



Penguatan Literasi Budaya Berbasis Digital melalui *EthnoGring* sebagai Strategi Pendokumentasian, Konservasi, dan Promosi Desa Wisata Budaya Nyanggring yang Berkelanjutan

Strengthening Digital-Based Cultural Literacy through EthnoGring as a Sustainable Strategy for Documentation, Conservation, and Promotion of the Nyanggring Cultural Tourism Village

Deby Febriyan Eprilianto^{1*}, Danang Wijoyanto², I Gde Agung Sri Sidhimantra³, Mohamad Hermy Hibatulloh⁴, Lisa Amelia Sari⁵

^{1,4,5}Prodi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

²Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Jawa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

³Prodi Manajemen Informatika, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

*Email: debyeprilianto@unesa.ac.id

Alamat: Jl. Ketintang No.8, Ketintang, Kecamatan Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur 60231

*Penulis korespondensi

Article History:

Naskah Masuk: 04 Agustus, 2025;

Revisi: 18 Agustus, 2025;

Diterima: 28 Agustus, 2025;

Tersedia: 10 September, 2025

Keywords:

Community

Participation; Digital Literacy;

Digital-Based Cultural;

EthnoGring; Tourism Village.

Abstract: This community service program focuses on enhancing digital literacy, documenting cultural traditions, and developing integrated promotional media through the *EthnoGring* platform in Tlemang Cultural Tourism Village, Lamongan. The activities were conducted in collaboration with the local tourism group, Pokdarwis "Bukit Inggil," through stages of needs assessment, digital literacy training, cultural content production and curation, platform development, and monitoring and evaluation. The results indicate that digitalization strengthens community capacity to manage tourism promotion while simultaneously safeguarding cultural heritage in the face of modernization. Cultural outputs such as documentaries, photographs of traditional rituals, interview transcripts with cultural figures, and an e-book on the Nyanggring tradition serve not only as promotional tools but also as efforts to conserve collective community knowledge. The integration of these outputs into the *EthnoGring* platform, equipped with public service and tourism information features, highlights the strategic role of digital innovation in supporting sustainable tourism village development. Early impacts include broader exposure of Tlemang's cultural heritage, the emergence of local economic initiatives, and the establishment of a more adaptive community organization. Although challenges remain, particularly in digital infrastructure, collective engagement and institutional support serve as key foundations for sustainability. Therefore, *EthnoGring* contributes not only to cultural preservation but also to strengthening the social, economic, and institutional dimensions of sustainable tourism.

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini berfokus pada upaya meningkatkan literasi digital, mendokumentasikan tradisi budaya, dan mengembangkan media promosi terpadu melalui platform **EthnoGring** di Desa Wisata Budaya

Tlemang, Lamongan. Kegiatan dilaksanakan secara partisipatif bersama Pokdarwis “Bukit Inggil” melalui tahapan pemetaan kebutuhan, pelatihan literasi digital, produksi dan kurasi konten budaya, pengembangan platform digital, serta monitoring dan evaluasi. Hasil program menunjukkan bahwa digitalisasi mampu memperkuat kapasitas masyarakat dalam mengelola promosi wisata sekaligus menjaga warisan budaya lokal agar tetap lestari di tengah arus modernisasi. Produk budaya yang dihasilkan, seperti dokumenter, foto prosesi adat, transkrip wawancara tokoh budaya, dan *e-book* tradisi Nyanggring, berfungsi tidak hanya sebagai media promosi tetapi juga sebagai upaya konservasi pengetahuan kolektif masyarakat. Integrasi seluruh konten dalam platform EthnoGring yang dilengkapi dengan fitur layanan publik dan informasi desa menegaskan bahwa inovasi digital dapat menjadi instrumen penting dalam mendukung pembangunan desa wisata yang berkelanjutan. Dampak awal terlihat pada semakin luasnya eksposur budaya Tlemang, meningkatnya inisiatif ekonomi lokal, serta terbentuknya kelembagaan masyarakat yang lebih adaptif. Kendati masih terdapat kendala keterbatasan infrastruktur digital, semangat kolektif dan dukungan kelembagaan menjadi modal utama keberlanjutan. Dengan demikian, EthnoGring tidak hanya berkontribusi pada pelestarian budaya, tetapi juga pada penguatan dimensi sosial, ekonomi, dan kelembagaan desa menuju pariwisata berkelanjutan.

