

Strengthening Digital Literacy for Stakeholders in the Ujung Batu Coastal Area

Penguatan Literasi Digital Bagi Stakeholder di Kawasan Pantai Ujung Batu

Mia Rahayu*, Muhadjir Suni, Andi Muhammad Fajar, Muhammad Akbar Zuhud

Politeknik Pariwisata Makassar, Jl. Gn. Rinjani Jl. Metro Tj. Bunga No.1, Tj. Merdeka, Kec. Tamalate,, 90224, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

Abstract

This community service program aimed to enhance the capacity of local communities in supporting digital-based tourism development. The program adopted a Participatory Action Research (PAR) approach involving 15 stakeholders, including representatives from the tourism office, local beach management, and small business owners. Data were collected through multiple techniques: (a) observation to examine participants' engagement and skills during training, (b) interviews to explore participants' responses and reflections on the program's benefits, and (c) documentation of the promotional content produced by participants. Data were analyzed using thematic analysis to identify patterns of improvement in digital literacy skills. The findings revealed a high level of enthusiasm among participants throughout the sessions, which covered the introduction of digital promotion tools (Google Sites), understanding digital ethics, and practical training in creating promotional content using Canva and CapCut. The main challenge identified was participants' limited creativity in developing engaging and authentic content. To address this, strategies such as local-based storytelling, the use of user-generated content, and consistent posting schedules were recommended. These strategies not only emphasize technical skills but also foster creative, sustainable, and culturally rooted mindsets.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat lokal dalam mendukung sektor pariwisata berbasis digital. Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), dengan melibatkan 15 orang peserta dari kalangan *stakeholder*. Data diperoleh dari berbagai teknik, mencakup: (a) observasi untuk mengamati keterlibatan dan keterampilan peserta selama pelatihan, (b) wawancara untuk menggali respon dan refleksi peserta terhadap manfaat kegiatan, dan (c) dokumentasi hasil konten promosi yang dihasilkan peserta. Data dianalisis dengan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola peningkatan kemampuan literasi digital. Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya antusiasme tinggi dari peserta terhadap seluruh rangkaian kegiatan, meliputi pengenalan alat promosi digital (*Google Sites*), pemahaman etika digital, serta praktik pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi Canva dan *CapCut*. Tantangan utama yang diidentifikasi adalah keterbatasan kreativitas peserta dalam mengembangkan konten yang menarik dan autentik. Oleh karena itu, strategi berbasis *storytelling* lokal, pemanfaatan konten wisatawan, serta penerapan konsistensi unggahan disarankan sebagai solusi. Strategi ini tidak hanya menekankan aspek teknis, tetapi juga menumbuhkan pola pikir kreatif, berkelanjutan, dan berorientasi pada nilai budaya lokal.

Keywords: digital literacy, participatory action research, local tourism, storytelling, community empowerment.

1. Pendahuluan

Percepatan transformasi digital di Indonesia telah membuka peluang besar bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat, termasuk komunitas pesisir. Hasil pengukuran Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) sejak tahun 2022 hingga tahun 2024 menunjukkan tren peningkatan masyarakat digital, di mana skor tahun 2024 tercatat sebesar 43,34 pada

* Corresponding author:

E-mail address: miarahayu@poltekparmakassar.ac.id

level nasional (Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Komunikasi dan Digital, 2024). Namun, transformasi tersebut tidak merata. Misalnya, pilar keterampilan digital menjadi pilar dengan skor tertinggi, yaitu 58,25, sedangkan pilar pemberdayaan menjadi pilar dengan skor terendah, yaitu 25,66. Data ini selaras dengan laporan nilai Indeks Masyarakat Digital Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2024 adalah 42,26 dengan nilai pilar tertinggi adalah Pilar Keterampilan Digital 57,10 dan nilai pilar terendah adalah Pilar Pemberdayaan 24,27 (Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Komunikasi dan Digital, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa saat ini masyarakat Indonesia sudah mampu menggunakan teknologi digital, namun masih belum optimal untuk mendukung aktivitas ekonomi yang produktif. Masih banyak komunitas pesisir menghadapi keterbatasan akses, keterampilan, dan pemahaman tentang pemanfaatan teknologi digital untuk ekonomi lokal, keselamatan, dan tata kelola. Kondisi ketimpangan ini menuntut intervensi penguatan literasi digital yang kontekstual dan berbasis kebutuhan lokal.

