaran.

2. Focus Group Discussion (FGD) Tim Pelaksana di lokasi Mitra Sasaran. Pada tahapan ini diskusi Bersama dilakukan secara berkelompok melibatkan semua *stakeholder* di desa khususnya mitra sasaran sehingga pengembangan teknologi dapat lebih sesuai pada kebutuhan mitra. Jumlah peserta FGD terdiri dari Kelompok Sadar Wisata Gonda Mangrove Park dan Kelompok Sadar Wisata Pantai Labuang sejumlah 20 Orang ditambah aparat desa dan tokoh Masyarakat sejumlah 6 orang. Kegiatan ini melibatkan anggota tim dosen sejumlah 3 orang, ditambah mahasiswa yang hadir 10 orang.
 3. Observasi dan Pendampingan manajemen usaha dilakukan untuk memperkuat manajemen usaha mitra agar lebih terencana dan sesuai dengan kebutuhan aplikasi yang dikembangkan. Pendekatan dilakukan, setidaknya menyesuaikan dengan pendekatan analisis 4A pada lokasi mitra sasaran (Basri *et al.*, 2022).
- b) Tahap II, berupa Desain Aplikasi berbasis Website yang terdiri dari :
1. Analisis Kebutuhan Sistem AR berbasis Android, pada tahapan ini, mulai dikerjakan dan dilakukan finalisasi perencanaan User Interface sesuai dengan kebutuhan komunikasi data yang telah dirancang pada tahapan sebelumnya sehingga project yang dihasilkan dapat lebih terencana (Shadiq *et al.*, 2020).
 2. Desain Aplikasi, pada tahapan ini, akan dikerjakan desain Aplikasi berdasarkan hasil analisis kebutuhan. Tahapan ini akan menghasilkan paket Aplikasi berbasis website yang bersifat prototype dan siap digunakan oleh mitra sasaran sebagai wadah promosi.
 3. Implementasi manajemen promosi berbasis teknologi, pada tahapan ini dilakukan integrasi sistem promosi dan publikasi dari adanya teknologi AR pendukung Wisata edukasi.
- c) Tahap III, berupa Pelatihan dan Desiminasi yang terdiri dari :
1. Pelatihan Penggunaan Teknologi (Mitra Sasaran), pada tahapan ini, aplikasi yang dikembangkan selanjutnya dilatihkan kepada mitra sesuai rekomendasi anggota sasaran yang disepakati. Kegiatan pendampingan yang dilakukan menggunakan pendekatan model Edukatif, Model Participatory Rural Appraisal (PRA) (Sulaeman *et al.*, 2023), Model Participatory Technology Development (Ahmed *et al.*, 2024), dan Model Community development (Umanailo, 2019).
 2. Desain dan rancangan website promosi usaha wisata, pada tahapan ini, kegiatan dilakukan melibatkan seluruh anggota komunitas untuk memberi masukan akan desain, dan informasi yang disajikan dalam website promosi usaha wisata pada mitra sasaran.
 3. Desiminasi dan Publikasi Media Promosi, pada tahapan ini setiap anggota yang telah dilatih selanjutnya melakukan desiminasi dan publikasi secara mandiri dengan pendampingan dari pelaksana kegiatan.
- d) Tahap IV, berupa Promosi dan Sosialisasi yang terdiri dari :
1. Optimalisasi Sistem, pada tahapan ini, sistem yang telah dibuat selanjutnya dioptimalkan untuk memaksimalkan fungsionalitas dalam penyebaran Informasi dan edukasi, termasuk sosialisasi kegiatan-kegiatan promosi Wisata edukasi oleh anggota kelompok dan komunitas.
 2. Peresmian, pada tahapan ini selanjutnya dilakukan peresmian dengan melibatkan unsur Komunitas, Pemerintah setempat, dan Unsur Pelaksana Program.
 3. Laporan, pada tahapan ini, dibuat dokumen laporan kegiatan yang telah dilakukan.
- Untuk mengukur tingkat pemahaman dan kemampuan mitra sasaran, dilakukan pengukuran dengan model kuesioner. Kuesioner yang dibagikan terdiri dari 10 pertanyaan mendasar seputar kapasitas penggunaan teknologi yang dikembangkan untuk mitra sasaran.

