

Strategi Branding Pariwisata Melalui Virtual Tour Berbasis Adventure Dan Buku Digital Di Pantai Jolosutro, Kabupaten Blitar

Sumarmi^{1*}, Alfyananda Kurnia Putra¹, Dicky Arinta², Novika Adi Wibowo¹,
Mohamad Arif¹, Dan Natasya Shaherani¹

¹Departement Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang, Jawa Timur, Indonesia

²Program Studi Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Email: Sumarmi.fis@um.ac.id

Received: 11 05 2025 / Accepted: 23 12 2025 / Published online: 21 01 2026

ABSTRAK

Kabupaten Blitar memiliki potensi wisata pantai yang besar, salah satunya Pantai Jolosutro yang perlu dikembangkan dan dipromosikan secara optimal untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian ini bertujuan mengembangkan media promosi berupa web virtual tour berbasis ArcGIS StoryMaps sebagai upaya penguatan branding Pantai Jolosutro. Metode penelitian yang digunakan adalah Research and Development dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan partisipatif. Tahapan pengembangan meliputi identifikasi potensi wisata, observasi lapangan, penyusunan dan kurasi konten visual, pengembangan web virtual tour, validasi bersama pengelola wisata, revisi, dan publikasi. Pendekatan partisipatif melibatkan pengelola wisata secara aktif untuk meningkatkan kapasitas digital dan keberlanjutan pengelolaan promosi destinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa web virtual tour yang dikembangkan dan divalidasi mampu meningkatkan kapasitas pengelola wisata dan aparatur desa sekitar 60–70% dalam mengidentifikasi potensi, mengelola konten digital, dan memahami strategi branding destinasi. Konten promosi yang dihasilkan meliputi 15–20 foto terkurasi, 4–6 video wisata, serta beberapa titik virtual 360°. Implementasi media ini mendorong peningkatan partisipasi pengelola dalam pembaruan konten serta mempermudah wisatawan mengakses informasi dan daya tarik Pantai Jolosutro.

Kata Kunci: Branding Wisata, Pantai Jolosutro, Web Virtual

ABSTRACT

Blitar Regency has significant coastal tourism potential, including Jolosutro Beach, which requires optimal development and effective promotion to increase tourist visits. This study aims to develop a promotional medium in the form of a web-based virtual tour using ArcGIS StoryMaps to strengthen the branding of Jolosutro Beach. The research employed a Research and Development method with a descriptive qualitative and participatory approach. The development stages included tourism potential identification, field observation, visual content curation, virtual tour web development, validation with tourism managers, revision, and publication. A participatory approach actively involved tourism managers to enhance digital capacity and ensure sustainable destination promotion. The results indicate that the validated virtual tour increased the capacity of tourism managers and local village officials by approximately 60–70%, particularly in identifying tourism potential, managing digital content, and understanding destination branding strategies. The promotional content produced consists of 15–20 curated photographs, 4–6 tourism videos, and several 360° virtual points. The implementation of the virtual tour improved stakeholder participation in content updates and facilitated easier access for tourists to information and attractions at Jolosutro Beach.

Keywords: Tourism branding, Jolosutro beach, virtual web

PENDAHULUAN

Kabupaten Blitar menyimpan potensi wisata bahari yang menjanjikan. Salah satu contohnya adalah pantai Jolosutro merupakan destinasi wisata yang masih memiliki tingkat kunjungan wisatawan yang relatif rendah. Pantai ini menawarkan panorama yang memukau, dengan hamparan pasir coklat yang luas dan bersih (Sumarmi et al., 2024), seperti terlihat pada Gambar 1. Selain keindahan alamnya, hasil observasi awal menunjukkan

adanya potensi wisata tambahan yang dapat dikembangkan, antara lain kegiatan konservasi seperti pencarian dan penetasan telur penyu, serta pelaksanaan tradisi tahunan Petik Laut yang diselenggarakan setiap bulan Suro, menjadi bagian dari daya tarik budaya dan ekologis kawasan ini. Selain itu, pesona lanskap alam Pantai Jolosutro turut memperkuat potensi wisata yang dimilikinya juga tampak dalam Gambar 2.



Gambar 1. Pantai Jolosutro dengan Pasir Coklatan dan Pohon Cemara Laut di Pantai Jolosutro sebagai untuk Area Camping



Gambar 2. Upacara Petik Laut

Selain menawarkan pesona pantai dan budaya, Pantai Jolosutro juga memiliki potensi hasil pertanian seperti pisang, kelapa, dan nanas yang dapat mendukung pengembangan wisata apabila dikemas dengan baik (Retraubun et al., 2023). Meskipun Pantai Jolosutro memiliki pesona alam, budaya, serta potensi hasil pertanian seperti pisang, kelapa, dan nanas yang dapat mendukung pengembangan wisata jika

dikemas secara tepat (Retraubun et al., 2023), kawasan ini masih menghadapi beberapa kendala mendasar dalam pengelolaannya. Minimnya informasi menarik yang dapat diakses wisatawan, rendahnya kapasitas pengelola dalam merancang strategi promosi, serta belum adanya media promosi digital yang efektif menyebabkan potensi tersebut belum teroptimalkan secara maksimal. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa

penguatan kapasitas digital dan pengembangan media promosi yang mampu menampilkan keunikan destinasi secara informatif dan menarik.

Penyajian potensi destinasi wisata secara menarik dan sistematis, disertai dengan strategi diseminasi yang luas, diyakini mampu memperkuat daya tarik destinasi dan mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan (Kinanthi et al., 2023; Sumarmi et al., 2023). Strategi pemasaran berperan sebagai elemen kunci dalam promosi, yang pada akhirnya dapat memberikan manfaat ekonomi bagi pihak pengelola (Wicaksono & Tolle, 2021). Salah satu opsi promosi yang dapat digunakan adalah *virtual tour* berbasis petualangan melalui *platform Digitalbook*.

Pemanfaatan *virtual tour* berbasis petualangan melalui *platform Digitalbook* telah diidentifikasi sebagai alternatif solusi yang aplikatif untuk pengembangan destinasi Pantai Jolosutro (Nihayah et al., 2023; Prasiasa, 2023). Teknologi Virtual Reality (VR) sendiri merepresentasikan lingkungan nyata yang disimulasikan ke dalam ruang teknologi representasi spasial berbasis tiga dimensi yang didukung oleh sistem komputasi interaktif (Proborini et al., 2024; Rohmah et al., 2022) menjadi salah satu inovasi dalam penyampaian informasi digital. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan *virtual reality tour* berbasis *Digitalbook* berkonsep petualangan mampu meningkatkan kemudahan dalam menyampaikan informasi secara lebih menarik dan imersif kepada pengguna (Sousa et al., 2024; Yung et al., 2021). Penggunaan teknologi ini juga dapat dikembangkan lebih lanjut sebagai media promosi visual yang efektif.

