Jurnal Pemerintahan dan Politik
Vol. 11 No. 4 Tahun 2026, pp. 1004 – 1022
DOI: https://doi.org/10.36982/jpp.v11i4.7742
■ Received 15/09/2026 ■ Revised 01/10/2026 ■ Accepted 01/10/2026

Collaborative Governance of Community-Based Tourism Digitalization in the Samarinda Weaving Village

Saidul Bahri[1)], M. Aviv Adhitya Putra Pratama*[1)], Muhammad Reza Fahlevy[1)], Jumansyah[1)]

[1)] Government Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences
Universitas Mulawarman
Samarinda, Indonesia

Email correstpondence : avivadhityaputrapratama@fisip.unmul.ac.id*

Abstract

Purpose: This study examines how digitalization is governed collaboratively among local government agencies, community institutions, and artisans in the development of community-based cultural tourism at *Kampung Tenun* (Weaving Village), Samarinda, and identifies its implications for local tourism development.

Design/methodology/approach: A descriptive qualitative approach was employed through field observation, in-depth interviews with twelve purposively selected informants (local government officials, community leaders, weaving artisans, and youth), and documentation. Data were analyzed using Miles, Huberman, and Saldaña's interactive model and interpreted through Van Dijk's Network Society Theory.

Findings: Digitalization has strengthened connectivity, promotion, and economic opportunity for artisans through multi-stakeholder collaboration involving city government agencies, the Tourism Awareness Group (*Pokdarwis*), and the community. However, increased digital interactivity has not been matched by equally broad community participation, and a distinct *regeneration gap* emerged: digitally literate youth show limited interest in weaving, while experienced weavers face digital literacy constraints.

Practical Implication: Local governments and community institutions require a collaborative governance model that pairs youth digital capacity with artisans' cultural knowledge, so that digital transformation and craft-heritage regeneration can be pursued together.

Originality/value: This study extends Van Dijk's digital divide framework by introducing a generational–cultural regeneration gap specific to craft-based cultural tourism, and positions the *governance* of digitalization rather than promotion alone as the central analytical lens.

Keywords : A digitalization; collaborative governance; community-based tourism; digital divide; cultural regeneration

Paper type : Research Paper

Copyright (c) 2026 The Author(s).

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Disclosure statement: The authors do not have any conflict of interest

Tata Kelola Kolaboratif Digitalisasi Pariwisata Berbasis Komunitas di Kampung Tenun Samarinda

Abstrak

Tujuan : Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana digitalisasi dikelola secara kolaboratif oleh pemerintah daerah, kelembagaan masyarakat, dan pengrajin dalam pengembangan pariwisata budaya berbasis komunitas di Kampung Tenun Samarinda, serta mengidentifikasi implikasinya terhadap pengembangan pariwisata lokal.

Desain/metodologi/pendekatan : Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi lapangan, wawancara mendalam terhadap dua belas informan yang dipilih secara purposif (aparat pemerintah, tokoh masyarakat, pengrajin tenun, dan generasi muda), serta dokumentasi. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña, dan diinterpretasikan melalui Teori Masyarakat Jaringan Jan van Dijk.

Temuan : Digitalisasi telah memperkuat konektivitas, promosi, dan peluang ekonomi pengrajin melalui kolaborasi multipihak yang melibatkan dinas-dinas pemerintah kota, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), dan masyarakat. Namun, peningkatan interaktivitas digital belum diikuti oleh partisipasi masyarakat yang merata, dan ditemukan *kesenjangan regenerasi* yang khas: generasi muda yang melek digital kurang berminat menenun, sementara penenun berpengalaman menghadapi keterbatasan literasi digital.

Implikasi Praktis : Pemerintah daerah dan kelembagaan masyarakat memerlukan model tata kelola kolaboratif yang memadukan kapasitas digital generasi muda dengan pengetahuan budaya pengrajin, agar transformasi digital dan regenerasi warisan kerajinan dapat berjalan beriringan.

Originalitas/Nilai : Penelitian ini memperluas kerangka kesenjangan digital Van Dijk dengan mengintroduksi kesenjangan regenerasi generasi-budaya yang spesifik pada pariwisata budaya berbasis kerajinan, serta memosisikan *tata kelola* digitalisasi bukan sekadar promosi sebagai lensa analitis utama.