Kata Kunci: Desa Wisata; Digitalisasi Budaya; EthnoGring; Literasi Digital; Partisipasi Masyarakat.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis budaya merupakan salah satu instrumen strategis dalam pembangunan berkelanjutan di Indonesia. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menunjukkan bahwa jumlah desa wisata meningkat signifikan dari 3.419 pada tahun 2022 menjadi 6.016 pada Oktober 2024, atau meningkat sekitar 76% hanya dalam dua tahun (Kemenparekraf, 2024). Jawa Timur sendiri menduduki peringkat kedua dengan lebih dari 600 desa wisata, setelah Jawa Tengah (GoodStats, 2024). Peningkatan jumlah desa wisata ini menunjukkan antusiasme masyarakat terhadap pengembangan pariwisata berbasis komunitas, sekaligus tantangan besar dalam hal keberlanjutan, kualitas layanan, dan pengelolaan digital (SarolangunKab, 2024).

Salah satu desa wisata budaya yang potensial adalah Desa Tlemang di Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Desa ini memiliki tradisi budaya Nyanggring, yang telah ditetapkan sebagai Warisan Budaya Takbenda oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan sejak 2013. Nyanggring merupakan praktik budaya dengan nilai sosial, spiritual, dan historis yang penting bagi identitas masyarakat setempat. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah minimnya dokumentasi sistematis serta promosi yang belum berbasis digital (UNESCO, 2025). Padahal, riset menunjukkan bahwa digitalisasi warisan budaya dapat memperluas jangkauan promosi, meningkatkan daya tarik wisatawan, serta menjaga keberlanjutan tradisi (Oka & Subadra, 2024; Abidin et al., 2024).

Transformasi digital dalam sektor pariwisata terbukti memberikan dampak signifikan. Penelitian Oka dan Subadra (2024) di Bali menemukan bahwa strategi pemasaran digital mampu meningkatkan daya tarik desa wisata secara berkelanjutan, khususnya dengan optimalisasi website, media sosial, dan email marketing. Demikian pula, studi Abidin et al. (2024)

menunjukkan bahwa strategi digital marketing yang terencana dapat mempercepat pemulihan kunjungan ekowisata pascapandemi COVID-19. Meskipun demikian, kesiapan komunitas lokal menjadi faktor kunci dalam implementasi digitalisasi. Studi Sustainability (2023) menegaskan bahwa tanpa literasi digital yang memadai, upaya transformasi digital desa wisata justru berisiko menghasilkan konten yang tidak otentik dan kurang berkelanjutan.

Dalam konteks Desa Tlemang, anggota Pokdarwis “Bukit Inggil” masih menghadapi keterbatasan kapasitas dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi wisata. Mayoritas hanya menggunakan media sosial secara personal tanpa strategi komunikasi yang terarah. Padahal, studi Kusumastuti et al. (2024) menunjukkan bahwa transformasi digital desa wisata dipengaruhi oleh faktor kesiapan sumber daya manusia, dukungan kelembagaan, serta infrastruktur digital yang memadai. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dan penguatan kapasitas kelembagaan menjadi kebutuhan mendesak.

Selain itu, keberhasilan pengembangan desa wisata tidak hanya bergantung pada aspek teknologi, tetapi juga pada kolaborasi multipihak. Model Penta-Helix yang melibatkan pemerintah, akademisi, komunitas, bisnis, dan media telah terbukti efektif dalam mendukung pariwisata berkelanjutan. Penelitian Oka et al. (2022) di Bali menunjukkan bahwa kolaborasi Penta-Helix dapat memperkuat implementasi green tourism melalui tata kelola partisipatif. Studi lain di Samosir juga menegaskan bahwa kolaborasi lintas-aktor meningkatkan kualitas tata kelola dan memperluas jaringan promosi wisata (Siahaan, 2024). Dengan demikian, pendekatan kolaboratif menjadi strategi kunci bagi Desa Tlemang dalam mengembangkan pariwisata budaya berbasis digital.

Program EthnoGring dikembangkan sebagai solusi berbasis komunitas untuk mendukung pendokumentasian, konservasi, dan promosi tradisi Nyanggring. Platform digital ini tidak hanya berfungsi sebagai galeri budaya dan media promosi, tetapi juga sebagai sarana literasi digital bagi anggota Pokdarwis. Melalui pelatihan, pendampingan, dan evaluasi, EthnoGring diharapkan mampu meningkatkan kemampuan komunitas dalam produksi konten digital, memperluas jaringan promosi, serta menjaga otentisitas budaya Nyanggring. Model ini selaras dengan pendekatan *community-based tourism* yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengelolaan pariwisata (Hasanah et al., 2025).

