

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI EDUKASI HUKUM KEPARIWISATAAN DAN
DIGITAL BRANDING DI DESA SAPIT KECAMATAN SUELA**

Masyhur¹, Lalu Muh Faisal², Ikhwan Wadi³

Universitas Gunung Rinjani

Email: masyhur905@gmail.com

ABSTRAK

Kata Kunci:

Pemberdayaan

Masyarakat,

Hukum Kepariwisata,

Digital Branding,

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Sapit, Kecamatan Suela, Kabupaten Lombok Timur melalui edukasi hukum kepariwisataan dan pelatihan digital branding. Metode yang digunakan adalah Participatory Rural Appraisal (PRA) melalui observasi, Focus Group Discussion, penyuluhan, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai regulasi kepariwisataan, perlindungan hak cipta, dan pemanfaatan media digital secara bertanggung jawab. Selain itu, masyarakat mampu menghasilkan konten promosi digital yang menarik serta memperkuat kolaborasi antara pemerintah desa, Pokdarwis, dan pelaku UMKM. Program ini berkontribusi dalam memperkuat promosi wisata, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta mendukung pengembangan Desa Sapit sebagai destinasi wisata yang berdaya saing, berkelanjutan, dan berbasis hukum.

Keyword

Community

Empowerment

Tourism Law

Digital Branding

ABSTRACT

This community service program aimed to enhance the capacity of the community in Sapit Village, Suela District, East Lombok Regency through tourism law education and digital branding training. The program employed the Participatory Rural Appraisal (PRA) approach, which included observation, Focus Group Discussions (FGDs), legal counseling, training, mentoring, and evaluation. The results indicated an improvement in the community's understanding of tourism regulations, copyright protection, and the responsible use of digital media. Furthermore, participants successfully developed engaging digital promotional content and strengthened collaboration among the village government, Tourism Awareness Group (Pokdarwis), and local micro, small, and medium enterprises (MSMEs). The program contributed to strengthening tourism promotion, increasing community participation, and supporting the development of Sapit Village as a competitive, sustainable, and law-based tourism destination.

Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah. Sektor ini tidak hanya berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat kemiskinan, melestarikan budaya lokal, serta mendorong pembangunan yang berkelanjutan. Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah Indonesia terus mengembangkan konsep desa wisata sebagai salah satu strategi pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal. Melalui pengembangan desa wisata, masyarakat didorong untuk berpartisipasi secara aktif dalam mengelola sumber daya alam, budaya, dan ekonomi kreatif sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan secara mandiri dan berkelanjutan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023; Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata).

Desa Sapit yang terletak di Kecamatan Suela, Kabupaten Lombok Timur merupakan salah satu desa yang memiliki potensi wisata alam, budaya, dan agrowisata yang sangat menjanjikan. Keberadaan panorama pegunungan, udara yang sejuk, perkebunan kopi, jalur wisata menuju kawasan Gunung Rinjani, serta budaya masyarakat Sasak yang masih terpelihara menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Selain itu, Desa Sapit memiliki potensi ekonomi kreatif yang dapat dikembangkan melalui keterlibatan masyarakat dalam penyediaan jasa wisata, kuliner, homestay, dan produk UMKM berbasis potensi lokal. Potensi tersebut apabila dikelola secara optimal akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat sekaligus memperkuat perekonomian desa (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Timur, 2024; Pemerintah Kabupaten Lombok Timur, 2024).

Meskipun memiliki potensi wisata yang besar, pengembangan pariwisata di Desa Sapit masih menghadapi berbagai kendala, terutama pada aspek promosi destinasi. Selama ini promosi wisata masih dilakukan secara konvensional sehingga jangkauan informasi kepada wisatawan relatif terbatas. Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi telah mengubah perilaku wisatawan yang cenderung mencari informasi destinasi melalui internet, media sosial, maupun berbagai platform digital sebelum melakukan perjalanan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata di era digital (Kotler, Bowen, & Makens, 2022; UNWTO, 2023).

