



## Penguatan Pemberdayaan Masyarakat Kecamatan Semau melalui Pelatihan Pemasaran Potensi Wisata di Wilayah Kecamatan Semau

### *Strengthening Community Empowerment in Semau District Through Training in Marketing Tourism Potential in the Semau District Area*

Chrystia Aji Putra<sup>1\*</sup>, Zainal Abidin Achmad<sup>2</sup>, Angelita Kracibaya Nauli Panggabean<sup>3</sup>, Novia Kurniasari<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Alamat: Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Korespondensi penulis: [21013010053@student.upnjatim.ac.id](mailto:21013010053@student.upnjatim.ac.id)\*

#### Article History:

Received: Agustus 11, 2024;

Revised: Agustus 28, 2024;

Accepted: September 09, 2024;

Published: September 11, 2024;

#### Keywords: Community

empowerment, sustainable tourism, marketing training, digital marketing, Semau Tourist Information Center, Village Tourism Network.

**Abstract:** This research assesses the strengthening of community empowerment in Semau District, East Nusa Tenggara, through digital marketing training to optimize local tourism potential. The training includes the use of the Canva application for promotional design, village registration on the Village Tourism Network platform (Jadesta), and the establishment of the Semau Tourist Information Center (S-TIC). The results of the training indicate an improvement in digital skills among village cadres and the effective establishment of the S-TIC. However, administrative challenges such as the lack of Village Tourism Decrees hinder registration in Jadesta. This effort is expected to enhance visibility and economic well-being, as well as ensure sustainable tourism development in the Semau District.

#### Abstrak

Penelitian ini menilai penguatan pemberdayaan masyarakat di Kecamatan Semau, Nusa Tenggara Timur, melalui pelatihan pemasaran digital untuk mengoptimalkan potensi wisata lokal. Pelatihan mencakup penggunaan aplikasi Canva untuk desain promosi, pendaftaran desa pada platform Jejaring Desa Wisata (Jadesta), dan pembentukan Semau *Tourist Information Center* (S-TIC). Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan keterampilan digital di kalangan kader desa dan pendirian S-TIC yang efektif. Namun, tantangan administrasi seperti kekurangan Surat Keputusan Desa Wisata menghambat pendaftaran di Jadesta. Upaya ini diharapkan meningkatkan visibilitas dan kesejahteraan ekonomi serta memastikan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan di Kecamatan Semau.

**Kata kunci:** Pemberdayaan Masyarakat, Pariwisata Berkelanjutan, Pelatihan Pemasaran, Pemasaran Digital, Semau *Tourist Information Center*, Jejaring Desa Wisata.

## 1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat adalah kunci dalam pengembangan pariwisata yang efektif dan berkelanjutan, terutama di daerah tertinggal seperti Kecamatan Semau di Pulau Semau, Nusa Tenggara Timur. Daerah tertinggal sering menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan infrastruktur, aksesibilitas yang terbatas, dan minimnya keterampilan dalam pengelolaan pariwisata. Dalam konteks ini, pemberdayaan masyarakat bukan hanya penting untuk mengoptimalkan potensi wisata yang ada, tetapi juga untuk memastikan bahwa manfaat ekonomi dan sosial dari pariwisata merata dan berkelanjutan.

Keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata memungkinkan mereka untuk berperan sebagai pengelola utama destinasi wisata, sehingga memastikan bahwa keuntungan dari pariwisata dapat dirasakan langsung oleh komunitas setempat. Ini mencakup pelatihan dalam keterampilan manajerial, pemasaran produk lokal, serta pengelolaan sumber daya alam dan budaya secara berkelanjutan (UNWTO, 2018). Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat dapat meningkatkan kapasitas lokal untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya wisata secara efektif.

Pentingnya pemberdayaan masyarakat juga terletak pada dampak ekonomi yang dapat dihasilkannya. Melibatkan masyarakat dalam setiap aspek pengembangan pariwisata membantu menciptakan lapangan kerja baru dan peluang pendapatan yang dapat mereduksi ketimpangan ekonomi di daerah tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa pariwisata berbasis komunitas dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dengan cara yang lebih inklusif dan adil (Scheyvens, 2015).

