

Upaya Penguatan Identitas Wisata Bukit Sepancong Desa Tirta Kencana: Pendekatan Asset-Based Community Development Dalam Pemberdayaan Masyarakat dan Generasi Muda

Dikirim:
30 Agustus 2025

Diterima:
19 Oktober 2025

Terbit:
30 November 2025

*Nurliza, Maria Christiana, Diana Salia, Puspita Ningrum,
Muhammad Risky, Alto Delta Liechalie

Univeritas Tanjungpura

Abstrak—Latar Belakang: Pengembangan pariwisata desa memiliki nilai strategis dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pelestarian budaya lokal. Desa Tirta Kencana, Kabupaten Bengkayang, Kalimantan Barat, memiliki potensi wisata alam dan budaya yang besar, khususnya kawasan Bukit Sepancong. Urgensi program ini terletak pada perlunya memperkuat identitas wisata lokal yang belum tergarap optimal akibat keterbatasan aksesibilitas, promosi, dan partisipasi masyarakat. **Tujuan:** Memperkuat identitas wisata Bukit Sepancong melalui pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) dengan menggali aset lokal serta mendorong keterlibatan generasi muda. **Metode:** pelaksanaan terdiri dari beberapa fase: perencanaan, persiapan, pelaksanaan (pemasangan plang penunjuk arah), dan promosi digital melalui media sosial. **Hasil:** Kegiatan menunjukkan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata desa, perbaikan aksesibilitas, serta meningkatnya peran generasi muda sebagai motor kreatif dan promosi. **Kesimpulan:** program ini berhasil memperkuat identitas wisata lokal melalui partisipasi masyarakat dan generasi muda serta menjadi fondasi awal untuk pengembangan desa wisata berkelanjutan.

Kata kunci: Desa Wisata; Pemberdayaan Masyarakat; ABCD; Identitas Wisata

Abstract—Background: Tourism development in rural areas has strategic value for local economic empowerment and cultural preservation. Tirta Kencana Village, located in Bengkayang Regency, West Kalimantan, possesses considerable natural and cultural tourism potential, especially in the Bukit Sepancong area. The urgency of this program lies in the need to strengthen local tourism identity, which has not been optimally utilized due to limited accessibility, promotion, and community participation. **Objective:** to strengthen the tourism identity of Bukit Sepancong through the Asset-Based Community Development (ABCD) approach by exploring local assets and encouraging youth involvement. **Methods:** several phases: planning, preparation, implementation (installation of directional signs), and digital promotion through social media. **Results:** increased community awareness of tourism potential, improved accessibility, and stronger youth involvement as creative and promotional drivers. **Conclusion:** this program successfully strengthened local tourism identity through community and youth participation, laying the groundwork for sustainable tourism village development.

Keywords: Tourism Village; Community Empowerment; ABCD; Tourism Identity

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Penulis Korespondensi:

Nurliza,
Manajemen,
Universitas Tanjungpura,
Email: B1022231029@student.untan.ac.id

I. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu pilar penting dalam pengembangan ekonomi lokal di Indonesia. Melalui konsep desa wisata, potensi sumber daya alam, budaya, dan sosial masyarakat dapat dikembangkan menjadi kekuatan ekonomi yang berkelanjutan. Desa wisata tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi sarana pelestarian budaya dan peningkatan kualitas hidup masyarakat pedesaan. Model pembangunan berbasis potensi lokal ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di berbagai daerah.

Desa Tirta Kencana di Kabupaten Bengkayang, Kalimantan Barat, merupakan salah satu desa dengan potensi wisata alam yang besar, terutama melalui daya tarik Bukit Sepancong. Bukit ini memiliki panorama indah dengan potensi ekowisata dan nilai budaya yang masih terjaga. Namun, potensi tersebut belum dioptimalkan secara maksimal karena kurangnya promosi, minimnya fasilitas pendukung, serta rendahnya partisipasi masyarakat dan generasi muda dalam pengelolaan wisata. Akibatnya, wisata ini belum memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi warga sekitar. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan (Fatin et al., 2024) yang menunjukkan bahwa pengembangan wisata berbasis aset lokal efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi membutuhkan keterlibatan langsung warga dan pemerataan manfaat antar pelaku wisata.

