

# Penguatan Digitalisasi Pariwisata Melalui Akselerasi Desa Wisata Bahasa Berbasis Konten Kreator di Desa Wisata Adiluhur Kabupaten Kebumen

Novanda Alim Setya Nugraha<sup>1</sup>, Danny Kurnianto<sup>2</sup>, Dasril Aldo<sup>3</sup>, Rima Dias Ramadhani<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Institusi Teknologi Telkom Purwokerto  
Jl. D.I Panjaitan No.128 Purwokerto, Indonesia  
Korespondensi penulis: [novanda@ittelkom-pwt.ac.id](mailto:novanda@ittelkom-pwt.ac.id)

**Abstract.** *The Adiluhur tourist village is known as one of the English tourist villages in Kebumen Regency. Although the management of the Adiluhur tourist village has utilized online media to promote English tourism to the public, it is still not optimal and lacks innovation. Therefore, the goal of community service activities in the Adiluhur village is to strengthen the digitization of tourism through content creators, so that online media content becomes more innovative and creative. Survey results show that this community service activity has a positive impact on the community and tourism stakeholders, as evidenced by an improvement in understanding, knowledge, and skills towards better utilization of content creators for tourism promotion.*

**Keywords:** *Adiluhur Village, tourism digitalization, English tourist village, content creator*

**Abstrak.** Desa wisata Adiluhur telah dikenal sebagai salah satu desa wisata bahasa Inggris di Kabupaten Kebumen. Meskipun pengelola desa wisata Adiluhur telah memanfaatkan media online di dalam mempromosikan wisata bahasa Inggris kepada khalayak ramai, akan tetapi masih belum optimal dan kurang inovatif. Maka, tujuan kegiatan pengabdian masyarakat di desa Adiluhur ini adalah untuk menguatkan digitalisasi wisata melalui konten kreator sehingga konten-konten pada media online lebih inovatif dan kreatif. Hasil survey menunjukkan bahwa adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini membawa dampak yang positif kepada masyarakat dan pelaku wisata, hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan pemahaman, pengetahuan, dan keterampilan kearah yang lebih baik terkait dengan penggunaan konten kreator untuk promosi wisata.

**Kata kunci:** desa Adiluhur, digitalisasi pariwisata, kampung wisata bahasa Inggris, konten kreator

## LATAR BELAKANG

Desa Wisata Adiluhur, terletak di Kecamatan Adimulyo, Kebumen, merupakan destinasi wisata yang menggabungkan kearifan lokal dengan program pemberdayaan masyarakat. Pada masa dahulu, pasar Terok di desa Adiluhur sangat terkenal oleh masyarakat setempat karena adanya aktifitas perdagangan berupa palawija. Pada tahun 2012, desa Adiluhur merintis objek wisata baru yaitu Taman Reptil Adiluhur (TARA)

---

\* Novanda Alim Setya Nugraha, [novanda@ittelkom-pwt.ac.id](mailto:novanda@ittelkom-pwt.ac.id)

yang didirikan oleh salah seorang warga desa Adiluhur yaitu bapak Ambar Sutoyo (Kebumen express, 2019). Di tahun 2014, melalui program pemberdayaan Paguyuban Mas dan Mbak Duta Wisata Kab. Kebumen dibentuklah suatu program pemberdayaan yang di Desa Adiluhur dengan menginisiasi sebuah desa wisata binaan yang disebut dengan “Kampung Wisata Inggris Kebumen” (KWIK) (Kemenparekraf, 2021; Ramadhani, 2021). Melalui program pemberdayaan, masyarakat desa Adiluhur secara rutin diajari bahasa Inggris oleh Paguyuban Mas dan Mbak Kab. Kebumen, memperkuat identitas desa sebagai Kampung Wisata Inggris.

