

**RAJAWARA (RAJADATU WISATA ANDALAN RAKYAT) PENGEMBANGAN
DESA WISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL**

**Jihan Siti Nabila¹, Iis Jihan Nuraidah², Fidya Zahra Aurelia³, Nayla Nursabani⁴, Ai Dellis
Nurbaeti⁵, dan Anisa Rizki Riyandini⁶**

¹Jurusan/Program Studi Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi
email: 232103085@student.unsil.ac.id

²Jurusan/Program Studi Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi
email: 232103015@student.unsil.ac.id

³Jurusan/Program Studi Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi
email: 232103019@student.unsil.ac.id

⁴Jurusan/Program Studi Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi
email: 232103020@student.unsil.ac.id

⁵Jurusan/Program Studi Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi
email: 232103088@student.unsil.ac.id

⁶Jurusan/Program Studi Pendidikan Masyarakat, Universitas Siliwangi
email: anisarizkiryandini@unsil.ac.id

Abstract

This community service project, titled Rajawara Local Wisdom-Based Tourism Village Development, was conducted in Rajadatu Tourism Village, Cineam, Tasikmalaya, as an effort to strengthen local capacities, preserve cultural heritage, and enhance digital-based tourism promotion. The program was developed in response to challenges found through field observation, including limited community skills in tourism management, low digital literacy, and the absence of structured cultural documentation. Three core programs were implemented: (1) Cinta Akan Wisata, an educational initiative for elementary students to improve cultural awareness; (2) Digital Marketing Socialization, aimed at increasing digital promotion skills among Pokdarwis, youth groups, and local MSMEs; and (3) Cultural Exhibition and Mass Circumcision, serving as a promotional and socio-cultural event. The results show significant improvements in cultural understanding among students, increased digital literacy, and the establishment of official social media accounts to support continuous promotion. The programs also strengthened collaboration between community groups and local institutions. Overall, the project successfully fostered community empowerment, increased tourism visibility, and supported sustainable tourism development based on local wisdom. The outcomes indicate that Rajadatu Village has strong potential to grow as a community-based tourism destination with continuous digital and cultural capacity-building efforts.

Keywords: *tourism village, local wisdom, digital marketing, community empowerment, cultural education.*

PENDAHULUAN

Kegiatan ini dilakukan untuk memahami kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat yang menjadi lokasi pelaksanaan kegiatan. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi, permasalahan, serta kebutuhan masyarakat yang relevan dengan program yang akan dijalankan di Desa Wisata Rajadatu, Kecamatan Cineam, Kabupaten Tasikmalaya. Kegiatan berfokus pada

kondisi masyarakat dalam mengelola potensi wisata berbasis budaya lokal dan nilai kearifan masyarakat setempat. Analisis kondisi masyarakat merupakan tahapan penting dalam pendekatan pemberdayaan masyarakat, karena program yang dirancang berdasarkan kebutuhan dan potensi lokal akan lebih efektif, berkelanjutan, serta mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan (Taofik et

al., 2025). Selain itu, pemberdayaan masyarakat menekankan bahwa masyarakat bukan hanya menjadi objek pembangunan, melainkan subjek yang memiliki pengetahuan, pengalaman, dan sumber daya untuk mengembangkan wilayahnya secara mandiri (Kholipah et al., 2025). Oleh karena itu, pemahaman terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat menjadi dasar dalam menyusun program yang sesuai dengan karakteristik lokal sehingga hasil kegiatan dapat memberikan manfaat yang optimal bagi pengembangan Desa Wisata Rajadatu.

Desa Wisata Rajadatu merupakan wilayah pedesaan yang memiliki kekayaan budaya dan sumber daya alam tinggi. Potensi wisata yang dimiliki meliputi seni budaya, seni musik calung, kerajinan anyaman pipiti, batik khas Rajadatu, serta pemandangan alam yang asri. Potensi tersebut sejalan dengan karakteristik desa wisata yang memadukan nilai-nilai sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat. Namun demikian, hasil observasi menunjukkan bahwa pemetaan dan pengembangan potensi wisata di desa ini belum dilakukan secara optimal. Masyarakat masih menghadapi keterbatasan dalam hal kemampuan manajemen wisata, promosi digital, serta infrastruktur dan sumber daya manusia pendukung wisata.

Keterbatasan ini berimplikasi pada rendahnya daya tarik wisata dan kurangnya kunjungan wisatawan dari luar daerah. Berdasarkan wawancara dengan Pokdarwis Desa Rajadatu, baik pihak desa maupun masyarakat memiliki semangat untuk mengembangkan wisata lokal, tetapi belum memiliki kemampuan dalam mengelola media digital, membuat konten promosi, dan mengemas potensi budaya menjadi paket wisata yang menarik. Hal ini memperlihatkan perlunya upaya pemberdayaan masyarakat yang fokus pada peningkatan kapasitas digital dan pengelolaan wisata berbasis partisipasi

masyarakat guna meningkatkan eksistensi Desa Wisata Rajadatu.