Model penguatan berbasis aset (Asset-Based Community Development atau ABCD) berfokus pada upaya menggali dan memanfaatkan potensi yang telah dimiliki masyarakat, bukan bergantung pada bantuan eksternal. Pendekatan ini menumbuhkan kemandirian dan rasa percaya diri masyarakat dalam mengelola sumber daya lokal. Penelitian (Salam et al., 2025) menunjukkan bahwa penerapan ABCD dalam pengembangan wisata desa mampu mendorong inovasi sosial serta memperkuat kolaborasi antara pemerintah desa, BUMDes, dan warga. Sinergi tersebut berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dan pembentukan identitas budaya lokal yang khas.

Namun, berdasarkan hasil pengamatan awal di Desa Tirta Kencana, kegiatan promosi wisata masih terbatas dan tingkat partisipasi masyarakat belum berjalan secara optimal. Keterbatasan akses informasi serta belum adanya sistem promosi digital yang terstruktur menjadi tantangan utama dalam pengembangan wisata desa. Selain itu, kapasitas pemuda dalam bidang promosi dan pengelolaan media digital masih perlu diperkuat. Akibatnya, terjadi kesenjangan antara potensi alam yang besar dengan rendahnya tingkat kunjungan wisatawan ke Bukit Sepancong.

Di sisi lain, berbagai penelitian menyoroti pentingnya peran generasi muda dalam memperkuat identitas wisata melalui pemanfaatan teknologi digital. Generasi muda dianggap memiliki kemampuan adaptif dan kreatif dalam mengembangkan strategi promosi yang relevan dengan tren digital saat ini. (Pikardo et al., 2024) menegaskan bahwa pemuda berperan sebagai agen

perubahan dalam promosi ekowisata melalui media sosial dan kegiatan literasi wisata digital. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian (Sisephaputra et al., 2025) yang menunjukkan bahwa kolaborasi antara masyarakat, pemerintah desa, dan kelompok pemuda melalui kegiatan digitalisasi promosi wisata secara signifikan meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi desa wisata.

Berdasarkan latar belakang tersebut, urgensi kegiatan ini terletak pada perlunya memperkuat identitas wisata lokal melalui keterlibatan aktif masyarakat dan generasi muda sebagai motor penggerak pembangunan desa wisata. Tujuan PKM ini adalah memperkuat identitas wisata Bukit Sepancong sebagai daya tarik wisata berbasis potensi lokal dan partisipasi masyarakat. Adapun tujuan khususnya adalah: (1) menggali dan memetakan aset wisata alam dan budaya yang ada di Desa Tirta Kencana; (2) meningkatkan keterlibatan masyarakat dan pemuda dalam pengelolaan wisata; (3) memperbaiki aksesibilitas dan informasi wisata melalui pemasangan plang penunjuk arah; serta (4) memperluas jangkauan promosi melalui media digital. Pendekatan yang digunakan adalah Asset-Based Community Development (ABCD), karena pendekatan ini menitikberatkan pada kekuatan masyarakat dan sumber daya lokal sebagai basis pengembangan (Arif et al., 2025).

Dengan demikian, program ini diharapkan dapat menjadi contoh praktik baik dalam pemberdayaan masyarakat berbasis aset lokal untuk mewujudkan desa wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan. Pendahuluan ini menegaskan signifikansi masalah, memberikan ulasan terhadap literatur terbaru, serta memperlihatkan analisis kesenjangan yang menjadi dasar pelaksanaan kegiatan PKM. Selain itu, program ini menjadi langkah awal dalam memperkuat kapasitas masyarakat agar mampu mengelola dan mempromosikan potensi wisata secara mandiri dan berkelanjutan.

II. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif partisipatif yang berlandaskan pada konsep Asset-Based Community Development (ABCD). Pendekatan ini dipilih karena mampu mendorong masyarakat mengenali potensi dan aset lokal yang dimiliki sebagai modal utama dalam mengembangkan identitas wisata desa. Melalui model ini, masyarakat tidak lagi ditempatkan sebagai objek pembangunan, melainkan menjadi pelaku aktif yang merencanakan, melaksanakan, serta mengevaluasi kegiatan secara langsung. Menurut (Rialny & Anugrahini, 2022) pendekatan berbasis aset mendorong masyarakat untuk mengidentifikasi kekuatan internalnya dan menggunakannya sebagai dasar pengembangan komunitas wisata yang berkelanjutan. Pendekatan ini terbukti efektif dalam membangun kesadaran dan kemandirian sosial masyarakat di Pulau Untung Jawa melalui optimalisasi aset lokal. Hal ini juga sejalan dengan temuan (Rahmawati et al., 2024) yang menegaskan bahwa

penerapan model ABCD mampu menumbuhkan kolaborasi sosial dan inovasi berbasis masyarakat dalam pengelolaan desa wisata, terutama melalui pemetaan aset lokal dan pelibatan aktif kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dalam perencanaan kegiatan.

Subjek dan Partisipan

Subjek kegiatan meliputi masyarakat Desa Tirta Kencana yang terdiri atas perangkat desa, pemuda desa (Pokdarwis), dan masyarakat umum. Pemilihan partisipan didasarkan pada keterlibatan langsung mereka dalam pengelolaan potensi wisata dan lingkungan sekitar Bukit Sepancong. Kegiatan ini dilaksanakan Pada bulan Juli 2025 di Desa Tirta Kencana, Kecamatan Bengkayang, Kabupaten Bengkayang, Kalimantan Barat. Lokasi ini dipilih karena memiliki potensi wisata alam dan budaya yang besar serta dukungan masyarakat lokal yang kuat terhadap pengembangan desa wisata.

Bahan dan Alat

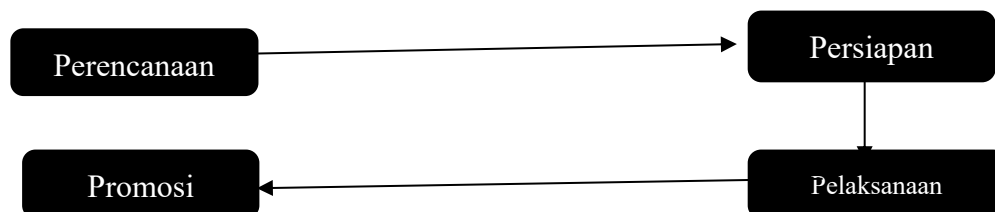
Bahan dan alat yang digunakan dalam kegiatan meliputi:

1. Plang penunjuk arah;
2. Peralatan kerja lapangan, seperti palu, tali, dan meteran;
3. Perangkat dokumentasi berupa kamera dan telepon genggam;
4. Laptop dan koneksi internet untuk mendukung promosi digital melalui media sosial.

Desain dan Prosedur Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan PKM ini menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang berfokus pada pemetaan dan pengembangan aset lokal masyarakat sebagai dasar utama pemberdayaan. Pendekatan ini menekankan pentingnya melihat potensi yang telah dimiliki masyarakat, bukan pada kekurangannya. Melalui strategi tersebut, terbentuk kesadaran kolektif bahwa setiap komunitas memiliki sumber daya internal yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan kesejahteraan bersama. Hal ini sejalan dengan penelitian (Anggraeni et al., 2025) yang menyatakan bahwa pendekatan ABCD efektif dalam menggali aset sosial, ekonomi, dan budaya untuk mewujudkan desa wisata berkelanjutan.

Kegiatan dilakukan melalui empat tahapan utama seperti pada gambar 1:



Gambar 1. Diagram Alur Kegiatan PKM

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahapan utama, yaitu perencanaan, persiapan, pelaksanaan dan promosi digital. Pada tahap perencanaan, tim pengabdian melakukan koordinasi