Pengembangan web *virtual* Pantai Jolosutro sebagai sarana promosi menjadi alternatif strategi branding yang potensial. Visualisasi yang menarik merupakan faktor penting dalam menarik minat pengunjung dan meningkatkan jumlah pengunjung. Namun, dalam melakukan pengemasan destinasi diperlukan langkah awal berupa identifikasi potensi yang dimiliki pantai tersebut.

Visualisasi merupakan salah satu bentuk strategi branding yang digunakan untuk mempublikasikan daya tarik wisata Pantai

Jolosutro. Penerapan branding melalui media web terbukti memberikan berbagai manfaat bagi para wisatawan (Sumarmi et al., 2023). *Tur virtual* berbasis petualangan yang terintegrasi dengan buku digital juga menawarkan kelebihan dalam hal jangkauan promosi yang lebih luas terhadap calon wisatawan, efisiensi biaya operasional, serta kemudahan dalam proses monitoring aktivitas promosi secara daring (Sanjaya & Putra, 2025). Integrasi teknologi Virtual Reality melalui media web memungkinkan penyampaian panorama Pantai Jolosutro secara imersif, sehingga memfasilitasi proses pengenalan destinasi secara efektif dan mendorong minat kunjungan wisatawan (Morrison, 2013; Sobarna et al., 2024; Yung et al., 2021). Untuk itu, diperlukan pendekatan inovatif yang mampu mengoptimalkan potensi visual dan teknologi secara terpadu.

Partisipasi aktif dari pengelola wisata menjadi kunci keberhasilan program ini agar hasil yang dicapai sesuai dengan tujuan (Yung et al., 2021). Program ini difokuskan pada pengembangan media web dalam bentuk *virtual tour* berbasis petualangan yang terintegrasi dengan buku digital interaktif, sebagai salah satu bentuk solusi inovatif dalam mendukung promosi dan edukasi kawasan wisata. Pengembangan ini dirancang untuk memberikan pengalaman eksploratif yang imersif bagi pengguna, sekaligus menghadirkan informasi yang edukatif dalam format yang menarik dan mudah diakses. Proses perancangan dan implementasi dilakukan secara kolaboratif antara peneliti dan pengelola wisata setempat, guna memastikan kesesuaian konten, narasi, serta kebutuhan lokal yang diangkat dalam *platform digital* tersebut. Kolaborasi ini juga menjadi bagian dari pendekatan partisipatoris yang menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam inovasi berbasis teknologi untuk pengembangan potensi wilayah.

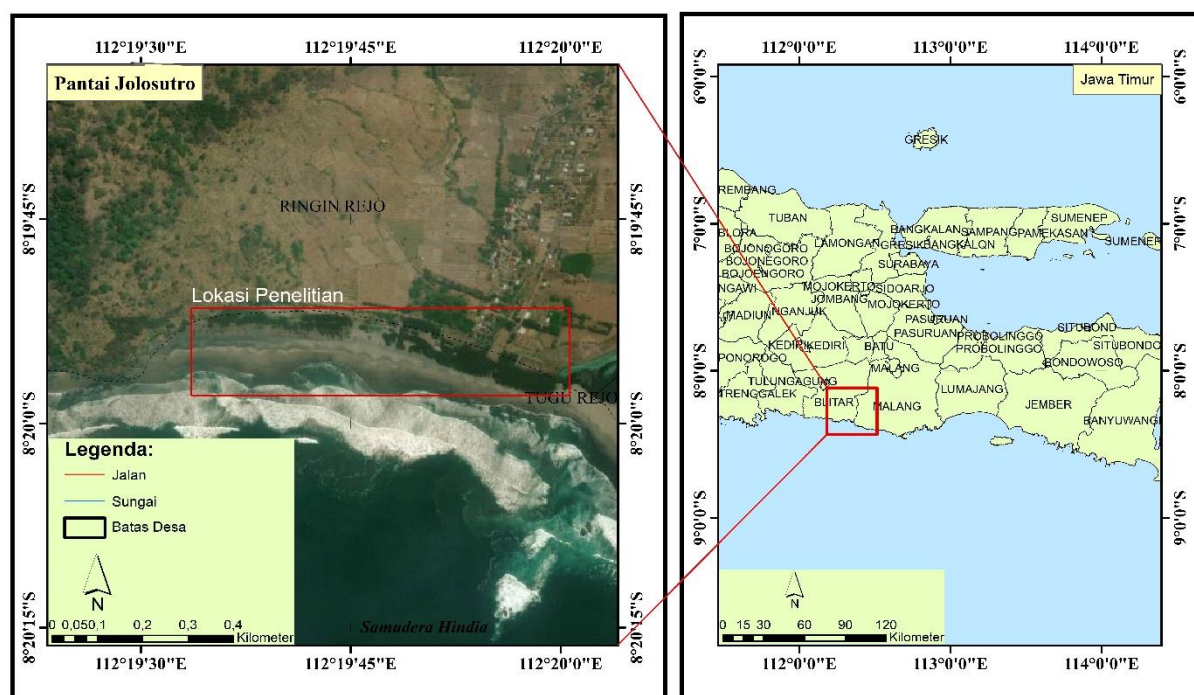
Seiring berkembangnya kajian pariwisata digital, pemanfaatan media *virtual tour* berbasis web semakin banyak digunakan sebagai strategi untuk memperkuat branding destinasi dan meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa visualisasi imersif

melalui virtual tour mampu membantu wisatawan memahami karakter destinasi secara lebih komprehensif sebelum berkunjung serta memperkuat citra dan daya tarik kawasan wisata (Sanjaya & Putra, 2025). Namun, sebagian besar kajian tersebut masih berfokus pada destinasi yang telah berkembang dan menitikberatkan pada aspek promosi visual, sementara keterlibatan pengelola lokal, peningkatan kapasitas digital masyarakat, serta integrasi potensi alam, budaya dalam satu media promosi yang berkelanjutan masih relatif terbatas. Selain itu, pemanfaatan platform ArcGIS *StoryMaps* sebagai media branding destinasi pesisir dengan tingkat kunjungan rendah, seperti Pantai Jolosutro, belum banyak dikaji secara empiris dalam kerangka pendekatan partisipatif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan web virtual tour berbasis petualangan yang terintegrasi dengan *Digitalbook* menggunakan platform ArcGIS *StoryMaps* sebagai strategi penguatan branding Pantai Jolosutro Kabupaten Blitar, sekaligus meningkatkan kapasitas digital pengelola wisata melalui proses identifikasi potensi, penyusunan konten visual, dan pengelolaan media promosi digital yang berkelanjutan.