Pantai Ujung Batu, Desa Sumpang Binangae, Kabupaten Barru, menjadi salah satu potensi wisata pesisir dan pusat kegiatan ekonomi lokal (pariwisata informal, perdagangan hasil laut, jasa). Meski lokasi ini semakin dilirik wisatawan, ketersediaan sumber daya manusia yang mampu memanfaatkan platform digital untuk pemasaran, informasi keselamatan laut, manajemen usaha kecil, dan tata kelola pariwisata masih terbatas. Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan aparat desa, ditemukan bahwa sebagian besar masyarakat di Pantai Ujung Batu belum familiar dengan penggunaan media sosial secara produktif, belum memahami pentingnya keamanan digital, serta belum optimal dalam memanfaatkan perangkat digital untuk keperluan ekonomi seperti promosi usaha pariwisata, pengelolaan informasi, maupun pendidikan daring. Minimnya pengetahuan tersebut membuat masyarakat berisiko terpapar hoaks, penipuan daring, serta tertinggal dalam berbagai peluang ekonomi yang bisa didapatkan melalui platform digital. Kesenjangan digital bukan hanya terkait masalah akses teknologi dan konektivitas saja, tetapi juga soal perbedaan kemampuan dalam menggunakan serta memahami perkembangan teknologi informasi. Artinya, meskipun sebagian besar masyarakat sudah bisa terhubung ke internet, namun cara mereka memakai teknologi digital sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi secara aman dan benar (Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Komunikasi dan Digital, 2024).

Unesco mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan untuk mengakses, mengelola, memahami, mengintegrasikan, berkomunikasi, mengevaluasi, dan menciptakan informasi secara aman melalui teknologi digital untuk ketenagakerjaan, pekerjaan yang layak, dan kewirausahaan (UNESCO, 2018). Penguatan literasi digital di kawasan pesisir sangat penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui akses informasi, pemasaran produk, edukasi, dan pengelolaan sumber daya secara berkelanjutan. Literasi digital juga dapat membantu masyarakat dalam menghadapi tantangan perubahan iklim, pengelolaan lingkungan, dan adaptasi teknologi baru. Rendahnya tingkat literasi digital menyebabkan keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi untuk pengembangan ekonomi lokal dan pengelolaan sumber daya. Hal ini menyebabkan adanya kesenjangan digital (*digital divide*) antara masyarakat perkotaan dan pedesaan, yang berakibat pada keterbatasan akses terhadap informasi, peluang ekonomi, dan pendidikan (Hazmin & Wijayanti, 2022).

Kurangnya pelatihan dan sosialisasi mengenai teknologi digital bagi stakeholder di kawasan pesisir serta keterbatasan akses internet yang memadai di Pantai Ujung Batu menjadi kendala utama. Hasil-hasil penelitian dan pengabdian terdahulu mendukung temuan ini. Survei literasi digital pada masyarakat pesisir di Kabupaten Badung misalnya, menunjukkan tingkat literasi digital yang masih rendah serta perlunya program intervensi berbasis kebutuhan komunitas (Badan Riset dan Inovasi Daerah Kabupaten Badung, 2024). Program sosialisasi literasi digital di Malang Selatan terbukti mampu meningkatkan pemahaman dasar masyarakat, tetapi keberlanjutan hasilnya sangat bergantung pada adanya pendampingan intensif (Rakhman, 2023). Demikian pula, pelatihan literasi digital bagi guru di wilayah pesisir Dompu berhasil meningkatkan kompetensi mereka melalui kombinasi teori dan praktik (Taufik et al., 2023). Sementara itu, pendampingan literasi digital berbasis hukum di Biak Timur turut menambahkan dimensi penting mengenai perlindungan hak, kewajiban, serta etika bermedia digital (Lobubun et al., 2024).

