

Assistance of Tourism Cyber Public Relations in Increasing Publicity of Virtual Accessibility through Integrated Tourism Smart Platform (ITSP) in Wonokitri Tourism Village Pasuruan

Pendampingan *Tourism Cyber Public Relations* dalam Meningkatkan Publisitas Aksesibilitas Virtual melalui *Integrated Tourism Smart Platform (ITSP)* di Desa Wisata Wonokitri Pasuruan

Lukman Hakim^{1*}, Zainul Ahwan¹, Muhammad Imron Rosadi¹, Cahya Bagus Sanjaya¹ Siti Aisyatur Rohmah¹, Septia Bamaradan¹

¹Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

*Corresponding author: lukman@yudharta.ac.id

Received:
5 September 2024

Revised:
18 November 2024

Accepted:
27 November 2024

Abstract

The hinterland area of Mount Bromo possesses exotic natural and cultural potential that can be developed into a leading tourist destination. However, the management and promotion of this potential face challenges, particularly in terms of tourism communication skills and the utilization of technology. The activity is to enhance the capacity of local tourism actors by mastering communication skills based on Tourism Cyber Public Relations and improving their ability to utilize technology to support more innovative and sustainable tourism services. Additionally, this program aims to facilitate the development of an integrated digital identity for the tourist village. The assistance program was carried out through five stages: socialization, training, technology implementation, mentoring, and sustainability evaluation. The approach employed was the Community Organizer and Community Development methods, with the main subject being the Raga Wulan Tourism Awareness Group in Wonokitri Village. The results of the activities showed a 25% increase in the knowledge of tourism actors based on pre-test and post-test results conducted during the program. Furthermore, this initiative successfully enhanced the tourism actors' skills in tourism communication, particularly in the field of Tourism Cyber Public Relations. It also resulted in the creation of branding and the development of social media and the official website of Edelweiss Wonokitri Tourism Village, as well as the realization of the Integrated Tourism Smart Platform.

Keywords: Tourism Cyber Public Relations; Integrated Tourism Smart Platform; Accessibility Publicity

Abstrak

Kawasan *Hinterland* gunung Bromo memiliki potensi alam dan budaya yang eksotis dan potensial untuk dikembangkan menjadi destinasi pariwisata unggulan. Namun, pengelolaan dan promosi potensi ini masih menghadapi kendala, terutama dalam hal keterampilan komunikasi pariwisata dan pemanfaatan teknologi. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku pariwisata lokal dalam menguasai keterampilan komunikasi berbasis *Tourism Cyber Public Relations* dan mengelola teknologi penunjang layanan wisata melalui *Integrated Tourism Smart Platform*. Pendampingan dilakukan menggunakan metode lima tahap, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi keberlanjutan program. Pendekatan yang digunakan adalah metode *Community Organizer* dan *Community Development*, dengan subyek utama Kelompok Sadar Wisata Raga Wulan di Desa Wonokitri. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan pelaku pariwisata sebesar 25% berdasarkan hasil pre-test dan post-test yang dilakukan selama program berlangsung. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku pariwisata dalam skill komunikasi pariwisata khususnya dibidang *Tourism Cyber Public Relations*, terciptanya branding dan pengembang sosial media serta website resmi Desa Wisata Edelweiss Wonokitri dan juga terwujudnya *Integrated Tourism Smart Platform*.

Kata Kunci: Tourism Cyber Public Relations; Integrated Tourism Smart Platform; Akseibilitas Virtual

Soeropati with [CC BY-SA license](#). Copyright © 2024, the author(s)

Pendahuluan

Gunung Bromo merupakan salah satu pariwisata andalan di Jawa Timur yang berada dalam kawasan TNBTS (Taman Nasional Bromo Tengger Semeru), memiliki keeksotisan dan keindahan alam serta budaya khas Suku Tengger, yang mampu memberikan magnet bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Sebagai upaya dalam memanfaatkan potensi yang ada di Gunung Bromo, Kementerian Pariwisata telah menjadikan Gunung Bromo sebagai salah satu dari 10 destinasi kawasan pariwisata prioritas Nasional (Utami, 2017). Dan sebagai Upaya dalam mendukung hal tersebut pemerintah Kabupaten Pasuruan lewat Renstra Bupati No. 48 Tahun 2022 telah mencanangkan rencana strategis Pembangunan prioritas kawasan Hinterland Bromo Pasuruan (Bupati Pasuruan, 2022). Tidak bisa dipungkiri bahwa, Keberadaan Gunung Bromo menjadi berkah dan potensi yang bisa dimanfaatkan untuk mengembangkan kawasan penyangga wisata nasional Gunung Bromo, salah satunya adalah Desa Wonokitri.