Pada tahun 2020, Desa Wisata Adiluhur resmi diakui sebagai Desa Wisata Maju melalui SK Desa Wisata dari Bupati Kebumen. Desa ini terkenal sebagai Desa Wisata Bahasa yang berhasil memberdayakan kaum perempuan melalui kader Desa Wisata Adiluhur (Disparbud Pemda Kebumen, 2022). Kegiatan rutin pelatihan bahasa Inggris oleh Mas Mbak Duta Wisata Kab. Kebumen melibatkan 20 orang pengurus dan anggota aktif. Seiring berkembangnya Desa Wisata Adiluhur, kunjungan wisatawan, khususnya anak-anak dan siswa, meningkat, terutama pasca pandemi. Program edukasi bahasa Inggris, baik harian maupun dengan paket menginap, menarik minat pembelajar dengan suasana belajar yang menarik dan menyenangkan, melibatkan praktik langsung dengan warga setempat serta di obyek wisata lokal (Mualifah, 2018).

Desa Wisata Inggris atau lebih dikenal dengan istilah “Kampung Inggris” mulai dilirik oleh beberapa pemerintahan daerah untuk dikembangkan di daerahnya masing-masing. Tentunya, hal ini merujuk pada keberhasilan Kampung Inggris di desa pare Kediri, Jawa Timur yang sudah terlebih dahulu terkenal dengan wisata edukasi Bahasa Inggris sejak lama. Beberapa kegiatan penelitian maupun pengabdian masyarakat telah dilaksanakan di beberapa daerah, seperti di daerah Tulungrejo Pare Kediri, daerah Jatijajar Kebumen dan Donomulyo Malang. Kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat di daerah Tulungrejo Pare Kediri menghasilkan suatu langkah-langkah strategi dalam pembangunan kawasan desa wisata Inggris seperti pembentukan regulasi, penjaminan mutu lembaga pengelola pariwisata, kerjasama dengan pemerintah, pengembangan UMKM, pelestarian budaya lokal, menjamin keamanan dan ketertiban masyarakat setempat (Dilla, 2023; Lathifah, 2020; Mualifah, 2018). Hal serupa juga terjadi di daerah Jatijajar Kebumen dan desa Donomulyo Malang, dimana kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat di sana menghasilkan beberapa program seperti

pelatihan Bahasa Inggris untuk masyarakat setempat, khususnya yang bertindak sebagai guide, homestay, angkutan serta program peningkatan ekonomi masyarakat setempat (Kusdiyanto,2023; Muslimin, 2020).

Pada kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Adiluhur, Kebumen, branding Desa Wisata Adiluhur sebagai Kampung Wisata Inggris Kebumen (KWIK) atau Desa Wisata Bahasa telah kuat sejak 2014. Namun, untuk mempertahankan minat pengunjung, perlu inovasi melalui penguatan digitalisasi pariwisata (Nirmala, 2020; Hastuti, 2023; Kurnia, 2021; Saputra, 2021). Pengelola wisata harus menciptakan konten digital menarik di media sosial untuk bersaing dan menarik perhatian dalam pasar desa wisata. Pandemi telah mengubah kebiasaan masyarakat dalam mencari informasi, lebih cenderung mengandalkan media online. Sayangnya, pengelola Desa Wisata Adiluhur belum secara optimal memanfaatkan teknologi online, karena keterbatasan pengetahuan dan keahlian dalam Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), terutama untuk meningkatkan kunjungan wisata ke Desa Wisata Adiluhur. Meskipun Desa Wisata Adiluhur telah melakukan pemasaran online melalui media sosial, pendekatannya masih terlihat kurang inovatif dan kontennya belum mengikuti tren terkini. Meskipun memiliki situs web [www.asterdewi.com](http://www.asterdewi.com), namun situs tersebut hanya menyajikan informasi statis yang kurang menarik dan interaktif. Diperlukan inovasi dalam bentuk konten digital yang menarik, dengan pelatihan untuk mengembangkan para pengelola desa wisata sebagai konten kreator, yang dapat memperkuat branding Desa Wisata Adiluhur sebagai desa wisata bahasa berbasis konten kreator. Pada Gambar 1 ditunjukkan ilustrasi model desa wisata berbasis konten kreator.