Menurut Putra dan Pitana (2020), pengembangan wisata akan desa berhasil apabila masyarakat dilibatkan secara aktif sebagai pelaku utama atau dikenal dengan konsep *Community-Based Tourism* (CBT). Pendekatan ini menjadikan masyarakat bukan hanya penerima manfaat, tetapi juga perencana dan pengelola kegiatan wisata. Dengan demikian, pembangunan pariwisata dapat memberikan dampak ekonomi, sosial, dan budaya yang berkelanjutan. Selain itu, (Collins et al., 2021) menegaskan bahwa pemberdayaan masyarakat harus diarahkan pada peningkatan kemampuan dan kepercayaan diri masyarakat agar mampu memecahkan masalah dan mengelola potensi yang dimiliki. Selain faktor kapasitas masyarakat, perkembangan pariwisata juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan promosi digital. Di era globalisasi, media sosial menjadi sarana penting dalam memperkenalkan destinasi wisata. Namun, sebagian masyarakat di Desa Wisata Rajadatu belum terbiasa menggunakan teknologi untuk tujuan promosi. Kondisi ini sejalan dengan hasil riset Nasrullah (2020) yang menyebutkan bahwa kesenjangan literasi digital di wilayah pedesaan menyebabkan lambatnya perkembangan sektor wisata lokal.

Dari hasil pengamatan di lapangan, Desa Wisata Rajadatu memiliki potensi yang sangat mendukung untuk menjadi desa wisata berbasis kearifan lokal. Akan tetapi, potensi tersebut perlu didukung dengan peningkatan kapasitas masyarakat, strategi pemasaran digital, dan kolaborasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kegiatan ini hadir dengan tiga program utama, yaitu: (1) Cinta Akan Wisata: pengenalan budaya dan potensi wisata kepada siswa sekolah dasar, (2) Sosialisasi Digital Marketing: pelatihan promosi wisata kepada masyarakat dan Pokdarwis, dan (3) Pameran Seni Budaya, Khitanan Massal, dan Pembagian *Doorprize*:

kegiatan sosial budaya sebagai ajang promosi wisata Rajadatu.

Melalui analisis situasi ini, dapat disimpulkan bahwa kegiatan di Desa Wisata Rajadatu dibutuhkan untuk menjawab permasalahan rendahnya kapasitas masyarakat dalam promosi desa wisata, pelestarian budaya, dan kolaborasi kelembagaan. Program ini diharapkan dapat menjadi langkah awal untuk mendorong masyarakat supaya lebih berdaya, mandiri, serta mampu mengelola potensi budaya lokal secara berkelanjutan. Selain itu, pelaksanaan program ini juga diharapkan mampu memperkuat sinergi antara masyarakat, pemerintah desa, dan berbagai pihak terkait dalam mewujudkan pengembangan desa wisata yang lebih terarah dan berkesinambungan.

Kebijakan Pelaksanaan kegiatan di Desa Wisata Rajadatu tidak terlepas dari kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan desa wisata dan pemberdayaan masyarakat. Salah satu kebijakan utama yang menjadi dasar kegiatan ini adalah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang menegaskan bahwa pembangunan pariwisata harus dilakukan berdasarkan prinsip keberlanjutan, pelestarian budaya, dan pemberdayaan masyarakat. Undang-undang ini menjadi landasan penting dalam mengembangkan potensi wisata berbasis masyarakat dan kearifan lokal di seluruh wilayah Indonesia. Selain itu, Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPARNAS), 2010–2025 juga menjadi pedoman strategis dalam pengembangan sektor pariwisata. Dokumen ini menekankan pentingnya pelibatan masyarakat lokal dalam setiap proses pembangunan pariwisata untuk menciptakan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan budaya. Prinsip ini sejalan dengan visi pemerintah untuk menjadikan desa wisata sebagai instrumen pembangunan berkelanjutan yang tidak hanya meningkatkan ekonomi, tetapi juga

melestarikan nilai budaya dan lingkungan. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf, 2021) juga mengeluarkan Pedoman Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan, yang berisi empat pilar utama: (1) keberlanjutan ekonomi, (2) keberlanjutan sosial-budaya, (3) keberlanjutan lingkungan, dan (4) tata kelola yang partisipatif. Pedoman ini mengarahkan setiap desa wisata agar mengembangkan potensi lokalnya dengan memperhatikan kemandirian masyarakat dan kelestarian budaya.

Selain kebijakan nasional, kegiatan ini juga sejalan dengan tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*), terutama tujuan ke-8 (*Decent Work and Economic Growth*), tujuan ke-11 (*Sustainable Cities and Communities*), dan tujuan ke-12 (*Responsible Consumption and Production*). Penerapan prinsip SDGs pada kegiatan ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pariwisata yang inklusif dan ramah lingkungan. Dari sisi pendidikan, kegiatan ini juga mendukung implementasi kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang dikeluarkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek, 2020). Program MBKM mendorong mahasiswa untuk terjun langsung ke masyarakat dan memberikan kontribusi nyata melalui kegiatan pengabdian berbasis proyek kemanusiaan. Dengan demikian, proyek kemanusiaan ini menjadi bagian dari upaya nyata dalam menerapkan prinsip belajar melalui praktik sosial sekaligus memperkuat hubungan antara perguruan tinggi dan masyarakat.