Perkembangan digital marketing telah memberikan peluang yang sangat besar bagi desa wisata untuk memperkenalkan potensi daerah kepada masyarakat luas dengan biaya yang relatif rendah. Digital branding tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi strategi dalam membangun identitas, citra, dan keunggulan kompetitif suatu destinasi wisata. Melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, serta website desa, masyarakat dapat mempromosikan keindahan alam, budaya lokal, aktivitas wisata, maupun produk UMKM secara lebih menarik dan mudah diakses oleh calon wisatawan. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas masyarakat dalam menyusun strategi digital branding menjadi kebutuhan yang sangat penting dalam mendukung pengembangan desa wisata yang berdaya saing (Chaffey, 2022; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Namun demikian, aktivitas promosi wisata melalui media digital tidak dapat dilepaskan dari aspek hukum. Masih banyak masyarakat yang belum memahami bahwa penggunaan foto, video, musik, desain grafis, maupun logo dalam media promosi memiliki perlindungan hukum berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Kurangnya literasi hukum menyebabkan masyarakat berpotensi melakukan pelanggaran hak cipta, penyalahgunaan identitas merek, maupun penggunaan konten digital tanpa izin dari pemiliknya. Kondisi tersebut dapat menimbulkan sengketa hukum yang pada akhirnya menghambat pengembangan promosi wisata desa. Oleh karena itu, edukasi mengenai hukum kepariwisataan dan perlindungan hak kekayaan

intelektual menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari proses pemberdayaan masyarakat (Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta; Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis).

Selain perlindungan hak cipta, perkembangan teknologi digital juga menghadirkan tantangan baru berupa penyebaran informasi yang tidak benar, manipulasi konten digital, pencemaran nama baik, maupun penyalahgunaan media elektronik dalam aktivitas promosi. Kondisi tersebut menuntut masyarakat untuk memahami etika dan ketentuan hukum dalam penggunaan media digital sehingga promosi wisata dapat dilakukan secara profesional, bertanggung jawab, dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Pemahaman tersebut menjadi sangat penting mengingat keberhasilan promosi digital tidak hanya diukur dari banyaknya konten yang dipublikasikan, tetapi juga dari kepatuhan terhadap regulasi yang mengatur aktivitas digital (Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik; Rahardjo, 2021). Dalam perspektif hukum kepariwisataan, masyarakat merupakan subjek utama dalam penyelenggaraan pembangunan pariwisata. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menegaskan bahwa pembangunan kepariwisataan harus dilaksanakan berdasarkan prinsip partisipatif, pemberdayaan masyarakat, keberlanjutan, pemerataan manfaat, dan pelestarian budaya serta lingkungan. Dengan demikian, keberhasilan pengembangan desa wisata sangat ditentukan oleh kemampuan masyarakat dalam mengelola potensi wisata secara profesional, termasuk dalam membangun citra destinasi melalui promosi yang sesuai dengan norma hukum dan etika (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata).

Pemberdayaan masyarakat melalui edukasi hukum kepariwisataan menjadi salah satu strategi yang mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memahami hak, kewajiban, serta tanggung jawab dalam pengelolaan destinasi wisata. Edukasi tersebut tidak hanya memberikan pemahaman mengenai regulasi kepariwisataan, tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perlindungan wisatawan, pelestarian lingkungan, pengelolaan usaha pariwisata, serta perlindungan terhadap karya intelektual yang dihasilkan masyarakat. Dengan meningkatnya literasi hukum, masyarakat diharapkan mampu mengembangkan destinasi wisata yang aman, berkualitas, dan berkelanjutan (Suharto, 2017; Chambers, 1995).

Program pengabdian kepada masyarakat ini mengintegrasikan edukasi hukum kepariwisataan dengan pelatihan digital branding sebagai bentuk implementasi tridarma perguruan tinggi. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi sosialisasi regulasi kepariwisataan, pelatihan perlindungan hak kekayaan intelektual, pendampingan pembuatan konten digital, pengelolaan media sosial, penyusunan identitas visual desa wisata, serta strategi pemasaran digital berbasis potensi lokal. Pendekatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan kompetensi masyarakat dalam mempromosikan Desa Sapit secara profesional sekaligus memperkuat daya saing desa wisata di tingkat regional maupun nasional (Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, 2024; Chaffey, 2022).