dengan pemerintah desa dan masyarakat setempat untuk mengidentifikasi aset wisata yang dapat dikembangkan, menentukan lokasi strategis pemasangan plang, serta merancang kegiatan pelatihan promosi digital. Tahap ini juga mencakup observasi awal terhadap kondisi aksesibilitas jalan menuju Bukit Sepancong serta potensi ekonomi yang dapat dikembangkan dari aktivitas wisata. Tahap persiapan berfokus pada pembuatan desain plang penunjuk arah. Tahap pelaksanaan kegiatan mencakup kegiatan lapangan utama, yaitu pemasangan plang wisata di titik strategis yang mudah dijangkau wisatawan. Kegiatan ini melibatkan masyarakat dan pemuda secara langsung mulai dari proses pengukuran, pembuatan, pengecatan, hingga pemasangan plang. Pada saat bersamaan, tim juga melakukan pendokumentasian kegiatan untuk keperluan publikasi dan laporan. Selanjutnya, dilakukan promosi digital melalui pembuatan konten media sosial yang menampilkan panorama Bukit Sepancong, proses kegiatan, dan partisipasi masyarakat. Promosi dilakukan oleh tim mahasiswa bersama kelompok pemuda desa dengan tujuan memperkenalkan destinasi wisata ke khalayak luas. Langkah ini sejalan dengan penelitian (Bachtiar & Bernanthos, 2024), yang menekankan bahwa generasi muda cenderung lebih responsif terhadap konten promosi wisata yang bersifat visual dan interaktif di media sosial, dan bahwa intensitas penggunaan media sosial oleh wisatawan muda meningkatkan minat kunjungan ke desa wisata.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Tabel 1. Tahapan Kegiatan dan Komponen Pelaksanaan

No	Tahapan Kegiatan	Teknik Pengumpulan data	Output yang Diharapkan
1	Perencanaan	Observasi awal dan wawancara dengan perangkat desa	Pemetaan potensi wisata dan rencana kegiatan
2	Persiapan	Diskusi kelompok	Desain plang dan kesiapan masyarakat terlibat
3	Pelaksanaan	Observasi lapangan dan pencatatan kegiatan	Plang terpasang dan dokumentasi pelaksanaan
4	Promosi Digital	Wawancara dan pemantauan media sosial	Konten digital promosi wisata Bukit Sepancong

Tabel 1 memberikan gambaran urutan tahapan kegiatan secara sistematis untuk memudahkan pembaca maupun reviewer dalam memahami tahapan pelaksanaan PKM. Tahap perencanaan dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk memperoleh gambaran awal potensi wisata. Tahap persiapan dilakukan dengan diskusi kelompok guna merancang plang dan meningkatkan kesiapan masyarakat. Tahap pelaksanaan melibatkan observasi langsung di lapangan untuk

memastikan kegiatan berjalan sesuai rencana. Sedangkan tahap promosi digital dilakukan melalui wawancara dan pemantauan media sosial untuk menilai efektivitas publikasi. Penyajian tabel ini membantu memperjelas alur metodologis kegiatan dan dapat menjadi acuan bagi tim PKM lain dalam mengembangkan program serupa di wilayah yang berbeda.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan Utama Program PKM

Hasil utama dari pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Tirta Kencana menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam kesadaran masyarakat terhadap pentingnya identitas wisata lokal dan partisipasi aktif dalam pengelolaan potensi desa. Sebelum kegiatan dilaksanakan, partisipasi masyarakat tergolong rendah dan belum ada sistem promosi digital yang terorganisasi. Namun setelah program berjalan, masyarakat mulai berperan aktif dalam pemasangan plang penunjuk arah dan kegiatan promosi digital, terutama generasi muda melalui media sosial. Perubahan ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif yang diterapkan mampu menumbuhkan rasa memiliki dan tanggung jawab bersama terhadap pengembangan wisata desa.

Temuan ini membuktikan efektivitas pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) yang menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama pembangunan berbasis aset lokal. Hal ini sejalan dengan temuan (Pratidina et al., 2023), yang menemukan bahwa keikutsertaan masyarakat dalam seluruh tahap pengembangan desa wisata dari perencanaan hingga promosi meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab sosial warga terhadap program desa wisata. yang menjelaskan bahwa pelibatan masyarakat dalam setiap tahap kegiatan mampu meningkatkan rasa memiliki dan tanggung jawab sosial terhadap program pengembangan desa wisata.

Tabel 2. Tingkat Partisipasi Masyarakat Sebelum dan Sesudah Kegiatan

Aspek Keterlibatan	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
Kehadiran dalam pertemuan desa	45%	82%
Keterlibatan dalam kegiatan lapangan	28%	74%
Keterlibatan promosi digital	10%	65%

Tabel 2 menunjukkan adanya peningkatan partisipasi masyarakat secara signifikan di seluruh aspek kegiatan. Peningkatan paling tinggi terjadi pada aspek promosi digital yang sebelumnya hampir tidak ada. Hal ini mendukung hasil penelitian (Wardiani & Anisyahrini, 2025) yang menjelaskan bahwa peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan

penggunaan media sosial dapat memperkuat kesadaran kolektif terhadap potensi wisata lokal serta meningkatkan efektivitas promosi digital desa wisata.

