MODEL PELATIHAN PROMOSI DIGITAL BERBASIS MEDIA SOSIAL UNTUK PENGUATAN BRANDING WISATA BUKIT PARALAYANG KULON PROGO

Yenni Astuti[1], Maria Asumpta Deny Kusumaningrum[2], Rindu Alriavindra Funny[3], Fajar Khanif Rahmawati[4]
[1],[2],[3]Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto
[4]Program Studi Teknik Dirgantara, Fakultas Teknologi Kedirgantaraan, Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto

*[1]yenniastuti@itda.ac.id**
**Corresponding Author*

Informasi Artikel:
Submitted : 30/Juni/2025
Revised : 22/Juli/2025
Accepted : 30/Juli/2025
Published : 10/Agustus/2025

Abstract

One of the main challenges faced by the tourism community at Bukit Paralayang is the limited skills in digital promotion and tourism service delivery, resulting in the underutilization of its destination potential. Giri Sembung Paragliding Hill, located in Banjarasri Village, Kulon Progo, is an emerging community-managed tourism destination. To support the capacity development of tourism actors, this community service program aims to design a modular and practical training model. The model comprises three complementary phases: (1) tourism communication training (English language), (2) digital promotion and content creation training based on information and communication technology (ICT), and (3) tourism management and service training.

The implementation method adopts a participatory approach, grounded in field observations, discussions with local partners, and reflections from the initial phase. The developed model is flexible and can be implemented progressively based on community readiness. Initial validation indicates that the model is relevant, beneficial, and has potential for replication in other community-based tourism destinations with similar characteristics. This model integrates ICT to support the digital transformation of community-based tourism destinations.

Abstrak

Salah satu tantangan utama yang dihadapi komunitas pelaku wisata di Bukit Paralayang adalah keterbatasan dalam keterampilan promosi digital dan pelayanan wisata, yang menyebabkan potensi destinasi belum tergarap optimal. Bukit Paralayang Giri Sembung di Kelurahan Banjarasri, Kulon Progo, merupakan destinasi wisata yang sedang berkembang dan dikelola secara mandiri oleh komunitas lokal. Dalam rangka mendukung peningkatan kapasitas pelaku wisata, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk merancang model pelatihan terpadu yang bersifat modular dan aplikatif. Model disusun dalam tiga fase pelatihan yang saling melengkapi, meliputi: (1) pelatihan komunikasi wisata (Bahasa Inggris), (2) pelatihan promosi digital berbasis teknologi informasi dan pembuatan konten, serta (3) pelatihan manajemen dan pelayanan wisata.
Metode pelaksanaannya mengadopsi pendekatan partisipatif, berbasis observasi lapangan, diskusi dengan mitra, dan refleksi terhadap pelaksanaan fase pertama pelatihan. Model yang

dikembangkan bersifat fleksibel dan dapat diimplementasikan secara bertahap sesuai kesiapan mitra. Validasi awal menunjukkan bahwa model ini dinilai relevan, bermanfaat, dan potensial untuk direplikasi di destinasi wisata lain dengan karakteristik serupa. Model ini mengintegrasikan teknologi informasi untuk mendukung transformasi digital destinasi wisata berbasis komunitas.

Kata Kunci: pelatihan terpadu, desa wisata, paralayang, teknologi informasi

1. PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*) telah berkembang menjadi salah satu strategi pemberdayaan desa yang efektif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, pelestarian budaya, dan penguatan identitas komunitas (Iman Pribadi et al., 2021; Permatasari, 2022). Salah satu kawasan yang memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata adalah Bukit Paralayang Giri Sembung, yang terletak di Kelurahan Banjarasri, Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kawasan ini menawarkan keindahan alam Menoreh dan menjadi salah satu lokasi olahraga ekstrem paralayang yang mulai dikenal publik sejak tahun 2021. Pengembangan wisata paralayang memiliki potensi besar dalam menarik minat wisatawan dengan minat khusus (*special interest tourism*), seperti juga nampak pada studi pengembangan paralayang di Kabupaten Kudus (Indardi & Sahri, 2020), dan di Kabupaten Merangin (Merangin et al., 2023)

Bukit Paralayang memiliki potensi alam yang luar biasa untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan (*Wisata Paralayang Puncak Giri Sembung Banjarasri Kalibawang*, 2023). Untuk mewujudkan hal tersebut, penguatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) yang terlibat langsung dalam pelayanan wisata menjadi salah satu kunci utama (Sari et al., 2024; Untari et al., 2024). Temuan awal menunjukkan bahwa pelaku wisata setempat memiliki ruang besar untuk berkembang, khususnya dalam keterampilan komunikasi, pengelolaan, dan pemasaran wisata—terutama dalam melayani wisatawan mancanegara. Oleh karena itu, strategi pelatihan yang terstruktur dan berkelanjutan menjadi langkah strategis untuk mendukung kemajuan pariwisata di kawasan ini (Amilia et al., 2020).