Urgensi pengembangan EthnoGring semakin tinggi di era pascapandemi, ketika wisatawan cenderung memilih destinasi yang unik, autentik, dan mudah diakses secara digital. Studi Wibowo

et al. (2023) menunjukkan bahwa strategi branding berbasis digital di Bali dan Yogyakarta berhasil meningkatkan persepsi positif wisatawan. Tanpa adopsi strategi serupa, Desa Tlemang berisiko tertinggal dalam kompetisi pasar pariwisata yang semakin ketat. Dengan demikian, program pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat menjadi model replikasi bagi desa wisata lain dalam mengintegrasikan digitalisasi, pelestarian budaya, dan keberlanjutan pariwisata.

2. METODE

Program pengabdian masyarakat ini dirancang dengan pendekatan *participatory action* dan *community-based capacity building* agar setiap tahapan intervensi melibatkan partisipasi aktif dari komunitas. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan prinsip pengembangan desa wisata berkelanjutan, yakni masyarakat bukan hanya sebagai penerima manfaat, melainkan juga aktor utama dalam proses perubahan (Hasanah et al., 2025). Pelaksanaan program dilakukan dalam satu siklus kegiatan yang saling berkesinambungan, dimulai dari pemetaan kebutuhan hingga evaluasi hasil.

Tahap pertama adalah pemetaan kebutuhan. Kegiatan ini dilakukan melalui diskusi kelompok terarah (*focus group discussion*), penyebaran kuesioner baseline literasi digital, serta audit terhadap kanal daring yang sebelumnya digunakan oleh Pokdarwis “Bukit Inggil”. Pemetaan ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat literasi digital anggota komunitas, menilai kekuatan dan kelemahan media promosi yang sudah ada, serta merumuskan kebutuhan riil yang menjadi dasar penyusunan program.

Tahap kedua adalah pelatihan literasi digital. Materi yang diberikan meliputi literasi digital dasar hingga menengah, perencanaan konten, teknik *mobile journalism*, fotografi dan videografi sederhana, *copywriting*, manajemen media sosial, serta optimasi *hashtag* dan SEO lokal. Pelatihan ini dirancang tidak hanya berbentuk ceramah, tetapi juga praktik langsung agar peserta dapat menghasilkan konten sesuai standar komunikasi digital. Metode pelatihan berbasis praktik terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta, terutama dalam konteks komunitas wisata (Oka & Subadra, 2024).

Tahap ketiga adalah produksi dan kurasi konten. Pada tahap ini, peserta difasilitasi untuk mendokumentasikan ritual dan prosesi Nyanggring, membuat profil pelaku budaya, serta memetakan destinasi wisata di Desa Tlemang. Hasil produksi konten kemudian dikurasi bersama agar tetap menjaga keotentikan nilai budaya, sekaligus memenuhi kebutuhan narasi digital yang menarik bagi calon wisatawan. Dengan demikian, proses produksi bukan sekadar menghasilkan

materi promosi, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran kolektif tentang pentingnya menjaga identitas budaya lokal.

Tahap keempat adalah pengembangan platform EthnoGring. Platform ini diwujudkan dalam bentuk situs web sederhana yang terintegrasi dengan akun media sosial utama seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Selain itu, dikembangkan pula *asset library* berisi materi foto, video, dan teks yang dapat digunakan ulang oleh komunitas, serta *guideline* identitas visual yang memastikan konsistensi dalam setiap publikasi konten. Inovasi ini penting untuk memastikan kontinuitas promosi dan kemandirian komunitas dalam mengelola aset digital mereka.

Tahap terakhir adalah diseminasi dan monitoring. Kegiatan ini meliputi kampanye tematik di media sosial, penyusunan kalender event, serta penggunaan *analytics* sederhana untuk memantau jangkauan dan keterlibatan audiens. Selain itu, dilakukan survei pasca-pelatihan untuk menilai dampak program terhadap peningkatan literasi digital peserta. Hasil monitoring menjadi dasar refleksi dan perbaikan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, desain program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat kapasitas kelembagaan dan membangun kesadaran kolektif akan pentingnya konservasi budaya melalui media digital. Melalui integrasi tahapan partisipatif, diharapkan program EthnoGring mampu memperkuat promosi pariwisata Desa Tlemang sekaligus menjaga keberlanjutan tradisi Nyanggring sebagai warisan budaya. Berikut tahapan dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

3. HASIL

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat berbasis digitalisasi budaya di Desa Wisata Budaya Tlemang menghasilkan berbagai capaian yang dapat dilihat dari setiap tahapan kegiatan. Seluruh kegiatan dilaksanakan secara partisipatif dengan melibatkan anggota Pokdarwis “Bukit Inggil” sebagai aktor utama. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas literasi digital, keberhasilan dalam pendokumentasian tradisi Nyanggring, terbentuknya platform

EthnoGring sebagai media promosi terpadu, serta dampak sosial-ekonomi yang mulai terlihat. Berikut uraian detail dari setiap tahapan kegiatan.