Dari berbagai kajian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penguatan literasi digital efektif dilakukan melalui kombinasi pelatihan, pendampingan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat lokal. Namun demikian, studi-studi tersebut belum secara khusus menargetkan *stakeholder* lintas sektor di satu kawasan wisata pesisir, sebagaimana kondisi di Pantai Ujung Batu. Karakteristik sosial-ekonomi masyarakat yang unik, serta peran strategis pantai ini sebagai pusat wisata dan perdagangan lokal, membutuhkan program pengabdian yang menyoar peningkatan kapasitas digital nelayan, pelaku UMKM, pengelola wisata, aparat desa, maupun generasi muda secara terpadu. Berdasarkan kondisi dan kajian tersebut, maka penguatan literasi digital bagi *stakeholder* di Kawasan Pantai Ujung Batu menjadi sangat penting untuk mendukung pembangunan berkelanjutan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan digital *stakeholder* melalui pelatihan, pendampingan, dan penyediaan akses teknologi yang sesuai dengan kebutuhan lokal (Utomo et al., 2023).

Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan untuk memperkuat literasi digital bagi masyarakat di kawasan Pantai Ujung Batu, Desa Sumpang Binangae, Kabupaten Barru. Intervensi akan dilakukan melalui pemetaan kemampuan awal, penyusunan modul berbasis konteks lokal, pelatihan pemasaran digital dan pemanfaatan informasi, serta pendampingan dalam praktik penggunaan teknologi digital (Kasim et al., 2022; Widjaja et al., 2021). Diharapkan melalui program ini, masyarakat setempat tidak hanya mampu meningkatkan daya saing ekonomi dan pariwisata, tetapi juga memiliki kesadaran hukum dan etika dalam bermedia digital, sehingga pembangunan pesisir dapat berlangsung lebih inklusif dan berkelanjutan.

2. Metode / Methods

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), yaitu melibatkan peserta sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran, praktik, hingga refleksi. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penguatan literasi digital berbasis kebutuhan *stakeholder* di kawasan pesisir yang membutuhkan pendampingan praktis dan berkelanjutan. Kegiatan dilaksanakan di Kawasan Pantai Ujung Batu, Desa Sumpang Binangae, Kabupaten Barru dengan melibatkan 15 orang peserta dari kalangan *stakeholder*, yaitu: (a) pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Barru (5 orang), (b) pengelola Kawasan Pantai Ujung Batu (5 orang), (c) perwakilan masyarakat pengelola UMKM di Pantai Ujung Batu (5 orang). Pemilihan peserta didasarkan pada keterlibatan langsung mereka dalam pengembangan destinasi wisata, pengelolaan usaha, dan promosi kawasan.

Agar tujuan penguatan literasi digital dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dapat tercapai secara efektif, maka langkah-langkah implementasi dirancang untuk menjamin efektivitas program dan partisipasi aktif dari para pemangku kepentingan, antara lain: (a) identifikasi kebutuhan teknologi lokal, (b) rancangan modul pelatihan berbasis teknologi, (c) pelatihan hands-on dan simulasi langsung, (d) pendampingan digital, (e) evaluasi adaptasi teknologi. Sementara itu, tahap pelaksanaan pelatihan mencakup 3 sesi, yaitu: (a) pengenalan literasi digital dan alat promosi digital; (b) diskusi interaktif mengenai etika digital dan studi kasus; dan (c) praktik pembuatan video promosi menggunakan *Canva* dan *CapCut*.

