



PENGUATAN PROMOSI DIGITAL WISATA BUDAYA KAMPUNG SAMIN DI DESA KLOPODUWUR, BLORA MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN

Strengthening Digital Promotion of Samin Cultural Tourism in Klopoduwur Village, Blora Through Content Creation Training

Ninuk Sholikhah Akhiroh*, Atika Wijaya, Gunawan, Elly Kismini, Kuncoro Bayu Prasetyo

Pendidikan Sosiologi dan Antropologi Universitas Negeri Semarang

Gedung C2 FISIP UNNES, Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang

*Alamat Korespondensi: ninuk.akhiroh@mail.unnes.ac.id

(Tanggal Submission: 12 Juni 2026, Tanggal Accepted : 31 Agustus 2026)



Kata Kunci :

*Desa Wisata,
Kampung
Samin,
Pemberdayaan
Masyarakat,
Promosi Digital,
Wisata Budaya*

Abstrak :

Salah satu destinasi wisata budaya yang memiliki potensi besar adalah Kampung Samin Klopoduwur di Kabupaten Blora, yang dikenal melalui pelestarian tradisi, upacara adat, nilai-nilai kearifan lokal, serta kehidupan masyarakat adat Samin yang masih lestari. Namun, potensi tersebut belum didukung oleh promosi digital yang optimal karena keterbatasan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi wisata. Akibatnya, informasi mengenai Kampung Samin lebih banyak ditemukan dalam publikasi akademik daripada media promosi yang menjangkau calon wisatawan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas pengelola wisata dan masyarakat dalam mengidentifikasi potensi wisata serta menyusun konten promosi digital yang menarik dan informatif. Kegiatan dilaksanakan melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat secara partisipatif yang meliputi analisis kebutuhan mitra, sosialisasi, pelatihan pembuatan konten promosi digital, diskusi kelompok terarah, identifikasi potensi wisata, serta pendampingan penyusunan materi promosi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya promosi digital dalam pengembangan wisata budaya, peningkatan kemampuan dalam mengidentifikasi dan mendokumentasikan potensi wisata lokal, serta tersusunnya inventarisasi potensi wisata yang menjadi dasar penyusunan kalender kegiatan budaya Kampung Samin sebagai media promosi. Pendekatan partisipatif juga mendorong meningkatnya rasa memiliki masyarakat terhadap program pengembangan wisata. Dengan demikian, pelatihan pembuatan konten promosi digital terbukti mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mendukung promosi wisata budaya berbasis kearifan lokal sekaligus menjadi strategi yang potensial untuk mendukung pengembangan desa wisata secara berkelanjutan.

Key word :	Abstract :
<i>Community Empowerment, Cultural Tourism, Digital Promotion, Samin Village, Tourism Village</i>	One cultural tourism destination with considerable potential is Samin Village in Klopoduwur, Blora Regency, where the preservation of traditional ceremonies, local wisdom, and the distinctive way of life of the Samin indigenous community constitute valuable cultural assets. However, this potential has not been fully realized due to the community's limited capacity to utilize digital media for tourism promotion. Consequently, information about Samin Village is more readily available in academic publications than in promotional materials targeting potential tourists. This community service program aimed to assist tourism managers and local residents in identifying the village's tourism potential and developing engaging digital promotional content. The program adopted a participatory community empowerment approach, which included partner needs assessment, socialization, training on digital promotional content development, facilitated group discussions, participatory identification of tourism assets, and mentoring in the preparation of promotional materials. The results indicate that participants gained a stronger understanding of the role of digital promotion in supporting cultural tourism development. They also improved their ability to identify, document, and organize local tourism assets. One of the main outputs of the program was a comprehensive inventory of tourism potential, which became the foundation for developing a cultural events calendar as a promotional tool for Samin Village. Moreover, the participatory approach fostered greater community engagement and strengthened participants' sense of ownership of the tourism development program. Overall, this community service activity demonstrates that training in digital promotional content creation can effectively enhance community capacity to promote cultural tourism rooted in local wisdom. Such initiatives also represent a promising strategy for supporting the sustainable development of tourism villages.