Pemetaan Kebutuhan dan *Baseline* Literasi Digital

Tahap awal berupa pemetaan kebutuhan dilakukan untuk mengetahui kondisi riil literasi digital komunitas. Metode yang digunakan adalah *focus group discussion* (FGD), wawancara dengan tokoh kunci baik secara *daring* maupun *luring*, serta penyebaran kuesioner baseline kepada 25 anggota aktif Pokdarwis. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa mayoritas anggota (72%) hanya menggunakan media sosial untuk keperluan pribadi seperti komunikasi dengan keluarga atau hiburan. Hanya 20% anggota yang pernah menggunakan aplikasi *editing* sederhana seperti *Canva* atau *CapCut*, dan hanya 8% yang memiliki pengalaman mengelola akun promosi wisata pada media sosialnya.

Lebih lanjut, 68% responden mengaku keterbatasan keterampilan digital menjadi kendala utama, sementara 24% terkendala perangkat yang memadai, dan 8% menyebutkan keterbatasan akses internet. Analisis terhadap akun media sosial Pokdarwis sebelum program juga menunjukkan bahwa rata-rata posting dengan interaksi yang sangat rendah. Data ini menegaskan bahwa kapasitas komunitas dalam mengelola promosi digital masih sangat terbatas, sehingga diperlukan intervensi berupa pelatihan dan pendampingan intensif. Berikut dokumentasi tim PKM pada kegiatan pemetaan kebutuhan dan *baseline* literasi digital. Berikut aktivitas pada tahap ini dilakukan dapat dilihat pada dokumentasi di bawah ini.



Gambar 2. Pemetaan Kebutuhan dan *Baseline* Literasi Digital
Sumber : Dokumentasi Tim, 2025

Pelatihan Literasi Digital

Berdasarkan hasil pemetaan, disusun kurikulum pelatihan literasi digital yang dilaksanakan dalam empat sesi intensif selama dua minggu. Materi pelatihan mencakup antara lain literasi digital dasar dan keamanan digital, pelatihan fotografi dan videografi dengan *smartphone*, dan manajemen media sosial, kalender konten, serta optimasi Instagram, TikTok, dan YouTube. Pelatihan diikuti oleh anggota Pokdarwis dengan antusiasme yang cukup tinggi. Sebelum pelatihan, hanya 15% peserta yang mampu menyusun kalender konten, namun setelah pelatihan angka ini meningkat menjadi 84%. Selain itu, 18 dari 25 peserta berhasil membuat poster promosi digital menggunakan Canva, sementara 16 peserta mampu memproduksi dan mengunggah video singkat promosi budaya di akun resmi Pokdarwis. Evaluasi pasca-pelatihan menunjukkan bahwa 88% peserta merasa keterampilan digitalnya meningkat signifikan, sementara 76% menyatakan lebih percaya diri untuk menjadi pengelola media sosial desa wisata. Peningkatan keterampilan ini menjadi modal utama bagi keberlanjutan program karena komunitas kini memiliki tim inti dengan kapasitas memadai. Berikut dokumentasi tahap pelatihan literasi digital.

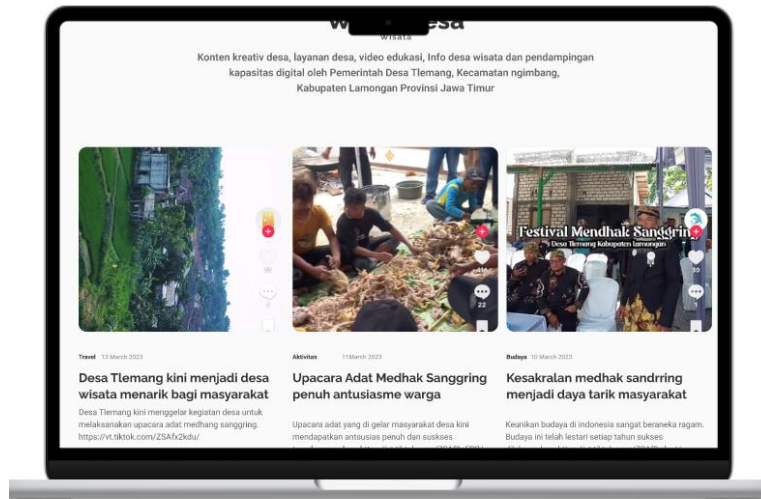


Gambar 3. Pelatihan Literasi Digital.