Selain kebijakan di tingkat nasional, dukungan pemerintah daerah juga penting. Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya melalui Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga tahun 2023 mencanangkan program Gerakan 100 Desa Wisata untuk memperkuat promosi potensi wisata

budaya di daerah. Dalam konteks ini, Desa Rajadatu termasuk wilayah yang potensial untuk dikembangkan karena memiliki kekayaan budaya dan semangat masyarakat yang tinggi dalam melestarikan tradisi (Taofik et al., 2025).

Pelaksanaan kegiatan proyek kemanusiaan di Desa Wisata Rajadatu memiliki dasar hukum dan arah yang jelas sesuai dengan kebijakan-kebijakan yang telah dijelaskan. Kebijakan nasional, daerah, dan pendidikan saling terintegrasi dalam mendukung pembangunan desa wisata berbasis kearifan lokal. Oleh karena itu, kegiatan mahasiswa MBKM di Desa Wisata Rajadatu tidak hanya memiliki nilai pengabdian sosial, tetapi juga berperan sebagai implementasi kebijakan pemerintah dalam pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis masyarakat.

Dalam kegiatan pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal di Desa Wisata Rajadatu, terdapat beberapa konsep utama yang menjadi landasan, yaitu konsep pemberdayaan masyarakat, desa wisata, kearifan lokal, dan literasi digital, diantaranya:

- a. Konsep pemberdayaan masyarakat menurut Suharto (2019) adalah proses meningkatkan kemampuan masyarakat agar dapat mengontrol dan mengelola sumber daya yang mereka miliki untuk mencapai kesejahteraan. Pemberdayaan menekankan pada partisipasi aktif masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, perencanaan, hingga evaluasi program. Dalam konteks proyek kemanusiaan, pemberdayaan menjadi tujuan utama agar masyarakat Desa Wisata Rajadatu dapat mandiri dalam mengelola potensi wisata.
- b. Konsep desa wisata dijelaskan oleh Supriono (2023, 2021) sebagai suatu kawasan pedesaan yang memiliki keunikan sosial, budaya, dan lingkungan yang menjadi daya tarik wisata. Pengembangan desa wisata

tidak hanya berfokus pada kegiatan rekreasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Desa wisata diharapkan mampu menjadi ruang interaksi antara wisatawan dan penduduk lokal dengan mengedepankan nilai-nilai budaya.

- c. Konsep kearifan lokal (*local wisdom*) menurut (Diri et al., 2023) mencakup seluruh bentuk pengetahuan, kepercayaan, dan nilai yang diwariskan turun-temurun dan menjadi pedoman dalam kehidupan masyarakat. Dalam pengembangan pariwisata, kearifan lokal berperan penting sebagai identitas daerah sekaligus daya tarik wisata yang membedakan satu destinasi dengan destinasi lainnya.
- d. Konsep literasi digital menjadi relevan di era modern. Menurut (Agustina, 2019) literasi digital adalah kemampuan seseorang untuk memahami, menilai, dan menggunakan teknologi informasi secara bijak dan produktif. Peningkatan literasi digital masyarakat desa menjadi strategi utama dalam memperluas jangkauan promosi wisata, terutama melalui media sosial dan platform digital.

Keempat konsep tersebut saling terkait dan membentuk dasar berpikir dalam pelaksanaan kegiatan proyek kemanusiaan di Desa Wisata Rajadatu. Pemberdayaan masyarakat menjadi fondasi utama, desa wisata sebagai konteks pengembangan, kearifan lokal sebagai identitas budaya, dan literasi digital sebagai sarana penguatan kapasitas promosi. Sinergi antar konsep ini diharapkan dapat menciptakan model pengembangan wisata yang partisipatif, kreatif, dan berkelanjutan. Dengan mengacu pada teori-teori tersebut, kegiatan proyek kemanusiaan ini tidak hanya bersifat sosial, tetapi juga akademik karena berlandaskan pada prinsip ilmiah yang jelas. Landasan konseptual ini sekaligus menjadi arah dalam menentukan

strategi pelaksanaan kegiatan di lapangan agar sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat Rajadatu. Data pendukung lapangan merupakan bagian penting dalam penyusunan laporan proyek kemanusiaan, karena menggambarkan kondisi faktual di lapangan dan memperkuat dasar analisis kegiatan. Data yang digunakan dalam kegiatan ini diperoleh melalui observasi langsung, wawancara, serta data sekunder dari instansi terkait. Hasil observasi menunjukkan bahwa masyarakat Desa Wisata Rajadatu memiliki potensi ekonomi kreatif yang besar. Berdasarkan data Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Tasikmalaya (2023), terdapat peningkatan minat masyarakat terhadap pengembangan potensi wisata lokal. Namun, sebagian besar pelaku wisata masih belum memiliki keterampilan dalam pengelolaan dan promosi digital.