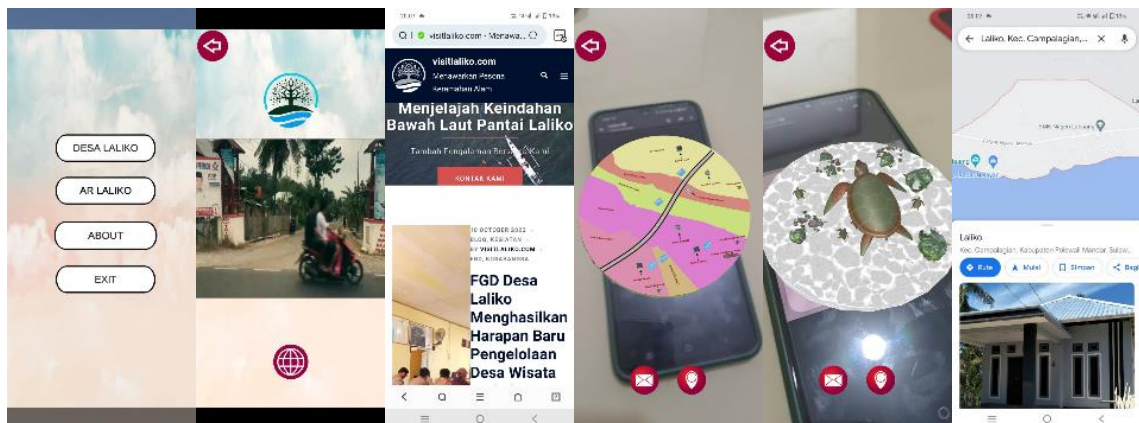
HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana target program yang direncanakan, setelah dilakukan tahapan mulai perencanaan hingga implementasi inovasi, telah dihasilkan aplikasi *Augmented Reality Visit Laliko* yang dihubungkan dengan Website visitlaliko.com. Rancangan model yang dihasilkan setelah melalui tahap diskusi bersama mitra sebagaimana konsep Mockup aplikasi seperti pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Mockup Aplikasi AR Visit Laliko

Selanjutnya pada Gambar 4 ditunjukkan tangkap layar tampilan aplikasi yang dikembangkan.



Gambar 4. Aplikasi AR Visit Laliko

Dalam kegiatan ini juga telah dihasilkan aplikasi berbasis *website* untuk memudahkan mitra sasaran dalam memberikan informasi lengkap tentang paket Wisata dan hal-hal lain yang dianggap perlu untuk disampaikan kepada publik. Pelaksana program juga telah melakukan pelatihan dan promosi bersama mitra sasaran, dimana sebelumnya diketahui berdasarkan observasi pada masing-masing anggota media kedua kelompok tersebut (4 orang) didapatkan informasi sebagai berikut:

a. Sebelum Program:

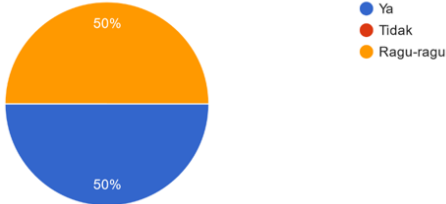
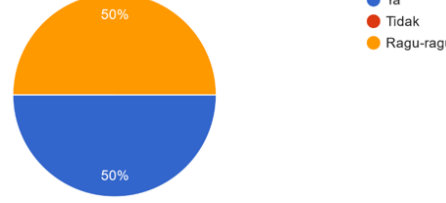
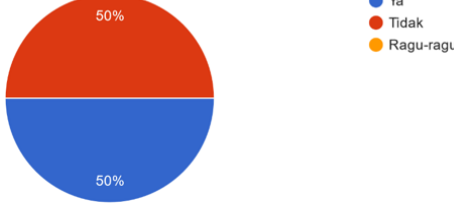
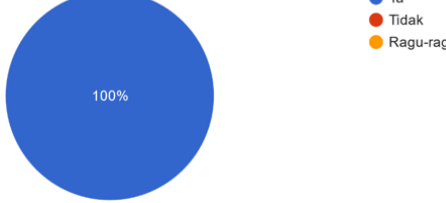
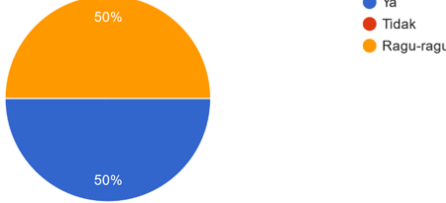
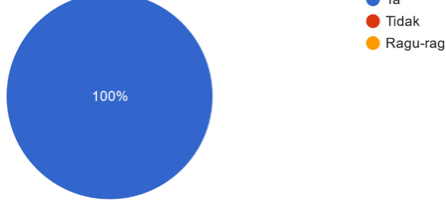
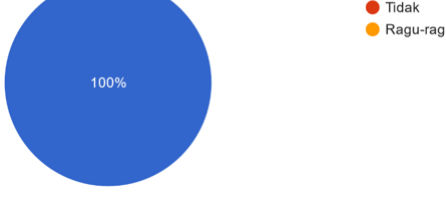
- Mitra belum Mengetahui tentang teknologi AR
- Mitra belum mengetahui proses promosi menggunakan website termasuk update konten promosi di sistem berbasis website

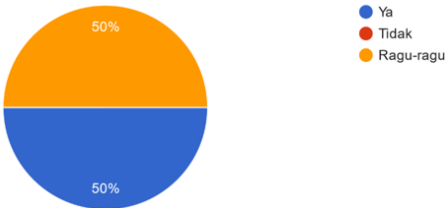
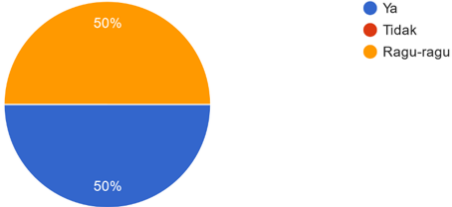
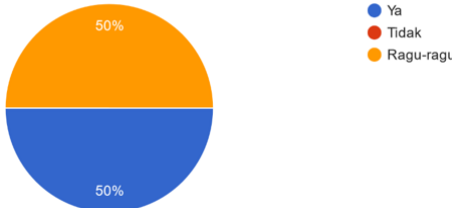
b. Setelah Program:

Intervensi: Pelatihan dan pendampingan

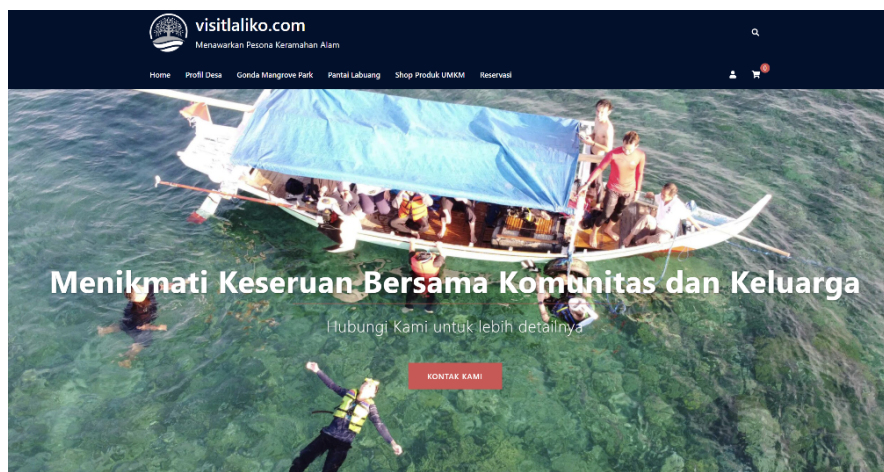
Hasil evaluasi berdasarkan Kuesioner Pengukuran tertera pada Tabel 1:

Tabel 1. Analisis peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra sasaran setelah pendampingan

No	Pertanyaan	Setelah
1	Apakah Anda Mengetahui Langkah dalam menggunakan aplikasi berbasis Augmented Reality?	
2	Apakah Anda telah mengetahui penggunaan aplikasi AR Visit Laliko?	
3	Apakah Anda telah mampu menginstall aplikasi AR Visit Laliko?	
4	Apakah Anda telah mampu menjalankan aplikasi AR Visit Laliko?	
5	Apakah Anda telah mampu memanfaatkan fungsi aplikasi AR Visit Laliko?	
6	Apakah Anda mampu mengakses website visitlaliko.com?	
7	Apakah Anda telah mengetahui cara mengakses halaman dashboard admin visitlaliko.com?	

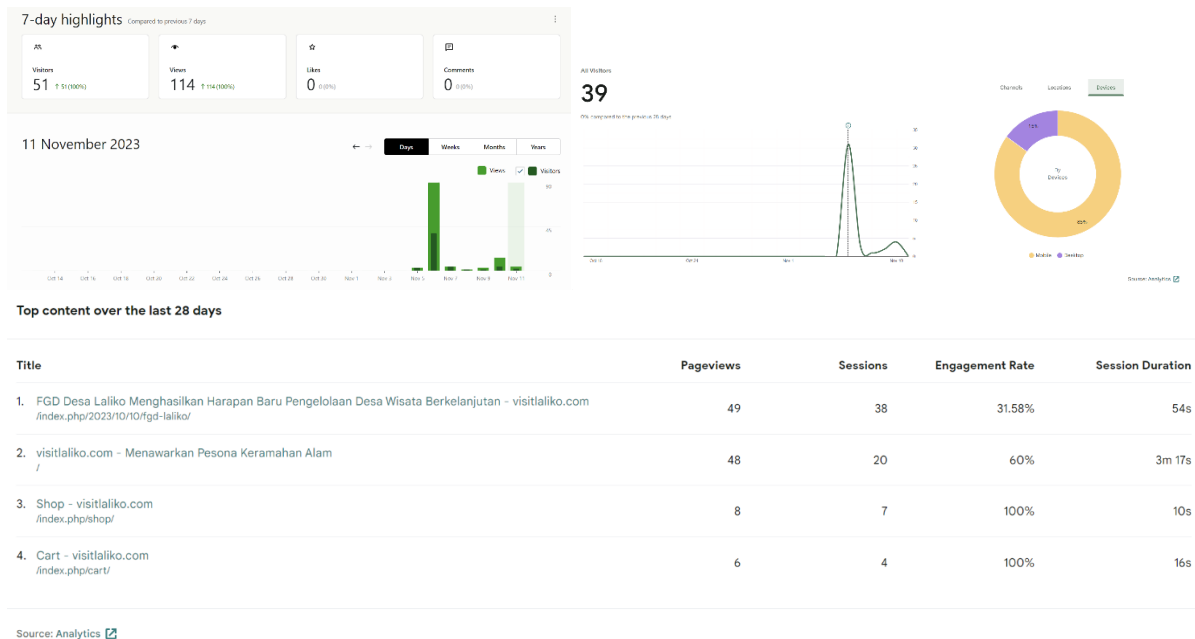
No	Pertanyaan	Setelah
8	Apakah Anda telah mampu update konten visitlaliko.com?	
9	Apakah Anda telah mampu posting post/ news di dashboard admin visitlaliko.com?	
10	Apakah Anda telah mampu menambah halaman promosi di dashboard admin visitlaliko.com?	

Dari grafik tersebut dengan peningkatan kemampuan penggunaan rata-rata sebesar 50% dimana sebelumnya masih 0% dari sisi kapasitas mitra. Sementara pengembangan Website visitlaliko.com telah dilakukan dan dipromosikan. Adapun website yang digunakan terdapat pada Gambar 5.