Desa Wonokitri merupakan desa yang berada di Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan yang secara strategis terletak di wilayah Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) provinsi Jawa Timur dengan ketinggian wilayah, yaitu 1700-22—mdpl. Desa Wonokitri menjadi desa dengan akses terakhir sekaligus menjadi gerbang masuk kawasan Gunung Bromo melalui jalur Pasuruan (Mujanah et al., 2016). Desa Wonokitri merupakan salah satu desa wisata yang telah diresmikan oleh Pemkab Pasuruan pada tahun 2018 sebagai desa wisata penyangga Taman Nasional Bromo Semeru dengan potensi alam pegunungan, pertanian dan kebudayaan Suku Tengger yang masih terjaga lestari yang dijalankan dengan keyakinan masyarakat Suku Tengger sebagai pemeluk agama Hindu mahayana (Rohmah & Ahwan, 2024). Potensi ini tentunya menjadi poin atraksi wisata yang menarik bagi wisatawan. Adapun potensi hinterland Tosari Pasuruan disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Potensi Desa Wisata Wonokitri

No	Potensi Alam	Potensi Budaya
1.	Spot Sunrise View Gunung Penanjakan	Tradisi Upacara Yandya Kasada
2.	Spot Sunrise View Bukit Kingkong	Hari Raya Karo
3	Spot Sunrise View Bukit Kingkong	Tradisi Tawur Agung
4.	Landscape Pertanian	Entas – Entas
5.	Café dan Taman Edelweiss	Tradisi Unan-Unan

Semenjak diresmikan sebagai desa wisata, Desa Wonokitri telah menjalankan kegiatan pariwisata desa dengan melibatkan pengelolaan wisata pada bumdes (berdiri tahun 2021) serta kelompok sadar wisata (berdiri tahun 2021). Selain itu, pemerintah desa juga telah melakukan upaya penyediaan infrastruktur pariwisata seperti toilet, tempat ibadah, tempat parkir, rumah makan dll. Hanya saja, perkembangan desa Wonokitri dari sektor wisata masih belum memberikan dampak yang signifikan terhadap pendapatan masyarakat dimana sektor utama pendapatan masyarakat masih didominasi sektor pertanian (67%) dibandingkan dengan sektor pariwisata (33%) (Krisbianto et al., 2023; Mujanah et al., 2016).

Meski memiliki potensi besar, Desa Wonokitri menghadapi kendala signifikan dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi. Sebagian besar pelaku wisata, termasuk anggota POKDARWIS, belum memiliki pengetahuan atau keterampilan dalam menggunakan media digital secara efektif. Akibatnya, potensi wisata yang ada tidak mampu menjangkau khalayak yang lebih luas, baik domestik maupun internasional. Dalam dunia pariwisata yang semakin kompetitif, kekurangan ini menjadi penghambat utama pertumbuhan sektor pariwisata di Desa Wonokitri.

Selain itu, aksesibilitas virtual yang kurang optimal juga menjadi masalah. Informasi mengenai desa wisata sering kali sulit ditemukan atau tidak terorganisir dengan baik, sehingga wisatawan potensial kesulitan mendapatkan gambaran lengkap tentang daya tarik Desa Wonokitri. Tanpa intervensi yang terstruktur, desa ini berisiko tertinggal dalam memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan ekosistem pariwisata berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan berbasis teknologi dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia untuk mengatasi tantangan ini.

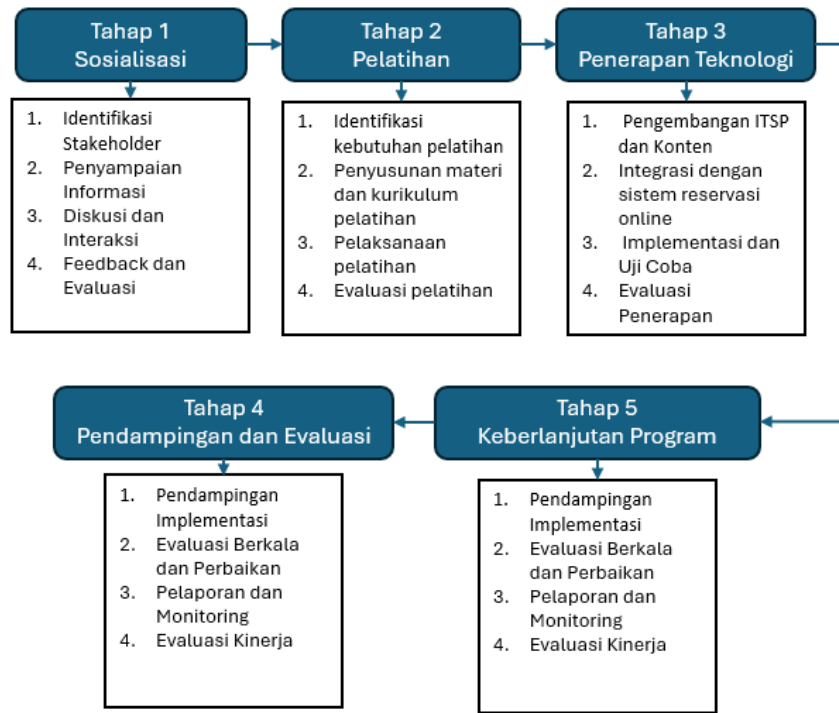
Belum maksimalnya sektor pariwisata dalam menunjang peningkatan kesejahteraan (*income generating*) dikawasan hinterland bromo Desa Wonokitri disebabkan dari beberapa