Data diperoleh dari berbagai teknik, mencakup: (a) observasi untuk mengamati keterlibatan dan keterampilan peserta selama pelatihan, (b) wawancara untuk menggali respon dan refleksi peserta terhadap manfaat kegiatan, dan (c) dokumentasi hasil konten promosi yang dihasilkan peserta yang juga menjadi produk pengabdian ini. Data kualitatif (observasi, wawancara, dokumentasi) dianalisis dengan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola peningkatan kemampuan literasi digital.

3. Hasil dan Diskusi atau Penamaan lainnya

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa kebutuhan utama peserta adalah keterampilan praktis dalam membuat konten digital. Keterbatasan perangkat (lebih banyak menggunakan *smartphone*), sementara laptop digunakan secara terbatas. Hal ini justru menjadi peluang untuk merancang materi yang aplikatif. Fakta bahwa 70% peserta belum mengenal *Google Sites* menunjukkan perlunya inovasi dalam memperkenalkan platform digital baru selain media sosial. Sebab, peserta lebih akrab dengan media sosial (*Facebook*, *WhatsApp*, dan *TikTok*) yang selama ini digunakan secara sederhana untuk promosi usaha. Di sisi lain, hampir semua peserta (90%) menyatakan kebutuhan mendesak terhadap keterampilan membuat konten visual (poster dan video singkat) yang menarik. Selanjutnya, mengacu pada hasil pemetaan awal kebutuhan masyarakat, maka dilaksanakan program pelatihan sebanyak 3 sesi. Pemaparan data terkait tahap-tahap pelaksanaan kegiatan ini secara ringkas dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data Tahapan Kegiatan

Tahap	Hasil Observasi	Hasil Wawancara
Persiapan	Peserta lebih familiar dengan media sosial dibanding website. Perangkat terbatas (dominan <i>smartphone</i>)	90% peserta butuh keterampilan desain dan video untuk promosi. 70% belum kenal <i>Google Sites</i>
Pelatihan 1: Pengenalan Alat Promosi Digital (<i>Google Sites</i>)	85% peserta mampu membuat halaman awal website sederhana. Antusias saat unggah produk UMKM	Mayoritas peserta menilai bahwa website memberi kesan lebih profesional dibandingkan media sosial.
Pelatihan 2: Etika Digital	Diskusi interaktif, sebagian peserta masih kurang paham pentingnya keamanan data & hak cipta.	Sebagian besar peserta mulai sadar pentingnya etika digital untuk kepercayaan wisatawan/pelanggan.

Tahap	Hasil Observasi	Hasil Wawancara
Pelatihan 3: Pembuatan Video Promosi (<i>Canva & CapCut</i>)	Peserta paling aktif & antusias (90%), saling membantu dalam praktik editing. Hasil video sederhana tapi layak tayang.	Peserta merasa keterampilan ini sangat praktis & bermanfaat untuk usaha
Pendampingan	Tiga kelompok menghasilkan karya berbeda: website destinasi, video wisata, poster/iklan UMKM.	Peserta lebih percaya diri untuk mempublikasikan hasil di media sosial masing-masing.

Capaian sebesar 85% pada tahap pelatihan terkait pengenalan alat promosi digital membuktikan bahwa peserta relatif cepat beradaptasi dengan teknologi baru jika diberikan panduan langsung. Hal ini memperlihatkan potensi besar untuk mengembangkan website sebagai kanal promosi wisata dan UMKM di Pantai Ujung Batu. Temuan ini berkorelasi dengan hasil temuan pada tahap pelatihan ke-3 tentang pembuatan video promosi yang mencatat capaian tertinggi, yakni 90%. Antusiasme peserta memperlihatkan bahwa keterampilan visual dan kreatif lebih diminati dibanding materi konseptual. Praktik langsung membuat peserta merasa percaya diri, dan hasil produk meskipun sederhana, sudah bisa digunakan untuk promosi nyata. Di sisi lain, penguasaan masyarakat terhadap etika digital tergolong masih cukup baik, meskipun masih lebih rendah dibanding aspek lain. Interpretasinya, isu-isu seperti keamanan data, hak cipta, dan komunikasi profesional masih memerlukan penguatan lanjutan. Kesadaran ini penting agar promosi digital tidak hanya kreatif, tetapi juga aman dan berintegritas. Hasil pengabdian ini memperlihatkan bahwa peserta lebih menguasai pada materi yang bersifat praktis dan aplikatif, seperti pembuatan konten promosi. Tetapi, etika digital tetap menjadi fondasi penting yang tidak boleh diabaikan. Kombinasi antara pengetahuan teknis dan kesadaran etis inilah yang akan membentuk literasi digital pariwisata yang komprehensif.