Selain itu, wawancara dengan ketua Pokdarwis Desa Rajadatu mengungkapkan bahwa kegiatan wisata di desa masih bersifat musiman, biasanya hanya ramai ketika ada kegiatan budaya atau keagamaan. Hal ini menunjukkan perlunya kegiatan promosi yang lebih konsisten agar Desa Wisata Rajadatu dapat menarik pengunjung sepanjang tahun. Data pendukung lain diperoleh dari dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJMDes) Rajadatu 2023–2029, yang menempatkan sektor pariwisata dan budaya sebagai salah satu prioritas pembangunan. Dokumen tersebut juga menyebutkan bahwa masyarakat Rajadatu memiliki lebih dari 10 kelompok seni dan 5 pengrajin aktif yang siap terlibat dalam pengembangan wisata budaya. Selain data lokal, temuan lapangan juga diperkuat oleh hasil riset akademik. Menurut (Damayanti et al., 2022) desa wisata berbasis masyarakat akan berhasil apabila didukung oleh literasi digital dan kemampuan pemasaran yang baik. Penelitian ini relevan dengan kondisi Desa Wisata Rajadatu yang masih

membutuhkan pelatihan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi.

Seluruh data ini menjadi dasar dalam merancang kegiatan proyek kemanusiaan yang meliputi tiga program utama: edukasi wisata bagi siswa, pelatihan digital marketing, dan pameran budaya. Ketiga program ini dirancang berdasarkan data lapangan agar pelaksanaannya tepat sasaran dan memberikan dampak nyata bagi masyarakat. Dengan adanya data pendukung yang komprehensif, diharapkan kegiatan proyek kemanusiaan di Desa Wisata Rajadatu mampu menjawab kebutuhan masyarakat secara faktual dan memperkuat upaya pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal.

IDENTIFIKASI MASALAH

Pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal pada dasarnya membutuhkan peran aktif masyarakat sebagai subjek pembangunan. Namun, berdasarkan hasil observasi lapangan, wawancara, pemetaan potensi, serta pelaksanaan kegiatan MBKM di Desa Wisata Rajadatu, Kecamatan Cineam, Kabupaten Tasikmalaya, ditemukan sejumlah permasalahan faktual dan aktual yang menghambat optimalisasi pengembangan desa wisata. Permasalahan tersebut tidak hanya terkait kapasitas masyarakat, tetapi juga menyangkut aspek manajemen wisata, literasi digital, dokumentasi potensi lokal, dan edukasi budaya.

Menurut Suansri (2003), pengembangan desa wisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*) hanya dapat berhasil apabila masyarakat memiliki kapasitas untuk mengelola, mempromosikan, dan mengembangkan produknya sendiri. Namun kondisi di Desa Wisata Rajadatu menunjukkan bahwa kemampuan tersebut masih terbatas. Desa memang memiliki potensi budaya yang kuat seperti seni calung, kerajinan pipiti, dan batik khas Rajadatu namun belum dikemas menjadi produk wisata yang

terstruktur dan kompetitif. Hal ini sejalan dengan pendapat Pitana & Diarta (2009) bahwa potensi tanpa pengelolaan yang baik tidak akan memiliki nilai ekonomi maupun nilai wisata.

Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa kemampuan literasi digital masyarakat, khususnya pemuda dan pengelola Pokdarwis, masih rendah. Masyarakat belum terbiasa membuat konten promosi, mendokumentasikan kegiatan budaya, ataupun memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Sedangkan menurut Kotler & Keller (2016), pemasaran digital merupakan strategi utama dalam mempromosikan destinasi wisata pada era ekonomi digital. Keterbatasan literasi digital ini membuat Desa Wisata Rajadatu kurang dikenal secara luas. Permasalahan berikutnya adalah minimnya dokumentasi potensi desa. Proses pembuatan batik, kerajinan pipiti, pertunjukan seni calung, serta peta wisata belum terdokumentasikan secara baik. Menurut (Yoetii.Pdf, n.d.) dokumentasi potensi merupakan komponen kunci dalam pengembangan paket wisata, karena menjadi dasar penyusunan informasi, profil destinasi, dan bahan promosi. Ketidadaan dokumentasi membuat Desa Rajadatu sulit mengembangkan paket wisata edukatif dan kurang siap mengajukan program pengembangan wisata ke tingkat kabupaten maupun provinsi.