Gambar 1. Desa wisata berbasis konten kreator

Terdapat tiga permasalahan utama yang harus dicarikan solusi dalam upaya untuk menguatkan digitalisasi pariwisata di desa Adiluhur berbasis konten kreator, ketiga permasalahan tersebut yaitu:

- (1) media informasi yang ada belum dimanfaatkan secara optimal
- (2) pengelola desa wisata belum menguasai teknologi dalam membuat konten digital
- (3) pengelola desa wisata belum memiliki inovasi serta kreativitas yang menguatkan keunikan desa wisata bahasa dalam membuat konten kreator

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Adiluhur, Kebumen adalah untuk menguatkan digitalisasi wisata bahasa berbasis konten kreator, baik dari sisi media informasi, teknologi serta SDM pengelola wisata.

## **METODE PENELITIAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah agar permasalahan yang ada dimasyarakat dapat diselesaikan dengan baik melalui prosedur ilmiah. Adapun metode atau langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah

- (1) pra-kegiatan,
- (2) implementasi kegiatan,
- (3) evaluasi kegiatan.

### **Pra-kegiatan**

Pra-kegiatan dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada di masyarakat. Pada fase ini, metode yang dipakai untuk memperoleh data-data terkait dengan permasalahan yang ada dimasyarakat adalah melalui *interview* atau wawancara dengan masyarakat, perangkat desa maupun pihak-pihak terkait lainnya. Setelah permasalahan dapat diidentifikasi, maka selanjutnya adalah dilakukan kegiatan FGD untuk merumuskan solusi dari permasalahan tersebut.

Pada Tabel 1 ditunjukkan permasalahan dan solusi dari kegiatan pengabdian masyarakat di desa Adiluhur.

Tabel 1. Permasalahan dan solusi

No	Permasalahan	Solusi
1	Media informasi yang ada belum dimanfaatkan secara optimal	Optimalisasi penggunaan media digital desa wisata sebagai upaya akselerasi digitalisasi desa wisata bahasa
2	Pengelola desa wisata belum menguasai teknologi dalam membuat konten digital	Pelatihan penggunaan tools atau teknologi untuk pembuatan konten digital
3	Pengelola desa wisata belum memiliki inovasi serta kreativitas yang menguatkan keunikan desa wisata bahasa dalam membuat konten kreator	Penguatan kapasitas SDM pengelola melalui inovasi desa wisata bahasa berbasis konten kreator

### **Implementasi Kegiatan**

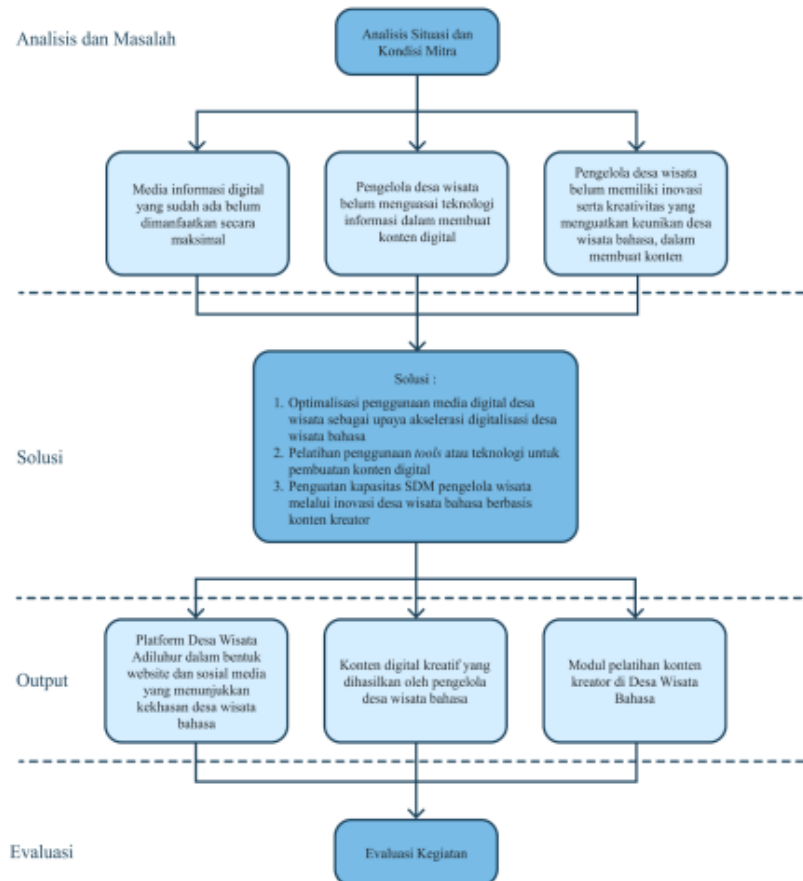
Pada fase implementasi kegiatan, solusi-solusi yang telah dirumuskan pada fase sebelumnya dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan dalam bentuk pelatihan maupun pendampingan kepada masyarakat maupun pengelola wisata desa Adiluhur Kebumen. Beberapa bentuk pelatihan yang dilaksanakan seperti:

- pelatihan optimalisasi media sosial digital seperti facebook, Instagram, dan youtube sebagai upaya akselerasi digitalisasi desa Wisata Bahasa.
- Pelatihan penggunaan tools atau teknologi untuk pembuatan konten digital.
- Pendampingan peningkatan kualitas SDM pengelola desa wisata melalui penggunaan Bahasa Inggris yang atraktif dalam membuat konten digital

### **Evaluasi Kegiatan**

Pada fase evaluasi kegiatan, dilakukan proses penilaian dan evaluasi terhadap kegiatan pengabdian masyarakat di desa Adiluhur Kebumen. Evaluasi kegiatan dilakukan berdasarkan data yang diambil dari survey capaian atau kepuasan dengan responden adalah masyarakat desa adiluhur.

Metode atau langkah-langkah yang dijelaskan sebelumnya dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat

Mitra pada kegiatan ini adalah Desa Wisata Adiluhur selaku pengelola Desa Wisata Adiluhur. Kami juga menggandeng Komunitas Dapur Nelly sebagai Mitra tambahan yang turut serta menyertai kegiatan PKM ini. Mitra akan dilibatkan pada semua proses dari perancangan sistem hingga pelatihan. Selain itu mitra juga berpartisipasi dalam menentukan peserta pelatihan dan tim untuk pemeliharaan sistem.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat di desa Adiluhur sesuai dengan langkah-langkah pelaksanaan kegiatan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya adalah sebagai berikut:

### **Pra-kegiatan**

Hasil kegiatan pada fase ini adalah berupa interview kepada masyarakat desa adiluhur sebagai pelaku wisata dalam rangka untuk identifikasi permasalahan yang akan diangkat di dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Setelah rumusan masalah diperoleh, langkah selanjutnya berupa kegiatan FGD untuk mendiskusikan solusi-solusi yang akan dikerjakan selama kegiatan pegabdian masyarakat ini berlangsung.

Pada Gambar 3 diperlihatkan proses kegiatan interview dengan beberapa masyarakat desa Adiluhur.