Selain itu, pemberdayaan masyarakat berperan penting dalam pelestarian budaya dan lingkungan. Masyarakat lokal sering kali memiliki pengetahuan mendalam tentang lingkungan mereka dan praktik tradisional yang dapat mendukung pariwisata berkelanjutan. Dengan melibatkan mereka dalam pengelolaan pariwisata, budaya lokal dapat dilestarikan dan praktik berkelanjutan dapat diterapkan untuk menjaga keseimbangan ekosistem (Mitchell & Muckosy, 2017).

Di Kecamatan Semau, yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang luar biasa, pendekatan pemberdayaan masyarakat dalam pariwisata dapat membuka jalan untuk pengembangan yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Melalui pemberdayaan, komunitas lokal tidak hanya akan mendapatkan manfaat ekonomi tetapi juga berkontribusi pada pelestarian budaya dan lingkungan mereka. Oleh karena itu, integrasi pemberdayaan masyarakat dalam strategi pariwisata adalah langkah strategis yang penting untuk memastikan pengembangan pariwisata yang adil dan berkelanjutan di daerah tertinggal seperti Kecamatan Semau (UNDP, 2019).

Kecamatan Semau, yang terletak di Pulau Semau, Nusa Tenggara Timur, adalah sebuah daerah dengan potensi wisata yang sangat menjanjikan. Pulau Semau dikenal dengan keindahan alamnya yang masih alami dan budaya lokal yang unik, menjadikannya destinasi yang menarik untuk dikembangkan sebagai tujuan wisata. Terdapat 8 desa di Kecamatan Semau yaitu desa Hansisi, desa Uiasa, desa Batuinan, desa Huilelot, desa Uitao, desa Otan, desa Bokonusan, dan desa Letbaun. Desa di Kecamatan Semau memiliki potensi wisata yang berbeda pada setiap desa dan yang menonjol dari aspek keindahan

alam, dan Kekayaan budaya.

Dalam era digital saat ini, pemasaran digital telah menjadi alat yang sangat penting dalam mempromosikan berbagai produk dan layanan, termasuk pariwisata. Bagi daerah terpencil, pemasaran digital menawarkan peluang yang signifikan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi mereka di pasar global. Dengan memanfaatkan teknologi digital, daerah-daerah yang sebelumnya terabaikan atau kurang dikenal dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan mengoptimalkan potensi wisata mereka.

Pemasaran digital, melalui saluran seperti media sosial, SEO (Search Engine Optimization), pemasaran email, dan iklan digital, memungkinkan daerah terpencil untuk membangun citra yang menarik dan mengkomunikasikan daya tarik unik mereka kepada wisatawan potensial di seluruh dunia (Gretzel, 2011). Platform digital seperti Instagram, Facebook, dan YouTube memberikan kesempatan untuk berbagi konten visual yang memukau dan cerita inspiratif tentang keindahan alam, budaya lokal, dan pengalaman wisata yang ditawarkan, yang dapat menarik perhatian dan minat wisatawan (Li, Peng, & Kim, 2017).

Dalam konteks daerah terpencil, pemasaran digital membantu mengatasi tantangan aksesibilitas dan keterbatasan fisik dengan memanfaatkan kekuatan jangkauan internet untuk mencapai audiens yang lebih luas. Ini memungkinkan destinasi yang mungkin tidak memiliki anggaran besar untuk kampanye pemasaran konvensional untuk bersaing di pasar global dengan cara yang lebih cost-effective dan terukur (Buhalis & Law, 2008). Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, daerah terpencil dapat menarik wisatawan yang mencari pengalaman unik dan autentik yang tidak dapat ditemukan di tempat lain.