Program pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan pada tahun 2024 berfokus pada pelatihan *public speaking* dalam Bahasa Inggris sebagai fase awal penguatan kapasitas pelaku wisata (Kusumaningrum et al., 2025). Hasil pelatihan menunjukkan adanya antusiasme tinggi dan kebutuhan lanjutan yang belum terakomodasi, seperti kemampuan promosi digital, pembuatan konten media sosial, dan manajemen pengelolaan wisata. Di tengah pesatnya digitalisasi dalam sektor pariwisata, transformasi digital menjadi keharusan agar destinasi wisata tetap relevan dan kompetitif. Pemanfaatan teknologi informasi tidak hanya mendukung promosi digital, tetapi juga memperluas jangkauan pasar dan membuka ruang interaksi dengan wisatawan digital-native. Dalam konteks desa wisata berbasis komunitas, literasi digital menjadi elemen penting untuk memperkuat daya saing dan profesionalisme pelaku wisata. Seperti disampaikan oleh Rahayu et al. (2022), pemanfaatan TIK secara optimal dapat mendorong partisipasi dan pemberdayaan komunitas secara berkelanjutan.

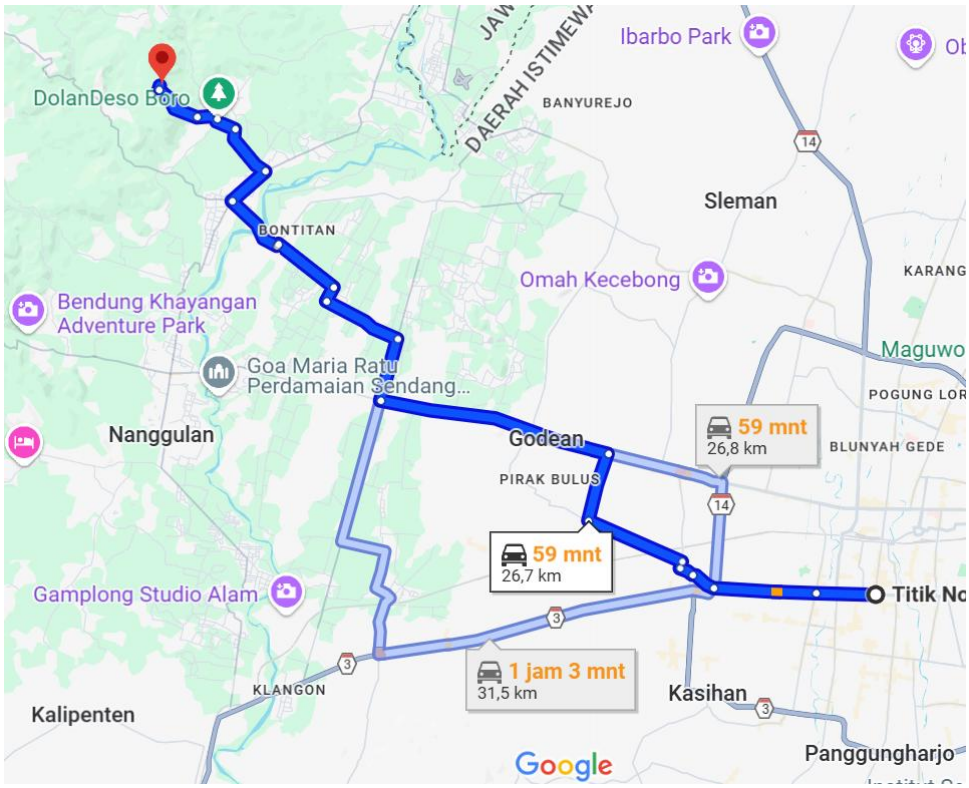
Permasalahan utama yang dihadapi komunitas wisata Bukit Paralayang adalah rendahnya kapasitas dalam memanfaatkan media digital untuk promosi destinasi, serta kurangnya pengalaman dalam memberikan layanan wisata yang sistematis. Hal ini menyebabkan ketergantungan pada promosi konvensional dan sulitnya menjangkau wisatawan digital-native yang lebih responsif terhadap konten visual dan interaktif. Keterbatasan tersebut menjadi hambatan dalam pengembangan pariwisata secara berkelanjutan dan kompetitif. Berdasarkan kondisi tersebut, artikel ini bertujuan untuk merancang model pengembangan kapasitas pelaku wisata berbasis strategi pelatihan terpadu, yang dapat diterapkan secara bertahap dan kontekstual sesuai dengan kebutuhan komunitas lokal. Model ini dirancang untuk mendukung proses pemberdayaan secara berkelanjutan dan dapat direplikasi di kawasan wisata lainnya yang memiliki karakteristik serupa (Sasuwang et al., 2024).

