


Open Access

PENINGKATAN CITRA DESTINASI PADA WISATA PULAU BOKORI

Nursaban Rommy Suleman¹, Nasrul², Ratih Hurriyati³, Riski Amalia Madi⁴,
Nurul Ittaquillah⁵, Dzulfikri Azis Muthalib^{*6}, Hesty Rahmayani Ode⁷
^{1,2,4,5,6,7}Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia

³Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

*Corresponding Author: fikriazis12@uho.ac.id

<p>Info Article</p> <p>Received : 22 Juli 2025</p> <p>Revised : 19 Agustus 2025</p> <p>Accepted : 24 September 2025</p> <p>Publication : 30 September 2025</p>	<p>Abstract: <i>This community service program aimed to enhance the understanding and capacity of stakeholders at the Bokori Island tourist attraction in building a destination image to attract more tourist visits. The method used was participatory training involving 20 participants, utilizing lecture, discussion, and evaluation techniques. Evaluation results indicated a significant improvement in participants' understanding and knowledge of the dimensions of destination image, with an achievement success rate of 85%. This success was supported by factors such as institutional support and participant enthusiasm, although challenges were encountered, including time constraints for some participants due to farming activities. It was concluded that this socialization was effective in improving stakeholder capacity and is expected to contribute to increasing tourist visits to Bokori Island.</i></p>
<p>Keywords: <i>Community Service, Training, Destination Image.</i></p> <p>Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat, Pelatihan, Citra Destinasi</p>	<p>Abstrak: Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kapasitas para pemangku kepentingan di objek wisata Pulau Bokori dalam membangun citra destinasi guna menarik lebih banyak kunjungan wisatawan. Metode yang digunakan adalah pelatihan partisipatif yang melibatkan 20 orang peserta, dengan teknik ceramah, diskusi, dan evaluasi. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan yang signifikan pada pemahaman dan pengetahuan peserta mengenai dimensi-dimensi citra destinasi, dengan tingkat keberhasilan capaian mencapai 85%. Keberhasilan ini didukung oleh faktor seperti dukungan institusi dan antusiasme peserta, meskipun terdapat hambatan berupa keterbatasan waktu sebagian peserta karena aktivitas bertani. Disimpulkan bahwa sosialisasi ini efektif dalam meningkatkan kapasitas stakeholder dan diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan kunjungan wisatawan ke Pulau Bokori.</p>
<p>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</p> 	

INTRODUCTION

Sektor pariwisata memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian dan memperkuat identitas budaya suatu negara. Kontribusi pariwisata terhadap pembangunan nasional terus meningkat setiap tahunnya, baik melalui peningkatan pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja, maupun promosi budaya lokal di kancah internasional. Fenomena ini menunjukkan bahwa pariwisata bukan hanya kegiatan rekreasi, tetapi juga bagian integral dari strategi pembangunan ekonomi dan sosial suatu negara. Namun, di balik potensi besar tersebut, masih terdapat berbagai tantangan yang menghambat optimalisasi sektor pariwisata, terutama dalam hal pengelolaan, pemasaran, dan pembentukan citra destinasi yang kuat.

Di berbagai daerah wisata di Indonesia, permasalahan yang sering muncul adalah kurang optimalnya strategi promosi serta minimnya pemahaman para pelaku wisata terhadap pentingnya citra destinasi. Banyak pengelola destinasi wisata yang belum secara maksimal memanfaatkan teknologi digital dan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi yang efektif. Akibatnya, destinasi yang memiliki potensi besar sering kali kurang dikenal oleh wisatawan karena citra atau persepsi publik yang belum terbentuk dengan baik. Padahal, citra destinasi merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Citra yang positif dan menarik dapat menumbuhkan minat kunjung, kepuasan, dan bahkan loyalitas wisatawan terhadap destinasi tersebut. Sebaliknya, citra yang negatif atau tidak jelas dapat menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung, meskipun destinasi tersebut memiliki potensi besar.

Secara teoretis, citra destinasi terbentuk melalui tiga komponen utama, yaitu kognitif, afektif, dan konatif (Stylidis, 2020). Komponen kognitif berkaitan dengan pengetahuan wisatawan terhadap atribut destinasi, seperti atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas. Komponen afektif berhubungan dengan perasaan atau emosi wisatawan terhadap destinasi, sedangkan komponen konatif berkaitan dengan niat atau perilaku kunjungan ulang. Pembentukan citra yang positif dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman wisatawan, kualitas pelayanan, promosi digital, serta keterlibatan masyarakat dan stakeholder (Agung et al., 2020). Dalam konteks modern, teori perilaku wisatawan juga menegaskan bahwa citra destinasi memengaruhi kepuasan wisatawan yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas dan niat kunjung ulang (Quintal et al., 2020).