Gambar 3. Proses kegiatan interview dengan warga desa Adiluhur

### **Implementasi Kegiatan**

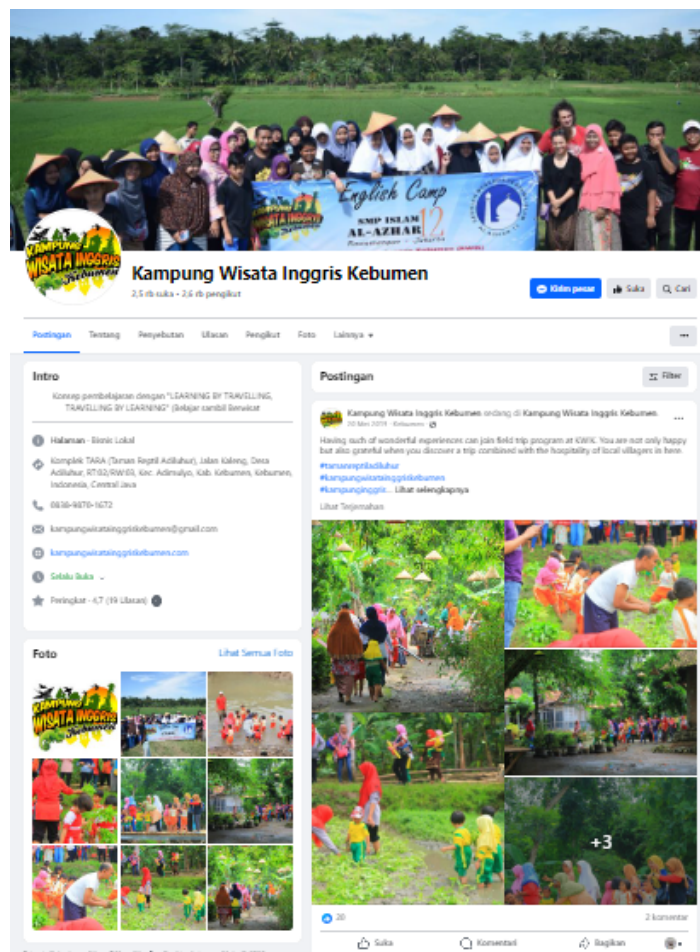
Setelah proses identifikasi masalah dan penetapan solusi selesai, langkah selanjutnya berupa implementasi solusi tersebut di atas dalam bentuk kegiatan-kegiatan pelatihan maupun pendampingan kepada masyarakat dan pihak-pihak terkait. Pada Gambar 4 ditunjukkan foto-foto kegiatan pelatihan maupun pendampingan kepada warga desa Adiluhur selaku pelaku wisata di tempat tersebut.





Gambar 4. Bentuk kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat dalam membuat konten kreator

Hasil dari kegiatan pelatihan dan pendampingan selama kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah berupa digitalisasi wisata desa di dalam bentuk konten kreator yang dapat dilihat di media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube maupun website wisata. Pada Gambar 5 ditunjukkan konten kreator yang telah diunggah di akun fanpage Facebook dengan nama akun “Kampung Wisata Inggris Kebumen”.