Bukit Paralayang Kelurahan Banjarasri, Kulon Progo memiliki jarak sejauh ± 26,7 – 31,5 Km dari Titik Nol Yogyakarta yang dapat ditempuh selama kurang lebih 1 jam perjalanan menggunakan kendaraan roda empat, seperti ditunjukkan pada Gambar 1.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat fase pertama telah dilaksanakan pada bulan Juli 2024 di Bukit Paralayang Giri Sembung, Kalurahan Banjarasri, Kapanewon Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Mitra kegiatan adalah komunitas pelaku wisata lokal yang secara aktif mengembangkan potensi alam dan olahraga paralayang di kawasan tersebut. Kegiatan pelatihan diikuti oleh 22 peserta dari komunitas pelaku wisata lokal, yang terdiri dari 9 perempuan dan 13 laki-laki, dengan rentang usia antara 18 hingga 64 tahun. Sebagian besar peserta memiliki latar belakang pendidikan menengah, dengan sekitar 50% merupakan lulusan SMK. Peserta umumnya merupakan anggota aktif kelompok pengelola wisata atau relawan yang terlibat dalam kegiatan operasional Bukit Paralayang. Fasilitator pelatihan terdiri dari dosen-dosen Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto yang memiliki pengalaman dalam pelatihan dan pemberdayaan masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif, dengan menitikberatkan pada penguatan kapasitas masyarakat sebagai pengelola destinasi wisata. Pendekatan serupa telah terbukti efektif dalam kegiatan pelatihan praktis lain yang dilaksanakan dalam konteks pendidikan vokasional (Astuti et al., 2024). Proses perancangan program dirumuskan melalui komunikasi terbuka dengan mitra, observasi langsung di lapangan, serta refleksi dari pelatihan awal yang telah dilaksanakan. Hasil-hasil tersebut menjadi dasar dalam merancang model pelatihan yang dapat diterapkan secara bertahap dan kontekstual.



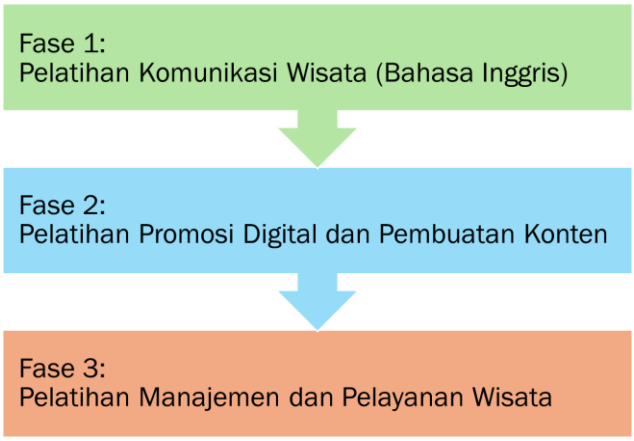
GAMBAR 1. PETA LOKASI BUKIT PARALAYANG, KALURAHAN BANJARASRI, DARI TITIK NOL DIY.