Hasil penelitian terkini mendukung pentingnya citra destinasi dalam meningkatkan minat dan loyalitas wisatawan. Ariyanto et al. (2023) menemukan bahwa citra destinasi

berpengaruh positif terhadap niat berkunjung wisatawan melalui persepsi risiko, terutama pada masa pasca-pandemi. Zhang dan Xu (2020) melalui studi meta-analisis menunjukkan bahwa komponen citra destinasi berperan penting dalam memprediksi perilaku wisatawan. Sukawati et al. (2020) di Bali menegaskan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat lokal dalam membangun citra positif desa wisata. Sementara itu, Gómez et al. (2020) menemukan bahwa media sosial dan konten buatan pengguna (*User Generated Content/UGC*) memiliki peran besar dalam pembentukan citra destinasi, di mana ulasan dan posting wisatawan mampu menciptakan persepsi baru yang lebih kredibel dibandingkan promosi konvensional. Penelitian Rahmawati et al. (2024) juga menambahkan bahwa keautentikan budaya dan praktik pariwisata berkelanjutan menjadi unsur penting dalam membangun citra positif yang relevan dengan nilai-nilai wisatawan modern.

Berdasarkan teori dan temuan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa citra destinasi tidak hanya berfungsi sebagai representasi visual atau alat promosi, tetapi juga menjadi faktor strategis dalam meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan destinasi wisata. Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan dan sosialisasi kepada para stakeholder pariwisata, termasuk pengelola destinasi, pelaku usaha, dan masyarakat lokal, untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya pembentukan citra destinasi yang kuat, autentik, dan berkelanjutan. Melalui kegiatan ini diharapkan para stakeholder mampu memahami faktor-faktor yang membentuk citra destinasi, mengembangkan strategi promosi dan branding berbasis digital, serta membangun citra positif yang dapat meningkatkan minat kunjung wisatawan dan kontribusi ekonomi daerah. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi langkah konkret untuk mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan dan peningkatan daya saing destinasi wisata di Indonesia khususnya objek wisata Pulau Bokori.

METHOD

Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam kegiatan pelatihan ini adalah para unsur yang terlibat langsung dalam pengelolaan dan pengembangan objek wisata Pulau Bokori, seperti pengelola wisata, pelaku usaha mikro di sekitar kawasan, serta perwakilan masyarakat lokal yang berperan dalam kegiatan pariwisata. Jumlah peserta pelatihan yang diharapkan sebanyak 20 orang.

Keterkaitan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dilaksanakan oleh Dosen Universitas Halu Oleo, melalui dua lembaga yang terkait:

1. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Keterlibatan lembaga ini adalah mengikutsertakan dosen sebagai instruktur untuk memberikan sosialisasi mengenai peningkatan citra destinasi, terutama dalam konteks objek wisata Pulau Bokori.

2. Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat

Keterlibatan lembaga ini adalah menyangkut fungsi pengarah dan pembinaan dalam pelaksanaan sosialisasi mengenai peningkatan citra destinasi, terutama dalam konteks objek wisata Pulau Bokori.

Metode Kegiatan

Pelatihan ini menggunakan kombinasi metode ceramah, diskusi interaktif, dan evaluasi partisipatif agar peserta tidak hanya memahami secara teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikan materi yang diperoleh. Rincian metode kegiatan sebagai berikut:

1. Penyampaian Materi (Ceramah Interaktif)

Instruktur menyampaikan materi sosialisasi mengenai konsep citra destinasi, faktor pembentuk citra, strategi promosi digital, serta contoh penerapan peningkatan citra destinasi pada objek wisata serupa.

2. Diskusi dan Studi Kasus

Peserta dilibatkan dalam sesi diskusi kelompok untuk menganalisis kondisi aktual Pulau Bokori, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan citra yang ada, serta menyusun gagasan sederhana untuk peningkatan citra destinasi secara kolaboratif.

3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman, kemampuan praktik, dan partisipasi peserta terhadap materi pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui beberapa instrumen berikut:

- a. Jenis Evaluasi:

- 1) *Angket atau kuesioner* untuk menilai pemahaman konseptual peserta sebelum dan sesudah pelatihan (pre-test dan post-test).
- 2) *Observasi langsung* selama kegiatan untuk menilai tingkat partisipasi, interaksi, dan kemampuan peserta dalam menganalisis kasus.