Pelaksanaan program pengabdian ini juga diharapkan dapat memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM, generasi muda, dan masyarakat dalam membangun tata kelola desa wisata yang berkelanjutan. Sinergi antarpemangku kepentingan merupakan faktor penting dalam mewujudkan pengembangan pariwisata yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, pelestarian lingkungan, serta kepastian hukum. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu menghasilkan masyarakat yang tidak hanya terampil dalam melakukan promosi wisata melalui media digital, tetapi juga memiliki kesadaran hukum yang tinggi sehingga mampu mendukung terwujudnya Desa Sapit sebagai desa wisata yang berdaya saing, berkelanjutan, dan berbasis

hukum (Ansell & Gash, 2008; Emerson & Nabatchi, 2015; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Sapit, Kecamatan Suela, Kabupaten Lombok Timur dengan sasaran utama Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM, aparat desa, karang taruna, serta masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan dan promosi destinasi wisata. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA) yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan program, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pendekatan ini dipilih karena mampu mendorong keterlibatan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses pemberdayaan sehingga hasil kegiatan lebih sesuai dengan kebutuhan dan potensi lokal.

Tahapan pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan analisis kebutuhan melalui survei, wawancara, serta Focus Group Discussion (FGD) bersama pemerintah desa, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM, tokoh masyarakat, dan pemuda desa. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi wisata Desa Sapit, permasalahan yang dihadapi dalam promosi wisata, tingkat pemahaman masyarakat mengenai hukum kepariwisataan, serta kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi destinasi wisata. Hasil identifikasi tersebut menjadi dasar dalam penyusunan materi edukasi dan pelatihan yang sesuai dengan kondisi masyarakat.

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan edukasi hukum kepariwisataan melalui kegiatan penyuluhan dan sosialisasi mengenai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pengelolaan desa wisata. Materi yang diberikan meliputi prinsip-prinsip dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, perlindungan hak cipta terhadap foto dan video promosi berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, perlindungan merek dan identitas desa wisata berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta etika penggunaan media digital sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif melalui ceramah, diskusi, studi kasus, dan sesi tanya jawab sehingga peserta dapat memahami penerapan hukum dalam aktivitas promosi wisata.

Selanjutnya dilakukan pelatihan digital branding yang berfokus pada peningkatan kemampuan masyarakat dalam membangun identitas dan citra Desa Sapit sebagai destinasi wisata. Materi pelatihan meliputi teknik pengambilan foto dan video menggunakan telepon pintar, penyusunan narasi promosi, desain konten media sosial, pengelolaan akun media sosial, pemanfaatan aplikasi desain grafis sederhana, serta strategi pemasaran digital yang efektif. Peserta juga didampingi secara langsung dalam menghasilkan konten promosi yang menarik, informatif, dan sesuai dengan ketentuan hukum sehingga dapat dipublikasikan melalui berbagai platform digital untuk memperluas jangkauan promosi wisata.

Tahap akhir merupakan kegiatan monitoring dan evaluasi yang dilakukan untuk mengukur efektivitas pelaksanaan program. Evaluasi dilakukan melalui observasi, penyebaran kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan, wawancara, serta penilaian terhadap hasil praktik peserta dalam menyusun konten promosi digital. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi meningkatnya pengetahuan masyarakat mengenai hukum kepariwisataan, meningkatnya kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, terbentuknya konten promosi digital yang berkualitas, serta meningkatnya partisipasi masyarakat dalam mendukung pengembangan Desa Sapit sebagai desa wisata. Hasil evaluasi selanjutnya digunakan sebagai dasar penyusunan rekomendasi untuk mendukung keberlanjutan program pemberdayaan masyarakat sehingga