Model pelatihan yang dikembangkan mengadopsi pendekatan modular, yaitu penyusunan program pelatihan dalam tiga fase yang saling melengkapi dan dapat dilaksanakan secara bertahap sesuai dengan kesiapan mitra dan ketersediaan sumber daya. Tiga fase utama tersebut ditunjukkan seperti pada Gambar 2, yang meliputi:

A. Pelatihan Komunikasi Wisata (Bahasa Inggris). Fase ini berfokus pada peningkatan kemampuan pelaku wisata dalam menyambut, mengenalkan, dan berinteraksi dengan wisatawan, khususnya wisatawan asing.
B. Pelatihan Promosi Digital dan Pembuatan Konten. Fase ini dirancang untuk mendukung upaya promosi destinasi melalui media sosial dan konten visual yang menarik (Dora et al.,

2025). Pelatihan promosi digital mencakup penggunaan aplikasi Canva untuk desain konten, CapCut untuk editing video pendek, serta Instagram Business untuk menyusun strategi unggahan dan memahami analisis performa konten. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada teknik dasar pengambilan gambar/video dan prinsip keterlibatan digital (digital engagement). Pengintegrasian praktik TIK ini menjadikan teknologi sebagai bagian inti dari proses pemberdayaan.

C. Pelatihan Manajemen dan Pelayanan Wisata. Fase ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku wisata dalam pengelolaan kegiatan wisata dan pelayanan prima.



GAMBAR 2. FASE KEGIATAN PENGABDIAN

Fase pertama telah berhasil dilaksanakan sebagai langkah awal, seperti ditampilkan pada Gambar 3. Fase tersebut menjadi pijakan penting dalam pengembangan fase-fase berikutnya. Setiap fase dirancang dengan metode yang sesuai dengan karakteristik peserta, seperti *drilling*, simulasi, praktik kelompok, serta pendekatan berbasis teknologi.

Perancangan model dilakukan secara kolaboratif antara tim pelaksana dan mitra, dengan mempertimbangkan potensi lokal, keberlanjutan program, serta kemungkinan replikasi di kawasan wisata lain yang memiliki karakteristik serupa. Pendekatan kolaboratif semacam ini terbukti efektif dalam mendorong partisipasi aktif masyarakat dan membangun komitmen jangka panjang (Ibrahim et al., 2024). Dengan pendekatan ini, diharapkan program dapat memberikan dampak jangka panjang dalam mendukung profesionalisme pelaku wisata serta meningkatkan daya tarik Bukit Paralayang sebagai destinasi wisata unggulan.

GAMBAR 3. FOTO KEGIATAN FASE-1.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 POTENSI PENGEMBANGAN KAPASITAS PELAKU WISATAANALISIS KEBUTUHAN

Bukit Paralayang Giri Sembung di Kelurahan Banjarasri, Kulon Progo, merupakan destinasi wisata alam yang terus berkembang dan memiliki daya tarik tersendiri, terutama bagi wisatawan dengan minat khusus seperti olahraga paralayang. Dalam upaya mendukung peningkatan kualitas pelayanan dan pengalaman wisata, diperlukan strategi pemberdayaan sumber daya manusia (SDM) secara berkelanjutan.

Melalui pendekatan partisipatif dan komunikasi dengan pelaku wisata setempat, diperoleh gambaran bahwa terdapat peluang penguatan kapasitas dalam tiga aspek utama, yaitu:

1. Komunikasi wisata, khususnya dalam interaksi dengan wisatawan mancanegara;
2. Pemanfaatan media digital dan konten promosi berbasis media sosial;
3. Manajemen layanan wisata yang lebih sistematis dan terstruktur.

Aspek-aspek tersebut merupakan elemen penting dalam mendukung upaya promosi dan pelayanan wisata yang kompetitif. Potensi pengembangan ini menjadi dasar penyusunan model pelatihan terpadu, yang dirancang secara modular dan dapat dilaksanakan secara bertahap, menyesuaikan dengan dinamika dan kesiapan komunitas lokal.