- 3) *Wawancara singkat* setelah kegiatan untuk mengetahui persepsi peserta terhadap manfaat pelatihan.
- b. Indikator Penilaian:
- 1) *Pemahaman konsep* peningkatan citra destinasi dan peran stakeholder dalam pengelolaan wisata.
 - 2) *Kemampuan praktik* dalam menyusun strategi sederhana untuk peningkatan citra destinasi Pulau Bokori.
 - 3) *Tingkat partisipasi aktif* dalam diskusi dan kegiatan pelatihan.
 - 4) *Sikap dan motivasi* peserta terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan di daerah mereka.

Hasil dari evaluasi tersebut akan digunakan untuk menilai sejauh mana peserta memahami, menguasai, dan mampu menerapkan materi pelatihan dalam konteks nyata. Selain itu, hasil analisis dari peserta akan menjadi bahan umpan balik untuk kegiatan lanjutan yang dapat memperkuat kapasitas stakeholder dalam pengelolaan citra destinasi Pulau Bokori secara berkelanjutan.

RESULTS AND DISCUSSION

Results

Evaluasi dan Hasil

Evaluasi kegiatan dilakukan pada akhir pelatihan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman dan kemampuan peserta meningkat setelah mengikuti kegiatan sosialisasi peningkatan citra destinasi wisata di Pulau Bokori. Evaluasi dilakukan melalui angket pre-test dan post-test, observasi selama kegiatan, serta wawancara singkat kepada peserta.

Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam memahami konsep dan penerapan peningkatan citra destinasi. Berdasarkan hasil evaluasi kuantitatif terhadap 20 peserta pelatihan, diperoleh data bahwa nilai rata-rata pre-test sebesar 67,5 meningkat menjadi 87,2 pada post-test, atau terjadi peningkatan sebesar 19,7 poin (sekitar 29,2%) setelah pelatihan dilakukan. Selain itu, sebanyak 85% peserta menunjukkan peningkatan skor pemahaman dan kemampuan praktik dibandingkan sebelum pelatihan.

Peningkatan tersebut dapat dilihat dari beberapa aspek utama yang menjadi fokus pelatihan ini. Pertama, dari segi pemahaman peserta terhadap konsep citra destinasi wisata, terjadi peningkatan signifikan. Peserta mampu menjelaskan kembali tiga dimensi

utama citra destinasi (kognitif, afektif, dan konatif) serta menjabarkan contoh penerapannya dalam konteks Pulau Bokori. Kedua, dari aspek pengetahuan praktis, peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam mengidentifikasi faktor pembentuk citra destinasi, seperti atraksi wisata, fasilitas, pelayanan, serta strategi promosi berbasis media digital.

Selain aspek kognitif, peningkatan juga terlihat dari partisipasi aktif peserta selama kegiatan. Berdasarkan observasi instruktur, sebanyak 90% peserta aktif berdiskusi dan terlibat dalam analisis kasus mengenai strategi promosi Pulau Bokori. Sebagian peserta juga mampu mengusulkan ide-ide inovatif untuk meningkatkan daya tarik destinasi, seperti pengembangan branding lokal dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi.

Secara umum, hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan ini telah berhasil meningkatkan kemampuan peserta baik dalam hal pengetahuan teoritis maupun keterampilan praktis dalam upaya peningkatan citra destinasi wisata.



Gambar 1. Proses Pemberian Materi

Faktor Penunjang

Pelatihan dapat dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan harapan tim pengabdian kepada masyarakat. Kondisi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang berperan penting dalam keberhasilan kegiatan, antara lain:

1. Dukungan dari Ketua LPPM Universitas Halu Oleo dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan izin dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan.
2. Peran serta Kepala Desa Bokori Kabupaten Konawe, yang memberikan dukungan penuh, bantuan koordinasi, serta arahan selama proses kegiatan.
3. Antusiasme dan kesediaan masyarakat Desa Bokori untuk berpartisipasi aktif dalam pelatihan.
4. Komitmen dan keterlibatan peserta pelatihan yang bersedia berdiskusi serta berkontribusi selama kegiatan berlangsung.

