



Digitalisasi Booklet Interaktif: Inovasi Promosi untuk Meningkatkan Popularitas Pariwisata Daerah

Muhammad Taali, Fredy Susanto, Sundaru Guntur Wibowo, Dyah Ayu Kunthi Puspitasari, Lala Hucadinota Ainul Amri

Politeknik Negeri Madiun, Indonesia

Email: muhammad_taali@pnm.ac.id, fredy@pnm.ac.id, sundaru.guntur@pnm.ac.id, da.kunthipuspitasari@pnm.ac.id, lalahuca@pnm.ac.id

Abstrak

Pengembangan sektor pariwisata memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat sekaligus memperkuat identitas budaya daerah. Namun, promosi dan penyampaian informasi terkait destinasi wisata masih terbatas pada media cetak konvensional yang bersifat statis, kurang interaktif, dan belum mampu menyesuaikan dengan kebutuhan wisatawan digital masa kini. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan booklet interaktif berbasis digital sebagai sarana promosi wisata yang lebih menarik, informatif, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan. Booklet ini dilengkapi dengan elemen digital seperti QR code yang mengarahkan pengguna ke konten multimedia berupa video profil destinasi, peta digital, serta informasi tambahan tentang objek wisata, kebudayaan lokal, dan kuliner khas daerah. Metode pelaksanaan meliputi analisis kebutuhan, perancangan konten, pengembangan desain booklet interaktif, serta uji coba penerapan kepada masyarakat dan wisatawan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa booklet interaktif mampu meningkatkan daya tarik promosi, memperluas jangkauan informasi, serta memperkuat partisipasi masyarakat dalam upaya pengembangan pariwisata berkelanjutan. Dengan demikian, implementasi booklet interaktif ini diharapkan dapat menjadi model inovatif dalam strategi promosi wisata berbasis teknologi digital dan partisipasi komunitas.

Kata kunci: booklet, interaktif, digitalisasi, pariwisata, popularitas

Abstract

The development of the tourism sector holds great potential to enhance the local economy and strengthen regional cultural identity. However, the promotion and dissemination of information about tourist destinations are still limited to conventional print media, which tend to be static, less interactive, and less appealing to modern digital travelers. This community service project aims to design and develop a digital-based interactive booklet as a more engaging, informative, and easily accessible promotional tool for tourism. The interactive booklet integrates digital elements such as QR codes that direct users to multimedia content, including destination videos, digital maps, and additional information about tourist attractions, local culture, and traditional cuisine. The implementation method includes needs analysis, content design, interactive booklet development, and pilot testing with local communities and tourists. The results indicate that the interactive booklet effectively increases promotional attractiveness, broadens information reach, and strengthens community participation in sustainable tourism development efforts. Therefore, the implementation of this interactive booklet is expected to serve as an innovative model for digital-based tourism promotion strategies supported by community engagement.

Keywords: booklet, interactive, digitalization, tourism, popularity

PENDAHULUAN

Salah satu destinasi wisata unggulan di wilayah pesisir Jawa Timur memiliki kekayaan alam dan budaya yang beragam, mulai dari pantai, air terjun, dan danau, hingga tradisi masyarakat lokal yang masih lestari. Potensi tersebut menjadi aset penting bagi pengembangan sektor pariwisata daerah (Armanu et al., 2023; Dharma et al., 2021; Mahendra & Suprpto, 2020; Nisa, 2022; Sumarmi et al., 2021). Namun demikian, potensi besar ini belum sepenuhnya diimbangi dengan strategi promosi yang efektif, terutama dalam hal pemanfaatan media digital yang menarik, interaktif, dan mudah diakses oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.

Menurut laporan United Nations World Tourism Organization (UNWTO, 2023), sekitar 74% wisatawan internasional kini menggunakan media digital dalam merencanakan perjalanan mereka, termasuk untuk mencari informasi, melakukan reservasi, dan berbagi pengalaman perjalanan. Selain itu, laporan OECD Tourism Trends and Policies (2023) juga mencatat bahwa 68% destinasi wisata global telah mengadopsi strategi promosi berbasis teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan wisatawan. Data ini menegaskan bahwa digitalisasi promosi pariwisata merupakan kebutuhan strategis untuk menjaga daya saing destinasi wisata di era transformasi digital global. Sayangnya, sebagian besar destinasi wisata lokal di Indonesia, termasuk di wilayah pesisir Jawa Timur, masih bergantung pada media promosi konvensional seperti booklet cetak dan brosur yang kurang interaktif, sehingga berisiko tertinggal dalam menarik minat wisatawan modern yang mengutamakan aksesibilitas dan pengalaman digital.