METODE

Lokasi Kegiatan

Pantai Jolosutro merupakan salah satu destinasi wisata bahari yang terletak di Desa Ringinrejo, Kecamatan Wates, Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Lokasi desa ini berada di wilayah selatan Kabupaten Blitar dan memiliki akses langsung ke Samudra Hindia. Secara geografis, Desa Ringinrejo berjarak kurang lebih 63 kilometer dari pusat Kota Blitar dan sekitar 70 kilometer dari Kota Malang, yang merupakan dua kota utama terdekat yang memiliki peran penting dalam konektivitas regional. Pantai Jolosutro dikenal memiliki lanskap alam yang masih alami dan menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun luar daerah. Potensi wisata ini menjadikan kawasan tersebut relevan untuk dijadikan objek dalam pengembangan media promosi digital berbasis virtual tour. Posisi geografis dan aksesibilitas wilayah ini memberikan nilai strategis dalam penelitian kepada masyarakat yang berfokus pada pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan destinasi wisata. Peta lokasi penelitian dapat dilihat pada Gambar 3, yang memperlihatkan letak geografis Pantai Jolosutro dalam konteks regional Blitar dan sekitarnya.



Gambar 3. Peta Titik Lokasi Kegiatan

Alat dan Bahan

Peralatan dan bahan yang digunakan dalam kegiatan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Alat dan Bahan

No	Alat dan Bahan	Spesifikasi alat	Kegunaan
1	Canva	Canva create	<i>Editing</i> foto
2	Arc Gis Storymap	Arc Gis Storymap	Pengeolahan data dan visualisasi untuk branding web
3	Ms. Word	Ms. Word 365	Analisis Deskriptif
4	Kamera 360	Kamera insta360 x3	Pengambilan data video 360°

Metode Pengumpulan, Pengolahan dan Analisis Data

Hasil observasi yang dilakukan bersama pengelola wisata menunjukkan beberapa permasalahan, antara lain: (1) potensi Pantai Jolosutro belum teridentifikasi secara maksimal; (2) keterbatasan kapasitas sumber daya manusia di kalangan pengelola; (3) rendahnya pemanfaatan media promosi untuk mendukung upaya branding destinasi; serta (4) belum adanya sistem pengelolaan dan strategi promosi branding yang berkelanjutan.

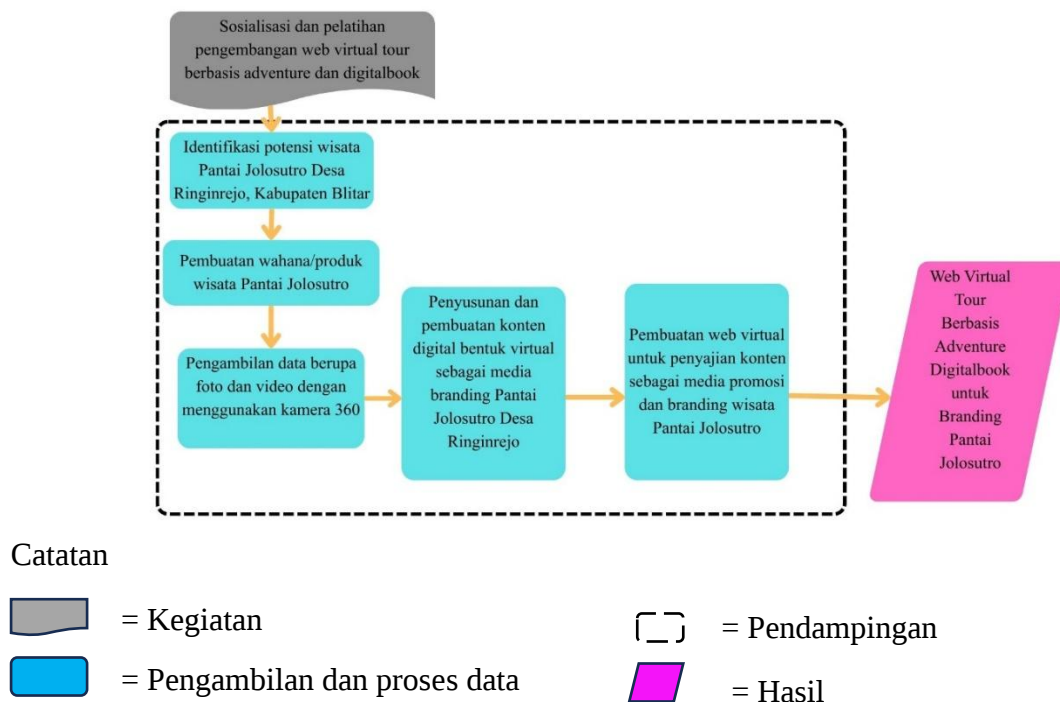
Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra, disimpulkan bahwa Pantai Jolosutro memerlukan strategi branding yang tepat. Salah satu pendekatan strategis yang dapat diterapkan dalam pengembangan potensi desa mitra adalah melalui inovasi media digital, yaitu pengembangan web virtual tour berkonsep petualangan yang terintegrasi dengan buku digital interaktif. Pendekatan ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media edukatif yang memperkenalkan keunikan dan nilai lokal destinasi secara menarik dan sistematis. Pemanfaatan platform digital dinilai sebagai solusi yang efektif dalam memperluas jangkauan promosi destinasi, mengingat media berbasis internet memiliki keunggulan dalam hal distribusi informasi yang cepat, fleksibel, dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Penyajian konten secara visual dalam bentuk ruang tiga dimensi virtual juga mampu memberikan pengalaman eksploratif yang

imersif, sehingga meningkatkan ketertarikan dan keterlibatan pengguna.

Keberhasilan implementasi program ini sangat bergantung pada partisipasi aktif dari pengelola pantai, yang mencakup keterlibatan dalam identifikasi potensi lokal, penyusunan dan validasi konten digital, pelaksanaan strategi promosi, serta evaluasi secara berkelanjutan untuk memastikan relevansi dan keberlanjutan media. Dengan keterlibatan komunitas lokal, program ini diharapkan tidak hanya berdampak pada promosi wisata, tetapi juga memperkuat kapasitas digital masyarakat desa dalam pengelolaan sumber daya pariwisata yang berkelanjutan.