Faktor Penghambat

Meskipun secara umum pelatihan berjalan dengan baik, terdapat beberapa hambatan yang dialami selama pelaksanaan kegiatan. Berdasarkan hasil evaluasi, sekitar 15% peserta menunjukkan hasil yang belum optimal. Hal ini disebabkan oleh tingkat kehadiran dan konsentrasi peserta yang belum maksimal, terutama karena sebagian peserta memiliki aktivitas lain, seperti bekerja di sektor perikanan, pada waktu pelaksanaan pelatihan. Akibatnya, beberapa peserta belum sepenuhnya mengikuti seluruh sesi materi dan diskusi.

Selain itu, keterbatasan waktu pelatihan juga menjadi tantangan tersendiri dalam mendalami materi yang bersifat teknis, seperti praktik penyusunan strategi promosi digital dan analisis citra destinasi. Hambatan-hambatan ini menjadi perhatian bagi tim pengabdian untuk perbaikan kegiatan di masa mendatang, misalnya melalui penjadwalan yang lebih fleksibel atau pendampingan lanjutan secara daring bagi peserta yang belum sempat mengikuti seluruh sesi.

Discussion

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis partisipatif efektif dalam meningkatkan kemampuan stakeholder lokal dalam memahami dan menerapkan konsep citra destinasi wisata. Peningkatan pemahaman dan partisipasi peserta sejalan dengan temuan Ariyanto et al. (2023) yang menyebutkan bahwa peningkatan pengetahuan dan keterlibatan stakeholder lokal dapat memperkuat citra positif destinasi. Selain itu, hasil ini juga mendukung studi Gómez et al. (2020) yang menekankan pentingnya literasi digital dalam pengembangan citra destinasi di era media sosial.

Dengan demikian, kegiatan pelatihan ini berkontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata berkelanjutan, khususnya dalam membangun citra positif objek wisata Pulau Bokori.

CONCLUSION

Pelatihan sosialisasi peningkatan citra destinasi wisata pada objek wisata Pulau Bokori telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan. Berdasarkan hasil evaluasi, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, pemahaman, serta keterampilan peserta dalam memahami konsep dan strategi penguatan citra destinasi wisata.

Secara kuantitatif, hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan rata-rata nilai peserta. Selain itu, sebagian besar peserta mengalami peningkatan kemampuan dalam memahami konsep citra destinasi dan mengaplikasikannya pada konteks lokal Pulau Bokori. Peserta juga menunjukkan partisipasi aktif dalam diskusi dan penyusunan ide-ide strategis untuk promosi wisata berbasis digital.

Pelatihan ini juga menunjukkan bahwa keterlibatan berbagai pihak mulai dari lembaga pendidikan, pemerintah daerah, hingga masyarakat lokal menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan. Sinergi antar-stakeholder terbukti mampu memperkuat pemahaman bersama mengenai pentingnya citra destinasi sebagai faktor utama dalam menarik wisatawan dan membangun pariwisata berkelanjutan.

Dengan demikian, kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat lokal dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan citra destinasi wisata. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam upaya pengembangan Pulau Bokori sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Konawe dan di tingkat provinsi Sulawesi Tenggara.

REFERENCES

- Ariyanto, E., Rahmawati, N., & Santoso, D. (2023). PENINGKATAN KAPASITAS MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN CITRA DESTINASI WISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 145–156.
- Gómez, M., López, C., & Molina, A. (2020). DESTINATION BRAND EQUITY AND TOURISM DEVELOPMENT: THE ROLE OF LOCAL COMMUNITY

- INVOLVEMENT. *Journal of Destination Marketing & Management*, 17, 100458.
- Hassan, S. B., & Mahrous, A. A. (2020). BUILDING TOURISM DESTINATION BRAND EQUITY: THE ROLE OF DESTINATION IMAGE AND TOURISTS' SATISFACTION. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100585.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). LAPORAN TAHUNAN PARIWISATA INDONESIA 2022. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Putra, A. D., & Sari, D. M. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN CITRA DESTINASI WISATA MELALUI PROMOSI DIGITAL DI ERA NEW NORMAL. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 15(1), 25–36.
- Setiawan, I. G. A. N., & Dewi, K. T. (2022). PERAN STAKEHOLDER DALAM MEMBANGUN CITRA DESTINASI PARIWISATA BERKELANJUTAN. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 9(3), 210–222.
- Sugiyono. (2021). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D. Bandung: Alfabeta.
- UNWTO. (2023). TOURISM TRENDS AND OUTLOOK 2023. Madrid: World Tourism Organization.