Lebih jauh lagi, pemasaran digital dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan dengan calon pengunjung. Melalui alat analitik digital, pengelola destinasi dapat melacak dan memahami perilaku pengunjung, preferensi, dan feedback, yang memungkinkan mereka untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka secara real-time dan meningkatkan penawaran wisata sesuai dengan keinginan pasar (Tuzunkan & Kaplan, 2020).

Oleh karena itu, dalam era modern ini, pemasaran digital tidak hanya menjadi alat yang esensial untuk meningkatkan daya tarik pariwisata daerah terpencil tetapi juga berperan penting dalam memfasilitasi pertumbuhan ekonomi lokal dan pengembangan destinasi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

## 2. METODE

Dalam program Kuliah Kerja Nyata daerah 3T (Tertinggal, Terdepan, Terluar) ada beberapa metode yang digunakan dalam penguatan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pemasaran yaitu melalui pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dokumentasi, serta diskusi dan referensi. Dalam proses pelaksanaannya diawali dengan identifikasi penggunaan media promosi pemasaran, potensi wisata yang ada pada Kecamatan Semau, Sumber Daya Alam yang dihasilkan di Kecamatan Semau ataupun produk-produk unggulan baik yang sudah ada sebelumnya, keberadaan Lembaga kemasyarakatan untuk meningkatkan dan menjalankan wisata di Kecamatan Semau seperti Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS).

Identifikasi dilakukan kepada masyarakat dari delapan desa yang ada di Kecamatan Semau untuk mengetahui tingkat pemanfaatan penggunaan media promosi dalam pemasaran potensi wisata dan sumber daya alam Kecamatan Semau. Identifikasi diperlukan guna mengetahui sejauh mana pengetahuan dan pemahaman masyarakat dan kader tiap desa dalam penggunaan media promosi untuk keberlangsungan promosi Kecamatan Semau.

Observasi ini dilakukan pada kader dari delapan desa yang ada di Kecamatan Semau, untuk mengetahui bagaimana penggunaan media promosi pemasaran yang telah dilakukan, serta kendala dan permasalahan yang dihadapi. Pemberdayaan yang dilakukan mahasiswa dimulai dari pelatihan menggunakan aplikasi *editing*, pelatihan pendaftaran dan menggunakan website *jadesta* (Jejarung Desa Wisata) milik kementerian pariwisata Indonesia, dan pembentukan S-TIC (Semau *Tourist Information Center*) atau Pusat Informasi Pariwisata Kecamatan Semau.

Wawancara dilakukan pada saat FGD dengan seluruh kepala desa Kecamatan Semau mengenai upaya apa saja yang dilakukan hingga saat ini mengenai promosi potensi wisata, sejauh mana penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam mempromosikan wisata Kecamatan Semau, penggunaan aplikasi digital melalui penggunaan media social, bagaimana setiap SDM, serta kendala yang dihadapi dalam promosi pemasaran tiap desa.

Pelatihan yang dilakukan adalah pelatihan aplikasi *editing* berupa aplikasi *canva*, sehingga kader mampu membuat bahan penunjang promosi seperti brosur destinasi wisata, poster destinasi wisata dan produk unggulan, serta banner untuk kepentingan S-TIC (Semau *Tourist Information Center*) atau Pusat Informasi Pariwisata Kecamatan Semau.



**Gambar 1.** FGD Bersama kepala desa Kecamatan Semau

### 3. HASIL

Kegiatan penguatan masyarakat melalui pelatihan pemasaran dilaksanakan di Kantor Kecamatan Semau yang berada di desa Uitao Kecamatan Semau Kabupaten Kupang, Nusa Tenggara Timur.