Kata Kunci : digitalisasi; tata kelola kolaboratif; pariwisata berbasis komunitas; kesenjangan digital; regenerasi budaya.

Jenis Penelitian : Artikel Penelitian.

PENDAHULUAN

Digitalisasi telah menjadi salah satu agenda utama transformasi sektor pariwisata global, sejalan dengan meningkatnya ketergantungan wisatawan pada informasi berbasis internet sebelum melakukan kunjungan (Sigala, 2020). Tren ini juga tampak dari menjamurnya platform digital pariwisata berbasis pemerintah daerah di berbagai wilayah Indonesia, mulai dari aplikasi mobile promosi wisata lokal (Manalu et al., 2023) hingga pemanfaatan media sosial untuk memperkuat jangkauan dan keterlibatan wisatawan (Isra et al., 2025). Media sosial dan platform digital tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga memperkuat identitas budaya dan daya saing destinasi (Khoir & Savana, 2023). Di tingkat lokal, Provinsi Kalimantan Timur memiliki dua puluh empat desa/kampung wisata yang berpotensi memanfaatkan momentum ini, dengan Kota Samarinda mencatat pertumbuhan kunjungan wisatawan yang konsisten hingga pertengahan 2025 (Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur, 2025).

Salah satu destinasi unggulan Kota Samarinda adalah Kampung Tenun, kawasan cagar budaya sekaligus sentra produksi kain tenun tradisional masyarakat Bugis di tepian Sungai Mahakam, yang telah ditetapkan sebagai kampung wisata berbasis kerajinan sejak 2012 (Sari et al., 2024). Kawasan ini menghadapi dua persoalan empiris yang saling terkait: pertama, keterbatasan literasi digital pelaku UMKM tenun dalam memanfaatkan teknologi untuk pemasaran (Sartika et al., 2025); kedua, menurunnya regenerasi penenun aktif dari sekitar seratus menjadi hanya sekitar lima puluh orang, sebagaimana tercatat dalam data Kelurahan Tenun tahun 2025 kondisi yang sejalan dengan temuan bahwa perubahan orientasi karier generasi muda menekan keberlanjutan industri kerajinan berbasis masyarakat (Muna & Meiji, 2025).

Kajian terdahulu mengenai digitalisasi desa wisata umumnya berfokus pada pelatihan dan inovasi produk untuk meningkatkan daya saing (Rahjasa et al., 2024), optimalisasi strategi promosi digital (Putra et al., 2022), pemberdayaan masyarakat melalui pendampingan pemerintah (Heo et al., 2024), kajian literatur mengenai pemberdayaan berbasis digital tanpa penelitian lapangan (Yafie et al., 2023), pengujian kuantitatif pengaruh teknologi digital dan kecerdasan buatan terhadap efisiensi industri pariwisata (Kusuma, 2025) serta evaluasi kinerja layanan promosi pariwisata digital pemerintah daerah melalui pendekatan Teori Sukses E-Government dan Public Value Theory (Widarto & Wicaksono, 2026). Keenam kajian tersebut secara konsisten menempatkan teknologi digital sebagai instrumen promosi atau pemberdayaan generik, namun umumnya berfokus pada platform yang dikembangkan dan dikelola sepenuhnya oleh pemerintah daerah (*government-led*), belum satu pun yang menjadikan tata kelola kolaboratif multi-aktor pemerintahan yakni bagaimana dinas pemerintah kota, pemerintah kecamatan/kelurahan,

kelompok masyarakat, dan pelaku usaha saling mengoordinasikan digitalisasi sebagai unit analisis utama. Kajian tersebut juga belum mengaitkan kesenjangan digital dengan persoalan regenerasi pewaris budaya pada destinasi berbasis kerajinan tangan.