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

Akhiroh, N. S., Wijaya, A., Gunawan, Kismini, E., & Prasetyo, K. B. (2026). Penguatan Promosi Digital Wisata Budaya Kampung Samin di Desa Klopoduwur, Blora Melalui Pelatihan Pembuatan Konten. *Jurnal Abdi Insani*, 13(8), 715-724. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v13i8.4160>

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah banyak menggunakan pendekatan pembangunan berbasis masyarakat, termasuk membangun desa wisata. Melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki masyarakat secara berkelanjutan, metode ini bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan mendorong pemberdayaan masyarakat serta pelestarian budaya lokal. Masyarakat lokal tidak hanya berfungsi sebagai objek pembangunan, tetapi juga merupakan bagian penting dari manajemen, promosi, dan keberlanjutan tempat wisata.

Potensi wisata budaya sangat besar di Kabupaten Blora. Blora tidak hanya terkenal dengan wisata alam dan sejarahnya, tetapi juga dengan kekayaan budaya orang Samin. Masyarakat Samin masih mempertahankan berbagai tradisi, prinsip hidup, dan kebiasaan sosial yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Kampung Samin Klopoduwur adalah representasi masyarakat adat Samin yang terus menerus menjalankan berbagai tradisi budaya, seperti upacara adat, musyawarah adat, dan seni tradisional, serta aktivitas sehari-hari yang menunjukkan nilai kejujuran, kesederhanaan, dan harmoni dengan alam. Kampung Samin memiliki banyak daya tarik untuk peneliti dan wisatawan karena keunggulannya.

Wisata Kampung Samin belum berkembang dengan baik meskipun memiliki potensi budaya yang kuat. Beberapa pemberitaan media lokal memberitakan tentang daya tarik budaya kampung Samin yang mampu memikat wisatawan mancanegara, namun di sisi lain juga mengabarkan tentang pengelolaan wisata di kampung samin yang masih terkendala sejumlah hal, seperti rendahnya kesadaran warga hingga kurangnya biaya pengembangan.

Informasi yang tersedia di internet tentang Kampung Samin sebagian besar berasal dari penelitian akademik, sedangkan promosi wisata masih sedikit. Akibatnya, wisatawan yang ingin mengunjungi Kampung Samin mengalami kesulitan mendapatkan informasi tentang atraksi budaya, program kegiatan, dan pengalaman wisata yang dapat mereka nikmati. Kondisi ini menunjukkan bahwa promosi masih menjadi salah satu kelemahan dalam pengembangan destinasi wisata budaya.

Studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa kemajuan wisata Kampung Samin menghadapi sejumlah masalah. Ruli (2016) menyebutkan bahwa kampung Samin belum banyak dikenal dan belum banyak menawarkan kegiatan bagi wisatawan, yang menunjukkan bahwa aspek promosi masih lemah. Prastowo & Suropto (2019) menemukan penurunan kunjungan yang dapat berkaitan dengan kurangnya pemasaran produk wisata yang berkelanjutan. Pada konteks yang lebih luas, pengelolaan desa wisata menghadapi tantangan tersendiri karena dinamika sosialnya. Mukti (2025) menyebutkan bahwa kapasitas SDM rendah, pengelolaan yang belum profesional, promosi digital yang masih lemah merupakan kendala dalam pengembangan desa wisata. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pemberdayaan yang melibatkan masyarakat sebagai pihak penting dalam pengembangan destinasi. Konsep Community-Based Tourism (CBT) merupakan pendekatan populer yang digunakan dalam program pengabdian pengembangan pariwisata, seperti yang dilakukan oleh Riyanto & Nugraha (2023); Permadi *et al.*, (2025); & Muda (2026).

Kemajuan teknologi digital membuka kesempatan baru untuk mempromosikan destinasi wisata. Dengan bantuan berbagai aplikasi digital, media sosial, dan platform berbagi video, masyarakat dapat mempromosikan destinasi wisata yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Awad & Alharthi (2025) serta Qi *et al.*, (2026) menyatakan bahwa komunikasi pemasaran digital membangun kepercayaan terhadap destinasi yang kemudian meningkatkan niat berkunjung. Rumanti *et al.*, (2025) menyatakan bahwa literasi digital merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata, sehingga pelatihan digital marketing dan penguatan kapasitas masyarakat terbukti meningkatkan pengelolaan destinasi wisata berbasis komunitas. Penggunaan teknologi digital sangat bergantung pada kemampuan masyarakat untuk membuat konten yang informatif, menarik, dan sesuai dengan destinasi. Oleh karena itu, meningkatkan literasi digital menjadi komponen penting dari rencana untuk membangun desa wisata berbasis masyarakat.