Pemberdayaan masyarakat diawali dengan pembentukan kader dari tiapdesa yang berada di Kecamatan Semau. Pembentukan kader dari setiap desa yang ada dikarenakan dari 8 desa di Kecamatan Semau hanya 2 desa yang memiliki Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dan kegiatan operasinalnya belum berjalan dengan baik. Pembentukan kader diharapkan dapat menunjang keberlangsungan pengembangan wisata di Kecamatan Semau dalam konteks pengembangan pariwisata, kader desa memiliki peran kunci dalam menyampaikan informasi, mengedukasi masyarakat tentang manfaat keberlangsungan pariwisata untuk Kecamatan Semau, dan memastikan bahwa kebijakan serta program yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat setempat. Kader dari delapan desa yang nantinya dilatih untuk pencapaian pembuatan TIC (*Tourist Information Center*) atau Pusat Informasi Pariwisata Kecamatan Semau.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilaksanakan di Kantor Kecamatan Semau, pada tanggal 8 – 19 Agustus 2024. Pelatihan Ini diikuti oleh 20 orang kader yang telah di utus oleh 8 kepala desa Kecamatan Semau,

#### **a. Pelatihan Aplikasi Editing**

Aplikasi editing merupakan salah satu faktor pengetahuan yang harus dimiliki untuk pengelolaan pariwisata, dengan adanya pelatihan aplikasi editing menjadi langkah awal untuk pemasaran pariwisata Kecamatan Semau, dengan harapan penguasaan penggunaan aplikasi editing dapat digunakan masyarakat untuk

penunjang pemasaran dengan desain-desain media promosi yang menarik. Aplikasi yang dilatih kepada kader tiap desa adalah aplikasi Canva yang memiliki fitur untuk penunjang pemasaran pariwisata seperti pembuatan brosur untuk tiap destinasi wisata, hasil yang di harapkan dari pelatihan ini bahwasannya kader mampu untuk membuat brosur dan poster destinasi wisata, dan pembuatan banner untuk S-TIC (Semau-Tourist Information Center) atau Pusat Informasi Pariwisata Kecamatan Semau.

Pelatihan ini meliputi materi dasar tentang fitur-fitur yang ada pada aplikasi Canva, seperti penggunaan menu Elements, untuk menambahkan hiasan atau ornamen pada desain. Elemen dapat berupa garis, bangun datar, bingkai, dan sebagainya, Upload: untuk mengunggah media seperti foto yang bisa ditambahkan ke dalam desain. Text: untuk menambahkan tulisan. Draw: untuk menggambar berbagai bentuk dengan bebas Audio: untuk menambahkan suara atau *background*.

Hasil dari pelatihan ini dirasakan sekali manfaatnya oleh kader tiap desa khususnya desa yang ada di Kecamatan Semau. Hasil dari kegiatan pelatihan ini adalah adanya peningkatan wawasan dan pengetahuan tentang aplikasi digital editing dari tiap kader desa. Hasil dari pelatihan dapat diukur melalui jawaban yang diberikan peserta pada saat sesi kritik dan saran, serta hasil dari brosur yang di buat oleh kader tiap desa.



Gambar 2. Pelatihan Aplikasi Editing



Gambar 3. Hasil Pembuatan Brosur Kader Desa

**b. Pelatihan Website Jejaring Desa wisata (Jadesta)**

Jejaring Desa wisata (Jadesta) merupakan website milik Kementerian Pariwisata yang berisi platform pendataan profil dan analisis penentuan klasifikasi desa wisata. Pelatihan Jadesta diharapkan dapat mendaftarkan desa yang ada di Kecamatan Semau untuk bisa bersaing dengan desa yang ada di pulau lain dalam ajang Anugrah Desa Wisata. Namun ada faktor penghambat untuk mendaftar pada website JADESTA yaitu kepemilikan Surat Desa Wisata. Bahwasannya hanya dua dari delapan desa yang memiliki Surat Keputusan Desa Wisata.

Hasil dari pelatihan ini desa pada Kecamatan Semau belum bisa mendaftarkan desanya masing-masing dikarenakan belum memiliki Surat Keputusan Desa Wisata. Namun antusias dari kader desa sangat terlihat pada saat sesi tanya jawab, keinginan tiap desa untuk memiliki Surat Keputusan Desa Wisata yang membuat mereka untuk terus berusaha menjadikan desa masing-masing untuk bisa lebih berkembang dengan memiliki akun pada website JADESTA.