promosi wisata di Desa Sapit dapat dilakukan secara profesional, berdaya saing, dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Sapit, Kecamatan Suela, Kabupaten Lombok Timur berjalan sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan. Sasaran kegiatan meliputi aparat desa, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM, karang taruna, dan masyarakat yang terlibat dalam pengembangan sektor pariwisata. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan Focus Group Discussion (FGD) untuk mengidentifikasi potensi wisata, permasalahan promosi, serta tingkat pemahaman masyarakat mengenai hukum kepariwisataan dan pemanfaatan media digital. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa Desa Sapit memiliki potensi wisata alam yang sangat besar, seperti panorama pegunungan, perkebunan kopi, jalur wisata menuju kawasan Taman Nasional Gunung Rinjani, serta budaya lokal yang masih terjaga. Namun, potensi tersebut belum diimbangi dengan kemampuan masyarakat dalam melakukan promosi wisata secara efektif melalui media digital. Kondisi ini menyebabkan informasi mengenai potensi wisata Desa Sapit belum dikenal secara luas oleh wisatawan domestik maupun mancanegara (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi sehari-hari, namun penggunaannya masih bersifat personal dan belum diarahkan sebagai media promosi wisata. Akun media sosial yang dimiliki masyarakat belum menampilkan identitas desa wisata secara konsisten, kualitas foto dan video masih sederhana, serta belum menggunakan strategi digital branding yang mampu membangun citra destinasi wisata. Selain itu, belum terdapat pengelolaan media sosial yang dilakukan secara terorganisasi oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi sebagai instrumen pemasaran destinasi masih memerlukan pendampingan secara berkelanjutan (Chaffey, 2022).

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim pengabdian melaksanakan kegiatan edukasi hukum kepariwisataan kepada masyarakat. Materi yang disampaikan meliputi prinsip-prinsip penyelenggaraan kepariwisataan, hak dan kewajiban masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata, perlindungan terhadap wisatawan, pentingnya menjaga kelestarian lingkungan, serta regulasi mengenai perlindungan hak cipta dan merek dalam promosi digital. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dengan mengajukan berbagai pertanyaan mengenai penggunaan foto dan video untuk promosi, penggunaan musik pada konten media sosial, hingga perlindungan terhadap logo dan identitas desa wisata. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kebutuhan yang cukup besar terhadap peningkatan literasi hukum dalam pengelolaan pariwisata berbasis digital (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata; Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta).



Gambar 1 Kegiatan Edukasi Hukum Pariwisata

Salah satu hasil penting dari kegiatan edukasi adalah meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya aspek hukum dalam aktivitas promosi wisata. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta beranggapan bahwa seluruh konten yang tersedia di internet dapat digunakan secara bebas untuk kepentingan promosi. Setelah memperoleh materi dan contoh kasus, peserta mulai memahami bahwa penggunaan foto, video, musik, maupun desain grafis harus memperhatikan izin dari pemilik karya sesuai ketentuan hukum. Pemahaman tersebut menjadi langkah awal dalam membangun budaya promosi wisata yang menghargai hak kekayaan intelektual sekaligus meminimalkan risiko sengketa hukum di kemudian hari. Hasil ini menunjukkan bahwa edukasi hukum merupakan bagian penting dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis).

Selain edukasi hukum, kegiatan pengabdian juga memberikan pelatihan digital branding kepada masyarakat. Pelatihan difokuskan pada peningkatan kemampuan peserta dalam menghasilkan konten promosi yang menarik dan informatif. Materi yang diberikan meliputi teknik pengambilan foto menggunakan telepon pintar, pembuatan video pendek, penyusunan narasi promosi, desain poster digital, penggunaan tagar (hashtag), serta pengelolaan akun media sosial sebagai media pemasaran destinasi wisata. Peserta juga didampingi secara langsung dalam membuat konten promosi berdasarkan potensi wisata yang dimiliki Desa Sapit. Pendekatan praktik langsung memberikan dampak positif karena peserta dapat memahami proses pembuatan konten secara sederhana namun tetap menarik bagi calon wisatawan (Kotler, Bowen, & Makens, 2022).