persoalan utama yaitu, Faktor Sumberdaya Manusia (SDM). Sumberdaya manusia menjadi elemen krusial dalam pengelola Desa Wisata (Asy'ari, 2021; Winarno & Isnugroho, 2022) (Asy'ari, 2021). Pemerintah desa serta Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) setidaknya harus memiliki pengetahuan dan skill dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata khususnya dibidang skill komunikasi pariwisata (*Tourism communication*). Komunikasi pariwisata ini mencakup bagaimana membangun komunikasi menciptakan citra dan branding pariwisata Desa Wonokitri melalui pemanfaatan potensi yang ada baik dalam keunikan kebudayaan Suku Tengger serta keindahan alam hinterland Gunung Bromo yang bisa diekspose melalui penguasaan fotografi, videografi, *Travel journalism* serta *tourism cyber publik relations* serta penguasaan teknologi informasi dan komunikasi pendukung promosi pariwisata. Selain itu, faktor pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi (TIK) untuk mendukung publisitas, aksesibilitas virtual dan manajemen pengelolaan pengunjung wisata juga menjadi bagian yang krusial untuk diwujudkan (Septia, 2017; Yanti et al., 2024). Pendekatan pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal yang memadukan tradisi dan teknologi telah terbukti efektif dalam memperkuat daya tarik dan keberlanjutan pariwisata (Deoranto et al., 2019). Sejauh ini memang banyak rintisan desa wisata yang masih dijalankan secara tradisional tanpa menggunakan inovasi teknologi sehingga menghambat percepatan perkembangan desa wisata yang dikembangkan (Zulkarnain & Raharjo, 2022).

Disamping faktor diatas, yang tidak kalah penting adalah bagaimana membangun Kesadaran (*self awareness*) dan keterlibatan aktif masyarakat lokal sebagai subjek pariwisata desa yang harus ditingkatkan. Potensi masyarakat Suku Tengger dengan berbagai keragaman yang dimiliki masih belum bisa secara maksimal disinergikan sebagai kekuatan pendukung pengembangan pariwisata di Desa Wisata Wonokitri misalnya sanggar kebudayaan adat dan tradisi Suku Tengger, kelompok petani (Gapoktan Hulun Hyang), Pokdarwis, BUMDES dan pengusaha transportasi dalam mengembangkan pariwisata masih cenderung berjalan secara polaritatif sehingga belum bisa menjadi kekuatan pendukung pengembangan pariwisata di Desa Wisata Wonokitri. Untuk itu, Pendampingan *Tourism Cyber Public Relations* dalam meningkatkan publisitas aksesibilitas virtual melalui *Integrated Tourism Smart Platform (ITSP)* di desa wisata Wonokitri Pasuruan menjadi bagian solusi yang perlu dilakukan dalam rangka mendukung percepatan perkembangan Desa Wisata Wonokitri.

Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mencakup 5 tahapan kegiatan pengabdian masyarakat seperti tampak pada gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Dalam prosesnya, teknik-teknik pengembangan masyarakat yang dilakukan menggunakan pendekatan pengorganisasian masyarakat (*Community Organizer & Community Development*). Menurut (Beckwith & Lopez, 1997) dalam (Ahwan et al., 2019) dijelaskan bahwa Pengorganisasian masyarakat adalah proses mendapatkan sebanyak mungkin dukungan dari masyarakat yang ada dengan cara bekerja sama untuk mengidentifikasi ancaman, solusi yang diinginkan untuk mengatasi ancaman tersebut, orang-orang dan struktur, birokrasi, dan alat-alat yang ada untuk mendukung proses pemilihan solusi, mengembangkan tujuan-tujuan yang ingin dicapai serta mempertimbangkan seluruh keinginan dan kekuatan yang dimiliki oleh masyarakat. Pada prinsipnya pengorganisasian masyarakat merupakan langkah yang bertujuan untuk membentuk masyarakat agar mencapai taraf kehidupan yang lebih baik, sejahtera, dan adil (Ismail, 2022).

Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Raga Wulan, Desa Wonokitri, menjadi fokus utama pengabdian, dengan lokasi kegiatan di Desa Wonokitri, Pasuruan. Keterlibatan

kelompok ini terlihat jelas melalui partisipasi aktif mereka dalam berbagai tahapan perencanaan dan pengorganisasian komunitas, yang diawali dengan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, hingga pendampingan dan evaluasi program.

1. Tahap Sosialisasi

Tahapan sosialisasi diawali dengan melakukan survei dan wawancara pendahuluan untuk mengidentifikasi potensi serta masalah yang dihadapi oleh calon mitra program, yaitu POKDARWIS Raga Wulan. Kegiatan ini dilakukan pada Februari 2024 menggunakan metode pengumpulan data melalui *Focus Group Discussion* (FGD). Pada tahap ini, tim juga melakukan persiapan administrasi seperti pengurusan perizinan, koordinasi dengan mitra, serta kesepakatan kerjasama dalam program pengabdian masyarakat (PKM). Tahap sosialisasi bertujuan untuk membangun pemahaman bersama mengenai tujuan program dan komitmen kerjasama antara tim pengabdian dan mitra.

2. Tahap Pelatihan (*Capacity Building*)

Pada tahap ini, dilakukan pelatihan untuk meningkatkan kapasitas mitra dalam hal komunikasi pariwisata dan pengelolaan website serta media sosial. Pelatihan dilaksanakan pada 5 September 2024 di Pendopo Agung Desa Wonokitri dengan melibatkan peserta dari perangkat desa, POKDARWIS, dan BUMDes. Materi pelatihan disampaikan oleh narasumber Zainul Ahwan dari tim PKM, yang membahas pentingnya komunikasi wisata di era pariwisata 4.0, termasuk peran konten kreatif yang menonjolkan pesona budaya Suku Tengger dan alam hinterland Gunung Bromo. Metode yang digunakan adalah presentasi materi dan praktek langsung.