**Gambar 4.** Pelatihan Jadesta (Jejaring Desa Wisata)

**c. Pelatihan dan Pembentukan *Tourism Information Center* (TIC)**

Pembentukan *Tourism Information Center* adalah suatu bentuk *public service* yang penyelenggaraannya digunakan untuk mendukung program pariwisata dalam memberikan layanan berupa media promosi, *travel advice and support*, dan sebagai sarana edukasi pariwisata. Semau *Tourist Information Center* (S-TIC) didirikan dengan tujuan utama untuk mendukung dan mengembangkan sektor pariwisata di Pulau Semau sekaligus mempromosikan produk-produk unggulan lokal yang dimiliki. Pusat informasi ini bertujuan untuk menjadi sumber informasi yang terpercaya bagi wisatawan yang berkunjung ke Pulau Semau, sehingga mereka dapat menikmati pengalaman yang menyenangkan.

Pelatihan Semau *Tourist Information Center* (S-TIC) diawali dengan pembentukan kader yang telah diutus oleh Kepala Kecamatan Semau. Dengan 3 orang kader yang dipilih dilaksanakan pelatihan mengenai modul Semau *Tourist Information Center* (S-TIC) yang telah dibuat. Pemaparan materi mengenai tujuan dibentuk Semau *Tourist Information Center* (S-TIC), Peran dan Tanggung Jawab Petugas Semau *Tourist Information Center* Semau (S-TIC), Kompetensi yang Diperlukan Petugas Semau *Tourist Information Center* Semau (S-TIC), Teknik komunikasi dan pelayanan pengunjung, layanan terhadap kebutuhan pengalaman pengunjung, penanganan terhadap kritik dan saran, strategi pemasaran, prosedur keamanan dan keselamatan di Pusat Informasi, evaluasi dan pengembangan pusat informasi.

Hasil dari kegiatan pelatihan dan pembentukan Semau *Tourist Information Center* (S-TIC) ialah berdirinya bangunan Semau *Tourist Information Center* (S-TIC) yang berada di Kantor Kecamatan Semau dengan berbagai produk unggulan serta bahan promosi pariwisata seperti brosur wisata tiap desa, poster wisata unggulan, buku profil Kecamatan Semau serta Poster Produk unggulan dan Homestay yang ada di Kecamatan Semau.

Hasil dari kegiatan ini juga membentuk kader yang siap untuk mengoperasikan Semau *Tourist Information Center* (S-TIC) dengan pedoman modul yang telah dibuat oleh mahasiswa KKN 3T, serta pengetahuan tentang pemasaran dan promosi destinasi wisata dan produk unggulan, kader mampu menjadi penggerak terhadap masyarakat setempat untuk bekerja sama memajukan pariwisata Kecamatan Semau.

#### **4. DISKUSI**

Walaupun pelatihan pemasaran digital seperti Canva dan pendaftaran di Jadesta memberikan manfaat besar, beberapa tantangan tetap ada. Salah satu tantangan utama adalah kekurangan dokumen formal, seperti Surat Keputusan Desa Wisata, yang menghambat pendaftaran desa di platform Jadesta. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pelatihan teknis penting, masih diperlukan dukungan administratif dan kebijakan yang memadai untuk melengkapi upaya pemberdayaan masyarakat. Selain itu, meskipun pelatihan Canva memberikan peningkatan dalam keterampilan desain grafis, efektivitasnya dalam promosi pariwisata masih harus ditingkatkan. Hasil dari brosur dan materi promosi yang dibuat selama pelatihan menunjukkan adanya potensi, tetapi penerapan yang konsisten dan kreatif di lapangan sangat diperlukan untuk mencapai hasil



yang maksimal

Pembentukan Semau *Tourist Information Center* (S-TIC) adalah langkah strategis yang signifikan dalam memajukan pariwisata di Kecamatan Semau. S-TIC berfungsi sebagai pusat informasi yang penting untuk mengkomunikasikan daya tarik lokal dan memberikan dukungan kepada wisatawan. Dengan adanya pusat ini, masyarakat lokal dapat lebih terorganisir dalam mempromosikan produk wisata mereka, serta menyediakan informasi yang akurat dan menarik bagi pengunjung.