Gambar 5. Website visitlaliko.com

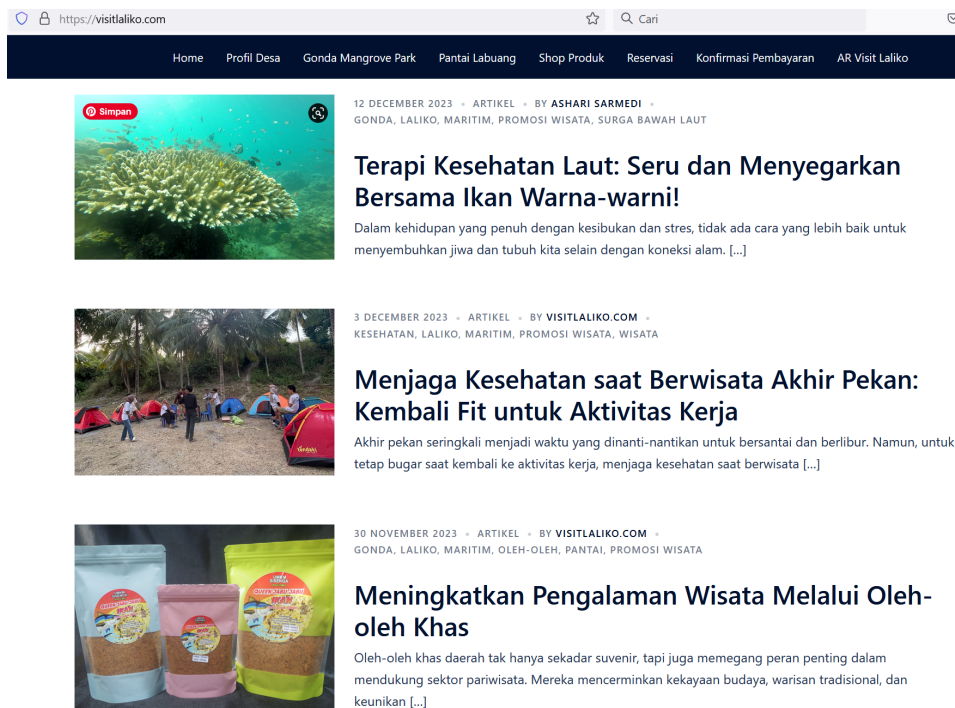
Aplikasi ini juga telah dihubungkan dengan Google Analytic sehingga mudah memantau penggunaan aplikasi dan pengunjung (Anderson, 2023). Gambaran pemantauan *traffic* yang ada pada dashboard aplikasi berbasis website yang diberikan kepada mitra sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 6 berikut.



Gambar 6. Dashboard Website visitlaliko.com yang menampilkan interkasi pada website

Program pengembangan sektor pariwisata Desa Laliko melalui intervensi teknologi telah menunjukkan hasil sebagaimana analisis peningkatan pengetahuan dan kemampuan praktis sebagaimana tabel 1. Hal ini paling tidak sudah menunjukkan bahwa hasil program sudah sesuai dengan tujuan yang direncanakan. Salah satu pencapaian utama adalah pembuatan aplikasi *Augmented Reality (AR)* "Visit Laliko" yang terintegrasi dengan situs web visitlaliko.com. Aplikasi AR ini dirancang untuk memberikan pengalaman wisata yang interaktif dan informatif kepada pengunjung, memanfaatkan teknologi untuk menampilkan informasi atraktif mengenai lokasi wisata di Desa Laliko. Penggunaan teknologi AR tidak hanya diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisatawan tetapi juga memberikan nilai tambah edukatif tentang sejarah, budaya, dan keunikan destinasi wisata tersebut. Meskipun pada program yang dikerjakan belum menyentuh analisis di sisi pengunjung aplikasi.