3. Tahap Penerapan Teknologi

Tahap ini melibatkan pembuatan dan penerapan *Integrated Tourism Smart Platform* (ITSP) yang dikembangkan sesuai dengan fitur-fitur yang telah disepakati dengan mitra. Pengembangan ITSP mencakup pembuatan konten yang relevan dengan Desa Wisata Wonokitri serta memastikan integrasi platform dengan sistem reservasi online dan manajemen pengunjung. Tahap ini bertujuan untuk mendigitalisasi dan memudahkan pengelolaan destinasi wisata melalui teknologi yang terintegrasi.

4. Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan untuk memastikan pengelola desa wisata dapat menerapkan ilmu yang didapatkan selama pelatihan. Anggota POKDARWIS diberi tanggung jawab

berdasarkan bidang masing-masing dan didampingi dalam implementasi praktek komunikasi pariwisata, seperti pengelolaan media sosial dan pemanfaatan ITSP. Evaluasi dilakukan secara berkala untuk menilai kemajuan dan mengidentifikasi perbaikan yang diperlukan. Melalui evaluasi ini, keberhasilan program diukur berdasarkan kemampuan mitra dalam mengelola dan mempromosikan paket wisata melalui teknologi yang diterapkan.

Hasil dan Pembahasan

Pengembangan industri pariwisata saat ini telah masuk pada era industri pariwisata 4.0 di mana saat ini pariwisata tidak hanya bergantung kepada infrastruktur ekonomi konvensional saja (Ahwan et al., 2019) tetapi telah berkembang seiring perkembangan teknologi. Keterlibatan dalam kegiatan pariwisata juga dianggap sebagai kontributor signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Keberagaman potensi dan sumber daya alam Indonesia membuka peluang yang besar untuk perkembangan sektor pariwisata (Risman et al., 2016). Pariwisata saat ini telah memasuki era pengembangan konsep model baru yang lebih fleksibel dan terkoneksi dengan pengembangan teknologi informasi dengan menggabungkan aspek sosial, budaya dan Pendidikan. Provinsi Jawa Timur sebagai salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki banyak potensi pengembangan wisata alam dan budaya. Pengembangan desa wisata sangatlah tepat karena hal tersebut dinilai dapat ikut serta dalam pengembangan ekonomi masyarakat yang ada di Desa yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa (Syaifudin & Ma'ruf, 2022).

Salah satu wilayah di Jawa Timur yang menjadi bagian dari Taman Nasional Bromo Tengger Semeru adalah kawasan pedalaman (hinterland) Gunung Bromo Tosari Pasuruan termasuk didalamnya adalah Desa Wisata Wonokitri. Wilayah ini memiliki banyak potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata alam dan sebagai representasi budaya suku Tengger di Pasuruan. Desa Wonokitri merupakan salah satu Desa yang memiliki banyak potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata yang mendukung kawasan Hinterland Gunung Bromo dimana Desa Wisata Wonokitri merupakan pemukiman terakhir dan titik masuk ke kawasan TNBTS Pasuruan. Dengan pemandangan pegunungan yang indah, taman konservasi bunga edelweis, kawasan sunrise point Gunung Penanjakan, dan kekayaan alam lainnya, Desa Wonokitri memiliki banyak hal yang menjanjikan. Desa Wonokitri memiliki potensi alam yang besar dari landscape pegunungan, taman konservasi bunga edelweiss dan

kawasan sunrise point gunung penanjakan serta potensi pengembangan Pariwisata budaya khas suku tengger yang sampai saat ini masih terus dilestarikan dan di jalankan oleh Masyarakat desa Wonokitri.

Dari kegiatan pemetaan potensi dan masalah serta perumusan solusi yang tepat untuk pengembangan Desa Wisata Wonokitri maka dihasilkan data identifikasi dan proyeksi sebagaimana disajikan dalam tabel 2.

Tabel 2. Identifikasi & Proyeksi Masa Depan Pengembangan Desa Wisata Wonokitri

Sub-Permasalahan	Solusi yang Ditawarkan	Proyeksi Masa Depan
1. Keterbatasan Pengetahuan dan Skill Pengelola Desa Wisata Wonokitri		
Kurangnya pelatihan dan pendidikan formal atau informal dalam manajemen pariwisata dan komunikasi.	Capacity Building: Pelatihan dan pendampingan skill komunikasi pariwisata, seperti tourism photography, tourism videography, travel journalism, dan tourism public relations.	Pengelola desa wisata mampu mandiri dalam komunikasi dan promosi pariwisata.
Minimnya tim yang terlatih untuk mengelola aspek teknologi informasi dan komunikasi terkait pariwisata.	Manajemen visitor dan kalender event "atraksi budaya".	Terbentuknya tim IT yang handal, mampu mengelola teknologi komunikasi dan informasi secara mandiri.