Gambar 1. Pengenalan Alat Promosi Digital dan Praktek Penggunaan Canva kepada Peserta

Sumber: Penulis, Juli 2025

Gambar 1 memperlihatkan proses pengenalan alat promosi digital dan praktik langsung penggunaan aplikasi Canva oleh peserta pelatihan. Momen ini merepresentasikan pendekatan pelatihan yang bersifat partisipatif dan aplikatif, di mana peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga langsung mencoba alat digital yang dikenalkan. Pendekatan ini bertujuan untuk mempercepat proses adaptasi teknologi melalui pengalaman belajar yang relevan dan kontekstual. Penggunaan Canva, sebagai salah satu alat desain grafis yang ramah pengguna, dipilih untuk membantu peserta—yang mayoritas belum familiar dengan perangkat digital—dalam menciptakan materi promosi wisata dan UMKM secara mandiri. Gambar ini juga merefleksikan semangat kolaboratif dan antusiasme peserta dalam mengembangkan keterampilan baru yang dapat dimanfaatkan untuk peningkatan daya saing produk lokal di era digital.

Kegiatan pendampingan memperlihatkan aplikasi nyata keterampilan yang diperoleh. Masing-masing kelompok menghasilkan konten sesuai kebutuhan: website, video destinasi wisata, dan poster/iklan digital untuk UMKM. Hal ini menandakan transfer keterampilan berjalan baik, serta ada kolaborasi antarpeserta dari berbagai stakeholder. Pelatihan berbasis praktik langsung serta pendampingan kelompok terbukti efektif dalam menumbuhkan rasa percaya diri dan motivasi peserta untuk memanfaatkan teknologi digital dalam promosi wisata dan UMKM.

Dari hasil diskusi pada tahap evaluasi, ditemukan bahwa kelemahan utama yang dirasakan peserta bukan terletak pada penguasaan teknis, melainkan pada kreativitas dan kepercayaan diri dalam mengembangkan konten promosi digital. Sebagian besar peserta mampu menjalankan aplikasi *Canva*, *CapCut*, maupun *Google Sites* setelah pelatihan. Namun, hambatan muncul ketika mereka harus menentukan ide atau konsep konten yang akan dipromosikan. Banyak peserta beranggapan bahwa produk atau destinasi yang mereka kelola terlalu sederhana sehingga tidak layak dipublikasikan

secara digital. Seorang pelaku UMKM misalnya menyatakan: *“Kue tradisionalji produkku, biasa-biasa ji di pasaran. Natenni kupikir pantas dipromosikang di internet, takutmu dianggap rendah.”* (ST). Hal serupa diungkapkan oleh perwakilan pengelola Pantai Ujung Batu: *“Pantai Ujung Batu iya sibawa biasa-biasa ji. Banyak pantai lebih bagus di daerah lain. Iyami kubingung, apami yang bisa kutonjolkan supaya menarik.”* Kutipan tersebut memperlihatkan bahwa masalah utama peserta bukan pada keterampilan teknis mengedit atau membuat konten, melainkan pada mindset kreatif dan kemampuan storytelling digital. Mereka cenderung menilai potensi lokal secara rendah, padahal dalam pariwisata, justru nilai autentik dan keunikan lokal menjadi daya tarik utama wisatawan. Kutipan-kutipan ini menunjukkan bahwa masalah utama peserta adalah kurangnya keyakinan terhadap nilai produk lokal. Mereka lebih fokus pada keterbatasan (produk sederhana, destinasi biasa saja) daripada menggali sisi unik dan autentik yang justru menjadi kekuatan dalam industri pariwisata.