Implementasi aplikasi berbasis web yang dihasilkan dalam program ini juga memudahkan mitra sasaran dalam menyampaikan informasi lengkap tentang paket wisata dan berbagai aspek lainnya kepada publik. Situs web visitlaliko.com menjadi platform yang menampilkan informasi up-to-date mengenai destinasi wisata, acara, dan fasilitas yang tersedia di Desa Laliko. Mitra juga telah dilatih dalam membuat berita atau artikel yang dapat diposting pada website secara periodik, sebagaimana ditunjukkan pada tampilan post halaman awal website pada Gambar 7 berikut.



Gambar 7. Post artikel pada Website visitlaliko.com

Pelatihan dan promosi yang dilakukan bersama mitra sasaran telah menunjukkan peningkatan kapasitas. Sebelum program ini dilaksanakan, mitra tidak memiliki pengetahuan tentang teknologi AR dan tidak memahami cara melakukan promosi melalui situs web. Namun, setelah intervensi berupa pelatihan dan pendampingan, kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi ini meningkat rata-rata sebesar 50%. Walaupun masih kurang namun telah terjadi peningkatan, sehingga hal ini memang menunjukkan bahwa dibutuhkan pendampingan intensif lebih lanjut melalui program-program pendampingan. Hal ini sejalan sebagaimana penelitian oleh Rusdan *et al.* (2020), yang juga melakukan pendampingan desa Wisata (Rusdan *et al.*, 2020). Penggunaan Google Analytics yang terintegrasi dengan aplikasi dan situs web memungkinkan pemantauan *traffic* secara *real-time*. Dashboard aplikasi berbasis web memberikan gambaran yang jelas mengenai pola kunjungan dan penggunaan aplikasi, yang sangat berguna bagi mitra dalam merencanakan strategi promosi dan pengembangan lebih lanjut. Dengan memantau aktivitas pengunjung, mitra dapat memahami preferensi wisatawan dan menyesuaikan konten promosi serta layanan yang ditawarkan agar lebih relevan dan menarik. Selain itu, hasil kegiatan menunjukkan dampak bagi pengembangan usaha ekonomi wisata dengan sejak intervensi program hingga pelaporan kegiatan awal terjadi peningkatan pengunjung atau wisatawan sebesar 100% pengunjung, dimana pendataan mitra sasaran sebelumnya hanya sekitar 300 sampai 500 pengunjung perbulan, maka setelah pengukuran akhir bulan Juli hingga Agustus dilaporkan pengunjung mencapai sekitar 1.000 orang.