Kegiatan penelitian ini dirancang secara sistematis dengan mengadopsi model ADDIE yang melalui beberapa tahapan utama dan terintegrasi dengan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research (PAR)* dan model pendampingan berbasis pemberdayaan masyarakat. Setiap langkah pelaksanaan melibatkan partisipasi aktif pengelola wisata dan memastikan keberlanjutan program.. Tahap pertama dimulai dengan perumusan solusi, penjabaran tujuan, serta penegasan urgensi program sebagai upaya nyata dalam menjawab kebutuhan mitra dalam bidang promosi wisata berbasis digital. Langkah ini mencakup identifikasi potensi lokal yang relevan untuk dikembangkan melalui media digital. Tahap kedua adalah pengambilan dan penyusunan materi visual, berupa foto dan video yang merepresentasikan keunikan serta daya tarik destinasi wisata secara menarik dan informatif. Materi ini kemudian melalui proses kurasi dan pengeditan untuk memastikan kualitas dan kesesuaian dengan pesan yang ingin disampaikan. Selanjutnya, tahap ketiga mencakup proses pengunggahan seluruh konten ke dalam platform web yang telah dirancang dalam bentuk virtual tour interaktif. Pengembangan web ini menyesuaikan dengan prinsip user-friendly dan kemudahan akses, sehingga mampu menjangkau audiens secara luas dan memberikan pengalaman eksploratif secara daring. Seluruh tahapan tersebut dijalankan secara kolaboratif antara tim pelaksana dan mitra desa guna menjamin keberlanjutan dan

pemanfaatan produk digital secara optimal. Berikut ini disajikan dalam bentuk *flowchart* pada Gambar 4.



Gambar 4. Diagram Alur Kegiatan Penelitian Di Pantai Jolosutro

Tahapan pengumpulan data dalam kegiatan penelitian ini diawali dengan observasi awal, yang dilanjutkan dengan pelaksanaan sosialisasi, penyusunan konten, serta pengembangan dan publikasi website berbasis virtual yang dilengkapi dengan buku digital. Kegiatan Observasi yang pertama adalah dengan mengidentifikasi potensi kawasan Pantai Jolosutro dan sebagai dasar dalam perancangan materi promosi yang kontekstual dan sesuai dengan karakteristik destinasi. Tahapan pertama setelah observasi adalah kegiatan sosialisasi, yang dilaksanakan di Balai Desa Ringinrejo, dengan tujuan memberikan pemahaman tentang pentingnya pengembangan web virtual tour berbasis petualangan dan buku digital sebagai strategi branding destinasi. Dalam sosialisasi ini juga diberikan pelatihan mengenai pengelolaan dan pemanfaatan media virtual untuk promosi, sekaligus menggali potensi lokal yang dapat dijadikan

konten promosi. Pada tahapan ini yang terlibat adalah semua pengurus Kelompok Masyarakat Pengawas (POKMASWAS) yang beranggotakan 14 orang.

Tahap kedua melibatkan proses penyusunan konten dengan menggunakan dokumentasi berupa foto dan video, termasuk hasil pengambilan gambar dengan kamera 360 derajat. Materi visual ini difokuskan pada produk wisata yang akan ditawarkan kepada wisatawan, dan dikemas dalam konsep petualangan agar lebih menarik secara virtual.

Selanjutnya, tahap ketiga adalah proses unggah dan pengembangan web virtual serta digital book. Konten yang telah disusun kemudian diunggah ke platform ArcGIS StoryMaps, yang dipilih karena kemudahannya penggunaannya serta kompatibilitasnya dengan berbagai perangkat. Proses pengembangan ini dirancang secara sistematis dan digambarkan melalui peta jalan (*road map*) yang ditampilkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Langkah-Langkah Pelaksanaan Program Pendampingan Pengembangan Web

Data dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggambarkan temuan-temuan yang meliputi: (1) potensi wisata yang terdapat di Pantai Jolosutro; (2) kemampuan pengelola pantai dalam mengoperasikan teknologi informasi khususnya dalam pengelolaan situs web; (3) pemanfaatan media promosi melalui web virtual tour berkonsep petualangan dan buku digital; serta (4) aspek manajemen dan strategi promosi yang bersifat berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi memiliki peran krusial dalam pengembangan sektor pariwisata. Kemajuan di bidang ini dirancang untuk mempermudah akses pengguna melalui berbagai aplikasi, terutama dalam mendukung aktivitas wisata (Polamarasetti, 2024). Salah satu penerapan teknologi tersebut adalah penggunaan web virtual sebagai sarana promosi destinasi. Web virtual memungkinkan wisatawan untuk mengenal produk atau layanan yang ditawarkan oleh pengelola wisata secara lebih interaktif

(Meng et al., 2025), dan terbukti mampu menarik minat wisatawan dengan lebih cepat (Yesicha et al., 2025). Salah satu penerapan teknologi tersebut dapat dilihat dalam pengembangan promosi wisata Pantai Jolosutro.

Pemanfaatan teknologi web virtual tour berbasis petualangan yang dikombinasikan dengan buku digital menjadi solusi strategis dalam promosi Pantai Jolosutro. Upaya branding ini diperkuat melalui penelitian kepada masyarakat dengan tujuan memberdayakan pengelola wisata agar dapat mengenalkan berbagai potensi yang dimiliki Pantai Jolosutro secara digital. Beragam potensi wisata tersebut dikemas dalam bentuk konten visual yang kemudian dipublikasikan melalui platform web, sehingga menghasilkan media promosi yang menarik dan informatif.

Salah satu bentuk potensi lokal yang dapat diangkat dari Pantai Jolosutro adalah budaya masyarakat yang masih kental. Pantai ini dikenal memiliki tradisi budaya yang kuat, salah satunya adalah upacara Petik Laut yang

diselenggarakan setiap tahun pada bulan Suro (Sumarmi et al., 2024). Upacara ini tidak hanya melibatkan tokoh-tokoh masyarakat dan warga sekitar, tetapi juga dihadiri oleh masyarakat dari luar daerah, serta pejabat pemerintah daerah seperti Bupati Blitar sebagai pemangku kepentingan. Menurut salah satu tokoh di Pantai Jolosutro mengungkapkan:

“Pantai Jolosutro ini sebenarnya bukan hanya soal pantai tetapi budayanya. Setiap tahun kami selalu melaksanakan tradisi Petik Laut pada bulan Suro. Kegiatan ini sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Tidak hanya warga Jolosutro yang terlibat, tetapi juga masyarakat dari luar daerah yang datang untuk mengikuti atau menyaksikan prosesi Petik Laut,” (wawancara S (48 Tahun), 2025)

Persiapan upacara dilakukan secara gotong royong oleh masyarakat, baik laki-laki maupun perempuan. Kaum pria biasanya bertugas menghias perahu yang digunakan untuk melaut agar tampil meriah, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 6, sementara kaum perempuan bergotong royong memasak di dapur untuk menyiapkan sesaji dan jamuan bagi para tamu selama upacara berlangsung, sebagaimana terlihat dalam Gambar 7. Semua kegiatan tersebut dilaksanakan dengan antusiasme dan ketulusan, mencerminkan semangat kolektif yang menjadi ciri khas budaya lokal.