Observasi selama praktik pembuatan video juga mendukung temuan ini. Meskipun peserta antusias mencoba fitur editing, hasil konten cenderung seragam, repetitif, dan kurang menonjolkan identitas lokal. Beberapa peserta hanya meniru template contoh yang diberikan fasilitator, tanpa berusaha menambahkan narasi khas daerah atau kekhasan produk. Hal ini dipertegas oleh informan pegawai dinas pariwisata bahwa: *“masyarakat di sini masih malu-malu menonjolkan potensi lokal. Bisa memangka edit video, tapi bingung apa yang mau diceritakan. Itumi kelemahanna”*. Kelemahan ini menunjukkan bahwa literasi digital di tingkat stakeholder Pantai Ujung Batu sudah cukup baik dari sisi teknis, namun masih lemah dari sisi kreativitas, inovasi, dan narasi lokal. Jika tidak segera diatasi, keterampilan teknis peserta berisiko tidak optimal karena tidak diiringi dengan kemampuan menggali potensi unik daerah mereka untuk ditampilkan dalam bentuk konten digital yang menarik.

Hasil analisis data kualitatif menunjukkan bahwa kegiatan penguatan literasi digital bagi stakeholder di Kawasan Pantai Ujung Batu berjalan efektif dengan capaian yang bervariasi pada tiap aspek. Pertama, capaian 85% pada aspek pengenalan alat promosi digital menunjukkan bahwa stakeholder di kawasan pesisir cukup adaptif terhadap teknologi baru, khususnya ketika manfaatnya dapat dirasakan langsung dalam konteks promosi destinasi wisata dan produk UMKM. Hasil ini sejalan dengan temuan Survei Literasi Digital Masyarakat Pesisir di Kabupaten Badung, yang menunjukkan bahwa meskipun tingkat literasi digital masih rendah, masyarakat pesisir memiliki motivasi kuat untuk belajar ketika materi terkait langsung dengan peningkatan ekonomi lokal (Badan Riset dan Inovasi Daerah Kabupaten Badung, 2024). Dengan demikian, pemanfaatan Google Sites sebagai media promosi digital berpotensi menjadi strategi awal untuk meningkatkan citra profesional pengelolaan wisata dan UMKM di Ujung Batu.



Gambar 2. Pemasangan Papan Informasi produk pelatihan partipatif menggunakan Canva berukuran 2x1,5 Meter

Sumber: Penulis, Juli 2025

Kedua, aspek etika digital dengan capaian 75% mengindikasikan bahwa pemahaman tentang keamanan data pribadi, hak cipta, dan komunikasi profesional belum sepenuhnya menjadi prioritas bagi peserta. Hal ini konsisten dengan hasil pendampingan literasi digital berbasis hukum di Biak Timur (Lobun et al., 2024), yang menemukan bahwa aspek hukum dan etika digital sering kali dipandang sekunder dibandingkan keterampilan teknis, padahal justru merupakan fondasi penting dalam menjaga keberlanjutan praktik digital. Menurut (Plekhanov et al., 2023; Siryayasa et al., 2024) bahwa diskusi kasus nyata selama kegiatan ini terbukti efektif menumbuhkan kesadaran awal, namun perlu intervensi lanjutan untuk memperkuat pemahaman serta penerapan etika digital dalam praktik sehari-hari.

Sebagai contoh konkret dari hasil pelatihan, Gambar 2 memperlihatkan pemasangan papan informasi hasil produk pelatihan partisipatif menggunakan aplikasi Canva. Papan berukuran 2x1,5 meter ini dirancang langsung oleh peserta

sebagai bagian dari praktik pembuatan konten visual untuk promosi digital. Visualisasi ini tidak hanya mencerminkan kemampuan teknis peserta dalam menggunakan aplikasi desain grafis, tetapi juga menjadi bukti nyata kolaborasi kreatif yang mendukung branding local.