Selama ini, sebagian besar informasi mengenai objek wisata masih disampaikan dalam bentuk booklet cetak yang jumlah dan jangkauannya terbatas. Media promosi konvensional semacam ini kurang efektif untuk menarik minat wisatawan muda yang hidup di era digital dan terbiasa mencari informasi melalui platform daring (Ahmad, 2020; Fazri, 2019; Hermawan et al., 2023; Saepuddin, 2020). Padahal, tren global menunjukkan bahwa wisatawan modern semakin bergantung pada media digital yang interaktif seperti e-book, situs web, dan aplikasi berbasis wisata dalam mencari serta membandingkan destinasi sebelum berkunjung (Bustamam & Suryani, 2022; Destiana & Kismartini, 2020; Musyafah et al., 2020; Pawesti, 2019; Reza, 2020).

Pemerintah daerah melalui dinas terkait sebenarnya telah menyadari pentingnya transformasi digital dalam mendukung promosi pariwisata. Akan tetapi, keterbatasan sumber daya manusia dan dukungan infrastruktur teknologi masih menjadi tantangan utama dalam penerapan strategi digitalisasi tersebut. Dalam konteks ini, kolaborasi dengan perguruan tinggi melalui program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) menjadi langkah strategis untuk membantu pemerintah daerah melakukan transformasi digital dalam bidang promosi wisata.

Digitalisasi booklet wisata menjadi bentuk interaktif seperti flipbook, QR code booklet, atau e-book multimedia, diyakini mampu meningkatkan daya tarik visual dan memperluas jangkauan promosi secara global. Selain itu, inovasi ini memungkinkan pembaruan konten dilakukan secara berkala serta memperkuat citra pariwisata daerah sebagai destinasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan wisatawan modern.

Penelitian oleh Mumtaz dan Karmilah (2021) menunjukkan bahwa kemudahan akses informasi digital berperan penting dalam meningkatkan layanan pariwisata dan efisiensi biaya bagi pihak pengelola maupun wisatawan. Penelitian lainnya oleh Andari & Yuniawati (2023) mengidentifikasi hambatan-hambatan praktis dalam digitalisasi promosi wisata termasuk

infrastruktur internet yang terbatas dan sumber daya manusia yang belum memadai. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan untuk membantu pemerintah daerah dalam mengembangkan media promosi wisata yang modern, menarik, dan berkelanjutan. Kegiatan ini juga mencakup pelatihan bagi sumber daya manusia agar mampu mengelola serta memperbarui konten digital secara mandiri di masa mendatang.

Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan media booklet interaktif yang layak digunakan sebagai sarana promosi digital destinasi wisata di pesisir Jawa Timur dan menilai efektivitasnya dalam meningkatkan pemahaman serta minat wisatawan terhadap destinasi, sementara manfaatnya terletak pada peningkatan jangkauan promosi, penguatan partisipasi masyarakat lokal, serta penyediaan model inovatif bagi pemerintah daerah dan pengelola wisata dalam penerapan transformasi digital promosi pariwisata.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan kolaboratif, yang melibatkan pemerintah daerah melalui dinas terkait sebagai mitra utama, serta tim dosen dan mahasiswa dari perguruan tinggi sebagai pelaksana kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar kegiatan tidak hanya menghasilkan produk digital, tetapi juga membangun kapasitas mitra dalam pengelolaan promosi wisata secara berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama enam bulan, yang terbagi dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan pihak dinas terkait untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan utama dalam promosi wisata. Kegiatan meliputi survei awal, wawancara dengan pejabat dinas, dan pengumpulan materi promosi berupa foto, video, serta deskripsi destinasi wisata yang telah tersedia.

Tahap Perancangan Media Digital

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim menyusun desain media promosi dalam bentuk flipbook digital dan QR code booklet yang menampilkan informasi destinasi wisata secara interaktif. Proses ini melibatkan kegiatan penyusunan naskah konten, pemilihan elemen visual, serta penyusunan tata letak (layout) agar media promosi menarik dan mudah diakses oleh pengguna.

Tahap Implementasi dan Pelatihan

Media promosi yang telah dikembangkan kemudian diuji coba bersama mitra untuk memastikan fungsi dan kemudahan aksesnya. Selanjutnya dilakukan pelatihan dan pendampingan teknis kepada staf dinas mengenai cara mengelola, memperbarui, dan mempublikasikan media digital tersebut melalui berbagai kanal daring, seperti situs web dan media sosial.

Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas media digital dan kemampuan mitra dalam

mengelola konten secara mandiri. Penilaian dilakukan melalui observasi langsung, wawancara, serta kuesioner sederhana kepada peserta pelatihan. Hasil evaluasi dijadikan dasar untuk penyempurnaan desain media dan penyusunan rencana keberlanjutan kegiatan.