Dari sisi kelembagaan, ditemukan masalah berupa kurangnya sinergi antara masyarakat dengan pihak eksternal, seperti dinas pariwisata, lembaga pendidikan, dan pelaku ekonomi kreatif. Tosun (2000) menegaskan bahwa kolaborasi multi-pihak merupakan komponen penting dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Minimnya kolaborasi menyebabkan masyarakat tidak memperoleh pendampingan, pelatihan, maupun strategi promosi yang konsisten. Permasalahan lainnya yang tidak kalah penting ialah rendahnya tingkat pengetahuan generasi muda terhadap budaya lokal. Kegiatan

edukasi budaya yang dilakukan terhadap siswa menunjukkan bahwa anak-anak belum sepenuhnya memahami kekhasan budaya desanya, baik dari sejarah, seni, maupun proses kerajinan. Menurut Koentjaraningrat (2009), pelestarian budaya hanya dapat berkelanjutan apabila generasi muda memiliki pemahaman dan rasa keterikatan terhadap kebudayaannya. Jika hal ini diabaikan, maka budaya lokal berpotensi mengalami degradasi. Selain faktor internal, Desa Rajadatu juga menghadapi keterbatasan fasilitas dan sarana pendukung wisata, seperti media promosi, papan informasi, serta ruang galeri budaya. Kondisi ini semakin menghambat proses branding desa wisata. Menurut Inskeep (1991), penyediaan fasilitas fisik dan nonfisik merupakan prasyarat penting untuk pengembangan destinasi wisata yang menarik dan layak jual.

Berdasarkan temuan lapangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi masyarakat Desa Rajadatu meliputi: (1) Keterbatasan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan desa wisata (2) Rendahnya literasi digital dan kemampuan promosi berbasis media sosial (3) Minimnya dokumentasi potensi wisata dan budaya lokal (4) Kurangnya kolaborasi dengan pihak eksternal dalam pengembangan desa wisata (5) Rendahnya pemahaman generasi muda terhadap budaya lokal (6) Terbatasnya sarana promosi dan fasilitas pendukung wisata. Permasalahan-permasalahan ini bersifat faktual, aktual, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat Desa Rajadatu. Kondisi tersebut menjadi dasar pelaksanaan kegiatan MBKM yang berfokus pada penguatan kapasitas masyarakat, edukasi budaya, peningkatan literasi digital, dan pengembangan promosi desa wisata berbasis kearifan lokal.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan Program Proyek Kemanusiaan MBKM bertema Rajawara

Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal disusun berdasarkan hasil analisis kebutuhan masyarakat Desa Wisata Rajadatu. Pelaksanaan kegiatan mengacu pada pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA) yang menempatkan masyarakat sebagai subjek pembangunan melalui keterlibatan aktif dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program (Chambers, 1994). Pendekatan ini dipadukan dengan konsep Community Based Tourism (CBT) yang menekankan bahwa pengembangan desa wisata harus melibatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama agar manfaat ekonomi, sosial, dan budaya dapat dirasakan secara berkelanjutan (Suansri, 2003).

Tahap pertama diawali dengan observasi lapangan dan pemetaan kebutuhan melalui kunjungan langsung ke unit wisata, sentra kerajinan, kelompok seni, Kelompok Wanita Tani (KWT), serta diskusi bersama perangkat desa, Pokdarwis, Karang Taruna, dan pelaku UMKM. Tahap ini bertujuan mengidentifikasi potensi, permasalahan, serta kebutuhan masyarakat sebagai dasar penyusunan program. Hasil observasi menunjukkan bahwa Desa Wisata Rajadatu memiliki potensi budaya yang kuat, seperti batik khas Rajadatu, anyaman pipiti, kesenian calung, dan produk lokal lainnya, namun belum didukung oleh kapasitas promosi digital serta pengelolaan wisata yang optimal. Berdasarkan hasil tersebut, disusun tiga program utama, yaitu Cinta Akan Wisata, Sosialisasi Digital Marketing, dan Pameran/Festival Seni Budaya.

Selanjutnya dilakukan penentuan sasaran kegiatan berdasarkan hasil pemetaan kebutuhan masyarakat. Sasaran utama meliputi Pokdarwis sebagai pengelola desa wisata, pelaku UMKM, KWT, pengrajin, dan seniman lokal sebagai penggerak ekonomi kreatif berbasis budaya, serta Karang Taruna sebagai generasi muda yang berperan dalam promosi digital. Selain itu, siswa

sekolah dasar menjadi sasaran program Cinta Akan Wisata sebagai upaya menanamkan kesadaran terhadap pelestarian budaya dan potensi wisata sejak usia dini. Penentuan sasaran dilakukan bersama pemerintah desa agar program yang dilaksanakan tepat sasaran dan memberikan manfaat yang berkelanjutan.

Pelaksanaan program menggunakan pendekatan edukasi, pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan. Program Cinta Akan Wisata dilaksanakan melalui pembelajaran interaktif berupa penyampaian materi, diskusi, dan pengenalan visual mengenai potensi wisata Desa Rajadatu sehingga peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya menjaga budaya lokal sebagai aset pariwisata. Program Sosialisasi Digital Marketing menerapkan metode learning by doing melalui pelatihan pembuatan konten promosi, teknik fotografi dan videografi sederhana, pengelolaan media sosial, serta praktik siaran langsung (live streaming) untuk promosi produk dan destinasi wisata. Pendekatan ini memungkinkan peserta memperoleh pengalaman belajar secara langsung sehingga keterampilan yang diperoleh lebih mudah diterapkan dalam kehidupan nyata (Kolb, 1984). Pada kegiatan ini masyarakat juga didampingi dalam pengelolaan akun media sosial desa wisata sebagai sarana promosi yang berkelanjutan.