Ketiga, tingginya antusiasme (90%) pada pembuatan konten promosi menggunakan Canva dan CapCut memperlihatkan bahwa keterampilan praktis dan kreatif lebih cepat menarik minat masyarakat. Hal ini sejalan dengan hasil program sosialisasi literasi digital di Malang Selatan, yang menunjukkan bahwa metode hands-on training lebih efektif meningkatkan partisipasi masyarakat dibandingkan penyampaian materi teoritis semata (Rakhman, 2023). Lebih lanjut, penelitian tentang pengembangan media pembelajaran berbasis web untuk komunitas pesisir juga menekankan bahwa pendekatan berbasis praktik dengan menggunakan aplikasi yang mudah diakses mampu meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam menghasilkan konten digital (Taufik et al., 2023).

Secara umum, hasil pengabdian ini memperkuat temuan bahwa masyarakat pesisir membutuhkan kombinasi pendekatan praktis dan edukatif. Praktik kreatif seperti pembuatan konten mampu mendorong motivasi belajar, sementara penguatan aspek etika digital diperlukan untuk memastikan bahwa keterampilan tersebut digunakan secara aman, profesional, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan literasi digital di Kawasan Pantai Ujung Batu tidak hanya menekankan pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga harus mengintegrasikan kesadaran hukum dan etika digital dalam setiap sesi pendampingan.

Dengan demikian, kegiatan ini telah berhasil membuka jalan bagi masyarakat pesisir di Kabupaten Barru untuk memanfaatkan teknologi digital dalam promosi pariwisata dan produk lokal. Ke depan, pendampingan berkelanjutan sangat dibutuhkan agar keterampilan yang telah diperoleh dapat berkembang dan memberi dampak signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi sekaligus menjaga reputasi digital destinasi wisata Ujung Batu.

4. Kesimpulan

Hasil pengabdian masyarakat melalui penguatan literasi digital di Kawasan Pantai Ujung Batu, Kabupaten Barru, menunjukkan bahwa kegiatan ini mampu memberikan dampak positif bagi pelaku pariwisata lokal. Masyarakat memperlihatkan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, baik pada sesi pengenalan alat promosi digital, pemahaman tentang etika digital, maupun praktik pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi Canva dan CapCut. Hal ini menegaskan bahwa kebutuhan akan literasi digital sudah menjadi hal mendesak di tengah perkembangan pariwisata modern.

Selain sebagai keterampilan teknis, literasi digital terbukti relevan dengan penguatan daya saing sektor pariwisata, karena menjadi sarana utama untuk memperluas promosi dan meningkatkan komunikasi dengan calon wisatawan. Materi praktis yang diajarkan juga secara langsung dapat diaplikasikan oleh peserta untuk memperkenalkan potensi Pantai Ujung Batu ke audiens yang lebih luas melalui media digital. Namun, dalam proses pelatihan, peserta mengungkapkan tantangan dalam hal kreativitas, khususnya dalam menemukan bahan konten yang menarik untuk dipromosikan. Kelemahan tersebut kemudian diarahkan untuk diatasi melalui strategi storytelling berbasis budaya lokal, pemanfaatan konten dari wisatawan, serta penyusunan jadwal unggahan yang lebih konsisten agar promosi digital menjadi lebih terarah. Kesadaran akan pentingnya konten yang tidak hanya informatif tetapi juga memiliki nilai unik dan autentik, mulai tumbuh di kalangan masyarakat. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya membekali peserta dengan kemampuan teknis, tetapi juga menanamkan pola pikir kreatif dan berkelanjutan dalam mengelola promosi pariwisata.