Gambar 6. Mendekorasi Perahu Nelayan sebagai Bagian dari Persiapan Upacara Petik Laut di Pantai Jolosutro



Gambar 7. Para ibu sedang bekerja sama menyiapkan masakan untuk hidangan acara.

Komunitas nelayan di Pantai Jolosutro terus melestarikan tradisi Petik Laut karena memiliki makna yang mendalam bagi kehidupan mereka, baik dari aspek gotong royong, sosial, maupun spiritual. Melalui pelaksanaan upacara ini, kesadaran akan pentingnya menjaga kelestarian laut diharapkan semakin meningkat. Laut tidak hanya dianggap sebagai sumber penghidupan, tetapi juga sebagai bagian dari warisan budaya yang perlu dirawat dan dilestarikan. Petik Laut ditutup dengan doa bersama agar di tahun berikutnya para nelayan memperoleh rezeki yang melimpah serta diberikan kesehatan, keselamatan, dan kesejahteraan. Menurut salah satu tokoh masyarakat disana

“Lewat Petik Laut, kami juga diingatkan untuk menjaga laut. Laut ini bukan hanya tempat kami mencari nafkah tetapi perlu dirawat. Kalau laut rusak, kami yang pertama merasakan dampaknya” (Wawancara AG (41), 2025).

Tradisi ini menjadi daya tarik wisata yang bernilai tinggi dan menjadi kebanggaan masyarakat setempat. Meski zaman terus berkembang, harapannya budaya lokal ini tetap mampu beradaptasi dan tidak hilang ditelan modernisasi.

Pada malam menjelang pelaksanaan Petik Laut, para ibu bergotong royong menyiapkan tumpeng yang terdiri atas aneka buah-buahan, umbi-umbian, sayuran, serta hiasan lainnya. Mereka juga menyiapkan sesaji berupa bunga-bunga yang ditempatkan dalam wadah dari daun, yang di dalamnya juga diletakkan telur. Representasi hasil persiapan tumpeng ditampilkan pada Gambar 8. Upacara Petik Laut dilaksanakan

secara seremonial pada tanggal 1 Suro, diawali dengan prosesi berkumpulnya warga di Balai Desa Ringinrejo, Kabupaten Blitar. Kegiatan dilanjutkan dengan arak-arakan menuju Pantai Jolosutro yang dipimpin oleh tokoh masyarakat. Dalam prosesi tersebut, para sesepuh desa membawa perlengkapan sesaji, sedangkan setiap keluarga turut serta dalam kegiatan yang dapat dilihat dalam Gambar 9.



Gambar 8. Penyusunan sesaji



Gambar 9. Prosesi arak-arakan dalam rangka Upacara Petik Laut di Pantai Jolosutro

Tradisi Petik Laut merupakan ritual tahunan yang secara rutin diselenggarakan oleh masyarakat sekitar Pantai Jolosutro. Pada prosesi tersebut, delapan warga secara simbolis melarungkan dua gunung tumpeng ke laut sebagai wujud persembahan ritual. Gunung pertama terdiri atas tumpeng nasi yang disertai berbagai lauk tradisional, antara lain ayam ingkung, sambal goreng, serundeng, sayur kulupan, dan irisan mentimun. Hidangan-hidangan tersebut memiliki makna simbolis sebagai wujud rasa syukur dan doa permohonan.

Gunung kedua terdiri dari tumpeng hasil bumi, seperti buah-buahan dan umbi-umbian, antara lain talas, ubi, singkong, dan kacang tanah, yang semuanya merupakan hasil pertanian masyarakat setempat. Selain itu, setiap warga yang ikut serta dalam acara ini membawa nampan berisi tumpeng nasi

kuning lengkap dengan ayam ingkung. Nampan yang digunakan dalam ritual tersebut dialasi dengan daun pisang dan dihias dengan janur kuning, yang melambangkan permohonan restu serta ungkapan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa. Dokumentasi pelaksanaan ritual Petik Laut dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Upacara petik laut

Daya tarik lain yang memikat wisatawan di Pantai Jolosutro adalah ombaknya yang besar dan kuat. Setiap sore, sebelum para nelayan berangkat melaut untuk mencari ikan atau melakukan aktivitas penangkapan, mereka terlebih dahulu harus menghadapi tantangan alam berupa gelombang laut yang tinggi, yang menjadi risiko rutin dalam kehidupan sehari-hari mereka. Momen ini sering kali membuat para pengunjung yang menyaksikannya merasa tegang, namun akan merasa lega dan puas ketika para nelayan berhasil melewatinya. Berikut adalah hasil wawancara dengan beberapa pengunjung yang melihat aktivitas nelayan pada sore hari:

“Hal yang paling berkesan bagi saya ketika berkunjung ke Pantai Jolosutro adalah kondisi ombaknya yang cukup besar. Pada sore hari, pengunjung dapat menyaksikan para nelayan bersiap berangkat melaut dan harus melewati gelombang laut yang tinggi.” (wawancara dengan AS (28 Tahun), 2025).

Selain itu ada juga yang berpendapat bahwa:

“Pantai Jolosutro ini ombaknya besar tetapi nelayannya juga berani menerobosnya sungguh sangat bagus sekali” (wawancara B (20 Tahun), 2025)

Selain itu, Pantai Jolosutro juga dikenal sebagai lokasi favorit penyu untuk bertelur, menjadikannya tempat ideal untuk

kegiatan wisata seperti pengambilan telur penyu, inkubasi penetasan, hingga pelepasan tukik ke laut. Telur penyu dan area inkubasinya dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Lokasi Inkubasi Telur Penyu di Pantai Jolosutro

Momen saat telur penyu menetas menjadi saat yang membahagiakan, terutama ketika ada kesempatan untuk melepaskan tukik ke laut. Kegiatan ini menjadi pengalaman yang sangat dinantikan wisatawan, terlebih ketika mereka menyaksikan tukik perlahan merayap di atas pasir hingga akhirnya terbawa ombak ke laut, seperti yang terlihat pada Gambar 12. Selain pelepasan tukik, daya tarik lainnya adalah keberadaan area perkemahan yang ada di lokasi penelitian. Hal ini dimungkinkan karena garis Pantai Jolosutro yang membentang hampir sepanjang 1,5 kilometer, memberikan ruang yang luas dan terbuka sehingga sangat ideal untuk kegiatan berkemah maupun aktivitas wisata alam lainnya. Rindangnya pepohonan di sekitar pantai juga menciptakan suasana yang sejuk dan alami. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua POKMASWAS, Pantai Jolosutro memiliki kekayaan alam yang sangat potensial sebagai daya tarik wisata.