Sub-Permasalahan	Solusi yang Ditawarkan	Proyeksi Masa Depan
2. Keterbatasan Media Informasi dan Komunikasi berbasis IT		

• Keterbatasan SDM yang terampil dalam pembuatan dan manajemen platform digital. • Kurangnya sumber daya untuk mengembangkan dan memelihara platform digital secara berkelanjutan.	Pengembangan Integrated Tourism Smart Platform (ITSP) dengan fitur informasi destinasi wisata, booking, panduan interaktif, publikasi media, manajemen pengunjung, aksesibilitas virtual, dan pengelolaan transaksi.	• ITSP berkembang menjadi platform pariwisata digital terdepan yang terintegrasi dengan berbagai layanan pariwisata lokal dan nasional. • Menjadi model percontohan untuk pengembangan platform digital di desa wisata lain, mendukung transformasi digital pariwisata secara luas.
3. Visitor Management yang Tidak Terintegrasi		
• Kurangnya infrastruktur dan fasilitas untuk menangani jumlah pengunjung yang meningkat. • Belum adanya sistem reservasi dan pengelolaan kunjungan yang efektif berbasis teknologi	Pengembangan Sistem Manajemen Pengunjung Terintegrasi: Mencakup reservasi online, pengaturan kunjungan, dan pengelolaan fasilitas pariwisata untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan mengurangi kemungkinan konflik yang terkait dengan kepadatan pengunjung.	• Terwujudnya sistem manajemen pengunjung yang efisien dan terintegrasi, memungkinkan prediksi dan penyesuaian layanan sesuai dengan pola kunjungan wisatawan. • Pengembangan infrastruktur yang berkelanjutan sesuai dengan peningkatan kapasitas pengunjung, serta penciptaan pengalaman wisata yang lebih berkualitas.

Komunikasi Kepariwisata

Komunikasi kepariwisataan merupakan faktor krusial dalam pengembangan Desa Wisata Wonokitri sebagai destinasi pariwisata yang berdaya saing. Sebelumnya, komunikasi yang dilakukan oleh penduduk lokal lebih bersifat tradisional dan terbatas pada interaksi langsung dengan wisatawan, tanpa adanya dokumentasi atau promosi melalui media digital. Promosi potensi wisata desa hanya mengandalkan mulut ke mulut atau papan informasi yang sederhana di sekitar area wisata. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam mencapai audiens yang lebih luas dan mempengaruhi efektivitas dalam menarik wisatawan.

Komunikasi yang efektif tidak hanya penting dalam menarik wisatawan tetapi juga dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan. Pengelola desa wisata harus mampu menguasai berbagai aspek komunikasi pariwisata, seperti *photography tourism*, *videography tourism*, *travel journalism*, dan *tourism cyber public relations*. Keterampilan ini memungkinkan

pengelola untuk mempromosikan potensi wisata desa secara lebih profesional dan menarik, baik melalui media sosial, website, maupun platform digital lainnya. Setelah pendampingan, para pengelola desa wisata mulai mengembangkan komunikasi digital dengan membuat konten visual yang lebih menarik dan profesional melalui fotografi dan videografi. Selain itu, mereka juga mampu mengelola media sosial dan situs web secara lebih terorganisir untuk mempromosikan budaya lokal dan kegiatan wisata. Selain itu, penguasaan teknik-teknik ini juga memungkinkan pengelola untuk mendokumentasikan dan menyebarkan kegiatan-kegiatan budaya lokal yang menjadi daya tarik utama Desa Wonokitri, seperti upacara tradisional dan atraksi seni. Dengan demikian, penguatan skill komunikasi kepariwisataan akan berdampak langsung pada peningkatan kunjungan wisatawan dan pengembangan ekonomi lokal desa tersebut (Kotler et al., 2017).

Lebih jauh, pelatihan dan pendampingan dalam bidang komunikasi pariwisata menjadi solusi strategis untuk mengatasi keterbatasan pengetahuan dan skill pengelola Desa Wisata Wonokitri. Dengan adanya pelatihan, pengelola desa dapat mengembangkan kemampuan dalam manajemen visitor dan kalender event, yang sangat penting untuk menghadapi tantangan dalam mengelola arus wisatawan dan menjaga kualitas pengalaman mereka. Selain itu, pelatihan ini juga mendorong terwujudnya sinergi antara aspek komunikasi dan teknologi, yang memungkinkan pengelola untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam pariwisata. Ini sejalan dengan tujuan untuk menciptakan destinasi pariwisata yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga terorganisir dengan baik dan mudah diakses oleh wisatawan melalui berbagai platform digital (Sutaguna et al., 2024).

Branding Sosial Media (*Tourism Branding*)

Peran media dan jaringan sosial (online) terhadap industri pariwisata menjadi hal yang dipandang turut diperhatikan dalam ruang lingkup pemasaran destinasi di Bali dan promosi desa wisata (Permatasari, 2022). Branding sosial media di orientasikan pada kegiatan pengembangan branding melalui pembuatan media official desa wisata edelweiss yang bertujuan sebagai media branding dan promosi untuk memperkenalkan desa wisata edelweiss kepada khalayak yang lebih luas lagi. Dalam sebuah konten digital ide konsep konten digital harus bervariasi dan menarik, pengelolaan media sosial harus membangun ide-ide kreatif dan gagasan baru untuk pemrosesan pembuatan konten kreatif dalam media digital promosi

sehingga dapat dihasilkan konten media digital yang informatif dan persuasif dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan (Retnasary et al., 2019).

Identitas visual sangat penting dalam branding destinasi pariwisata. Dalam kerangka ini, tim pengabdian masyarakat Universitas Yudharta Pasuruan telah merancang logo yang mencerminkan keunikan dan keindahan Desa Wisata Edelweiss sebagaimana pada gambar 2. Tagline yang kuat juga dibuat untuk memberikan kesan yang tajam dan melekat dalam pikiran pengunjung potensial untuk pemasaran dan peningkatan awareness pada khalayak luas.