Model ini tidak hanya dirancang untuk memenuhi kebutuhan jangka pendek, tetapi juga sebagai strategi penguatan berkelanjutan agar pelaku wisata semakin percaya diri, terampil, dan siap menghadapi tantangan pariwisata era digital. Di era wisata digital, keterampilan TIK bukan lagi sekadar nilai tambah, tetapi merupakan core competency yang esensial bagi pelaku wisata modern. Literasi TIK di kalangan pelaku wisata lokal menjadi pilar penting dalam meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan wisatawan digital (Mumtaz A & Karmilah M, 2021; Prasetyo et al., 2023)

Pelaksanaan fase pertama, yaitu pelatihan komunikasi wisata dalam Bahasa Inggris, menunjukkan peningkatan partisipasi dan kepercayaan diri peserta secara kualitatif. Beberapa peserta yang sebelumnya merasa ragu untuk berbicara di depan umum mulai mampu memperkenalkan destinasi wisata secara lisan dan menyampaikan sapaan dasar dalam Bahasa Inggris. Latihan simulasi percakapan dengan wisatawan juga menunjukkan respons positif, meskipun kemampuan masih terbatas pada frasa-frasa sederhana. Namun, proses pelatihan juga menghadapi sejumlah tantangan. Salah satunya adalah keterbatasan waktu pelaksanaan karena peserta harus menyesuaikan dengan jadwal operasional mereka di lapangan, seperti menjaga area parkir atau mengelola warung. Selain itu, tingkat literasi digital peserta cukup beragam—sebagian sudah terbiasa menggunakan media sosial, namun ada juga yang belum pernah melakukan editing konten atau menggunakan aplikasi desain. Perbedaan ini menuntut strategi pelatihan yang fleksibel dan adaptif, dengan pendekatan berbasis praktik langsung dan pendampingan intensif.

3.2 Desain Model Pelatihan Terpadu untuk Pelaku Wisata

Sebagai tindak lanjut atas identifikasi potensi penguatan kapasitas pelaku wisata di Bukit Paralayang, dirancang sebuah model pelatihan terpadu yang disusun dalam tiga fase bertahap. Model ini mengusung prinsip modular, fleksibel, dan aplikatif, sehingga memungkinkan pelaksanaannya menyesuaikan dengan dinamika komunitas dan ketersediaan sumber daya lokal. Setiap fase pelatihan dirancang dengan tujuan spesifik untuk membekali pelaku wisata dengan keterampilan yang saling melengkapi, dimulai dari kemampuan komunikasi dasar, dilanjutkan dengan strategi promosi digital berbasis teknologi informasi, dan ditutup dengan penguatan manajemen layanan wisata. Fase kedua secara khusus menekankan pada penguasaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), sebagai bagian dari strategi promosi berbasis media digital.

Pelatihan promosi digital mencakup penggunaan aplikasi Canva untuk mendesain materi visual, CapCut untuk penyuntingan video singkat, serta Instagram Business sebagai media penyebaran konten sekaligus alat analisis performa unggahan. Peserta juga diperkenalkan dengan teknik dasar pengambilan gambar, prinsip storytelling digital, serta keterampilan mengukur digital engagement melalui fitur-fitur statistik sederhana. Dengan demikian, TIK bukan hanya pelengkap, tetapi menjadi komponen inti dalam pemberdayaan pelaku wisata. Tabel 1 menampilkan struktur model pelatihan yang diusulkan.

Tabel 1. Model Pelatihan yang Diusulkan.

Fase	Topik Pelatihan	Metode	Durasi	Hasil yang diharapkan
1	Komunikasi Wisata	Drilling, roleplay, diskusi, simulasi	1 hari	Peserta mampu menyapa, memperkenalkan objek wisata, dan menjawab pertanyaan secara percaya diri
2	Promosi Digital dan Konten Kreatif	Praktik aplikasi, pembuatan konten, demonstrasi	1-2 hari	Peserta mampu membuat dan membagian konten promosi wisata melalui media sosial (instagram, tiktik, dsb.), sertta memahami penggunaan aplikasi desain dan analisi keterlibatan digital dasar sebagai bentuk pemanfaatan teknologi informasi
3	Manajemen dan Pelayanan Wisata	Studi kasus, diskusi kelompok, simulasi layanan	1 hari	Peserta memahami struktur layanan wisata, koordinasi operasional, dan praktik layanan ramah wisatawan

3.3 Validasi dan Kelayakan Model

Model pelatihan terpadu yang dirancang memperoleh validasi awal melalui proses reflektif internal tim pelaksana dan dialog terbuka bersama mitra kegiatan, yakni komunitas pelaku wisata Bukit Paralayang. Validasi ini dilakukan secara informal namun terstruktur, dalam bentuk diskusi kelompok kecil dan penyampaian tanggapan terhadap rancangan tiga fase pelatihan yang diajukan.