2. Dokumentasi Lapangan dan Promosi

Pelaksanaan program didokumentasikan melalui beberapa kegiatan utama, yaitu sosialisasi penguatan identitas wisata, pemasangan plang penunjuk arah di jalur menuju Bukit Sepancong, serta promosi digital yang dikelola oleh Pokdarwis bersama generasi muda. Kegiatan tersebut tidak hanya meningkatkan visibilitas Bukit Sepancong sebagai destinasi wisata, tetapi juga memperkuat kolaborasi antara masyarakat, perangkat desa, dan tim pengabdian. Selain itu, pelibatan generasi muda dalam promosi digital menjadi langkah strategis untuk memastikan keberlanjutan pengelolaan wisata di era teknologi informasi.



Gambar 2. Sosialisasi Penguatan Identitas Wisata

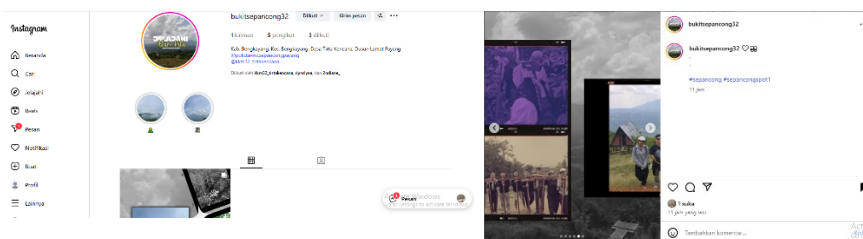
Gambar 2 menampilkan kegiatan sosialisasi yang melibatkan masyarakat, khususnya para pemuda Desa Tirta Kencana, untuk membahas pentingnya penguatan identitas wisata bagi keberlangsungan dan daya tarik desa. Dalam kegiatan ini, peserta diajak memahami bahwa identitas wisata bukan hanya sekadar simbol, tetapi juga cerminan karakter dan potensi lokal yang dapat menjadi daya saing desa. Identitas wisata yang kuat memiliki nilai jual tinggi karena mampu menarik minat wisatawan dan meningkatkan ekonomi masyarakat setempat. Melalui diskusi interaktif, para pemuda didorong untuk berperan aktif dalam menjaga, mengembangkan, dan mempromosikan identitas wisata desa secara kreatif dan berkelanjutan.

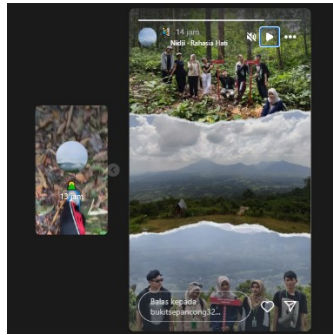




Gambar 3. Pemasangan Plang Penunjuk Arah

Gambar 3 mendokumentasikan keterlibatan langsung para pemuda Desa Tirta Kencana dalam kegiatan pemasangan plang penunjuk arah di beberapa titik strategis menuju Bukit Sepancong. Kegiatan ini menjadi wujud nyata partisipasi generasi muda dalam mendukung penguatan identitas wisata desa sekaligus mencerminkan kolaborasi antara masyarakat, tim pengabdian, dan pemerintah desa dalam mengelola potensi alam secara positif. Pemasangan plang tidak hanya berfungsi sebagai penunjuk arah bagi wisatawan, tetapi juga sebagai simbol kebanggaan dan promosi visual terhadap potensi wisata lokal. Peran generasi muda yang tergabung dalam Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) menjadi motor penggerak utama dalam proses kreatif, mulai dari desain plang, pengelolaan media sosial, hingga menjadi duta wisata yang memperkenalkan Bukit Sepancong ke masyarakat luas. (Isma et al., 2023) menyatakan bahwa komunitas Pokdarwis merupakan jantung pemulihan sektor pariwisata dalam pengembangan desa wisata di Indonesia, sementara menurut (Riannada & Madliyah, 2021) Pokdarwis juga berperan penting dalam perencanaan dan pengelolaan destinasi wisata secara berkelanjutan, yang semakin kuat dengan semangat inovasi dan kepedulian lingkungan generasi muda.