Gambar 3. Gambaran Integrated Integrated Tourism Smart Platform (ITSP)

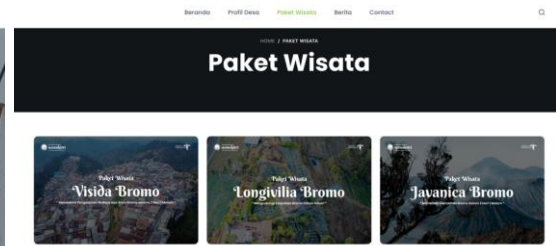
Pengembangan sistem dilakukan secara bertahap mulai dari tahap penggalian data kebutuhan desa, penentuan nama, Pembangunan sistem, pengembangan dan tahap finalisasi. Tim mengembangkan website dengan visualisasi dan nama domain <https://desaedelweisswonokitri.com/>. Pengembangan website dilakukan secara sederhana (*frendly to use*) untuk memudahkan tim pengelola desa wisata dan wisatawan dalam mengakses layanan desa wisata wonokitri.

Untuk menjamin keberlangsung pengelolaan sistem informasi, tim pengelola ITSP menjadi bagian penting yang harus ditingkatkan kapasitasnya sehingga teknologi yang dirancang bisa dijamin eksistensi dan sustaibilitasnya baik dalam kegiatan promosi dan pelayanan pengunjung Desa Wisata Wonokitri. Melalui upaya ini diharapkan nantinya Desa Wisata Edelweiss Wonokitri dapat dikenal lebih luas lagi.

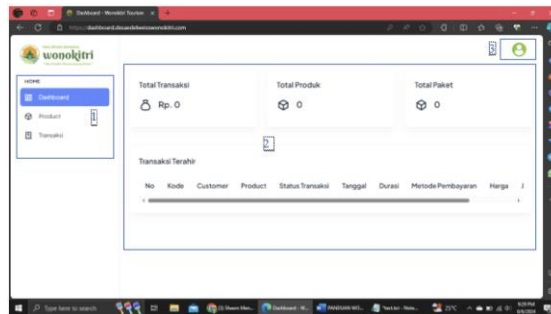
Integrated Tourism Smart Platform (ITSP) merupakan sebuah platform teknologi yang dirancang khusus untuk meningkatkan pengelolaan dan promosi pariwisata di Desa Wisata Wonokitri, Pasuruan. Platform ini memiliki beberapa komponen utama yang terintegrasi untuk memenuhi kebutuhan berbagai pemangku kepentingan dalam industri pariwisata.



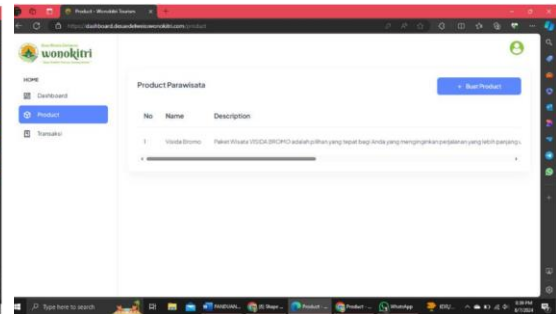
Tampilan Beranda website Desa Wisata Wonokitri



Tampilan menu paket wisata desa Wonokitri



Tampilan menu dashboard ITSP



Tampilan menu produk wisata

Gambar 4. User Interface dari ITSP

ITSP berbentuk sebuah aplikasi web yang dapat diakses melalui browser web pada berbagai perangkat, seperti komputer, laptop, tablet, dan smartphone. Beberapa user interface dari platform ini seperti tampak pada gambar 4. Aplikasi ini juga dapat diakses secara mobile-friendly, sehingga memudahkan pengguna untuk mengakses informasi wisata kapanpun dan dimanapun. Ukuran aplikasi ini tidak terlalu besar sehingga tidak memerlukan ruang penyimpanan yang besar pada perangkat pengguna. ITSP mencakup fitur-fitur berikut:

- **Informasi Destinasi Wisata:** Menyediakan informasi lengkap tentang Desa Wisata Wonokitri, termasuk atraksi wisata, kegiatan yang tersedia, akomodasi, dan fasilitas umum lainnya.
- **Booking dan Reservasi:** Memungkinkan wisatawan untuk melakukan pemesanan dan reservasi berbagai layanan dan kegiatan di Desa Wisata Wonokitri, seperti penginapan, tur, dan transportasi.
- **Panduan Interaktif:** Menyediakan panduan interaktif berbasis peta untuk membantu wisatawan menjelajahi destinasi pariwisata dengan mudah, termasuk rute trekking dan lokasi atraksi utama.
- **Publikasi Media:** Memfasilitasi pengelola pariwisata dalam mempublikasikan informasi dan promosi melalui berbagai media, seperti foto, video, dan ulasan.

pengguna.

- **Manajemen Pengunjung:** Memberikan fitur manajemen pengunjung untuk memantau jumlah pengunjung, mengatur kapasitas, dan mengelola antrian agar pengalaman wisatawan tetap menyenangkan.
- **Aksesibilitas Virtual:** Menyediakan fitur virtual tour atau panorama 360° untuk memungkinkan wisatawan menjelajahi destinasi pariwisata secara virtual sebelum mereka benar-benar berkunjung.
- **Pengelolaan Transaksi:** Memfasilitasi transaksi pembayaran secara online untuk berbagai layanan dan kegiatan pariwisata yang ditawarkan di Desa Wisata Wonokitri.