Secara keseluruhan, kegiatan penguatan literasi digital ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan pariwisata di Pantai Ujung Batu. Masyarakat tidak hanya memperoleh keterampilan baru, tetapi juga semakin memahami bahwa digitalisasi adalah bagian strategis dalam memperkuat identitas lokal, meningkatkan daya tarik wisata, dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

Acknowledgements

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pengelola Kawasan Pantai Ujung Batu, Dinas Pariwisata Kabupaten Barru, serta seluruh peserta pelatihan atas partisipasi dan dukungannya dalam kegiatan Penguatan Literasi Digital bagi Stakeholder di Kawasan Pantai Ujung Batu. Penghargaan juga disampaikan kepada Direktur Politeknik Pariwisata Makassar yang telah menugaskan dosen dan mahasiswa melalui SK Penugasan Tim PKM Poltekipar Makassar Nomor: SK/196/H.K.01.02/PTP.3/2025, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

References

- Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Komunikasi dan Digital. (2024). *Indeks Masyarakat Digital Indonesia 2024*.
- Badan Riset dan Inovasi Daerah Kabupaten Badung. (2024). *Kajian Survei Literasi Digital kepada Nelayan Tradisional dan Masyarakat Pesisir di Kabupaten Badung*.
- Hazmin, G., & Wijayanti, A. (2022). Pendekatan Berbasis Phygital dalam Menjembatani Kesenjangan dalam Transformasi Digital. *International Journal of Community Service Learning*, 6(2), 159–166. <https://doi.org/10.23887/ijcs.v6i2.48470>
- Kasim, M., Yahya, M., & Ridwan, M. (2022). PEMETAAN SEBARAN DAYA TARIK WISATA DI DESA BULO SEBAGAI KAWASAN AGROWISATA KAB POLEWALI MANDAR SULAWESI BARAT. *JAMBURA GEO EDUCATION JOURNAL*, 3(1), 21–27. <https://doi.org/10.34312/jgej.v3i1.13812>
- Lobibun, M., Sari, R. I. R., & Rifaldi, A. (2024). Mencerdaskan Kehidupan Masyarakat Pesisir: Pendampingan Literasi Digital berbasis Hukum sebagai Implementasi Pasal 31 UUD 1945 di Biak Timur. *Legal Empowerment: Jurnal Pengabdian Hukum*, 2(2), 76–86.
- Plekhanov, D., Franke, H., & Netland, T. H. (2023). Digital transformation: A review and research agenda. *European Management Journal*, 41(6). <https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.09.007>
- Rakhman, F. (2023). Sosialisasi Literasi Digital dalam Peningkatan Kualitas SDM bagi Masyarakat Pesisir Malang Selatan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 1249–1256. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i3.3099>
- Siryayasa, I. N., Sudarmi, S., Ridwan, M., Salim, M. A. M., & Rahmayanti, F. (2024). Influencer: Sumber Daya Promosi yang Ramah Wisatawan Milenial. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 9(1), 38. <https://doi.org/10.28926/briliant.v9i1.1797>
- Taufik, T., Putra, A., Imansyah, M. N., Nurdianah, N., & Iwansyah, I. (2023). Literasi Digital untuk Guru Sekolah Dasar di Wilayah Pesisir Kabupaten Dompu. *Jurnal PkM (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(5), 543. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v6i5.19584>
- UNESCO. (2018). *A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2*. UNESCO Institute for Statistics.
- Utomo, R. B., Wafa, Z., Paramitalaksmi, R., Ekasari, Q. R., Misel, I., & Mushawir, M. (2023). Web Development and Web Management System Training in Kedung Aren Tourism Village, Kalurahan Tridadi, Kapanewon Sleman, Sleman Regency, Yogyakarta. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.35877/454ri.mattawang1506>
- Widjaja, H. R., Ridwan, M., & Musawantoro, M. (2021). Inventarisasi Sarana dan Prasarana, Daya Tarik Wisata Kabupaten Barru dengan Pemodelan Sistem Informasi Geografis. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 3(2). <https://doi.org/10.33649/pusaka.v3i2.66>