Gambar 4. Promosi Digital oleh Generasi Muda

Gambar 4 memperlihatkan kegiatan promosi digital yang dilakukan oleh generasi muda melalui berbagai platform media sosial untuk memperkenalkan potensi wisata Desa Tirta Kencana. Kegiatan ini menunjukkan kreativitas dan peran aktif pemuda dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi yang efektif dan modern. Melalui konten foto, video, dan cerita menarik tentang Bukit Sepancong, promosi ini diharapkan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Dengan meningkatnya jumlah pengunjung, Bukit Sepancong diharapkan dapat terus berkembang dan memberikan dampak positif bagi kemajuan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat desa.

Kegiatan dokumentasi ini memperkuat bukti keterlibatan masyarakat dalam seluruh tahapan program, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan, sesuai dengan hasil penelitian (Sobra et al., 2023) yang menunjukkan bahwa dokumentasi partisipatif mampu meningkatkan akuntabilitas dan rasa memiliki masyarakat terhadap program pemberdayaan wisata. Selain itu, hasil promosi digital Desa Tirta Kencana juga menunjukkan peningkatan jangkauan audiens daring secara signifikan dalam dua minggu setelah unggahan pertama. Peningkatan ini menggambarkan efektivitas strategi komunikasi yang dijalankan oleh generasi muda desa dalam memperkenalkan potensi wisata lokal. Hal ini sejalan dengan temuan (Wicaksono et al., 2023) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial berbasis komunitas merupakan strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan promosi wisata perdesaan di era digital.

Pelibatan masyarakat dan generasi muda melalui pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) terbukti mampu menciptakan perubahan perilaku kolektif dalam waktu relatif singkat. Menurut (Sanjaya & Prasetyo, 2020) dalam Partisipasi Pemuda dalam Pengembangan Rintisan Destinasi Wisata di Desa Sidoluhur, Godean, Sleman, pemuda yang dilibatkan sejak tahap awal perencanaan hingga pelaksanaan mampu menghadirkan inovasi lokal dan meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap aset wisata yang dimiliki masyarakat. Selain itu, penelitian (Sari & Pinasti, 2021) pada kasus Desa Wisata Giyanti menunjukkan bahwa strategi Pokdarwis yang kuat dalam manajemen, pelibatan teknis, dan branding desa wisata memperkuat identitas dan kedaerahan desa wisata melalui kerja sama lintas generasi. Dengan demikian, pendekatan ABCD tidak hanya membangun kemandirian masyarakat dalam mengelola potensi

wisata, tetapi juga mendorong kolaborasi berkelanjutan antara masyarakat, pemerintah desa, dan lembaga pendidikan. Dalam penelitian (Azizah et al., 2023) pokdarwis tidak hanya mengelola promosi, tapi juga dalam aspek teknis perencanaan, dokumentasi, dan pengambilan keputusan yang langsung melibatkan warga pesisir. Penggunaan metode partisipatif dalam kegiatan teknis seperti pemasangan sarana wisata dan desain media sosial terbukti meningkatkan efisiensi dan memperkuat rasa kepemilikan komunitas desa wisata. Hal ini juga konsisten dengan temuan dari penelitian (Risianti et al., 2025) di mana pelatihan pemasaran digital dan pendampingan teknis yang melibatkan pemuda secara nyata mempercepat implementasi promosi wisata desa.

3. Evaluasi dan Tantangan Keberlanjutan Program

Evaluasi partisipatif yang dilakukan di akhir sesi pelatihan menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa lebih percaya diri untuk memproduksi dan mengelola konten digital secara mandiri. Respon ini menandakan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung cukup efektif dalam meningkatkan literasi digital komunitas. Namun, tantangan yang masih dihadapi antara lain akses internet yang belum stabil di seluruh wilayah desa, serta keterbatasan peralatan dokumentasi seperti tripod dan mikrofon eksternal. Beberapa peserta juga menyarankan agar pelatihan lanjutan diselenggarakan secara berkala untuk memperdalam keterampilan yang telah diperoleh.