Selama pelaksanaan pelatihan, peserta berhasil menghasilkan berbagai bentuk konten digital berupa foto destinasi wisata, video panorama alam, promosi produk UMKM lokal, serta dokumentasi budaya masyarakat. Konten tersebut selanjutnya dipublikasikan melalui media sosial sebagai bentuk implementasi hasil pelatihan. Keberhasilan peserta dalam menghasilkan konten digital menunjukkan bahwa masyarakat sebenarnya memiliki potensi yang besar untuk menjadi pelaku promosi wisata apabila memperoleh pendampingan yang memadai. Digital branding tidak lagi dipandang sebagai kegiatan yang sulit, melainkan sebagai strategi yang dapat dilakukan secara mandiri dengan memanfaatkan perangkat teknologi yang telah dimiliki masyarakat. Kondisi ini sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat yang menekankan peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pengembangan pengetahuan, keterampilan, dan kemandirian dalam mengelola potensi lokal (Chambers, 1995; Suharto, 2017).

Pelaksanaan kegiatan pengabdian juga memperlihatkan terbangunnya kolaborasi yang lebih baik antara pemerintah desa, Pokdarwis, pelaku UMKM, dan generasi muda dalam mengembangkan promosi wisata. Sebelumnya, promosi wisata dilakukan secara individual tanpa adanya koordinasi yang jelas. Setelah kegiatan berlangsung, peserta menyepakati pentingnya pembentukan tim pengelola media sosial desa wisata yang bertugas mendokumentasikan berbagai aktivitas wisata, memperbarui informasi destinasi, serta melakukan promosi secara berkelanjutan. Kolaborasi tersebut menjadi modal sosial yang penting dalam mendukung keberlanjutan pengembangan Desa Sapit sebagai destinasi wisata yang berdaya saing. Menurut Ansell dan Gash (2008), kolaborasi antar pemangku kepentingan merupakan salah satu faktor utama dalam menciptakan tata kelola yang efektif sehingga setiap pihak memiliki tanggung jawab bersama dalam mencapai tujuan pembangunan.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa edukasi hukum kepariwisataan yang dipadukan dengan pelatihan digital branding memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat Desa Sapit. Masyarakat tidak hanya memperoleh pemahaman mengenai pentingnya promosi wisata melalui media digital, tetapi juga memahami bahwa setiap aktivitas promosi harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Peningkatan literasi hukum tersebut tercermin dari kemampuan peserta dalam mengidentifikasi

bentuk-bentuk pelanggaran hak cipta, penggunaan merek tanpa izin, serta etika dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek hukum merupakan fondasi penting dalam menciptakan tata kelola promosi wisata yang profesional dan berkelanjutan (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata; Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta).

Peningkatan kapasitas masyarakat tersebut sejalan dengan teori pemberdayaan masyarakat yang dikemukakan oleh Chambers (1995), yang menyatakan bahwa proses pemberdayaan harus mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai kesejahteraan. Dalam kegiatan ini, masyarakat tidak hanya memperoleh informasi mengenai regulasi kepariwisataan, tetapi juga memperoleh keterampilan praktis dalam menghasilkan konten digital sebagai media promosi. Pendekatan tersebut memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menjadi pelaku utama dalam pembangunan desa wisata, bukan sekadar sebagai penerima manfaat dari kegiatan pembangunan. Dengan meningkatnya kapasitas tersebut, masyarakat diharapkan mampu mengembangkan potensi wisata Desa Sapit secara mandiri dan berkelanjutan (Chambers, 1995; Suharto, 2017).