Secara umum, mitra memberikan respons yang positif dan antusias terhadap keberlanjutan program. Pelaksanaan fase pertama, yaitu pelatihan komunikasi wisata berbahasa Inggris, memberikan gambaran nyata tentang manfaat pelatihan berbasis praktik yang aplikatif. Mitra menyampaikan bahwa pendekatan bertahap dan fokus per fase sangat membantu dalam membangun rasa percaya diri serta kesiapan menghadapi tantangan wisata yang semakin kompleks.

Beberapa poin umpan balik yang memperkuat kelayakan model ini antara lain:

- Kesesuaian materi dengan kebutuhan lapangan, terutama dalam hal pelayanan langsung kepada wisatawan;
- Metode pelatihan yang partisipatif dan menyenangkan, yang mendorong keterlibatan aktif peserta;
- Fleksibilitas model yang memungkinkan adaptasi terhadap waktu dan sumber daya yang tersedia.

- Salah satu hal yang disampaikan oleh mitra adalah bahwa pelatihan promosi digital sangat membuka wawasan mereka terhadap pemanfaatan teknologi informasi untuk menarik lebih banyak wisatawan, khususnya generasi muda yang aktif di media sosial.

Di sisi lain, mitra juga menyampaikan beberapa catatan untuk penguatan model, seperti pentingnya pelatihan yang dijadwalkan secara lebih longgar agar tidak berbenturan dengan aktivitas lapangan, serta perlunya penguatan fasilitator lokal agar pelatihan dapat dilanjutkan secara mandiri.

Secara keseluruhan, validasi awal menunjukkan bahwa model pelatihan terpadu ini layak untuk diimplementasikan pada tahap berikutnya. Selain dapat meningkatkan kapasitas pelaku wisata secara berkelanjutan, model ini juga dinilai memiliki potensi replikasi di kawasan wisata berbasis komunitas lainnya, khususnya yang berada pada fase pertumbuhan dan pengembangan destinasi.

3.4 PEMBAHASAN

Secara keseluruhan, validasi awal menunjukkan bahwa model pelatihan terpadu ini layak untuk diimplementasikan pada tahap berikutnya. Selain dapat meningkatkan kapasitas pelaku wisata secara berkelanjutan, model ini juga dinilai memiliki potensi replikasi di kawasan wisata berbasis komunitas lainnya, khususnya yang berada pada fase pertumbuhan dan pengembangan destinasi.

Model pelatihan terpadu yang dirancang dalam kegiatan ini merupakan bentuk respons terhadap dinamika pengembangan desa wisata berbasis komunitas, yang menuntut keterampilan beragam dari para pelaku wisata. Kebutuhan untuk berkomunikasi dengan wisatawan, mengelola citra destinasi secara digital, dan memberikan pelayanan profesional menjadi kompetensi yang semakin penting di tengah persaingan destinasi wisata di era digital.

Beberapa studi sebelumnya menyebutkan bahwa keberhasilan pengembangan desa wisata sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusianya (Amilia et al., 2020; Budhi Pamungkas Gautama et al., 2020). Oleh karena itu, penyusunan model yang bersifat modular dan bertahap menjadi pendekatan yang relevan. Selain memberikan waktu adaptasi bagi peserta, model ini juga memungkinkan pelatihan dilakukan secara berkelanjutan tanpa membebani kapasitas komunitas secara berlebihan.

Pendekatan bertahap ini juga sejalan dengan prinsip *community-based tourism*, di mana keterlibatan aktif masyarakat dan penyesuaian dengan kebutuhan lokal menjadi kunci utama keberhasilan (Rahayu et al., 2022; Tatura et al., 2024). Keterlibatan kelembagaan lokal seperti kelompok sadar wisata juga menjadi faktor penggerak penting dalam menciptakan keberlanjutan destinasi wisata (Dwiyan Pramono Darmin & Abdullah, 2024). Dalam konteks Bukit Paralayang, penggunaan metode partisipatif dan pemilihan materi berbasis praktik telah terbukti mampu meningkatkan keterlibatan dan rasa percaya diri peserta, sebagaimana tercermin dari pelaksanaan fase pertama.

Model ini memiliki sejumlah keunggulan:

- Fleksibel dan adaptif, memungkinkan pelaksanaan bertahap sesuai kesiapan mitra.
- Terfokus, dengan pembagian topik pelatihan yang jelas dan terukur.
- Berbasis konteks lokal, sehingga lebih mudah diterima oleh peserta.
- Berpotensi direplikasi, terutama di kawasan wisata lain yang sedang berkembang.