Gambar 12. Pelepasan Tukik Penyu di Pantai Jolosutro

Desa Ringinrejo, yang terletak di Kecamatan Wates, memiliki karakteristik

geografis yang unik dengan perpaduan antara kawasan pesisir dan wilayah perbukitan. Keberagaman topografi ini memberikan potensi pengembangan wisata bahari, terutama di kawasan Pantai Jolosutro, serta potensi hasil perkebunan seperti jagung, rambutan, nanas, dan kelapa. Meskipun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya tereksplorasi maupun dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat. Salah satu pendekatan strategis yang dapat diimplementasikan adalah pengembangan virtual tour berbasis petualangan yang terintegrasi dengan digital book sebagai media branding dan promosi destinasi. Promosi dengan media web virtual dianggap sebagai metode yang efektif karena memiliki jangkauan yang luas dalam menjangkau target audiens.

Kegiatan pendampingan dalam program ini dilakukan secara bertahap. Tahap pertama adalah sosialisasi, di mana tim pengabdian menyampaikan tujuan serta urgensi program kepada pihak desa mitra. Pada tahap ini, pengelola wisata Pantai Jolosutro juga diberikan pengetahuan tentang pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata. Selain itu, dilakukan pula identifikasi potensi yang dimiliki desa serta perencanaan produk wisata yang akan dijadikan konten promosi.

Tahap kedua melibatkan proses pembuatan dan penyusunan konten. Konten ini dikembangkan sebagai media promosi, berdasarkan hasil identifikasi pada tahap sebelumnya dan disesuaikan dengan produk wisata yang akan ditawarkan kepada pengunjung.

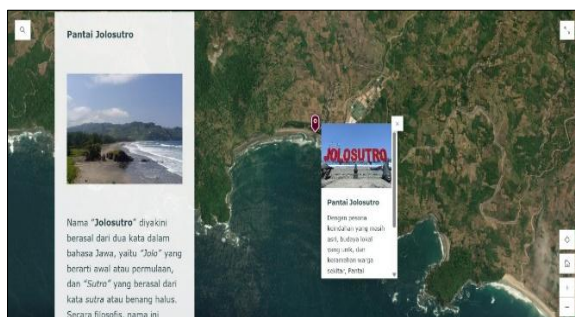
Tahap ketiga adalah proses unggah dan pengembangan web virtual tour berbasis petualangan dan buku digital. Konten yang telah disiapkan kemudian diunggah ke platform ArcGIS StoryMap, sebuah layanan web virtual berbayar yang dipilih karena kemudahan penggunaannya serta kemampuannya mendukung berbagai perangkat. Kelebihan lain dari ArcGIS StoryMap adalah kemampuannya dalam menyampaikan informasi spasial dengan menggabungkan peta dan data non-spasial dalam satu aplikasi web yang interaktif (Suni & Suni, 2023). Virtual tour ini dikembangkan

dengan menempatkan foto-foto di titik-titik wisata tertentu agar pengguna dapat berpindah dari satu lokasi ke lokasi lainnya secara virtual (Sumarmi et al., 2023). Dengan demikian, web virtual ini diharapkan dapat menjadi media promosi yang menarik dan mudah diakses oleh calon wisatawan (Gambar 13).



Gambar 13. Tampilan Rancangan Web Virtual Tour

Tahap ketiga mencakup proses pengunggahan web virtual tour berbasis petualangan dan buku digital yang berfungsi sebagai sarana promosi. Web ini dirancang dengan berbagai fitur interaktif untuk meningkatkan kenyamanan pengguna. Konten dalam web ini memuat berbagai informasi terkait Pantai Jolosutro, mulai dari lokasi, kondisi lingkungan, aturan yang berlaku, layanan yang tersedia, hingga keindahan alamnya sebagaimana ditampilkan pada Gambar 14 sampai 16.



Gambar 14. Tampilan website

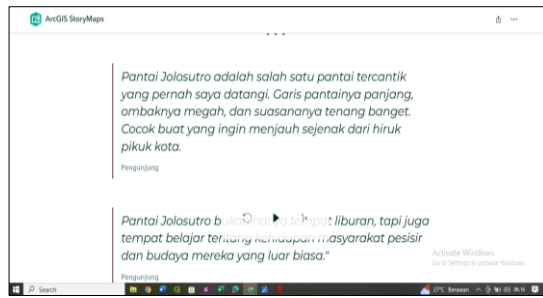


Gambar 15. Deskripsi Singkat Pantai



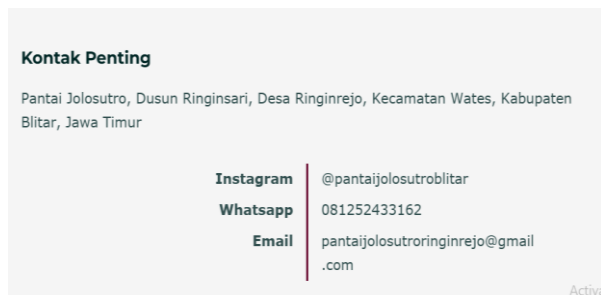
Gambar 16. Upacara Budaya

Platform web virtual tour ini juga menyajikan dokumentasi visual dari ritual budaya larung saji yang menjadi bagian penting dari tradisi masyarakat pesisir, serta menampilkan ulasan dan testimoni dari pengunjung sebelumnya sebagai bentuk apresiasi dan pengalaman mereka selama berada di lokasi wisata. Fitur tersebut dapat dilihat pada Gambar 17. Kehadiran fitur ulasan pengunjung merupakan strategi yang diterapkan oleh pengelola untuk menjaga kualitas pelayanan pariwisata di Pantai Jolosutro sekaligus memperkuat akses informasi bagi calon wisatawan. Praktik transparansi informasi semacam ini diharapkan berkontribusi terhadap keberlanjutan destinasi wisata dan konservasi ekosistem pesisir secara terpadu (Arinta & Susilo, 2023; Sumarmi et al., 2020). Dengan demikian, fungsi web tidak hanya terbatas sebagai alat promosi, melainkan juga sebagai media edukasi serta pelestarian budaya dan lingkungan.



Gambar 17. Tangkapan Layar review Pengunjung

Web virtual tour juga dilengkapi dengan fitur layanan (*service*) yang menyajikan informasi detail mengenai berbagai fasilitas yang tersedia dan dapat dinikmati oleh pengunjung saat berkunjung ke Pantai Jolosutro, seperti area parkir, lokasi berkemah, warung makan, mushola, serta titik-titik strategis untuk menikmati panorama alam. Fitur ini dapat diakses melalui menu "kontak kami" seperti ditunjukkan pada Gambar 18, yang memungkinkan pengunjung menghubungi langsung pihak pengelola.