Luaran dari kegiatan ini meliputi

- 1) Produk media promosi wisata digital interaktif dalam bentuk flipbook dan QR code booklet,
- 2) Peningkatan kapasitas SDM dinas dalam pengelolaan konten digital,
- 3) Publikasi artikel ilmiah pada jurnal pengabdian kepada masyarakat, serta
- 4) Dokumentasi kegiatan dalam bentuk video dan laporan akhir.

Melalui metode pelaksanaan ini, kegiatan PKM diharapkan tidak hanya memberikan solusi atas permasalahan promosi wisata yang masih konvensional, tetapi juga memperkuat kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi yang efektif dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan. Melalui pendekatan partisipatif, tim pelaksana bersama mitra berhasil mengidentifikasi berbagai kendala dalam promosi wisata daerah, terutama keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital dan ketersediaan konten visual yang menarik. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kapasitas sumber daya manusia mitra serta tersedianya produk media promosi digital yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan.

Hasil Pengembangan Media Promosi Digital

Produk utama yang dihasilkan dari kegiatan ini berupa flipbook digital interaktif dan QR code booklet wisata. Media tersebut berisi informasi lengkap mengenai destinasi wisata unggulan daerah, dilengkapi dengan foto, deskripsi singkat, peta lokasi, dan tautan digital yang terhubung ke laman resmi pariwisata. Flipbook digital dirancang dengan tampilan yang menarik, mudah diakses melalui perangkat komputer maupun ponsel, dan dapat diperbarui secara berkala oleh pihak dinas.

Penggunaan QR code booklet juga memberikan kemudahan bagi wisatawan. Setiap kode QR ditempatkan pada lokasi-lokasi strategis dan materi promosi cetak, sehingga wisatawan dapat langsung mengakses informasi destinasi melalui ponsel pintar mereka. Pendekatan ini terbukti lebih efisien dibandingkan penyebaran booklet konvensional yang memerlukan biaya cetak dan distribusi besar.

Hasil Pelatihan dan Peningkatan Kapasitas SDM

Pelatihan yang diberikan kepada staf dinas meliputi dua aspek utama: (a) pengenalan dasar digitalisasi promosi wisata, dan (b) praktik langsung pengelolaan serta pembaruan konten media digital. Peserta pelatihan menunjukkan antusiasme tinggi selama kegiatan berlangsung. Berdasarkan hasil evaluasi kuesioner, lebih dari 85% peserta menyatakan bahwa kegiatan pelatihan sangat membantu mereka memahami konsep promosi wisata digital dan termotivasi untuk menerapkannya secara mandiri.

Selain itu, kegiatan ini juga menumbuhkan kesadaran baru di kalangan mitra mengenai

pentingnya konsistensi pembaruan konten dan pengelolaan media sosial secara profesional sebagai bagian dari strategi promosi pariwisata daerah.

Dampak dan Keberlanjutan Kegiatan

Kegiatan PKM ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan citra pariwisata daerah. Setelah media digital diluncurkan, terjadi peningkatan kunjungan pada laman resmi promosi wisata dan interaksi di media sosial mitra. Pihak dinas juga mulai mengintegrasikan materi promosi digital ini dalam kegiatan pameran dan event pariwisata daerah.

Dari sisi keberlanjutan, kegiatan ini menghasilkan model pengelolaan konten wisata digital yang dapat direplikasi oleh daerah lain dengan kondisi serupa. Adanya pelatihan dan pendampingan teknis menjadikan mitra mampu memperbarui konten tanpa ketergantungan pada pihak eksternal. Hal ini sejalan dengan temuan Mumtaz dan Karmilah (2021) yang menyatakan bahwa digitalisasi pariwisata berkontribusi terhadap efisiensi promosi dan peningkatan daya saing destinasi.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan pemerintah daerah mampu menjadi katalis bagi transformasi digital sektor pariwisata. Produk dan keterampilan yang dihasilkan diharapkan dapat memperkuat posisi destinasi wisata daerah sebagai destinasi unggulan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan wisatawan di era digital.