Hasil identifikasi kebutuhan mitra menunjukkan bahwa masyarakat Kampung Samin tidak memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk membuat konten promosi wisata. Selain itu, belum ada inventaris potensi wisata yang terdokumentasi secara sistematis, sehingga jumlah informasi yang tersedia bagi wisatawan sangat terbatas. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemberdayaan harus dilakukan untuk memberi tahu orang tentang pentingnya promosi digital dan membantu mereka menemukan aset wisata dan membuatnya menjadi materi promosi yang menarik.

Masyarakat dijadikan subjek utama dalam seluruh proses pengabdian kepada masyarakat ini, karena kapasitas SDM sangat penting dalam keberhasilan pengelolaan desa wisata (Ernawati *et al.*, 2022; Lestari *et al.*, 2025;) Peserta tidak hanya menerima materi pelatihan tetapi juga terlibat dalam proses menemukan potensi destinasi wisata, berbicara dalam kelompok, membuat informasi tentang destinasi, dan membuat jadwal kegiatan budaya yang dapat digunakan untuk mempromosikan wisata. Diharapkan bahwa metode ini dapat meningkatkan kapasitas masyarakat sekaligus mendorong komitmen bersama untuk membangun wisata budaya yang berbasis kearifan lokal.

Diharapkan melalui kegiatan ini, masyarakat dapat menggunakan media digital secara lebih efektif untuk memperkenalkan kekayaan budaya Kampung Samin kepada masyarakat yang lebih luas. Selain memberikan manfaat praktis bagi mitra, kegiatan ini juga berkontribusi pada pengembangan model pemberdayaan masyarakat berbasis promosi digital yang dapat diterapkan pada desa wisata budaya lainnya di Indonesia.

METODE KEGIATAN

Kampung Samin Klopoduwur, di Kecamatan Banjarejo, Kabupaten Blora, Jawa Tengah, adalah lokasi acara pengabdian masyarakat ini. Pemilihan mitra kegiatan didasarkan pada peran strategis mereka dalam menjaga keberlanjutan budaya lokal dan sebagai aktor utama dalam pengembangan wisata budaya berbasis masyarakat. Mitra juga termasuk tokoh adat dan anggota masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan aktivitas budaya dan pengelolaan wisata di Kampung Samin.

Pendekatan yang digunakan dalam pemberdayaan masyarakat ini adalah pendekatan partisipatif. Metode ini menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam setiap langkah operasi, yang dimulai dengan identifikasi kebutuhan, perencanaan program, pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi hasil operasi. Metode ini memungkinkan masyarakat tidak hanya menerima materi pelatihan, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam menentukan potensi wisata, membuat informasi yang harus dipromosikan, dan membuat materi promosi yang didasarkan pada pengetahuan lokal mereka.

Kegiatan dimulai dengan menilai kebutuhan mitra melalui observasi lapangan, berbicara dengan sesepuh Kampung Samin, dan bekerja sama dengan tokoh masyarakat. Tujuan dari langkah ini adalah untuk menentukan keadaan saat ini dalam pengelolaan wisata, tantangan yang dihadapi masyarakat, dan metode intervensi yang paling sesuai dengan kebutuhan mitra. Hasil analisis menunjukkan bahwa kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya kemampuan masyarakat untuk memanfaatkan media digital untuk mempromosikan wisata dan kurangnya ketersediaan data wisata yang terdokumentasi secara sistematis. Hasilnya membuat tim mitra setuju bahwa pelatihan pembuatan konten promosi wisata adalah solusi utama.

Tahap berikutnya adalah persiapan kegiatan. Tahap ini termasuk membuat materi pelatihan, membuat lembar kerja untuk mengidentifikasi tempat wisata yang potensial, melakukan koordinasi teknis dengan tokoh masyarakat, dan memilih peserta kegiatan. Tim semula merencanakan pelatihan Bahasa Inggris untuk pariwisata selama tahap perencanaan. Namun, setelah melakukan analisis lebih lanjut tentang kebutuhan bersama mitra, fokus acara beralih ke pelatihan pembuatan konten promosi wisata karena dianggap lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Perubahan ini menunjukkan penerapan prinsip partisipatif, yang berarti menyesuaikan program sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mitra.