Sinergi Pentahelix Pariwisata (*Tourism Pentahelix*)

Keberhasilan model pentahelix dalam pengembangan pariwisata diharapkan dapat menghasilkan strategi yang tepat untuk menghasilkan dan menciptakan nilai manfaat pariwisata, yang akan memberikan manfaat bagi lingkungan dan Masyarakat (Saputri, 2020) sehingga nantinya dapat terwujud pariwisata yang memiliki nilai sustainable dan nilai kebermanfaatan lebih dimasyarakat dan lingkungan. Serta dapat menjadi sarana edukasi dalam mempelajari dan melestarikan adat dan budaya suku tengger. Pengembangan strategi pentahelix, yang terdiri dari akademisi, bisnis, komunitas / masyarakat, pemerintah, dan media, merupakan model kerja sama yang baik untuk diterapkan dalam membangun percontohan desa wisata dengan para pemangku kepentingan (Saputri, 2020). Pengembangan desa wisata Edelweiss Wonokitri dapat berkembang apabila ada keterlibatan atau peran aktif dari masyarakat jika berbagai pihak memberikan dukungan. Pihak-pihak tersebut antara lain pemerintah, yang dapat melibatkan seluruh instansi terkait yang bekerja di bawah koordinator Balai Besar Taman Nasional BTS (TNBTS), serta organisasi swasta-dalam hal ini pelaku UMKM dan investor lokal serta lembaga pendidikan, seperti perguruan tinggi dan lembaga masyarakat lainnya (Mujanah et al., 2016).

Agar program yang akan dijalankan dapat berjalan efektif, keterlibatan berbagai pihak setidaknya harus dipetakan sesuai dengan tugas/wewenang dan potensi masing-masing. Pemerintah kabupaten, kecamatan, dan desa bertanggung jawab atas pembangunan fasilitas umum dan infrastruktur. Sedangkan pemberdayaan masyarakat dilakukan oleh pihak swasta

dan lembaga pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan pengembangan kawasan wisata pedalaman Gunung Bromo.

Sinergi antara unsur-unsur pentahelix ini memiliki peran masing-masing yang saling melengkapi. Pemerintah berperan sebagai regulator dan fasilitator, memastikan kebijakan pembangunan infrastruktur dan layanan publik mendukung pariwisata berkelanjutan. Akademisi memberikan kontribusi berupa kajian strategis dan inovasi dalam pengembangan produk dan pemasaran wisata. Pelaku bisnis, khususnya UMKM, mengambil peran sebagai penyedia produk lokal, seperti kerajinan tangan dan kuliner khas, yang dapat meningkatkan daya tarik wisata dan mendorong ekonomi lokal. Komunitas atau masyarakat menjadi penggerak utama, dengan peran aktif dalam pelaksanaan kegiatan wisata dan pelestarian budaya lokal. Media, baik tradisional maupun digital, memainkan peran penting dalam promosi dan peningkatan citra destinasi wisata kepada pasar yang lebih luas.

Sebagai pemain utama dalam industri pariwisata, masyarakat Suku Tengger harus mempersiapkan diri secara memadai dengan mengembangkan keanekaragaman budaya, mendorong pertumbuhan kerajinan tangan dan kuliner, menawarkan transportasi, dan menangani hubungan masyarakat untuk pariwisata secara efektif. Hal ini akan memungkinkan semua penduduk setempat untuk menjadi pemandu wisata bagi para wisatawan yang berkunjung. Untuk memberikan keuntungan yang luas, sinergi antara berbagai pelaku industri pariwisata, termasuk perumahan, transportasi, makanan, dan pemasok cinderamata, juga harus bekerja sama dengan baik. Kawasan wisata pedalaman Gunung Bromo di Tosari, Kabupaten Pasuruan, akan berkembang lebih cepat berkat kolaborasi pihak-pihak tersebut.

Kesimpulan

Pertumbuhan pariwisata di kawasan Hinterland Gunung Bromo Pasuruan, merupakan langkah yang diperhitungkan untuk mendukung pembangunan daerah yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kondisi ekonomi masyarakat lokal Suku Tengger. Sebagai salah satu dari sepuluh lokasi wisata prioritas nasional yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan ekonomi Kreatif, Taman Nasional Gunung Bromo mendapat manfaat besar dari pengembangan pariwisata di kawasan Hinterland Gunung Bromo. Pengembangan pariwisata di kawasan Hinterland Gunung Bromo di Desa Wonokitri berpotensi menjadi destinasi yang sangat diminati oleh wisatawan, baik wisata alam maupun wisata budaya. Selain itu, berbagai

layanan pariwisata telah memadai untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, termasuk akses jalan yang layak, hotel, tempat makan, dan transportasi. Sinergi dan jaringan telah dibangun dengan berbagai pihak yang terhubung melalui inisiatif pengabdian masyarakat ini, termasuk pemerintah, sektor komersial, lembaga pendidikan, dan organisasi masyarakat lokal yang bertindak sebagai pelaku wisata seperti Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), Gerakan Kelompok Tani (GAPOKTAN) dan BUMDES. Hasil dari proses pengabdian ini menunjukkan pertumbuhan pengetahuan dan kemampuan pemuda Tengger dalam melakukan skill komunikasi pariwisata dengan sangat baik, terencana, dan metodis. Tugas-tugas tersebut meliputi jurnalistik, fotografi, dan videografi dan kemudahan pariwisata serta pengembangan sistem informasi layanan wisata terintegrasi melalui *Integrated Tourism Smart Platform (ITSP)*.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Yudharta Pasuruan dan Direktur Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia atas dukungan pendanaan yang diberikan dalam pelaksanaan penelitian ini. Dukungan ini sangat berperan dalam kelancaran dan keberhasilan penelitian serta pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan.