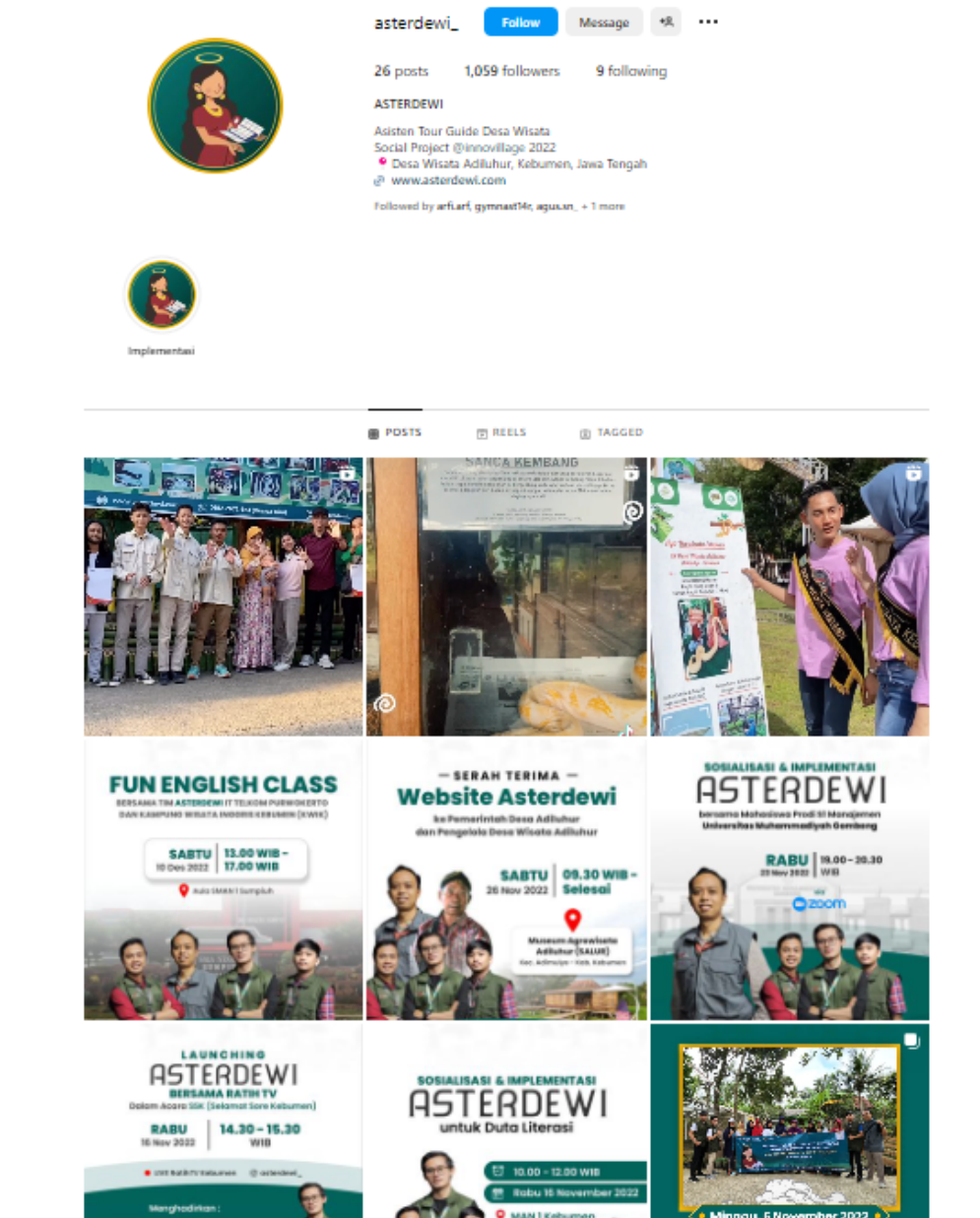
Gambar 5. Konten kreator pada halaman Facebook “Kampung Wisata Inggris Kebumen”



**Penguatan Digitalisasi Pariwisata Melalui Akselerasi Desa Wisata Bahasa Berbasis Konten Kreator di Desa Wisata Adiluhur Kabupaten Kebumen**

Akun fanpage “Kampung Wisata Inggris Kebumen” telah mendapatkan like sebanyak 2,5 ribu dan pengikut sebanyak 2,6 ribu.

Pada Gambar 6 ditunjukkan konten kreator yang telah diunggah pada halaman Instagram dengan nama @asterdewi.



Gambar 6. Konten kreator yang telah diunggah pada halaman Instagram dengan nama “@asterdewi”

Akun @asterdewi ini telah mendapatkan pengikut sebanyak 1059 pengikut dari 26 postingan yang telah diunggah pada akun @asterdewi.

Pada Gambar 7 ditunjukkan website dengan nama asterdewi sebagai salah satu media informasi dan promosi dari kampung Wisata Inggris Kebumen. Adapun alamat URL dari website asterdewi tersebut adalah ***https://asterdewi.com***.



Gambar 7. Website asterdewi sebagai media informasi dan promosi Kampung Wisata Inggris Kebumen

Selain mengunggah konten kreator baik video maupun foto-foto kegiatan pada media sosial seperti Facebook, Instagram, dan website, video konten kreator tersebut juga diunggah pada channel Youtube dengan nama “Kampung Wiasata Inggris Kebumen” seperti yang ditunjukkan pada Gambar 8.