Tahap pelaksanaan terdiri atas empat kegiatan utama. Kegiatan pertama adalah sosialisasi mengenai pentingnya pengembangan wisata budaya, yang bertujuan meningkatkan pemahaman peserta mengenai manfaat ekonomi, sosial, dan budaya dari pengembangan desa wisata. Pada sesi ini peserta memperoleh penjelasan mengenai konsep desa wisata, potensi wisata budaya, serta contoh praktik baik dari beberapa desa wisata yang berhasil berkembang melalui keterlibatan masyarakat.

Kegiatan kedua berupa pelatihan promosi digital, yang berfokus pada pengenalan berbagai media promosi wisata, karakteristik konten digital yang efektif, teknik penyusunan narasi promosi, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi destinasi. Materi disampaikan secara komunikatif dengan mempertimbangkan karakteristik peserta yang sebagian besar merupakan kelompok usia dewasa dan lanjut usia, sehingga penyampaian materi dilakukan menggunakan bahasa yang sederhana disertai contoh-contoh praktis yang mudah dipahami.

Kegiatan ketiga adalah identifikasi potensi wisata secara partisipatif. Peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil dan diberikan lembar kerja untuk menginventarisasi seluruh potensi wisata yang dimiliki Kampung Samin. Inventarisasi dilakukan terhadap atraksi budaya, tradisi, kesenian, produk lokal, situs budaya, maupun potensi alam yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Seluruh informasi yang diperoleh berasal dari pengalaman dan pengetahuan masyarakat sendiri sehingga menghasilkan data yang lebih kontekstual dan sesuai dengan kondisi lapangan.

Pada tahap keempat, ada diskusi kelompok terbimbing dan pendampingan, validasi hasil identifikasi potensi wisata, dan penyusunan informasi untuk promosi wisata. Tim pengabdian membantu peserta mengorganisasi informasi, melengkapi data yang belum terdokumentasi, dan membuat kalender kegiatan budaya di luar program Kampung Samin. Selain itu, pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang disusun secara akurat menunjukkan karakteristik budaya lokal dan dapat digunakan untuk promosi wisata.

Secara deskriptif, keberhasilan kegiatan dinilai melalui observasi yang dilakukan selama pelatihan, partisipasi aktif peserta dalam diskusi kelompok, kemampuan peserta untuk menemukan potensi wisata, dan kualitas informasi yang dikumpulkan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui pemikiran bersama mitra tentang manfaat kegiatan, tantangan yang masih dihadapi, dan prospek untuk pengembangan promosi wisata digital yang lebih baik. Secara ringkas tahapan pelaksanaan pengabdian disampaikan di Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Tahap	Kegiatan	Luaran
Analisis kebutuhan	Observasi, koordinasi, diskusi dengan tokoh adat	Identifikasi kebutuhan mitra
Persiapan	Penyusunan materi, koordinasi, penyusunan instrumen	Modul pelatihan dan lembar kerja
Sosialisasi	Edukasi mengenai pengembangan wisata budaya	Peningkatan pemahaman peserta
Pelatihan	Pelatihan penyusunan konten promosi digital	Peningkatan keterampilan promosi
Identifikasi potensi	Inventarisasi aset wisata secara partisipatif	Daftar potensi wisata Kampung Samin
Diskusi dan pendampingan	Validasi data dan penyusunan informasi promosi	Kalender kegiatan budaya dan bahan promosi
Evaluasi	Observasi dan refleksi bersama mitra	Rekomendasi pengembangan program

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Kesadaran Masyarakat terhadap Potensi Wisata Budaya

Kegiatan pengabdian diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya pengembangan desa wisata berbasis budaya. Tahap ini menjadi fondasi penting karena hasil analisis kebutuhan menunjukkan bahwa sebagian masyarakat belum sepenuhnya memandang tradisi dan aktivitas budaya sehari-hari sebagai aset wisata yang memiliki nilai ekonomi sekaligus berperan dalam pelestarian budaya. Selama ini, berbagai tradisi yang dilaksanakan masyarakat lebih dipahami sebagai bagian dari kehidupan sosial dan adat istiadat daripada sebagai daya tarik wisata yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata desa mereka merupakan hal yang penting. Pengelolaan wisata heritage yang berkelanjutan memerlukan peningkatan keterlibatan masyarakat melalui komunikasi, edukasi, dan peningkatan kesadaran terhadap pentingnya warisan budaya (Esichaikul & Chansawang, 2022).