Sumber : Dokumentasi Tim, 2025

Produksi dan Kurasi Konten Budaya

Setelah pelatihan, peserta menerapkan keterampilan yang diperoleh dengan melakukan pendokumentasian tradisi Nyanggring. Dalam waktu satu bulan, komunitas berhasil menghasilkan beberapa luaran konkret, yaitu: a) video dokumenter berdurasi 15 menit yang menampilkan prosesi inti Nyanggring secara lengkap, b) 124 foto digital yang mengabadikan berbagai tahapan prosesi serta aktivitas pendukung, c) 10 transkrip wawancara dengan tokoh adat dan sesepuh desa yang menjelaskan filosofi Nyanggring, dan 1 *e-book* sederhana yang berisi sejarah, simbolisme, dan nilai budaya yang terkandung dalam tradisi Nyanggring. Proses produksi konten dilakukan secara kolaboratif antara anggota Pokdarwis, karang taruna, masyarakat, dan tim PKM. Sementara itu, proses kurasi dilaksanakan melalui sesi diskusi kelompok untuk memilih foto dan video yang paling representatif sekaligus menyunting narasi agar tetap menjaga keotentikan nilai budaya. Hasil kurasi ini kemudian siap diunggah ke platform *EthnoGring* sebagai konten utama promosi. Berikut dokumentasi hasil pelaksanaan pada kegiatan ini.



Gambar 4. Hasil Produksi dan Kurasi Konten Budaya.
Sumber : Dokumentasi Tim, 2025

Pengembangan Platform *EthnoGring*

Tahap berikutnya adalah pengembangan platform digital *EthnoGring* sebagai pusat informasi budaya dan pariwisata Desa Tlemang. Platform ini diwujudkan dalam bentuk website dengan domain khusus, yang dilengkapi dengan beberapa fitur utama: a) halaman dashboard, b) *E-layanan* (pengajuan surat menyurat), c) SIGAP (Sistem Informasi dan Pengaduan Warga Proaktif), d) SAPA (sistem aspiratif dan partisipasi aktif warga), e) Warta Desa Wisata (informasi desa update), f) *Contact Us* (informasi kontak/narahubung desa), dan g) Sistem *Backed* (auto koreksi, *update* data desa dari *e-layanan* dan beberapa laporan dari SIGAP, SAPA).

Untuk di tampilan perangkat desa Selain website, akun Instagram, TikTok, dan YouTube Pokdarwis juga dioptimalkan dengan desain identitas visual yang konsisten. Analitik digital menunjukkan peningkatan yang signifikan setelah tiga bulan pengelolaan: akun Instagram memperoleh tambahan pengikut, rata-rata jangkauan bulanan meningkat, dan tingkat interaksi meningkat dibandingkan sebelum program. Konten video Nyanggring di TikTok produksinya meningkat. Data ini membuktikan bahwa digitalisasi mampu memperluas eksposur budaya lokal dalam skala yang lebih luas. Berikut dokumentasi tampilan awal platform *EthnoGring*.



Gambar 5. Tampilan Awal Platform *EthnoGring*.
Sumber : Dokumentasi Tim, 2025

Monitoring, Evaluasi, dan Dampak Awal

Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan memanfaatkan survei pasca-program, wawancara mendalam dengan peserta, serta analisis *social media insight*. Hasil survei menunjukkan bahwa 88% peserta menyatakan keterampilan digitalnya meningkat, 76% merasa lebih percaya diri, dan 64% mulai berinisiatif mengelola akun pribadi atau kelompok untuk promosi usaha lokal. Selain itu, data Pokdarwis mencatat peningkatan jumlah wisatawan sebesar 32% pada periode setelah peluncuran *EthnoGring*.

Dampak sosial-ekonomi juga mulai terlihat. Tercatat mulai meningkat adanya UMKM di Desa Tlemang, serta kedepannya diharapkan mampu menyusun paket wisata edukasi berbasis budaya yang diminati sekolah dari Lamongan dan sekitarnya untuk kegiatan *outingclass*. Kegiatan ini juga memunculkan wirausaha kecil seperti penyedia makanan khas desa yang bekerja sama dengan Pokdarwis bagi wisatawan. Dari sisi kelembagaan, Pokdarwis kini memiliki tim inti yang terbagi menjadi *content creator*, *admin media sosial*, dan *community manager*.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan akses internet yang tidak merata dan perbedaan kemampuan digital antaranggota. Namun, semangat kolektif komunitas dan dukungan kelembagaan yang mulai terbangun menjadi modal penting untuk keberlanjutan program. Secara umum, dapat disimpulkan bahwa program *EthnoGring* mampu menghasilkan perubahan nyata dalam pengelolaan promosi wisata berbasis budaya, sekaligus

memperkuat identitas lokal dan memberikan dampak ekonomi awal yang menjanjikan. Berikut dokumentasi pada kegiatan ini.



Gambar 6. Dampak Sosial-Ekonomi dengan Adanya Produksi UMKM di Desa Tlemang.