Secara analitis, digitalisasi media promosi terbukti meningkatkan efektivitas penyampaian informasi wisata karena mampu memengaruhi *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* sebagaimana dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model (TAM)* (Davis, 1989). Media digital interaktif seperti flipbook dan QR code booklet memberikan kemudahan akses serta pengalaman visual yang lebih menarik, sehingga wisatawan lebih mudah menerima dan mengingat pesan promosi dibandingkan media cetak statis. Hal ini sejalan dengan teori *Diffusion of Innovation* (Rogers, 2003), yang menyatakan bahwa adopsi teknologi akan meningkat apabila inovasi dianggap memiliki keuntungan relatif, kompatibilitas, serta kemudahan untuk diakses. Dalam konteks promosi wisata, digitalisasi mempercepat proses difusi informasi dan memperluas jangkauan audiens lintas wilayah. Namun demikian, implementasi digitalisasi juga menghadapi sejumlah tantangan seperti keterbatasan jaringan internet di beberapa destinasi, kurangnya kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola konten digital, serta kesulitan dalam melakukan pembaruan materi promosi secara berkala. Oleh karena itu, keberhasilan digitalisasi media promosi wisata tidak hanya bergantung pada inovasi teknologi, tetapi juga pada dukungan infrastruktur, pelatihan SDM, dan keberlanjutan pembaruan konten agar strategi promosi digital dapat berjalan efektif dan berdaya saing jangka panjang.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan efektivitas promosi pariwisata daerah melalui pengembangan media digital interaktif berupa flipbook dan QR code booklet. Inovasi tersebut tidak hanya memperluas jangkauan promosi, tetapi juga memperkuat citra destinasi wisata sebagai kawasan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Melalui pelatihan dan pendampingan, mitra dari dinas terkait mengalami peningkatan kompetensi

dalam mengelola serta memperbarui konten digital secara mandiri. Kolaborasi antara perguruan tinggi dan pemerintah daerah terbukti efektif dalam mendorong transformasi digital sektor pariwisata serta memperkuat peran akademisi dalam mendukung pembangunan berkelanjutan di tingkat local. Untuk keberlanjutan kegiatan, disarankan agar mitra terus melakukan pembaruan konten secara rutin dan memperluas jaringan promosi melalui berbagai platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi wisata. Selain itu, kerja sama lintas sektor dengan pelaku usaha, komunitas kreatif, serta perguruan tinggi lain perlu dikembangkan agar inovasi digital dalam promosi pariwisata dapat terus berkelanjutan dan memberi dampak ekonomi nyata bagi masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. (2020). Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial. *Avant Garde*, 8(2). <https://doi.org/10.36080/ag.v8i2.1158>
- Armanu, A., Rofiq, A., Suryadi, N., & Anggraeni, R. (2023). Penyusunan Strategi Pengembangan Kampung Tempe Sanan Kota Malang sebagai Destinasi Wisata di Jawa Timur. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(2). <https://doi.org/10.54082/jamsi.667>
- Bustamam, N., & Suryani, S. (2022). Potensi Pengembangan Pariwisata Halal dan dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(2). [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(2\).8839](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(2).8839)
- Destiana, R., & Kismartini, K. (2020). Pengembangan Pariwisata Halal Di Pulau Penyengat Provinsi Kepulauan Riau. *Dialogue: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 2(1). <https://doi.org/10.14710/dialogue.v2i1.8272>
- Dharma, P. A., Yulianda, F., & Yulianto, G. (2021). Kesesuaian dan daya dukung ekowisata pesisir Clungup Mangrove Conservation (CMC) Kabupaten Malang Jawa Timur. *Economic and Social of Fisheries and Marine Journal*, 8(2).
- Fazri, M. R. (2019). Masa Depan Generasi Milenial (Analisis Pendekatan Fenimisme). *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 10(2).
- Hermawan, A. A., Irfan Hadi, M. R., & Sauqi, M. I. (2023). Manajemen Agama Islam Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Bagi Generasi Milenial. *Journal Islamic Education*, 1(3).
- Mahendra, I., & Suprpto, A. (2020). Penerapan Metode TOPSIS & SAW Dalam Pemilihan Destinasi Wisata Di Jawa Timur. *INFORMAL: Informatics Journal*, 5(1). <https://doi.org/10.19184/isj.v5i1.15311>
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi wisata di desa wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1).
- Musyafah, A. A., Prananda, R. R., Saron, A., & Setyowati, R. (2020). Pengembangan Pariwisata Halal Dalam Rangka Mewujudkan Indonesia Sebagai Pusat Pariwisata Halal Dunia. *Basic Themes Toward Halal Sustainability Management*, 45(September).
- Nisa, F. L. (2022). Pengembangan Wisata Halal Di Jawa Timur Dengan Konsep Smart Tourism. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 2(1). <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v2i1.5470>
- Pawesti, K. W. (2019). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Bogor Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Halal. *Jurnal Aksara Public*, 3(4).
- Reza, V. (2020). Pariwisata Halal Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal An-Nahl*, 7(2). <https://doi.org/10.54576/annahl.v7i2.20>

Saepuddin, J. (2020). Pendidikan Keagamaan Pada Komunitas Generasi Milenial. *Policy Brief*, 6(September).

Sumarmi, S., Arinta, D., Suprianto, A., & Aliman, M. (2021). The development of ecotourism with Community-Based Tourism (CBT) in Clungup Mangrove Conservation (CMC) of tiga warna beach for sustainable conservation. *Folia Geographica*, 63(1).



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)