Program Pameran/Festival Seni Budaya dilaksanakan dengan pendekatan kolaboratif yang melibatkan mahasiswa, Pokdarwis, Karang Taruna, pelaku UMKM, pengrajin, dan seniman lokal. Kegiatan meliputi penyelenggaraan pameran produk budaya, pertunjukan kesenian tradisional, dokumentasi kegiatan, serta kegiatan sosial yang menjadi bagian dari pemberdayaan masyarakat. Kolaborasi antarpemangku kepentingan ini diharapkan mampu memperkuat partisipasi masyarakat dalam menjaga identitas budaya sekaligus

meningkatkan daya tarik Desa Wisata Rajadatu.

Bahan dan alat yang digunakan disesuaikan dengan karakteristik kegiatan, antara lain laptop, proyektor, telepon pintar, media presentasi, alat tulis, media edukasi, perlengkapan dokumentasi, dan perlengkapan pameran. Penggunaan peralatan yang sederhana bertujuan agar masyarakat dapat melanjutkan praktik yang telah diperoleh secara mandiri setelah program berakhir.

Secara keseluruhan, metode pelaksanaan mengintegrasikan prinsip partisipasi masyarakat, pemberdayaan, dan pembelajaran berbasis pengalaman. Melalui tahapan observasi, pemetaan kebutuhan, edukasi, pelatihan, praktik langsung, pendampingan, serta kolaborasi dengan masyarakat, program diharapkan mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan dan mempromosikan Desa Wisata Rajadatu berbasis kearifan lokal secara mandiri, berdaya saing, dan berkelanjutan (Chambers, 1994; Kolb, 1984; Suansri, 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Kegiatan pengabdian masyarakat Proyek Kemanusiaan dengan tema Rajawara Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal di Desa Wisata Rajadatu, Cineam, Kabupaten Tasikmalaya telah terlaksana melalui rangkaian program terstruktur yang menargetkan peningkatan kapasitas masyarakat, penguatan promosi wisata, dan pelestarian budaya lokal. Tiga program inti yang dijalankan, yaitu Program Cinta Akan Desa Wisata, Sosialisasi Digital Marketing, serta Pameran Seni Budaya dan Khitanan Massal, berjalan sesuai rencana dan memberikan dampak signifikan terhadap masyarakat dan lembaga mitra di Desa Rajadatu. Pelaksanaan program menekankan pendekatan partisipatif, sesuai dengan prinsip pemberdayaan

masyarakat dan pengembangan desa wisata berbasis komunitas (*Community-Based Tourism*). Hasil kegiatan merujuk pada tiga indikator: partisipasi mitra, luaran program, dan dampak terhadap masyarakat.

a. Program Cinta Akan Wisata

Program edukasi ini menyoar siswa jenjang Sekolah Dasar Negeri 1 Rajadatu. Materi pembelajaran berfokus pada pengenalan potensi budaya lokal, seperti seni Calung, Anyaman Pipiti, Batik Rajadatu, serta KWT (Kelompok Wanita Tani), melalui metode *edutainment* dan permainan interaktif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa terlibat aktif dalam sesi edukasi, Siswa menunjukkan peningkatan pengetahuan budaya, ditandai dengan antusiasme dalam sesi tanya jawab dan praktik mengenal alat musik serta kerajinan lokal, serta terciptanya modul edukasi budaya yang dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran di sekolah.

Program ini memberikan kontribusi pada pembentukan karakter dan identitas budaya sejak dini, serta menumbuhkan rasa cinta terhadap potensi desa mereka.



Gambar 1. Program Cinta Akan Wisata

b. Program Sosialisasi Digital Marketing

Program ini merupakan respon strategis terhadap permasalahan utama desa, yaitu rendahnya kapasitas promosi digital dan minimnya visibilitas Desa Wisata Rajadatu. Pelatihan ditujukan kepada Pokdarwis, Karang Taruna, dan beberapa penggerak UMKM lokal. Capaian utama pada program ini yaitu Peserta mampu membuat konten sederhana berupa foto, video pendek, dan poster digital, Kapasitas literasi digital meningkat (berdasarkan evaluasi formatif), dengan skor peningkatan pemahaman mencapai 70%, serta tersedia bank konten dan terbentuknya akun Instagram dan TikTok resmi Desa Wisata Rajadatu.

Program ini menandai pergeseran pola promosi dari yang sebelumnya hanya mengandalkan penyebaran lisan dan kegiatan berbasis acara musiman, menjadi promosi berkelanjutan yang mengikuti perkembangan era digital.