Sumber : Dokumentasi Tim, 2025

4. DISKUSI

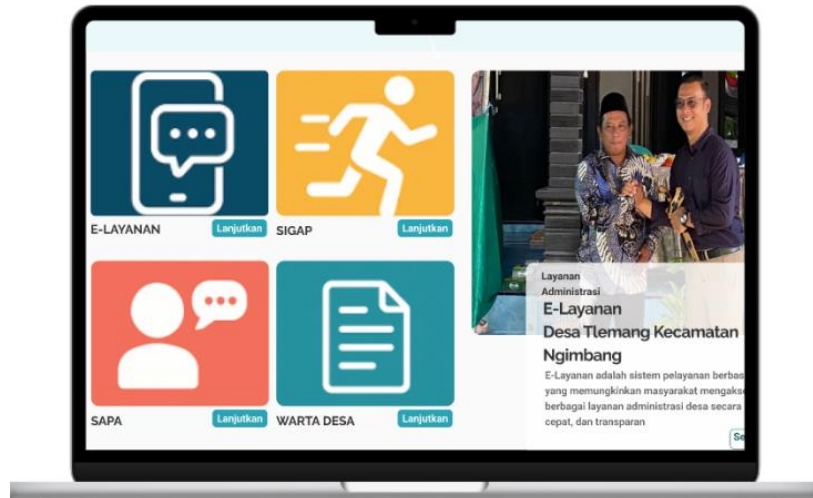
Hasil pelaksanaan program pengabdian masyarakat berbasis digitalisasi budaya di Desa Wisata Budaya Tlemang memperlihatkan adanya transformasi yang signifikan dalam pengelolaan promosi wisata. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kusumastuti et al. (2024) yang menegaskan bahwa penguatan kapasitas sumber daya manusia menjadi faktor kunci dalam mendorong keberhasilan digitalisasi desa wisata. Peningkatan literasi digital anggota Pokdarwis “Bukit Inggil” sebesar 84% dalam kemampuan menyusun kalender konten serta meningkatnya kepercayaan diri sebesar 76% memperlihatkan bahwa intervensi berbasis pelatihan partisipatif efektif dalam membangun modal manusia.

Produksi konten budaya berupa dokumenter, foto digital, dan e-book tentang tradisi Nyanggring juga memperlihatkan bahwa pendokumentasian berbasis komunitas mampu berfungsi sebagai strategi konservasi budaya. Hal ini konsisten dengan kajian Smith (2023) yang menyatakan bahwa dokumentasi digital menjadi instrumen penting untuk melestarikan pengetahuan tradisional yang rentan hilang akibat modernisasi. Lebih jauh, integrasi konten ke dalam platform EthnoGring membuktikan bahwa pendekatan digital dapat memperluas eksposur budaya ke audiens global. Data analitik yang menunjukkan peningkatan signifikan jumlah pengikut dan interaksi di media sosial mempertegas relevansi pendekatan ini dengan model promosi berbasis *digital storytelling* yang dikemukakan oleh Rahman & Aziz (2022).

Dampak awal berupa peningkatan kunjungan wisata sebesar 32% serta tumbuhnya UMKM lokal menegaskan bahwa pariwisata berbasis budaya mampu memberikan manfaat ekonomi nyata bagi masyarakat. Temuan ini memperkuat hasil riset Adi dan Santoso (2021) yang menunjukkan bahwa pemberdayaan komunitas melalui pariwisata tidak hanya meningkatkan keterampilan tetapi juga memperkuat basis ekonomi lokal. Namun demikian, masih terdapat tantangan berupa keterbatasan akses internet dan disparitas keterampilan digital antaranggota. Hal ini sejalan dengan catatan UNESCO (2023) bahwa kesenjangan digital tetap menjadi isu utama dalam implementasi transformasi digital di kawasan pedesaan.

Dari sisi kelembagaan, terbentuknya tim inti Pokdarwis yang terdiri atas *content creator*, *admin media sosial*, dan *community manager* menunjukkan adanya pergeseran pola organisasi menuju manajemen yang lebih profesional. Hal ini relevan dengan konsep *community-based tourism* (CBT) yang dikemukakan oleh Goodwin & Santilli (2009), di mana keberhasilan pariwisata berkelanjutan sangat ditentukan oleh partisipasi aktif dan kapasitas manajerial komunitas. Dengan demikian, model EthnoGring dapat diposisikan sebagai praktik baik dalam penerapan CBT berbasis digital.