Hasil PKM ini sejalan dengan temuan literatur sebelumnya yang menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan berbasis media digital dapat meningkatkan kapasitas masyarakat desa. Penelitian (Maghfiroh et al., 2023) membuktikan bahwa penggunaan aplikasi sederhana seperti Canva, pembuatan video, dan pelatihan pemasaran online mampu memperkuat kemampuan UMKM dan masyarakat dalam mengelola konten digital. Kegiatan serupa juga mendorong munculnya kreativitas lokal dalam mempromosikan potensi wisata dan produk desa secara mandiri. Hal ini diperkuat dengan penelitian (Rahjasa et al., 2024) yang membuktikan bahwa pelatihan pengembangan desa wisata berbasis digitalisasi dan inovasi produk wisata secara signifikan meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengelola destinasi wisata serta memperluas jangkauan promosi digital secara berkelanjutan. Kegiatan serupa juga mendorong munculnya kreativitas lokal dalam mengembangkan paket wisata berbasis potensi unggulan daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Dengan demikian, pendekatan teknologi yang mudah diakses terbukti memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan literasi digital masyarakat.

IV. KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat berjudul “Upaya Penguatan Identitas Wisata Bukit Sepancong Desa Tirta Kencana melalui Pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD)” berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu memperkuat identitas wisata lokal melalui partisipasi aktif masyarakat dan pemuda desa. Program ini dibuat dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kapasitas masyarakat dalam mengenali, mengelola, serta mengembangkan potensi aset lokal secara mandiri dan berkelanjutan, sehingga Desa Tirta Kencana dapat memperkuat daya tarik wisata Bukit Sepancong sebagai destinasi unggulan berbasis kearifan lokal. Pendekatan ABCD terbukti efektif dalam menggali potensi lokal serta menumbuhkan rasa memiliki masyarakat terhadap aset wisata.

Kegiatan ini menghasilkan perubahan nyata dalam kesadaran, partisipasi, dan kemampuan promosi digital masyarakat. Selain itu, program ini memperlihatkan penerapan metode partisipatif dan perencanaan teknis sederhana yang dapat dijadikan contoh dalam pengembangan sistem informasi wisata berbasis komunitas. Dengan demikian, kegiatan PKM ini tidak hanya memperkuat citra wisata Bukit Sepancong, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap praktik pemberdayaan masyarakat berbasis aset lokal yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D., Mutammam, M., Irfanullah, G., Afiani, Z., & Asyauqi, M. Z. (2025). Destinasi Wisata Budaya: Pemetaan Potensi Wisata Kelurahan Krapyak Berbasis ABCD. *Satwika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 42–51.
- Arif, M., Furiandini, F., Istiqomah, S. N. L., Yanti, E. R., Maulidiyah, I., & Sofyan, M. R. (2025). Optimalisasi Perpustakaan Desa Berbasis Asset-Based Community Development: Strategi Pemberdayaan Literasi Di Plabuhanrejo, Lamongan. *An Naf'ah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 85–98. <https://doi.org/10.54437/annafah.v3i1.2033>
- Azizah, P., Muhammad, irfan hilmi, & Linda, F. (2023). Peran Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dalam Pemberdayaan Masyarakat Pesisir. *DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 2(7), 14.
- Bachtiar, Y., & Bernanthos, B. (2024). The Role of Social Media in Promoting Tourism Villages: A Case Study in Semarang Regency. *Journal of Social Research*, 4(1), 42–49. <https://doi.org/10.55324/josr.v4i1.2330>
- Fatin, A. D., Tamrin, M. H., Arieffiani, D., & Wahyudi, A. (2024). Community Empowerment Through Asset-Based Tourism Development: A Case Study Of Romokalisari Adventure Land, Surabaya. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik)*, 12(2), 135–147.