Gambar 2. Program sosialisasi digital marketing

c. Program Pameran Seni Budaya dan Khitanan Massal

Kegiatan ini menjadi puncak dari keseluruhan rangkaian program. Acara meliputi pameran produk budaya dengan membuka stand menampilkan alat musik seni Calung, galeri batik, serta kegiatan sosial berupa khitanan massal bagi warga Desa Wisata Rajadatu. Hasil dari kegiatan ini yaitu Mendapat dukungan langsung dari wakil bupati kabupaten tasikmlaya, kepala desa, Pokdarwis,

serta Karang Taruna. Meningkatkan hubungan kelembagaan dan memperkuat kolaborasi lintas sektor. Menjadi momentum penting untuk memperkenalkan Desa Rajadatu sebagai desa wisata berbasis budaya.

Kegiatan ini bukan hanya ajang promosi, tetapi juga sarana memperkuat modal sosial berupa gotong royong, kebersamaan, dan identitas budaya.



Gambar 3. Program pameran dan festival budaya

PEMBAHASAN

1. Kearifan Lokal sebagai Pilar Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan.

Pengenalan budaya lokal pada siswa melalui Program Cinta Akan Desa Wisata berhasil mentransmisikan nilai dan identitas lokal secara intergenerasional. Partisipasi aktif anak-anak menunjukkan bahwa pelestarian budaya tidak hanya menjadi tanggung jawab Pokdarwis, tetapi seluruh elemen desa. Hal ini membuktikan bahwa, Kearifan lokal mampu menjadi *cultural glue* yang mengikat keberlanjutan program, Pendidikan budaya sejak usia dini memperkuat *sense of belonging* terhadap desa. Program ini sejalan dengan konsep CBT yang menempatkan masyarakat sebagai pemeran utama pengembangan wisata. Selain itu, tingginya keterlibatan masyarakat dalam acara pameran dan khitanan massal menunjukkan adanya modal sosial yang kuat, yang merupakan komponen penting dalam

pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

2. Transformasi Digital sebagai Pengungkit Pemasaran Desa Wisata.

Hasil program menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital memiliki dampak signifikan terhadap pengelolaan pariwisata di Desa Rajadatu. Sebelum program dilaksanakan, promosi desa masih bergantung pada acara musiman sehingga tingkat kunjungan cenderung fluktuatif. Pelatihan digital marketing menghasilkan perubahan paradigma yaitu: Masyarakat kini mampu mengemas potensi desa dalam bentuk foto, video, dan narasi digital. Aksesibilitas informasi meningkat seiring hadirnya akun media sosial resmi desa. Aktivitas promosi kini berlangsung secara berkelanjutan, bukan hanya saat ada kegiatan besar. Temuan ini sejalan dengan Purwaningsih et al. (2023) yang menyatakan bahwa peningkatan literasi digital merupakan kunci peningkatan kualitas SDM di era masyarakat 5.0. Artinya, Desa Rajadatu telah memasuki tahap awal transformasi digital yang menjadi syarat utama penguatan daya saing desa wisata.

3. Dampak dan Proyeksi Keberlanjutan Program.

Pengabdian ini tidak hanya menghasilkan luaran jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi kelembagaan dan teknis desa untuk pengembangan wisata jangka panjang.

Dampak utama yang terlihat dari hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas sumber daya manusia, khususnya dalam aspek literasi budaya dan literasi digital. Melalui berbagai kegiatan pendampingan dan pelatihan, masyarakat memperoleh

pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik dalam memanfaatkan teknologi digital sekaligus meningkatkan pemahaman terhadap potensi budaya lokal sebagai daya tarik wisata. Selain itu, kegiatan ini berhasil memperkuat jejaring kerja dan kolaborasi antara pemerintah desa, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM, serta pemerintah daerah. Sinergi antarpemangku kepentingan tersebut menjadi modal penting dalam mendukung pengembangan Desa Wisata Rajadatu secara berkelanjutan. Dampak lainnya terlihat dari meningkatnya visibilitas desa melalui publikasi pada berbagai media digital serta partisipasi dalam kegiatan promosi dan pameran budaya yang turut memperkenalkan potensi Desa Wisata Rajadatu kepada masyarakat yang lebih luas.

Keberlanjutan program perlu terus diperkuat melalui berbagai langkah strategis agar manfaat yang telah diperoleh dapat berkembang secara berkesinambungan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah penyelenggaraan pelatihan lanjutan mengenai digital marketing berbasis analisis data sehingga pelaku wisata dan UMKM mampu menyusun strategi promosi yang lebih efektif dan tepat sasaran. Selain itu, program inkubasi bagi UMKM, khususnya pengrajin batik dan anyaman, perlu dikembangkan untuk meningkatkan kualitas produk, memperluas akses pasar, serta memperkuat perekonomian lokal. Pengembangan paket wisata terpadu yang mengintegrasikan potensi seni, budaya, dan wisata alam Desa Rajadatu juga menjadi langkah penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang lebih menarik dan kompetitif. Model keberlanjutan tersebut sejalan dengan tujuan Sustainable Development