Gambar 18. Helpdesk Pengelola Pantai

Pasca penyelesaian proses pengembangan web virtual tour, dilaksanakan kegiatan sosialisasi yang ditujukan kepada masyarakat dan pengelola wisata Pantai Jolosutro. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan pemanfaatan web virtual tour sebagai instrumen strategis dalam mendukung upaya promosi destinasi pariwisata. Kegiatan ini juga berkontribusi dalam meningkatkan kapasitas masyarakat lokal dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung promosi pariwisata.

Implementasi web virtual tour berbasis petualangan dan digital book memberikan perubahan yang signifikan terhadap praktik pengelolaan dan strategi promosi Pantai Jolosutro. Sebelum pengembangan web, informasi mengenai

destinasi umumnya tersebar dalam bentuk cerita lisan, unggahan media sosial sederhana, atau publikasi sporadis dari pihak desa. Setelah web virtual tour dipublikasikan, pengelola memiliki saluran informasi resmi yang lebih sistematis, lengkap, dan mudah diakses oleh wisatawan. Web ini menampilkan potensi alam, budaya, dan fasilitas wisata melalui foto terkurasi, video pendek, titik pandang 360°, serta deskripsi naratif yang informatif (Maharani et al., 2024). Perubahan tersebut berdampak pada meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap efektivitas media digital dalam memperkenalkan destinasi, karena mereka dapat melihat langsung bagaimana konten visual mampu menggambarkan daya tarik wisata secara lebih menarik dan profesional (Prasiasa, 2023).

Penerimaan masyarakat dan pengelola wisata terhadap web virtual tour tergolong sangat positif. Pada kegiatan sosialisasi, sebagian besar peserta menyatakan bahwa media digital ini memberikan cara baru yang lebih efisien dan modern untuk memperkenalkan Pantai Jolosutro. Pengelola wisata mulai memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai fungsi web sebagai alat promosi, media edukasi, dan sarana penyampaian informasi yang berkelanjutan. Tingkat antusiasme ini tercermin dari meningkatnya partisipasi mereka dalam memberikan masukan terhadap konten, mengusulkan titik-titik wisata baru, serta mulai aktif dalam penggunaan fitur layanan pengelola (*helpdesk*) di web (Sobarna et al., 2024). Penerimaan positif tersebut sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa teknologi digital meningkatkan rasa memiliki (*sense of ownership*) masyarakat terhadap destinasi.

Dari sisi peningkatan kapasitas digital, kegiatan pendampingan yang meliputi pengenalan platform ArcGIS StoryMaps, pelatihan pengelolaan konten visual, serta pemahaman tentang strategi branding digital telah meningkatkan kemampuan pengelola wisata secara signifikan. Secara kualitatif, terjadi peningkatan kompetensi sekitar 60–70% yang terlihat dari kemampuan mereka dalam membaca struktur web, memahami navigasi virtual tour, serta meninjau dan

memvalidasi konten digital. Pengelola yang sebelumnya belum familiar dengan teknologi informasi kini mulai dapat memanfaatkan media digital untuk memperbarui informasi, mengunggah dokumentasi kegiatan, dan mempromosikan acara budaya secara mandiri. Tingkat literasi digital semacam ini menjadi prasyarat penting dalam pengembangan *smart tourism* yang berbasis partisipasi masyarakat (Stylianou et al., 2025).

Efektivitas promosi juga menunjukkan peningkatan. Setelah web virtual tour dipublikasikan, pengelola melaporkan bahwa wisatawan mulai mengakses web sebelum melakukan kunjungan, terutama untuk melihat fasilitas, rute perjalanan, dan jadwal kegiatan budaya. Fitur ulasan dan testimoni yang disertakan dalam web turut memperkuat aspek kredibilitas informasi, sehingga mendorong wisatawan untuk menjadikan Pantai Jolosutro sebagai destinasi pilihan (Yung et al., 2021). Peningkatan efektivitas promosi ini dapat dilihat dari meningkatnya interaksi pengunjung pada platform digital desa dan bertambahnya jumlah pertanyaan melalui fitur kontak pengelola. Fenomena ini konsisten dengan temuan bahwa visualisasi destinasi melalui media digital interaktif mampu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan minat kunjungan secara signifikan.

KESIMPULAN

Kegiatan penelitian ini berhasil meningkatkan efektivitas promosi Pantai Jolosutro melalui pengembangan web virtual tour berbasis digital book yang mampu menampilkan potensi destinasi secara informatif dan interaktif. Implementasi web virtual tour tidak hanya memperluas jangkauan promosi, tetapi juga meningkatkan kapasitas digital pengelola wisata dan aparatur desa dalam mengelola konten serta memanfaatkan teknologi sebagai strategi branding yang berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam mengatasi minimnya media promosi digital sekaligus memperkuat upaya pengembangan destinasi wisata Pantai Jolosutro. Melalui kegiatan penelitian ini

telah dikembangkan media web virtual tour berbasis digital book sebagai upaya strategis untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengadopsi teknologi digital dan memperkuat promosi wisata Pantai Jolosutro. Implementasi media ini terbukti mendorong pengelola wisata untuk lebih aktif dalam melakukan pembaruan konten dan memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari strategi branding destinasi. Ke depan, masyarakat dan pengelola wisata disarankan untuk terus mengembangkan konten secara berkala, sementara pemerintah desa diharapkan mendukung pemeliharaan infrastruktur digital serta menjalin kemitraan dengan lembaga pendidikan atau komunitas digital agar pengembangan promosi wisata dapat berkelanjutan dan adaptif terhadap kebutuhan zaman. Inovasi ini diharapkan dapat menjadi solusi atas rendahnya efektivitas promosi yang selama ini menjadi tantangan dalam pengembangan wisata di Pantai Jolosutro. Pemanfaatan visualisasi potensi kawasan melalui ArcGIS StoryMaps dalam bentuk virtual tour berfungsi sebagai media informatif yang memungkinkan wisatawan mengenali daya tarik Pantai Jolosutro, sehingga dapat mendorong minat kunjungan ke destinasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arinta, D., & Susilo, S. (2023). development Of Integrated And Sustainable Community Based Eco-Tourism On Sipelot Beach, Indonesia. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 46(1), 19–26.
- Kinanthi, R. A., Rahadiani, A., Armana, N. A. C., & Dharma, A. W. P. (2023). Perencanaan Pengembangan Embung Melalui Destination Branding Sebagai Penunjang Potensi Daya Tarik Wisata di Desa Sumberagung, Kec. Gondang, Kab. Nganjuk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 3(1), 47–56.
<https://doi.org/10.52352/makardhi.v3i1.1153>
- Li, X., Kong, W. H., & Yang, F. X. (2021). Authentic food experiences bring us back to the past: An investigation of a