Dari aspek pemasaran, pelaksanaan pelatihan digital branding berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam membangun identitas Desa Sapit sebagai destinasi wisata. Sebelum kegiatan berlangsung, promosi wisata dilakukan secara tidak terstruktur dan belum memiliki identitas visual yang konsisten. Setelah pelatihan, peserta mampu menghasilkan konten digital yang menampilkan keunikan panorama alam, budaya masyarakat, produk UMKM, dan aktivitas wisata secara lebih menarik. Konten tersebut dipublikasikan melalui berbagai platform media sosial sehingga berpotensi meningkatkan jangkauan promosi kepada calon wisatawan. Temuan ini sejalan dengan pendapat Kotler, Bowen, dan Makens (2022) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran digital mampu meningkatkan daya tarik destinasi melalui penyampaian informasi yang cepat, menarik, dan mudah diakses oleh masyarakat luas.

Keberhasilan kegiatan juga didukung oleh tingginya partisipasi masyarakat selama proses pelaksanaan pengabdian. Masyarakat terlibat aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, diskusi, pelatihan, praktik pembuatan konten, hingga evaluasi hasil kegiatan. Tingginya partisipasi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kepedulian yang besar terhadap pengembangan sektor pariwisata sebagai salah satu sumber peningkatan ekonomi desa. Kondisi ini sesuai dengan prinsip pembangunan partisipatif yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam setiap proses pembangunan sehingga program yang dilaksanakan lebih sesuai dengan kebutuhan lokal dan memiliki peluang keberlanjutan yang lebih tinggi (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata; Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Dari perspektif hukum, kegiatan pengabdian ini memperkuat pemahaman masyarakat mengenai pentingnya perlindungan terhadap karya intelektual yang digunakan dalam promosi wisata. Masyarakat mulai memahami bahwa foto, video, logo, desain grafis, maupun slogan promosi merupakan aset yang memiliki nilai ekonomi dan memperoleh perlindungan hukum. Oleh karena itu, setiap konten promosi yang dihasilkan harus memperhatikan ketentuan mengenai hak cipta, penggunaan merek, serta izin penggunaan karya pihak lain. Pemahaman tersebut sangat penting untuk menghindari potensi sengketa hukum sekaligus meningkatkan profesionalisme dalam pengelolaan desa wisata. Dengan adanya kesadaran hukum yang lebih baik, masyarakat diharapkan mampu menghasilkan konten promosi yang orisinal, kreatif, dan memiliki identitas yang kuat sehingga dapat memperkuat citra Desa Sapit sebagai destinasi wisata yang unggul (Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta; Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis).

Pelaksanaan kegiatan ini juga memperlihatkan pentingnya kolaborasi antara pemerintah desa, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM, akademisi, dan masyarakat dalam membangun ekosistem promosi wisata yang berkelanjutan. Sinergi tersebut tercermin dari komitmen bersama untuk mengelola media promosi digital desa, menyusun kalender promosi wisata, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan. Kolaborasi antarpemangku kepentingan merupakan implementasi konsep collaborative governance yang menekankan kerja sama antara pemerintah dan masyarakat dalam menyelesaikan berbagai permasalahan publik secara efektif. Melalui kolaborasi tersebut, pengembangan desa wisata tidak hanya bergantung pada pemerintah, tetapi menjadi tanggung jawab bersama seluruh elemen masyarakat (Ansell & Gash, 2008; Emerson & Nabatchi, 2015).

Selain memberikan manfaat terhadap peningkatan kapasitas masyarakat, kegiatan pengabdian ini juga memberikan dampak positif terhadap penguatan kelembagaan desa wisata. Pokdarwis memperoleh tambahan pengetahuan mengenai strategi pengelolaan media sosial, penyusunan konten promosi yang terencana, serta pentingnya menjaga konsistensi identitas visual destinasi wisata. Penguatan kelembagaan ini diharapkan mampu meningkatkan efektivitas promosi wisata dalam jangka panjang serta memperluas jaringan kerja sama dengan pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata, dan komunitas digital. Dengan kelembagaan yang semakin kuat, Desa Sapit memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Lombok Timur.