Gambar 8. Konten kreator pada channel Youtube “Kampung Wisata Inggris Kebumen”

### **Evaluasi Kegiatan**

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berjalan dengan menerapkan beberapa kegiatan pelatihan dan pendampingan, maka bagian terakhir adalah kegiatan evaluasi yang bertujuan untuk mengetahui seberapa tingkat keberhasilan program dan apakah memberikan dampak yang positif bagi masyarakat desa wisata Adiluhur. Evaluasi dilakukan dengan metode survey terhadap 22 responden. Evaluasi dilakukan pada 2 sesi waktu yaitu di awal (pre-test) dan di akhir kegiatan (post-test). Evaluasi dilakukan dengan memberikan 5 pertanyaan utama yaitu:

1. Saya mengetahui pengertian konten kreator
2. Saya mengetahui teknik editing video secara sederhana
3. Saya memahami teknik untuk mengambil footage dan mengedit video secara sederhana
4. Saya dapat mempraktekkan bahasa Inggris dengan baik pada saat menjadi konten kreator
5. Kegiatan pelatihan konten kreator ini bermanfaat dalam meningkatkan kapasitas diri saya sebagai pelaku wisata

Hasil data survey dengan pertanyaan di atas dianalisis menggunakan metode skala Likert. Skoring dengan skala Likert mengacu pada interval skor pada Tabel 2 dan hasil skoring data survey ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 2. Interval skoring hasil survey

Interval Skor	Definisi
75% - 100%	Sangat setuju
50% - 74,99%	Setuju
25% - 49,99%	Tidak Setuju
0% - 24,99%	Sangat Tidak Setuju

Tabel 3. Hasil skoring survey dengan menggunakan metode skala Likert

Pertanyaan	Pre-Test		Post-Test	
	Nilai (%)	Definisi	Nilai (%)	Definisi
Saya mengetahui pengertian konten kreator	55	Setuju	93	Sangat setuju
Saya mengetahui teknik editing video secara sederhana	64	Setuju	90	Sangat setuju
Saya memahami teknik untuk mengambil footage dan mengedit video secara sederhana	52	Setuju	91	Sangat setuju
Saya dapat mempraktekkan bahasa Inggris dengan baik pada saat menjadi konten kreator	50	Setuju	93	Sangat setuju
Kegiatan pelatihan konten kreator ini bermanfaat dalam meningkatkan kapasitas diri saya sebagai pelaku wisata	43	Tidak Setuju	97	Sangat setuju

Berdasarkan analisis data survey seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3, maka dapat dilihat bahwa kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul “Penguatan Digitalisasi Pariwisata Melalui Akselerasi Desa Wisata Bahasa Berbasis Konten Kreator di Desa Wisata Adiluhur Kabupaten Kebumen” memberikan dampak positif dan manfaat bagi masyarakat dan pelaku wisata di desa Adiluhur Kebumen, khususnya dari sisi penguatan konten kreator untuk promosi desa wisata bahasa Inggris.

Dari pertanyaan pertama yaitu “Saya mengetahui pengertian konten kreator”, hasil nilai skoring survey pada saat pre-test menunjukkan nilai sebesar 55% (dari 22 responden) atau setuju, setelah dilakukan survey kembali di akhir periode program, maka menunjukkan peningkatan skor nilai survey yaitu menjadi 93% (dari 22 responden) atau sangat setuju. Demikian juga untuk pertanyaan yang lain, dapat terlihat bahwa adanya

peningkatan pemahaman, pengetahuan, keterampilan mengenai digitalisasi wisata berbasis konten kreator.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penguatan digitalisasi wisata di desa wisata bahasa Adiluhur dengan mengoptimalkan konten kreator telah terlaksana dengan tepat sasaran dan membawa dampak yang positif bagi masyarakat maupun pelaku wisata di desa tersebut. Program-program kegiatan pengabdian masyarakat seperti pendampingan maupun pelatihan terkait dengan media promosi menggunakan konten kreator telah menghasilkan output seperti yang diharapkan. Adanya perubahan pemahaman, pengetahuan, dan keterampilan kearah yang lebih baik terkait dengan penggunaan konten kreator untuk promosi wisata menjadi indikator bahwa program pengabdian masyarakat ini telah berjalan dengan baik dan sukses.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kami sampaikan kepada pihak DRTPM Kemdikbudristek yang telah mendanai kegiatan pengabdian masyarakat dengan skema hibah Program Kemitraan Masyarakat tahun 2023.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Dilla, H.A., & Nawangsari, E.R. (2023). Strategi Pembangunan Berkelanjutan Kawasan Wisata Edukasi Kampung Inggris. *Societas: Jurnal Ilmu Administrasi dan Sosial*, 12(2), 290-303. <https://doi.org/10.35724/sjias.v12i2.5297>.