Secara keseluruhan, program ini berhasil mencapai tujuannya untuk mengembangkan sektor pariwisata melalui intervensi teknologi. Penerapan aplikasi AR dan situs website tidak hanya memodernisasi cara promosi tetapi juga membuka peluang baru untuk meningkatkan daya tarik dan aksesibilitas Desa Laliko sebagai destinasi wisata. Transformasi digital ini membawa perubahan yang positif, menjadikan proses promosi lebih efisien dan efektif, serta meningkatkan kualitas layanan pariwisata yang diberikan. Selain itu, keberlanjutan lingkungan tetap diperhatikan dengan penyediaan informasi yang mendidik wisatawan tentang pentingnya menjaga kelestarian alam Desa Laliko. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi dalam promosi wisata desa dapat menjadi model yang efektif untuk diterapkan di daerah-daerah lain dengan potensi wisata yang serupa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pendampingan pengembangan sektor pariwisata di Desa Laliko melalui intervensi teknologi berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan daya tarik dan aksesibilitas destinasi wisata. Implementasi aplikasi AR dan situs web secara signifikan memodernisasi promosi wisata, meningkatkan efisiensi dan efektivitasnya, serta mendorong peningkatan kualitas layanan. Evaluasi menunjukkan peningkatan 50% dalam pengetahuan dan kemampuan teknologi masyarakat, serta kenaikan 100% jumlah wisatawan per bulan. Keberhasilan ini mengindikasikan bahwa integrasi teknologi dalam promosi wisata desa dapat diadaptasi di daerah lain dengan potensi serupa. Untuk pengembangan lebih lanjut, pendampingan intensif dalam penggunaan teknologi dan analisis mendalam terhadap kebutuhan wisatawan perlu dilakukan guna mengoptimalkan konten dan fitur aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, E. E. B., Dawoud, A. A., & Breima, I. B. E. (2024). Assessing the role of Technology Transfer and Participatory Technology Development on Farmers Crop Yield and Income in Shawa Village of Zalingei, Central Darfur State. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 23(2), 337–342.
- Aminuddin, H., Nailufar, F. D., & Mujiburrohman, M. A. (2022). Dampak Pengembangan Desa Wisata Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat. *Journal of Public Power*, 6(2), 76–84.
- Anderson, K. (2023). Perancangan Website Dashboard Visualisasi Data Terintegrasi Google Analytics Untuk PT. Kawan Lama Sejahtera. *Jurnal Informasi dan Komputer*, 11(01), 156–164.
- Basri, B., Assidiq, M., Sahabuddin, C., & Yunus, M. Y. (2022). Pendampingan Komunitas Sahabat Penyus dalam Analisis Kesiapan Promosi Wisata Daerah dengan Pendekatan 4A. *SIPISSANGNGI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 224–233.
- Basri, B., Irmayani, N., Assidiq, M., Indrabayu, I., Jalaluddin, J., Hamzah, H., Sudirman, M., Cahya, N., Fadiah, F., & Amelia, N. (2023). Pendampingan Legalitas Usaha dan Kualitas Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Pendukung Sektor Kepariwisata Desa Laliko. *Jurnal Abdi Insani*, 10(4), 2871–2882.
- Isdarmanto, I. (2020). Strategi Branding Pengembangan Industri Pariwisata 4.0 melalui Kompetitif Multimedia di Era Digital. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 1–20.
- Mafitri, V., & Barusman, T. M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Villa Gardenia Dalam Upaya Menarik Minat Pengunjung Pada Masa Pandemi Covid-19. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(9), 1739–1748.
- Prastiyanti, D. P., & Yulianto, Y. (2019). Media Promosi Pada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 174–184.
- Rusdan, R., Rinuastuti, H., & Dayani, R. (2020). Pendampingan Pembentukan Paket Wisata Berkelanjutan Pada Kelompok Sadar Wisata Desa Mertak Kecamatan Pujut. *Jurnal Gema Ngabdi*, 2(1), 26–31.
- Setioningtyas, W. P., Dwiarta, I. M. B., Waryanto, R. B. D., & Arianto, B. (2020). Pemanfaatan Multimedia Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata Dan Produk Oleh-Oleh Desa Wisata di Desa Kebontunggul Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 8–13.
- Shadiq, M. R., Papatungan, I. V., & Suranto, B. (2020). Desain Aplikasi Pemesanan Event Organizer “Evoria” dengan Pendekatan User-Centered Design. *AUTOMATA*, 1(2), 1–6.
- Sulaeman, A., Bramasta, D., & Makhrus, M. (2023). Pemberdayaan Masyarakat dengan Pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA). *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 87–96.
- Syafrin, N. S. R., Niswaty, R., & Nur, A. C. (2023). Urgensi Manajemen Pariwisata Berbasis Teknologi Informasi dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Majene. *Ruang Komunitas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 60–67.

- Tolinggi, M. Y., Engka, D. S. M., & Rorong, I. P. F. (2021). Pengaruh Promosi Tempat Wisata dan Kunjungan Wisatawan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Objek Wisata (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar Objek Wisata Pantai Batu Buaya Di Kecamatan Mananggu Kabupaten Boalemo). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 21(3), 68–79.
- Umanailo, M. C. B. (2019). Integration of Community Empowerment Models [Pengintegrasian Model Pemberdayaan Masyarakat]. *Proceeding of Community Development*, 2, 268–277.
<https://doi.org/10.30874/comdev.2018.319>