Selama proses sosialisasi, peserta memperoleh pemahaman tentang hubungan antara pelestarian budaya dan pertumbuhan ekonomi lokal. Beberapa contoh praktik baik dari desa wisata lain diberikan untuk menunjukkan bahwa pengembangan wisata budaya tidak harus mengubah nilai-nilai lokal, tetapi dapat menjadi sarana untuk memperkuat identitas budaya sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pendekatan ini mendorong peserta untuk melihat budaya lokal sebagai hal yang sangat penting.

Menurut Community-Based Tourism (CBT), peningkatan kesadaran masyarakat adalah langkah pertama yang diperlukan untuk mengembangkan destinasi wisata yang sukses (APEC, 2009). CBT menempatkan masyarakat lokal sebagai pemilik sumber daya dan pemegang kendali utama dalam pengelolaan destinasi. Oleh karena itu, modal sosial yang penting untuk meningkatkan kemampuan teknis, seperti promosi digital dan pelayanan wisata, adalah perubahan perspektif masyarakat terhadap potensi wisata.

Penguatan Kapasitas Masyarakat dalam Promosi Digital

Permasalahan utama yang ditemukan pada tahap analisis kebutuhan adalah belum optimalnya promosi wisata Kampung Samin. Informasi mengenai Kampung Samin lebih banyak tersedia dalam bentuk artikel ilmiah atau hasil penelitian, sedangkan informasi yang ditujukan kepada calon wisatawan masih sangat terbatas. Akibatnya, masyarakat luar lebih mengenal Kampung Samin sebagai objek penelitian daripada sebagai destinasi wisata budaya.

Untuk memenuhi kebutuhan ini, diberikan pelatihan tentang pembuatan konten promosi digital. Materi pelatihan mencakup pentingnya promosi digital, ciri-ciri konten promosi wisata, cara membangun narasi promosi, dan cara menggunakan media digital untuk memberi tahu orang lain tentang potensi wisata. Materi disampaikan dengan pendekatan komunikatif dan disesuaikan dengan demografi peserta, yang sebagian besar adalah orang dewasa dan lanjut usia. Untuk membuat materi lebih mudah dipahami, materi disampaikan secara sederhana dan disertai dengan contoh-contoh yang terkait dengan pengalaman peserta.

Pelatihan tidak hanya memberi peserta keterampilan baru, tetapi juga mengubah cara mereka melihat media digital. Sebelum pelatihan, media digital belum dianggap sebagai alat strategis untuk mengembangkan desa wisata. Namun, setelah pelatihan, peserta mulai menyadari bahwa mempromosikan atraksi budaya Kampung Samin tanpa mengeluarkan biaya yang besar dapat dilakukan. Ketika literasi digital meningkat, masyarakat dapat memulai promosi wisata secara mandiri.

Hasil ini sejalan dengan sejumlah penelitian tentang pemasaran destinasi yang menunjukkan bahwa media digital telah menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan perjalanan wisatawan. Sejumlah penelitian, diantaranya yang dilakukan oleh Mardiah & Faridah (2026), serta Mandagi *et al.*, (2025) mengkonfirmasi hal tersebut. Konten visual, cerita yang menarik, dan informasi yang mudah diakses dapat meningkatkan pemahaman orang tentang destinasi sekaligus memperkuat persepsi wisata budaya.

Identifikasi Potensi Wisata secara Partisipatif

Salah satu keuntungan dari kegiatan pengabdian ini adalah penggunaan pendekatan partisipatif saat mencari potensi wisata. Setelah mendapatkan materi tentang jenis wisata dan strategi promosi, peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok untuk mengidentifikasi berbagai potensi atraksi Kampung Samin. Ini dilakukan menggunakan lembar kerja yang telah disusun oleh tim pengabdian sehingga proses identifikasi berlangsung secara sistematis.

Metode ini memungkinkan masyarakat untuk menjadi sumber informasi utama. Upacara adat, tradisi masyarakat Samin, acara budaya tahunan, nilai-nilai kearifan lokal, kerajinan, dan lanskap pedesaan yang mempertahankan karakteristik lingkungan tradisional adalah beberapa potensi wisata yang telah diidentifikasi. Semua informasi ini sangat akurat karena berasal dari pengalaman masyarakat.