Namun demikian, model ini juga memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dicermati dalam implementasi selanjutnya:

- Ketergantungan pada keberlanjutan dukungan fasilitator atau institusi pendamping.
- Kebutuhan adaptasi konten yang lebih spesifik sesuai perkembangan teknologi promosi digital.
- Perlunya monitoring jangka menengah untuk menilai efektivitas pelatihan setelah diterapkan.

Meskipun baru satu fase yang telah dilaksanakan, pelajaran dan masukan yang telah diperoleh memberikan landasan kuat bagi pengembangan fase selanjutnya. Dengan penyesuaian

dan dukungan yang tepat, model ini dapat berkontribusi signifikan dalam penguatan kapasitas pelaku wisata dan peningkatan kualitas layanan di Bukit Paralayang.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah menghasilkan sebuah model pelatihan terpadu untuk mendukung penguatan kapasitas pelaku wisata di Bukit Paralayang, Kelurahan Banjarasri, Kulon Progo. Model dirancang dalam tiga fase pelatihan modular, yaitu: (1) pelatihan komunikasi wisata berbahasa Inggris, (2) pelatihan promosi digital dan pembuatan konten, dan (3) pelatihan manajemen serta pelayanan wisata. Pendekatan bertahap ini dipilih untuk memberikan ruang adaptasi yang realistis bagi mitra, serta memastikan kesinambungan peningkatan kompetensi.

Salah satu kekuatan utama dari model ini adalah integrasi teknologi informasi dalam pelatihan, khususnya pada fase kedua yang mendorong peserta untuk menggunakan aplikasi digital dan media sosial dalam mempromosikan destinasi wisata secara mandiri. Penggunaan TIK dalam model ini tidak hanya mendukung keterampilan teknis, tetapi juga menjadi strategi penguatan daya saing dan transformasi digital destinasi wisata berbasis komunitas. Proses validasi awal menunjukkan bahwa model ini layak untuk diimplementasikan secara menyeluruh dan berpotensi direplikasi di destinasi wisata berbasis masyarakat lainnya. Pelaksanaan fase pertama memberikan umpan balik positif baik dari sisi partisipasi peserta maupun manfaat langsung yang dirasakan.

Berdasarkan hasil kegiatan, berikut beberapa saran untuk pengembangan selanjutnya: (1) Pelaksanaan fase kedua dan ketiga sebaiknya direncanakan dalam waktu dekat, dengan mempertimbangkan kesiapan komunitas dan dukungan sumber daya; (2) Diperlukan pemberdayaan fasilitator lokal agar keberlanjutan program dapat terjaga melalui pelatihan mandiri; (3) Monitoring dan evaluasi perlu dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas pelatihan serta menyesuaikan pendekatan dengan kebutuhan lapangan; (4) Model ini dapat dijadikan sebagai rujukan bagi program serupa di wilayah lain, dengan adaptasi terhadap karakteristik lokal masing-masing. Dengan penerapan yang tepat dan dukungan kolaboratif, model ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperkuat profesionalisme pelaku wisata dan mendorong daya saing destinasi wisata di tingkat lokal maupun nasional.

DAFTAR PUSTAKA

Amilia, W., Rokhani, R., Prasetya, R. C., & Suryadharma, B. (2020). Pembangunan Desa Wisata Gadingan dan Kebutuhan Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Pendekatan Community Based Tourism. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, *4*(1), 93. https://doi.org/10.30595/jppm.v0i0.4268

Astuti, Y., Cahya, A., Putri, R., & Baskoro, Z. (2024). Pelatihan Perangkat Lunak Simulasi Scilab Bagi Siswa / Siswi SMK Penerbangan AAG Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Intimas (Jurnal INTIMAS): Inovasi Teknologi Informasi Dan Komputer Untuk Masyarakat*, *4*(2), 92–98. https://doi.org/10.35315/intimas.v4i2.9848

Budhi Pamungkas Gautama, Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(4), 355–369. https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414

Dora, Y. M., Febrianti, A. M., & Suganda, U. K. (2025). Pelatihan pembuatan konten iklan di media sosial pada UMKM binaan Kadin Kota Bandung. *Kacanegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, *8*(1), 81–88. https://doi.org/10.28989/kacanegara.v8i1.2580