Daftar Pustaka

- Abidin, J., Fedrina, R., & Agustin, R. (2022). Penguatan Kelembagaan Desa Wisata melalui Promosi Digital Marketing di Desa Cisaat, Kecamatan Ciater, Kabupaten Subang. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 3(1), 1–10.
- Ahwan, Z., Hasyim, M., & Sunarno, H. (2019). Pendampingan pemuda suku tengger dalam pengembangan wisata kawasan hinterland Gunung Bromo sebagai wisata alam dan budaya melalui penguatan skill komunikasi kepariwisataan di Kabupaten Pasuruan. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 173–193.
- Asy'ari, S. (2021). Website Desa Pendampingan Perancangan Website Sebagai Media Informasi dan Promosi Desa Wisata Kalipucang Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan. *Soeropati: Journal of Community Service*, 3(2), 83–92.
- Beckwith, D., & Lopez, C. (1997). *Community organizing: People power from the grassroots*. Center for Community Change.
- Bupati Pasuruan. (2022). *Peraturan Bupati Pasuruan Nomor 48 Tahun 2022 tentang Perubahan Rencana Strategis Dinas Pariwisata Kabupaten Pasuruan Tahun 2018-2023*. Pemerintah Kabupaten Pasuruan. <https://portal.pasuruankab.go.id/index.php/hukum/detail/peraturan-bupati-pasuruan-nomor-48-tahun-2022-tentang-perubahan-rencana-strategis-dinas-pariwisata-kabupaten-pasuruan-tahun-2018-2023.html>

- Deoranto, P., Perdani, C. G., Waziroh, E., Lutfi, S. R., & others. (2019). Pengembangan Paket Kuliner Lokal Desa Ngadas Untuk Mendukung Wisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS). *Soeropati: Journal of Community Service*, 2(1), 27–40.
- Hakim, L., Imron Rosadi, M., & Prianto, A. (2023). Implementation of integrated smart system platform in improving the quality of public services through smart village in Pucangsari village, pasuruan regency. *Soeropati*, 6(1), 100–114.
- Ismail, A. (2022). Memperkuat Pengorganisasian Masyarakat Desa. *Jssh*, 2(1), 43–51.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for hospitality and tourism*. Pearson.
- Krisbianto, O., Minantyo, H., & Sahertian, J. (2023). Potensi Industri Pangan dalam Pengembangan Pariwisata Bromo: Persepsi Penduduk Desa Wonokitri. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 134–145.
- Mujanah, S., Ratnawati, T., & Andayani, S. (2016). Strategi pengembangan desa wisata di kawasan hinterland Gunung Bromo Jawa Timur. *Jurnal Hasil Penelitian*, 17(1), 33–52.
- Permatasari, D. N. C. (2022). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Bongan melalui Visual Branding dan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 2(1), 9–22.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3, 18–29.
- Retnasary, M., Dewi Setiawati, S., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83.
- Risman, A., Wibhawa, B., & Fedryansyah, M. (2016). Kontribusi Pariwisata Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia. *Pros. Penelit. Dan Pengabdi. Kpd. Masy.*, 3(1).
- Rohmah, S. A., & Ahwan, Z. (2024). Tourism Construction Model: Pengembangan Rintisan Desa Wisata Khas Suku Tengger di Kawasan Hinterland Bromo Pasuruan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(1), 125–135.
- Saputri, F. W. (2020). Pentahelix Model Pengembangan Pariwisata. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(1), 7–7.
- Septria, N. (2017). *Pemanfaatan Media Dalam Promosi Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan (Studi pada Disparekraf Pora Kabupaten Pesisir Selatan)* [PhD Thesis]. Tesis: Program Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., Hendriyanto, A., & Ilma, L. L. (2017). Strategi Pengembangan Ukm Digital Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *J. Manaj. Indones.*, 16(2), 136.
- Sutaguna, I. N. T., Par, S. S., Par, M., Hirbasari, I. A., Mustovia Azahro, S., Utami, K. J., Saksono, H., Totok Haryanto, S., Moch Rizal, S., & others. (2024). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. CV Rey Media Grafika.
- Syaifudin, M. Y., & Ma'ruf, M. F. (2022). Peran Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata (Studi Di Desa Jurug Kabupaten Ponorogo). *Publika*, 365–380.
- Utami, H. S. (2017). Pengelolaan Kawasan Pariwisata (Studi di Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru). *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 3(1), 13–20.
- Wahono, P., Karyadi, H., Suhartono, S., Prakoso, A., Prananta, R., & Lokaprasida, P. (2017). Prospek Ekonomi Pengembangan Potensi Lokal dalam Mendukung Pengelolaan

- Wisata di Wilayah Sekitar Gunung Bromo. *CAKRAWALA*, 11(2), 195–216.
- Winarno, S. B., & Isnugroho, E. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Tinalah Berbasis Pendampingan. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 3(2), 140–148.
- Yanti, D., Ramadhan, I., Yunita, D., & Lubis, M. R. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Desa Perkebunan Bukit Lawang. *Jurnal Pariwisata*, 11(1).
- Zulkarnain, Z., & Raharjo, K. M. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengorganisasian Pengelola Desa Wisata*. Bayfa Cendekia Indonesia.