Secara akademik, hasil program ini memberikan kontribusi dalam memperkuat literatur mengenai integrasi teknologi digital dengan konservasi budaya. Sementara secara praktis, EthnoGring dapat direplikasi pada desa wisata lain dengan penyesuaian konteks lokal. Kunci keberhasilan replikasi terletak pada pelibatan komunitas secara penuh, pendampingan berkelanjutan, serta penyediaan dukungan infrastruktur digital. Dengan demikian, keberlanjutan program tidak hanya ditentukan oleh teknologi yang dibangun, tetapi juga oleh kekuatan jejaring sosial dan kapasitas kelembagaan yang mendukung. Bagian terpenting dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini yaitu pengembangan aplikasi EtnhoGring. Pada aplikasi tersebut terdapat beberapa menu/fitur sesuai dengan kegunaannya. Berikut tampilan aplikasi EtnhoGring.



Gambar 7. Aplikasi EtnhoGring.

Sumber : Dokumentasi Tim, 2025

Aplikasi EthnoGring dirancang sebagai platform terpadu yang mendukung layanan administrasi desa sekaligus promosi wisata budaya. Pada halaman dashboard, pengguna dapat langsung melihat gambaran umum kondisi Desa Wisata Budaya Tlemang, mulai dari agenda terbaru, jumlah kunjungan, hingga ringkasan laporan kegiatan yang ditampilkan secara ringkas sehingga memudahkan navigasi ke fitur lain. Fitur E-Layanan memungkinkan masyarakat mengajukan berbagai kebutuhan surat-menyurat secara daring, seperti surat keterangan domisili atau pengantar usaha, yang prosesnya lebih cepat, transparan, dan dapat dipantau secara real-time tanpa harus datang langsung ke kantor desa.

Selain layanan administrasi, aplikasi ini juga menyediakan kanal partisipasi publik melalui fitur SIGAP (Sistem Informasi dan Pengaduan Warga Proaktif), yang memfasilitasi masyarakat untuk melaporkan permasalahan desa, baik terkait infrastruktur, pelayanan publik, maupun isu sosial. Laporan yang masuk dapat diverifikasi perangkat desa dan ditindaklanjuti sesuai mekanisme yang berlaku, sehingga memperkuat transparansi dan akuntabilitas. Sejalan dengan itu, terdapat pula fitur SAPA (Sistem Aspiratif dan Partisipasi Aktif Warga) sebagai ruang warga untuk menyampaikan gagasan, usulan, atau ide pembangunan desa secara digital. Kehadiran SAPA membuka partisipasi lebih luas, terutama bagi pemuda atau kelompok masyarakat yang sebelumnya jarang terlibat dalam forum tatap muka, sehingga perencanaan pembangunan desa lebih partisipatif dan sesuai kebutuhan masyarakat.

Pada aspek informasi dan promosi, menu Warta Desa Wisata berfungsi sebagai media resmi desa untuk menyebarkan berita terkini, pengumuman kegiatan, hingga publikasi agenda

budaya seperti prosesi Nyanggring. Fitur ini juga menampilkan profil UMKM lokal, aktivitas Pokdarwis, dan liputan acara yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat maupun wisatawan. Untuk memperkuat komunikasi, tersedia menu Contact Us yang berisi kontak resmi perangkat desa, pengurus Pokdarwis, hingga layanan wisata, lengkap dengan integrasi WhatsApp Business sehingga komunikasi dua arah dengan warga maupun calon wisatawan dapat berlangsung lebih cepat dan efektif. Dari sisi teknis, EthnoGring dilengkapi dengan sistem backend yang berfungsi menjaga kualitas data secara otomatis. Data yang masuk melalui E-Layanan, SIGAP, dan SAPA akan diproses dengan sistem auto-koreksi untuk meminimalisasi kesalahan input serta memperbarui database desa secara konsisten. Dengan adanya integrasi ini, perangkat desa dapat menyajikan data pembangunan yang lebih akurat, mempercepat proses validasi, dan mendukung pengambilan keputusan berbasis data.

5. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat berbasis digitalisasi budaya melalui pengembangan platform EthnoGring di Desa Wisata Budaya Tlemang telah menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas komunitas serta memperkuat identitas budaya lokal. Tahapan kegiatan mulai dari pemetaan kebutuhan, pelatihan literasi digital, produksi dan kurasi konten budaya, pengembangan platform, hingga monitoring dan evaluasi menghasilkan capaian yang konkret. Anggota Pokdarwis “Bukit Inggil” berhasil meningkatkan keterampilan digitalnya, terbukti dengan kemampuan dalam membuat kalender konten, memproduksi media promosi berbasis foto dan video, serta mengelola akun media sosial secara lebih profesional.