- local food night market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(3), Article 3. <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1902910>
- Maharani, A. D., Islami, M. E. N., & Hermawan, H. (2024). Augmented Reality dan Pengalaman Wisata: *Jurnal Kajian Pariwisata*, 6(1), 64–74. <https://doi.org/10.51977/jiip.v6i1.1654>
- Meng, L. (Monroe), Bie, Y., Yang, M., & Wang, Y. (2025). The effect of human versus virtual influencers: The roles of destination types and self-referencing processes. *Tourism Management*, 106, 104978. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.104978>
- Morrison, A. (2013). Destination management and destination marketing: The platform for excellence in tourism destinations. *Tourism Tribune*, 28(1), Article 1.
- Nihayah, A. N., Kistanti, N. R., Setyadharma, A., Pujiati, A., & Ayuntavia, A. (2023). Strategi Promosi Wisata Menggunakan Virtual Reality E-Tourism di Desa Wisata Kopeng. *Surya Abdimas*, 7(3), Article 3. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i3.3061>
- Polamarasetti, A. (2024). Role of Artificial Intelligence and Machine Learning to Enhancing Cloud Security. 2024 *International Conference on Intelligent Computing and Emerging Communication Technologies (ICEC)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICEC59683.2024.10837120>
- Prasiasa, D. P. O. (2023). Development Of Tourism Village Based On Adventure Tourism Attraction During The Covid-19 Pandemic In B. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 11(1), <https://doi.org/10.35814/tourism.v11i1.3424>
- Proborini, A. L., Tayibnapis, R. G., & Santi, M. R. (2024). Transformasi Immersive Promotion dengan Berbasis Metaverse dalam Periklanan Digital. *Indonesian Research Journal on Education*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.31004/irje.v5i1.2237>
- Retraubun, P. A., Laimheheriwa, B. S., & Pical, V. (2023). Analisis Kesesuaian dan Daya Dukung Kawasan Wisata Pantai Ngursarnadan Kabupaten Maluku Tenggara. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Kelautan Tropis*, 15(1), Article 1. <https://doi.org/10.29244/jitkt.v15i1.42861>
- Rohmah, A. N. B., Romadhona, E. P., Putri, IUQYANA A., Arifin, Z., & Sari, V. K. (2022). pembelajaran pendidikan islam melalui virtual reality (vr). *Raudhah Proud To Be Professionals : Jurnal Tarbiyah Islamiyah*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.48094/raudhah.v7i2.450>
- Sanjaya, K. O., & Putra, I. G. A. D. (2025). Virtual Tour Video 360 Pada Objek Wisata Unggulan Di Kecamatan Tejakula Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 22(1), Article 1. <https://doi.org/10.23887/jptkuniksha.v22i1.85369>
- Sary, M. P., Putri, M. L., Sutjipto, V. W., Sutyono, C. A. P., & Aulia, F. (2025). Penyuluhan Pelestarian Lingkungan Melalui Film Animasi Pada Anak-Anak Di Wilayah Ciliwung. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 204–213. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v8i1.56793>
- Sobarna, C., Amien, S., & Afsari, A. S. (2024). Pemanfaatan Keanekaragaman Hayati Lokal Sebagai Sumber Pendapatan Masyarakat Pesisir Pangandaran. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 614–626. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v7i3.45868>
- Sousa, N., Alén, E., Losada, N., & Melo, M. (2024). Virtual Reality in Tourism

- Promotion: A Research Agenda Based on A Bibliometric Approach. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 25(2), 313–342.
<https://doi.org/10.1080/1528008X.2022.2112807>
- Stylianou, C., Pipiros, K., & Aslanides, A. (2025). Rural place branding through social media: A stakeholder strategy perspective. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 17(1), 62–76.
<https://doi.org/10.1108/WHATT-12-2024-0297>
- Sumarmi, Kurniawati, E., Aliman, M., (2020). Community Based Tourism (Cbt) To Establish Blue Economy And Improve Public Welfare For Fishing Tourism Development In Klatak Beach, Tulungagung, Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 31(3), Article 3.
<https://doi.org/10.30892/gtg.31307-530>
- Sumarmi, S., Bachri, S., Putra, A. K., Hakiki, A. R. R., Hidiyah, T. M., & Osman, S. (2023). Pengembangan Web Virtual Tour Berbasis Adventure Untuk Branding Pantai Perawan Di Kabupaten Malang. *Jurnal Praksis dan Dedikasi Sosial (JPDS)*, 6(2), 172.
<https://doi.org/10.17977/um032v6i2p172-183>
- Sumarmi, S., Irawan, L. Y., Arinta, D., Suprianto, A., Kurniawati, E., Graciani, H., Marlina, M., Fahim, N. B. A., , Arif, M., Sholeha, D. W., & Shaherani, N. (2024). Tourism Development Strategy Based On Environmental Services With Integrated Coastal Zone Management (ICZM) To Achieve Sustainable Development Goals (SDGS) In Jolosutro Beach Of Blitar Regency Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 55(3), 1377–1391.
<https://doi.org/10.30892/gtg.55338-1310>
- Suni, M. A., & Suni, A. N. (2023). Pemanfaatan ArcGIS Story Maps Sebagai Media Informasi dan Penyuluhan COVID-19 di Kota Palu: Utilization of ArcGIS Story Maps as a Media for Information and Counseling on COVID-19 in Palu City. *Vivabio: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 5(3), Article 3.
<https://doi.org/10.35799/vivabio.v5i3.50069>
- Wicaksono, A. K. G., & Tolle, H. (2021). Aplikasi Wisata Virtual Pantai Balekambang dan Watu Leter di Malang Raya dengan Lingkungan Suasana Terintegrasi. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5(8), 3555–3562.
- Yesicha, C., Nurjanah, N., Ismandianto, I., Suyanto, S., Syaroni, U., Nasution, B., & Putri, W. E. (2025). The Intersection of Digital Marketing and Sustainable Tourism: A Study on Tour de Siak's Promotion and Environmental Awareness. *E3S Web of Conferences*, 611, 02005.
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202561102005>
- Yung, R., Khoo-Lattimore, C., & Potter, L. E. (2021). Virtual reality and tourism marketing: Conceptualizing a framework on presence, emotion, and intention. *Current Issues in Tourism*, 24(11), 1505–1525.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1820454>