Disparbud pemda Kebumen.(2022). Desa Wisata Adiluhur. Available at <https://disparbud.kebumenkab.go.id/index.php/web/post/379/desa-wisata-adiluhur>.

Diakses tanggal 26 November 2023.

Hastuti, P.T., Shinta, J.A., Khamidayati, S., Pramayuda, K., & Kharisma, B. (2023). Strategi Pengembangan Digitalisasi Desa Wisata : Studi Kasus Desa Jatiluwuh, Kabupaten Tabanan Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Cakrawati*, 6(2), 1-32. <https://doi.org/10.47532/jic.v6i2.841>.

Kebumen Express. (2019). Wisata Adiluhur Sabet Juara 1 di Ajang Desa Wisata Jawa Tengah. Available at <http://www.kebumenekspress.com/2019/07/wisata-adiluhur-sabet-juara-1-diajang.html?m=1>. Diakses tanggal 20 Februari 2022.

- Kemenparekraf. (2021). Desa Wisata Adiluhur ( Inggris Kebumen). Available at [https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/adiluhur\\_inggris\\_kebumen](https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/adiluhur_inggris_kebumen). Diakses tanggal 25 November 2023.
- Kurnia, A. (2021). Strategi Pemasaran Digital Sebagai Destinasi Desa Wisata. Jakarta: Universitas Bakrie Press.
- Kusdiyanto, D., Rini, H.S., & Luthfi, A. (2023). Pengembangan Dan Fungsi Desa Wisata Bagi Masyarakat Lokal Melalui Pelaksanaan Program Kampung Inggris. *Journal of Indonesian Social Studies Education*, 1(1), 31-44.
- Lathifah, N.A., Purnomo, A., Sukamto. (2020). Dinamika Pengelolaan Kampung Inggris Oleh Masyarakat Di Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(2), 189-200. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.17645>.
- Mualifah, N., & Roekminiati, S. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Kampung Inggris Sebagai Destinasi Wisata Edukasidi Kecamatan Pare Kabupaten Kediri. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial*, 2(1), 168-182. <https://doi.org/10.25139/jmnegara.v2i1.1069>.
- Muslimin, A.I. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Untuk Merintis Kampung Inggris Di Desa Kalipakem Kecamatan Donomulyo Kabupaten Malang. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 16(1), 27-42. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v16i1.2144>.
- Nirmala, B.P.W., Utami, N.W., & Paramitha, A.A.I.I. (2020). Digitalisasi Desa dan Potensi Wisata Di Desa Kerta, Kabupaten Gianyar Menuju Pariwisata 4.0. *Jurnal Karya Abdi*, 4(3), 350-355. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i2.11273>.
- Ramadhani, R.D., Laksana, T. G., and Nugraha, N. A. S. (2021). *Peningkatan Mutu Produk dan Strategi Pemasaran Less-Contact UMKM "Dapur Nelly" di Desa Adiluhur, Kecamatan Adimulyo, Kabupaten Kebumen*. Banyumas : Wawasan Ilmu.
- Saputra, I.G.G. (2021). Bentuk Digitalisasi Desa Wisata Di Masa Normal Baru Studi Kasus Desa Sayan Ubud Bali. *Jurnal Kepariwisataaan*, 20(1), 18-25. <https://doi.org/10.52352/jpar.v20i1.448>.