Goals (SDGs), khususnya Tujuan 8 tentang pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, Tujuan 11 tentang pembangunan kota dan komunitas yang berkelanjutan, serta Tujuan 12 tentang konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab. Dengan demikian, program yang telah dilaksanakan tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga menjadi fondasi bagi pengembangan desa wisata yang berdaya saing, mandiri, dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan Proyek Kemanusiaan MBKM bertema Rajawara Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal di Desa Wisata Rajadatu telah memberikan dampak nyata bagi masyarakat melalui tiga program utama yang dilaksanakan, yaitu Program Cinta Akan Wisata, Sosialisasi Digital Marketing, dan Pameran Seni Budaya serta Khitanan Massal. Seluruh rangkaian kegiatan menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat dapat terlaksana dengan baik ketika dilakukan secara partisipatif, terarah, dan berlandaskan kebutuhan riil masyarakat.

Hasil kegiatan memperlihatkan adanya peningkatan kapasitas masyarakat, terutama dalam hal literasi budaya dan keterampilan digital yang menjadi faktor penting dalam pengembangan desa wisata di era modern. Program edukasi budaya berhasil menumbuhkan rasa cinta dan pemahaman siswa terhadap potensi lokal, sementara pelatihan digital marketing meningkatkan kemampuan Pokdarwis, pemuda, dan pelaku UMKM dalam mempromosikan desa wisata secara mandiri. Pameran seni budaya menjadi ruang interaksi yang memperkuat identitas budaya sekaligus meningkatkan visibilitas Desa Rajadatu sebagai destinasi wisata berbasis kearifan lokal.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil menjawab beberapa permasalahan utama di Desa Wisata Rajadatu, seperti

rendahnya promosi digital, minimnya dokumentasi budaya, dan terbatasnya edukasi wisata bagi generasi muda. Program ini juga memperkuat kolaborasi antara mahasiswa, pemerintah desa, Pokdarwis, dan masyarakat. Ke depan, keberlanjutan kegiatan dapat diperkuat melalui pelatihan lanjutan digital marketing, pengembangan paket wisata terpadu, serta peningkatan kualitas dokumentasi budaya agar Desa Wisata Rajadatu semakin siap menjadi desa wisata yang mandiri, kreatif, dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan untuk program studi Pendidikan Masyarakat karena telah memberikan wadah kepada kami untuk terjun langsung dan menerima pengalaman serta pengetahuan baru mengenai desa wisata. Tak lupa kami ucapkan terima kasih kepada Ibu Anisa Rizki Riyandini, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Lapangan, atas bimbingan dan dukungannya. Kami juga berterima kasih kepada Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Tasikmalaya, serta kepada Pokdarwis, perangkat desa, dan masyarakat Desa Wisata Rajadatu atas kerja sama dan penerimaan yang baik. Kami menghargai pula bantuan dari seluruh pihak yang turut mendukung kelancaran program ini.

REFERENSI

- Agustina, N. Iaras. (2019).
Chambers, R. (1994). *Participatory rural appraisal (PRA): Analysis of experience*. World Development, 22(9), 1253–1268.
Collins, S. P., Storror, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). 167–186.
Damayanti, A., Nugroho, A., & Windarti, S. (2022). Peningkatan Kapasitas Kelompok Desa Wisata Wukirsari Dalam Pemasaran Online Menggunakan Sosial Media Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat - Teknologi Digital*

- Indonesia.*, 1(1), 15.
<https://doi.org/10.26798/jpm.v1i1.566>
- Diri, E., Potensi, M., Akademik, D., Umj, M., & Abad, D. (2023). *Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT) Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT)*. 02(06), 622–638.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. John Wiley & Sons.
- Nasrullah, N., Susanty, S., Rusli, M., Sudarso, A., Purba, P. B., Noviasuti, N., ... & Sudiarti, I. N. (2020).
- Karangan, B. B. K. (1997). *Koentjaraningrat, Pengantar Ilmu Antropologi*, Jakarta: Aksara Baru, 1986. *Kobong Theodorus, Injil dan Tongkonan, BPK Gunung Mulia, jakarta*.
- Kholipah, S. N., Liviyani, L., Maulana, R. N. H., & Karwati, L. (2025). Partisipasi masyarakat terhadap pelaksanaan Program Kampung Iklim (PROKLIM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 1(4), 142–147.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management (6/E)*. Baski, Essex: Pearson Education Limited.
- Pitana, I. G. I. K. S. D., & Diarta, I. (2009). *Pengantar ilmu pariwisata*.
- Suansri, P. (2003). *Community based tourism handbook* (pp. 11-14). Bangkok: Responsible Ecological Social Tour-REST.
- Taofik, M., Humairoh, R. S., Pratiwi, G., Salsabila, N., Irfany, T. D., & Laksono, B. A. (2025). Penyuluhan partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 1(4), 130–136.
- Tosun, C. (2000). *Limits to community participation in the tourism development process in developing countries*. *Tourism management*, 21(6), 613-633.