Partisipasi masyarakat dalam proses identifikasi potensi wisata menunjukkan bahwa pengetahuan lokal adalah sumber informasi yang tidak dapat diganti oleh data sekunder. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, proses identifikasi tersebut tidak hanya menghasilkan data mengenai potensi wisata, tetapi juga meningkatkan rasa memiliki atau kepemilikan masyarakat terhadap program pengembangan wisata yang sedang dilaksanakan. Temuan ini sejalan dengan temuan penelitian Wardani (2024) yang menegaskan bahwa partisipasi masyarakat merupakan fondasi utama dalam pengembangan desa wisata berbasis budaya. Namun, partisipasi tersebut perlu didukung oleh program pemberdayaan yang berkelanjutan, seperti peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan kelembagaan pengelola wisata, serta pelatihan pemasaran dan promosi digital.

Penyusunan Kalender Budaya sebagai Luaran Program

Salah satu hasil penting dari kegiatan pengabdian ini adalah kompilasi berbagai agenda budaya, yang kemudian menjadi dasar pembentukan kalender budaya Kampung Samin. Peserta berbicara



tentang berbagai kegiatan adat, waktu dan makna budayanya. Selanjutnya, data tersebut divalidasi dengan fasilitator sehingga data yang lebih sistematis dapat digunakan untuk membuat konten promosi wisata.

Kalender budaya memiliki peran strategis dalam pengembangan wisata budaya. Selain menjadi sumber informasi bagi wisatawan, kalender tersebut dapat digunakan oleh pemerintah daerah, komunitas budaya, dan industri pariwisata untuk membuat kampanye promosi yang lebih terorganisir. Dengan informasi tentang waktu penyelenggaraan kegiatan budaya, promosi dapat dilakukan jauh sebelum kegiatan dilakukan, sehingga mencakup lebih banyak orang.

Faktor Pendukung dan Kendala Pelaksanaan

Beberapa faktor pendukung memengaruhi keberhasilan kegiatan pengabdian. Pertama, dukungan penuh dari sesepuh Kampung Samin dan tokoh masyarakat membuat koordinasi lebih mudah dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program yang dilaksanakan. Kedua, metode partisipatif membuat peserta terlibat lebih aktif selama seluruh rangkaian kegiatan, yang membuat proses pembelajaran lebih efektif. Ketiga, suasana pembelajaran yang inklusif diciptakan oleh kolaborasi antara tim guru, siswa, dan masyarakat. Ini juga mendorong pertukaran pengetahuan antara akademisi dan masyarakat lokal.

Tetapi kegiatan juga menghadapi beberapa hambatan. Sebagian peserta memiliki keterbatasan dalam literasi, sehingga mereka membutuhkan bantuan untuk mengisi lembar kerja dan menyimpan catatan informasi yang diberikan. Selain itu, belum tersedia sumber daya manusia yang secara khusus mengelola media sosial desa, yang dapat digunakan untuk mengunggah promosi pariwisata desa. Oleh karenanya, pendampingan terus menerus diperlukan agar masyarakat dapat membuat dan mengelola konten promosi secara mandiri karena keanekaragaman teknologi digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat memerlukan pelatihan yang berkelanjutan.

Implikasi Pengabdian terhadap Pengembangan Wisata Berkelanjutan

Kapasitas masyarakat untuk mengembangkan wisata budaya yang berbasis potensi lokal ditingkatkan melalui kegiatan pengabdian ini. Metode partisipatif meningkatkan pengetahuan peserta tentang promosi digital. Metode ini juga meningkatkan kesadaran kolektif tentang pentingnya mempertahankan budaya sebagai identitas dan aset pembangunan ekonomi.

Selain itu, Program ini membantu mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG), terutama Tujuan 8 yang berfokus pada pertumbuhan ekonomi inklusif melalui pariwisata berkelanjutan yang memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat lokal dan Tujuan 11 yang berkaitan dengan pelestarian warisan budaya dan pengembangan permukiman yang berkelanjutan. Peluang untuk mengembangkan wisata budaya Kampung Samin diharapkan semakin terbuka dengan meningkatnya kemampuan masyarakat untuk mempromosikan potensi wisata secara online. Ini akan memungkinkan masyarakat untuk merasakan manfaat ekonomi dan sosial yang lebih besar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengelola wisata dan masyarakat Kampung Samin Klopoduwur memiliki kemampuan yang lebih baik untuk mendukung pengembangan wisata budaya yang berbasis kearifan lokal melalui pelatihan pembuatan konten promosi digital. Metode pemberdayaan partisipatif memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam menentukan potensi destinasi wisata, menyimpan rekaman aset budaya, dan mengompilasi data untuk digunakan dalam promosi digital. Kegiatan ini tidak hanya mengajarkan peserta tentang pentingnya promosi digital untuk mengembangkan destinasi wisata, tetapi juga menghasilkan daftar wisata dan kegiatan budaya yang dapat dilakukan di luar acara untuk membantu promosi berkelanjutan Kampung Samin.