<https://doi.org/10.21070/jkmp.v12i2.1788>

- Ginung Pratidina, Wahyudin, C., Neng Virly Apriliyani, & Nadia Amalia. (2023). Community Participation in Increasing Tourism Villages. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(1), 34–41. <https://doi.org/10.30997/qh.v9i1.7635>
- Isma, A., Sumarsih, S., Erwin, E., & Alisyahbana, A. N. Q. A. (2023). Penguatan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Melalui Kampanye Sadar Wisata Untuk Menciptakan Pariwisata Berkelanjutan. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 4(2), 656–675. <https://doi.org/10.26858/je3s.v4i2.1847>
- Nur Maghfiroh, M. F., Indrawati, S., Janari, D., & Ridwan Andi Purnomo, M. (2023). Pelatihan Pemasaran Digital dan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Sapuangin, Klaten, Jawa Tengah. *Journal of Appropriate Technology for Community Services*, 4(2), 34–41. <https://doi.org/10.20885/jattec.vol4.iss2.art4>
- Pikardo, R., Zhan, F. F., Ruspandi, A., & Asy'ari, A. (2024). the Role of Indonesian Youth in Promoting Ecotourism Policy: a Political Sociology Review. *Journal of Social Politics and Governance (JSPG)*, 6(1), 91–110. <https://doi.org/10.24076/jspg.v6i1.1644>
- Putu Surya Laksana Rahjasa, Putu Ayu Aryasih, G. N. P. S. R. (2024). Pelatihan Pengembangan Desa Wisata Melalui Digitalisasi Dan ** Correspondence Author. *Jurnal Teknologi Dan Pengabdian Masyarakat*, 94–103.
- Rahmawati, A., Peachilia, I. P. P., Hanifah, D. S., & Humaedi, S. (2024). Potensi Implementasi Pendekatan Asset Based Community Development (Abcd) Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Di Kampung Wisata Cigadung Ifally Pramesia Putri Peachilia. *PEKSOS: Jurnal Ilmiah Pekerja Sosial*, 23(1), 118–141. <https://jurnal.poltekesos.ac.id/index.php/peksos/index>
- Rialny, S. S., & Anugrahini, T. (2022). Asset-Based Community Development in Realizing Sustainable Community in Untung Jawa Island Tourism Village. *Aristo*, 10(2), 329–349. <https://doi.org/10.24269/ars.v10i2.5046>
- Riannada, R., & Madliyah, S. (2021). Peran Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Kencana Dalam Pengembangan Desa Wisata Adat Osing Kemiren. *Jurnal Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah*, 10(1), 315–328. <https://www.academia.edu/download/71404072/33103.pdf>
- Risyanti et al. (2025). *This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license Penguatan SDM Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam Mewujudkan Pariwisata di Desa Rembul Bojong Tegal Corresponding Author*. 2(12), 5687–5694. <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/index>
- Salam, A., Sihidi, I. T., Febrina Akmalia, N., & Hardini, H. K. (2025). Social Innovation of

- Tourism Village: Asset-based Community Development in East Rombiya Village, Madura, Indonesia. *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)*, 9(1), 95–112. <https://doi.org/10.21580/jsw.2025.9.1.26980>
- Sanjaya, R. D., & Prasetyo, I. (2020). Partisipasi Pemuda dalam Pengembangan Rintisan Destinasi Wisata di Desa Sidoluhur, Godean, Sleman. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 3(1), 1–7. <https://doi.org/10.21831/diklus.v3i1.24830>
- Sari & Pinasti. (2021). *STRATEGI POKDARWIS DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI DESA WISATA (STUDI KASUS DESA WISATA GIYANTI, WONOSOBO)*. 167–186.
- Sisephaputra, B., Suroni, A., Islam, K., Yahya, S., Nashihin, D., Al Rosyid, H., Orvala, F., Putra, D. S., & Pratama, T. R. (2025). Peningkatan Promosi Desa Wisata Soco Melalui Digitalisasi Objek Wisata dan Edukasi Komunitas. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 164–172. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v6i1.747>
- Sobra, H., Nurjanah, N., & Yesicha, C. (2023). Komunikasi Partisipatif Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Batu Dinding. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 5(1), 25. <https://doi.org/10.24014/kjcs.v5i1.25612>
- Wardiani, W., & Anisyahrini, R. (2025). Peningkatan Kapasitas Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Awareness Wisata Budaya Sunda “Nyawang Bulan” Di Desa Girimekar Kabupaten Bandung. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 4882–4889. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i3.48070>
- Wicaksono et al. (2023). *Pengembangan Wisata Watu Gendong Melalui Optimalisasi Manajemen dan Promosi Digital di Desa Beji Kabupaten Gunung Kidul*. 4(1), 1–9.