Meskipun demikian, pelaksanaan kegiatan masih menghadapi beberapa kendala. Tidak seluruh peserta memiliki kemampuan yang sama dalam memanfaatkan teknologi digital, sehingga proses pendampingan memerlukan waktu yang lebih intensif. Selain itu, keterbatasan jaringan internet di beberapa lokasi serta belum tersedianya perangkat pendukung yang memadai menjadi tantangan dalam optimalisasi promosi digital. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan, peningkatan sarana dan prasarana teknologi informasi, serta dukungan pemerintah daerah agar program yang telah dilaksanakan dapat berjalan secara berkesinambungan. Keberlanjutan program menjadi faktor penting dalam memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh masyarakat dapat terus diterapkan dan dikembangkan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai hukum kepariwisataan dan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam melakukan digital branding sebagai media promosi wisata. Integrasi antara edukasi hukum dan pelatihan digital branding terbukti menjadi pendekatan yang efektif dalam mendukung pengembangan Desa Sapit sebagai desa wisata yang berdaya saing. Melalui peningkatan literasi hukum, penguatan kapasitas digital, serta kolaborasi antarpemangku kepentingan, masyarakat memiliki bekal yang lebih baik untuk mengembangkan potensi wisata secara profesional, bertanggung jawab, dan berkelanjutan. Hasil kegiatan ini diharapkan menjadi model pemberdayaan masyarakat yang dapat direplikasi pada desa-desa wisata lainnya dalam rangka mendukung pembangunan sektor pariwisata yang berorientasi pada kesejahteraan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan kepastian hukum.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sapit, Kecamatan Suela, berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai hukum kepariwisataan serta kemampuan dalam menerapkan digital branding sebagai media promosi wisata. Edukasi hukum memberikan kesadaran tentang pentingnya kepatuhan terhadap peraturan kepariwisataan, perlindungan hak cipta, dan penggunaan media digital secara bertanggung jawab. Sementara itu, pelatihan digital branding mampu meningkatkan keterampilan masyarakat dalam membuat dan mengelola konten

promosi yang menarik dan informatif. Sinergi antara pemerintah desa, Pokdarwis, UMKM, dan masyarakat menjadi faktor pendukung keberhasilan program sehingga mampu memperkuat daya saing Desa Sapit sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan dan berbasis hukum.

Daftar Pustaka

- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum032>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Timur. (2024). Kabupaten Lombok Timur dalam angka 2024. BPS Kabupaten Lombok Timur.
- Chaffey, D. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (9th ed.). Pearson Education.
- Chambers, R. (1995). Poverty and livelihoods: Whose reality counts? *Environment and Urbanization*, 7(1), 173–204.
- Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat. (2024). Panduan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat tahun 2024. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Emerson, K., & Nabatchi, T. (2015). *Collaborative governance regimes*. Georgetown University Press.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Pedoman pengembangan desa wisata berkelanjutan*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Baloglu, S., & Makens, J. C. (2022). *Marketing for hospitality and tourism* (8th ed.). Pearson.
- Nasution, A., & Sari, D. P. (2023). Digital branding sebagai strategi peningkatan daya saing desa wisata berbasis masyarakat. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 7(2), 120–132.
- Nugroho, I., & Negara, P. D. (2022). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat menuju pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 17(1), 35–48.
- Prasetyo, A., & Wibowo, E. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui digital marketing dalam pengembangan desa wisata. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1), 45–57.
- Rahardjo, A. (2021). *Hukum siber Indonesia*. RajaGrafindo Persada.
- Rizki, M., & Hidayat, R. (2022). Literasi digital masyarakat dalam mendukung promosi destinasi wisata. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 156–169.
- Suharto, E. (2017). *Membangun masyarakat memberdayakan rakyat: Kajian strategis pembangunan kesejahteraan sosial dan pekerjaan sosial*. PT Refika Aditama.

Suryani, L., & Kurniawan, A. (2023). Edukasi hukum kepariwisataan sebagai upaya meningkatkan kesadaran hukum masyarakat desa wisata. *Jurnal Abdimas Hukum Indonesia*, 5(2), 88–99.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

United Nations World Tourism Organization. (2023). *World tourism barometer 2023*. UNWTO.