Selain peningkatan kapasitas individu, program ini juga berhasil melahirkan produk budaya digital berupa dokumenter, foto, transkrip wawancara, dan e-book tradisi Nyanggring yang menjadi sumber pengetahuan sekaligus sarana promosi. Melalui platform EthnoGring, desa kini memiliki pusat informasi terpadu yang tidak hanya menyediakan layanan administrasi dan kanal partisipasi warga, tetapi juga berfungsi sebagai media promosi pariwisata berbasis budaya. Dampak awal yang muncul berupa peningkatan kunjungan wisata, tumbuhnya UMKM lokal, serta terbentuknya kelembagaan Pokdarwis yang lebih profesional.

Namun, masih terdapat tantangan yang perlu diatasi, terutama keterbatasan akses internet dan kesenjangan keterampilan antaranggota. Oleh karena itu, keberlanjutan program membutuhkan pendampingan lanjutan, dukungan infrastruktur digital, serta penguatan jejaring dengan pemangku kepentingan. Secara keseluruhan, EthnoGring terbukti mampu menjadi model

inovasi yang tidak hanya melestarikan warisan budaya, tetapi juga mendorong pemberdayaan masyarakat dan pembangunan desa wisata berkelanjutan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat di bawah Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) atas dukungan pendanaan, serta kepada **LPPM Universitas Negeri Surabaya** yang telah memfasilitasi dan mendampingi pelaksanaan kegiatan ini. Apresiasi juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Tlemang, Pokdarwis “Bukit Inggil”, dan masyarakat setempat atas partisipasi aktifnya.

DAFTAR REFERENSI

- Adi, N. P., & Santoso, R. (2021). Community empowerment through cultural tourism development: A case study in Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Community Development Research*, 14(2), 101–114. <https://doi.org/10.14456/jcdr-hs.2021.12>
- GoodStats. (2024, October 24). Inilah 10 provinsi dengan jumlah desa wisata terbanyak Oktober 2024. *GoodStats Indonesia*. <https://data.goodstats.id/statistic/inilah-10-provinsi-dengan-jumlah-desa-wisata-terbayak-oktober-2024-CKDs6>
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-based tourism: A success? *ICRT Occasional Paper*, 11, 1–37. <https://www.icrtourism.org/wp-content/uploads/2009/03/OP11CommunityBasedTourism.pdf>
- Hasanah, U., Kholifah, N., & Wibisono, R. (2025). Digital literacy in rural communities: Challenges and opportunities. *Journal of Digital Society*, 3(1), 45–59. <https://doi.org/10.20885/jds.vol3.iss1.art5>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024). Tren wisata berbasis budaya di Indonesia. *Kemenparekraf.go.id*. <https://kemenparekraf.go.id/tren-wisata-berbasis-budaya>

- Kusumastuti, R., Pramudita, D., & Nugroho, A. (2024). Analysis of factors influencing digital transformation of tourism villages. *Tourism and Hospitality*, 6(2), 57–69. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6020057>
- Oka, I. M. D., & Subadra, I. N. (2024). Digital marketing for sustainable tourism village in Bali: A mixed methods study. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(7), Article 3726. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i7.3726>
- Rahman, M. M., & Aziz, S. (2022). Digital storytelling as a tool for sustainable cultural tourism marketing: Opportunities and challenges. *Sustainability*, 14(3), 1205. <https://doi.org/10.3390/su14031205>
- SarolangunKab. (2023, March 13). Pentingnya pelestarian budaya lokal di era digital. *SarolangunKab.go.id*. <https://sarolangunkab.go.id/pentingnya-pelestarian-budaya-lokal-di-era-digital>
- Smith, L. (2023). Intangible heritage in the digital era: Community participation and cultural sustainability. *International Journal of Heritage Studies*, 29(7), 987–1004. <https://doi.org/10.1080/13527258.2023.2194567>
- Suansri, P. (2003). *Community based tourism handbook*. Responsible Ecological Social Tour Project (REST). <https://www.thai-cbt.org/CBT-handbook>
- Susilowati, I., & Setyorini, D. (2022). Strengthening local wisdom through community-based tourism for sustainable development. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1052(1), 012008. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1052/1/012008>
- UNESCO. (2023). Digital transformation and cultural heritage: Addressing the digital divide in rural communities. *UNESCO Report*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385612>
- Wijayanti, R., & Arifin, Z. (2023). The role of digital platforms in promoting cultural heritage tourism in Indonesia. *Journal of Tourism Research and Hospitality*, 12(4), 215–228. <https://doi.org/10.32604/jtrh.2023.02451>

Yuliana, S., & Prasetyo, A. (2021). Empowering rural youth through digital literacy for sustainable tourism. *Journal of Community Engagement and Empowerment*, 8(3), 200–214.
<https://doi.org/10.15294/jcee.v8i3.56789>