Dwiyan Pramono Darmin, L. O., & Abdullah, A. (2024). Strategi Pengembangan Desa Wisata Melalui Peran Kelompok Pemberdayaan Masyarakat Sadar Wisata (Studi Kasus Pemerintah Wakatobi terhadap Kelompok Sadar Wisata Desa Sombu). *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, *11*, 30–52. https://doi.org/10.25157/dak.v11i1.12336

Ibrahim, A. H. H., Madjid, S., & Hafel, M. (2024). Tinjauan Kolaboratif dalam Mendorong Pengembangan Desa Wisata Lapasi di Maluku Utara. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, *5*(2), 15. https://doi.org/10.47134/villages.v5i2.109

Iman Pribadi, T., Suganda, D., & Saefullah, K. (2021). Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Dampaknya Terhadap Sosial,Ekonomi, dan Lingkungan: Tinjauan Pustaka. *Jurnal Sosial Sains*, *1*(2), 107–114. https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v1i2.34

Indardi, N., & Sahri, S. (2020). Pengembangan Paralayang Ternadi di Kabupaten Kudus. *Media Ilmu*

Keolahragaan Indonesia, *10*(1), 19–22. https://doi.org/10.15294/miki.v10i1.21480

Kusumaningrum, M. A. D., Funny, R. A., Rahmawati, F. K., & Astuti, Y. (2025). Pelatihan Public Speaking bagi Pelaku Desa Wisata Bukit Paralayang Kulon Progo. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *6*(1), 392–399. https://doi.org/10.46576/rjpkm.v6i1.5220

Merangin, G. N., Merangin, K., Jambi, P., Siregar, A. D., Ritonga, D. M. M., Said, Y. M., & Rizky, S. A. (2023). Pelatihan Kelompok Pemandu Geowisata Di Desa Air Batu Kawasan. *Prosiding Nasional Rekayasa Teknologi Industri Dan Informasi XVIII*, 25–29.

Mumtaz A, & Karmilah M. (2021). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, *1*(1), 1–15.

Permatasari, I. (2022). Peran Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) Dalam Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism) di Bali. *Kertha Wicaksana*, *16*(2), 164–171. https://doi.org/10.22225/kw.16.2.2022.164-171

Prasetyo, H., Irawati, N., & Satriawati, Z. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Desa Wisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, *9*(2), 515. https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1281

Rahayu, H. A., Istikhomah, I., Fatmawati, N., Usami, R. W., Dari, F. U., & Habib, M. A. F. (2022). Analisis Pengembangan Potensi Desa Wisata Melalui Optimalisasi Asset Based Community Development Di Desa Mojokambang. *Greenomika*, *4*(1), 31–43. https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2022.04.1.4

Sari, P. N., Isabella, A. A., Nurahman, D., Nurhartanto, A., Nurhadi, S., Siregar, A. A., & Alyonni, A. (2024). Optimalisasi Sumber Daya Manusia Dalam Manajemen Pariwisata Desa Way Tebing Cepa Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan Inovasi Dan Perubahan*, *4*(4), 15–20. https://doi.org/10.59818/jpm.v4i4.744

Sasuwang, F. R., Sugiyarto, S., & Sulistyowati, N. (2024). Analisis Potensi Wisata sebagai Upaya dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Asap Indah Wonosari, Kecamatan Bonang, Kabupaten Demak. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, *4*, 170–178. https://doi.org/10.62383/hardik.v1i4.774

Tatura, L., Djafar, A. G., & Pratiwi, N. (2024). Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Dan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis SDGs Di Desa Moodulio. *Jurnal Pengabdian Teknik Industri*, *3*(1), 1–7. https://doi.org/10.37905/jpti.v3i1.22471

Untari, R., Resmayasari, I., Pratiwi, R., Mulyana, B., & Dharmawan, L. (2024). Penguatan Kapasitas Sumberdaya Manusia Dalam Pengelolaan Kampung Wisata di Kota Bogor. *Jurnal Abdimas ADPI Sosial Humaniora*, *5*(1), 791–799. https://doi.org/10.47841/jsoshum.v5i1.375

Wisata Paralayang Puncak Giri Sembung Banjarasri Kalibawang. (2023). https://www.jogjaku.web.id/2023/02/wisata-paralayang-puncak-giri-sembung.html