Pelatihan untuk pengoperasian S-TIC dan pembentukan modul pelatihan bagi kader desa menunjukkan bahwa ada kemajuan dalam kapasitas pengelolaan informasi pariwisata. Kader yang terlatih diharapkan dapat berfungsi sebagai penggerak utama dalam pengembangan pariwisata, memanfaatkan pengetahuan mereka untuk mengoptimalkan promosi dan layanan di pusat informasi.

Pemasaran digital telah terbukti menjadi alat yang sangat efektif dalam meningkatkan visibilitas destinasi wisata, terutama bagi daerah-daerah terpencil seperti Kecamatan Semau. Penggunaan media sosial dan platform digital memungkinkan desa-desa di Kecamatan Semau untuk menjangkau audiens global dengan biaya yang relatif rendah dan efisien. Pelatihan penggunaan aplikasi Canva dan platform digital lainnya memberikan dasar yang kuat bagi kader untuk membangun kampanye pemasaran yang kreatif dan menarik.

Pemberdayaan masyarakat, pelatihan keterampilan, dan penggunaan pemasaran digital semua berkontribusi pada pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Dengan melibatkan masyarakat lokal dalam setiap aspek pengelolaan dan pemasaran destinasi wisata, pengembangan pariwisata di Kecamatan Semau dapat menjadi lebih inklusif dan berkelanjutan. Pendekatan ini membantu melestarikan budaya dan lingkungan sambil memastikan bahwa keuntungan ekonomi dari pariwisata dinikmati oleh komunitas setempat.

Untuk memastikan bahwa pengembangan pariwisata di Kecamatan Semau tetap berkelanjutan, penting untuk terus mengedukasi masyarakat tentang praktik-praktik pariwisata yang ramah lingkungan dan menghormati budaya lokal. Upaya ini harus diimbangi dengan dukungan kebijakan dan infrastruktur yang mendukung pengelolaan sumber daya secara efektif dan berkelanjutan.

## **5. KESIMPULAN**

Pemberdayaan masyarakat di Kecamatan Semau, Nusa Tenggara Timur, telah terbukti sebagai strategi kunci dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Melalui pelatihan pemasaran digital, seperti penggunaan aplikasi Canva dan pendaftaran di platform Jejaring Desa Wisata (Jadesta), serta pembentukan Semau *Tourist Information Center* (S-TIC), terdapat kemajuan signifikan dalam meningkatkan kapasitas lokal untuk mempromosikan potensi wisata daerah tersebut. Pendekatan yang melibatkan pelatihan keterampilan, penggunaan teknologi digital, dan pembentukan pusat informasi pariwisata telah memberikan dasar yang kuat bagi pengembangan pariwisata di Kecamatan Semau. Dengan melibatkan masyarakat lokal dalam setiap aspek pengelolaan dan pemasaran, pengembangan pariwisata dapat dilakukan secara lebih inklusif dan berkelanjutan. Penting untuk terus mengedukasi masyarakat tentang praktik pariwisata yang ramah lingkungan dan budaya lokal sambil mendukung kebijakan dan infrastruktur yang efektif.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Dalam kesempatan ini, kami ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi yang sangat berharga dalam pelaksanaan program penguatan pemberdayaan masyarakat Kecamatan Semau melalui pelatihan pemasaran potensi wisata.

Kami mengucapkan terima kasih kepada Kecamatan Semau dan para Kepala Desa di delapan desa Kecamatan Semau: Hansisi, Uiasa, Batuinan, Huilelot, Uitao, Otan, Bokonusan, dan Letbaun. Dukungan dan kerjasama Anda sangat berharga dalam proses pelatihan dan pembentukan kader, serta dalam pengembangan Semau *Tourist Information Center* (S-TIC).

Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata yang telah bekerja dengan penuh dedikasi dalam melaksanakan pelatihan dan kegiatan pemberdayaan masyarakat. Kerja keras Anda dalam mengidentifikasi potensi wisata, melatih kader, dan membentuk pusat informasi pariwisata sangat diapresiasi.

Masyarakat Kecamatan Semau, khususnya para kader desa yang telah berpartisipasi aktif dalam pelatihan dan proses pembentukan S-TIC. Komitmen dan semangat Anda untuk memajukan pariwisata lokal sangat menginspirasi dan menjadi pondasi utama dalam pengembangan destinasi wisata di Kecamatan Semau.

Universitas Jember dan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur sebagai perancang kegiatan KKN 3T di Nusa Tenggara Timur hingga pada akhirnya dapat menghasilkan program kerja yang dapat membantu Kecamatan Semau dalam pengembangan

potensi wisata.

## DAFTAR REFERENSI

- Bottorff, C. (2022). Community empowerment and sustainable tourism: Innovations and practices. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(6), 1012-1031.
- Buckley, R. (2019). Tourism and environment. *Annual Review of Environment and Resources*, 44, 159-183.
- Fotis, J. N. (2015). The use of social media and its impacts on consumer behavior: The context of holiday travel. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 755-766). Springer.
- Honey, M. (2019). *Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?* Island Press.
- Jamal, T., & Stronza, A. (2022). Collaboration and community-based tourism: Lessons from recent developments. *Tourism Management Perspectives*, 40, 100873.
- Kumar, V., Jain, R., & Pal, R. (2020). The role of digital media in promoting remote tourism destinations: A case study of Ladakh. *International Journal of Tourism Research*, 22(1), 15-37.
- Lopez-Guzman, T., Torres, N., Pérez-Gálvez, J. C., & Carvache-Franco, W. (2018). Community-based tourism in developing countries: A case study. *Tourism Management Perspectives*, 26, 140-149.
- Mendez, A., Pechlaner, H., & Dall'Olmo Riley, F. (2021). Empowering communities through tourism: New insights and practices. *Tourism Geographies*, 23(2), 184-201.
- Mitchell, J., & Muckosy, P. (2017). Community-based tourism and its impact on local communities. In R. Sharpley & D. Telfer (Eds.), *Tourism and development: Concepts and issues* (pp. 123-146). Channel View Publications.
- Murray, G. (2023). Advancements in community-based tourism: New models and approaches. *Journal of Travel Research*, 62(4), 657-672.
- Ormsby, A., & Mannle, J. (2021). Community-based tourism as a tool for sustainable development: A case study analysis. *Sustainability*, 13(16), 8962.
- Rinzin, C., Vermeulen, W. J., & Glasbergen, P. (2019). Ecotourism as a mechanism for sustainable development: The case of Bhutan. *Environmental Sciences*, 48(5), 297-316.
- Rizky, S., Rahmawati, D., & Sari, N. (2021). Digital marketing strategies for remote tourism: The case of Raja Ampat. *Journal of Tourism Studies*, 12(1), 34-50.
- Scheyvens, R. (2015). Sustainable tourism and poverty reduction: The role of community-based tourism. In C. M. Hall, S. Gössling, & D. Scott (Eds.), *The Routledge handbook of tourism and sustainability* (pp. 260-270). Routledge.

- Scheyvens, R. (2018). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(1), 123-141.
- Stankov, U., Lazic, L., & Dragicevic, V. (2010). The extent of use of basic Facebook user-generated content by the national tourism organizations in Europe. *European Journal of Tourism Research*, 3(2), 105-113.
- United Nations Development Programme. (2019). *Promoting sustainable tourism in developing countries: Key considerations and best practices*. UNDP.
- United Nations World Tourism Organization. (2018). *Tourism for development: Volume II – The role of public-private partnerships*. United Nations.
- Visit Faroe Islands. (2019). *Harnessing digital platforms to drive tourism in remote areas*. Faroe Islands Tourism Board.
- Xiang, Z., Magnini, V. P., & Fesenmaier, D. R. (2015). Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 244-249.