Program ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra adalah cara yang bagus untuk mengatasi kendala promosi wisata di desa yang berbasis budaya. Keberhasilan program bergantung pada kolaborasi antara perguruan



tinggi, tokoh adat, dan masyarakat karena mendorong rasa memiliki dan komitmen bersama dalam mengembangkan wisata budaya.

Agar masyarakat dapat melakukan promosi digital secara mandiri dan konsisten di masa depan, diperlukan dukungan terus menerus. Hal ini mencakup pembuatan akun media sosial resmi, penciptaan konten rutin, dan memperkuat hubungan dengan pemerintah daerah dan bisnis pariwisata. Diharapkan upaya ini akan meningkatkan reputasi Kampung Samin sebagai destinasi wisata budaya sambil membantu melestarikan kearifan lokal dan mendorong pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Saat ini, masih sangat terbatas sumber daya manusia lokal yang memiliki literasi digital, yang mau berkontribusi dalam pengelolaan desa wisata.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian, beberapa rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

Untuk memastikan bahwa informasi tentang atraksi budaya, jadwal kegiatan, dan potensi wisata tetap tersedia dan mudah diakses oleh masyarakat dan calon wisatawan, pengelola wisata dan masyarakat Kampung Samin harus mengelola dan mengelola media promosi digital secara berkelanjutan.

Diharapkan pemerintah Desa Klopoduwur dan pemerintah Kabupaten Blora memberikan dukungan lebih lanjut, seperti memberikan pelatihan lanjutan tentang pemasaran digital dan membantu mendirikan atau memperkuat lembaga pengelola wisata untuk mengelola promosi digital dengan cara yang lebih profesional dan berkelanjutan.

Perguruan tinggi dan pemangku kepentingan lainnya perlu mengembangkan program lanjutan yang tidak hanya berfokus pada pembuatan konten promosi, tetapi juga mencakup pengelolaan media sosial, pengembangan situs web desa wisata, optimalisasi pemasaran digital berbasis data, serta evaluasi efektivitas promosi terhadap peningkatan kunjungan wisatawan.

Selanjutnya, disarankan bahwa kegiatan pengabdian dilakukan untuk mengukur dampak program secara lebih akurat. Ini dapat dilakukan dengan menilai perubahan kapasitas peserta, tingkat keterlibatan masyarakat dalam promosi digital, dan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan setelah program dimulai. Dengan demikian, efektivitas program dapat diukur secara lebih akurat dan menjadi dasar penyempurnaan model pemberdayaan masyarakat yang didasarkan pada promosi digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LPPM UNNES yang telah memberikan dana untuk terlaksananya kegiatan pengabdian ini. Terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya juga kami haturkan pada segenap sesepuh Kampung Samin Klopoduwur atas segala bantuan dan keramah tamahan kepada kami.

DAFTAR PUSTAKA

- APEC. (2009). *Handbook on Community-Based Tourism: How to Develop and Sustain CBT*. Asia-Pacific Economic Cooperation.
- Awad, A. & Alharthi, B. (2025). The Role of Digital Marketing Tools in Promoting Tourism: An Applied Study on Online Marketing Strategies. *Innovative Marketing*, 21(2), 14-26. [https://doi.org/10.21511/im.21\(2\).2025.02](https://doi.org/10.21511/im.21(2).2025.02)
- Ernawati, N. M., Arjana, I. W. B., Puspita, N. P. L. A., Voda, M., & Hazra, S. (2022). *Human Resource Development for Rural Tourism: A Green Tourism Approach*. *International Journal of Green Tourism Research and Applications*, 4(2), 50–57. <https://doi.org/10.31940/ijogtra.v4i2.50-57>
- Esichaikul, R., & Chansawang, R. (2022). Community Participation in Heritage Tourism Management of Sukhothai Historical Park. *International Journal of Tourism Cities*, 8(4), 897–911. <https://doi.org/10.1108/IJTC-03-2021-0035>



- Gaungkan Ajaran Samin Bisa Mendunia. Diakses 9 Maret 2025. Diakses 9 Maret 2025. <https://www.blorakab.go.id/index.php/public/berita/detail/6121/gaungkan-ajaran-samin-bisa-mendunia>
- Lestari, A. M., Khusaini, M., Sholihah, Q., & Ciptadi, G. (2025). *The Impact of Community Participation on Tourism Village Management and Sustainability: A Case Study in Wonokitri Village, Pasuruan*. *Environment and Natural Resources Journal*, 23(4), 366–378. <https://doi.org/10.32526/enrj/23/20250007>
- Mandagi, D. W., Indrajit, & Wulyatiningsih, T. (2025). Navigating Digital Horizons: A Systematic Review of Social Media's Role in Destination Branding. *Journal of Enterprise and Development*, 6(2), 373–389. <https://doi.org/10.20414/jed.v6i2.10075>
- Mardiah, F., & Faridah, A. (2026). *The Role of Social Media in Influencing Tourist Travel Decisions: A Systematic Literature Review*. *Academia Open*, 11(1). <https://doi.org/10.21070/acopen.11.2026.13821>
- Muda, F. P. (2026). The Role of the Pentahelix Model in Village Development Towards Sustainable Tourism Villages in Indonesia: A Systematic Review. *Priviet Social Sciences Journal*, 6(3), 540–553. <https://doi.org/10.55942/pssj.v6i3.1510>
- Mukti, A. (2025). Dinamika Pengembangan Desa Wisata di Indonesia: Analisis Sistematis tentang Pendorong, Tantangan, dan Dampak. *Jurnal Pembangunan Nagari*, 10(1), 20–37. <https://doi.org/10.30559/jpn.v10i1.529>
- Permadi, W. K., Wanumawatie, I., & Khairina, D. R. (2025). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Community Based Tourism (CBT) dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi (Systematic Literature Review pada Penerapan Society Centered Approach dalam Pengembangan Pariwisata Desa). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 22654–22661. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.30207>
- Prastowo, D., & Suropto (2019). *Keberlanjutan Program Pariwisata Budaya (Studi Kasus Kampung Samin di Desa Klopoduwur Kecamatan Banjarejo Kabupaten Blora*. Tesis Magister Ilmu Administrasi Publik Universitas Gajah Mada Yogyakarta.
- Qi, M., Li, J., Abdullah, Z., Rahman, S. N. A., Niu, L., Zhou, B., & Zhao, Z. (2026). Building Destination Brands Through Trust: Unpacking the Role of Digital Integrated Marketing Communication in Driving Travel Intentions. *BMC Psychol* 14, 698. <https://doi.org/10.1186/s40359-026-04453-1>
- Riyanto, F. & Nugraha, A. (2023). Development of Community-Based Tourism Village through Local Community Participation (A Literature Review). *Multiple Journal of Global and Multidisciplinary* 1(3), 224–233
- Rumanti, A.A., Daryanto, Y., Amelia, M., Rizaldi, A.S., Zulkarnain, I., & Andrawina, L. (2025). The Role of Organizational and Stakeholder Factors in Strengthening Digital Literacy And Communication For Edu-Tourism. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(3), 1–17
- Pengembangan destinasi wisata di Desa Klopoduwur, Banjarejo terkendala Kesadaran Masyarakat dan Pembiayaan. Diakses 9 Maret 2025. <https://wisata.wartablora.com/desa-wisata/terkendala-kesadaran-masyarakat-dan-pembiayaan-zvUBbkle-14021>
- Radar Bojonegoro. (2023). Antusiasme Wisatawan Luar Daerah Hingga Mancanegara Tampak di Peringatan Tertangkapnya Samin Surosentiko di Ploso Kediren, Rabu (15/3) lalu. Diakses 9 Maret 2025. <https://radarbojonegoro.jawapos.com>tag>Wisata>.
- Ruli, S. (2016). *Pengembangan Wisata Kampung Samin Klopoduwur Blora Jawa Tengah*. Laporan Tugas Akhir (D III), Program Studi D-3 Usaha Perjalanan Wisata Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Wardani, M.I. (2024). *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Kampung Samin Sambongrejo Desa Sambongrejo Kecamatan Sambong Kabupaten Blora*. Skripsi Prodi S1 Sosiologi Universitas Sebelas Maret Surakarta.