Celah ini penting untuk diisi karena keberhasilan digitalisasi pariwisata berbasis komunitas pada dasarnya adalah persoalan tata kelola: ia melibatkan banyak aktor dengan kewenangan dan kapasitas berbeda, bukan semata-mata persoalan ketersediaan teknologi. Penelitian ini menggunakan Teori Masyarakat Jaringan (*Network Society*) dari van Dijk, (2020) sebagai kerangka analitis, yang menjelaskan bagaimana jaringan komunikasi digital membentuk empat dimensi perubahan sosial: konektivitas digital, transformasi ekonomi digital, interaktivitas dan partisipasi, serta kesenjangan digital. Keempat dimensi tersebut relevan digunakan untuk membedah relasi antaraktor pemerintahan dan masyarakat dalam mengelola digitalisasi destinasi wisata budaya.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan (1) mendeskripsikan bagaimana pengembangan pariwisata lokal melalui digitalisasi dikelola secara kolaboratif di Kelurahan Tenun Samarinda, dan (2) mengidentifikasi implikasi digitalisasi tersebut, khususnya kesenjangan yang muncul di antara pemangku kepentingan. Kontribusi artikel ini bersifat teoretis, dengan memperluas konsep kesenjangan digital Van Dijk melalui dimensi regenerasi generasi-budaya, serta praktis, dengan menawarkan basis empiris bagi perumusan kebijakan tata kelola digitalisasi pariwisata berbasis komunitas yang lebih inklusif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara langsung dan terjun ke lapangan untuk mendeskripsikan keadaan dan perilaku narasumber sebagaimana terjadi secara nyata, sehingga diperoleh gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai implikasi digitalisasi dalam pengembangan pariwisata lokal di Kampung Tenun Samarinda (Yulianty & Jufri, 2020). Penelitian ini berfokus pada bagaimana implikasi digitalisasi dalam pengembangan pariwisata lokal di Kelurahan Tenun Samarinda, yang diukur melalui empat indikator dari Teori Masyarakat Jaringan Jan Van Dijk (2020), yaitu konektivitas digital, transformasi ekonomi digital, interaktivitas dan partisipasi, serta kesenjangan digital. Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Tenun, Kecamatan Samarinda Seberang, Kota Samarinda, dengan tahapan pra-riset dilakukan pada 25 Agustus 2025 untuk penjajakan awal kondisi lapangan, dan pengumpulan data utama dilaksanakan pada April–Mei 2026.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari informan melalui wawancara dan dokumen

lapangan, dengan pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019) agar diperoleh informan yang memiliki pengetahuan dan pengalaman relevan mengenai pelaksanaan strategi pemberdayaan desa wisata melalui digitalisasi di Kampung Tenun Samarinda. Informan penelitian berjumlah dua belas orang, terdiri atas satu orang dari Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kota Samarinda; satu orang dari Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kota Samarinda; satu orang dari Seksi Kesejahteraan dan Pemberdayaan Masyarakat Kecamatan Samarinda Seberang; satu orang dari Seksi Ekonomi Pembangunan dan Lingkungan Hidup Kelurahan Tenun; satu orang perwakilan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Kampung Tenun; empat orang pengrajin tenun; serta tiga orang warga/generasi muda setempat. Data sekunder diperoleh dari literatur seperti buku dan jurnal penelitian, serta dokumen dan data pelengkap dari dinas pariwisata Kota Samarinda. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui teknik kepustakaan, yaitu penelaahan referensi untuk memberikan landasan teori dan konteks penelitian, serta penelitian lapangan yang mencakup tiga cara, yaitu observasi (pengamatan langsung di lapangan untuk memperoleh bukti valid), wawancara (tanya jawab langsung dengan responden berdasarkan permasalahan penelitian), dan dokumentasi (pengumpulan catatan, buku, jurnal, dan sumber lain untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara).

Analisis data dalam penelitian ini mengikuti model interaktif (Miles et al., 2013), yang terdiri atas empat komponen. Pertama, pengumpulan data (data collection), yaitu tahap merangkum catatan lapangan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dihubungkan dengan fokus penelitian. Kedua, kondensasi data (*data condensation*), yaitu proses menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, dan membuang data yang tidak diperlukan agar data lebih terorganisasi. Ketiga, penyajian data (*data display*), yaitu penyajian data dalam bentuk teks naratif sesuai fokus penelitian untuk mempermudah pemahaman terhadap fenomena yang diteliti. Keempat, penarikan dan verifikasi kesimpulan (*drawing and verifying conclusion*), yaitu tahap mencari makna dengan mencatat keteraturan, pola, penjelasan, dan konfigurasi yang memungkinkan adanya alur sebab-akibat, dengan data yang telah disajikan dianalisis menggunakan Teori Masyarakat Jaringan Jan Van Dijk (2020) sebagai pisau analisis akhir.

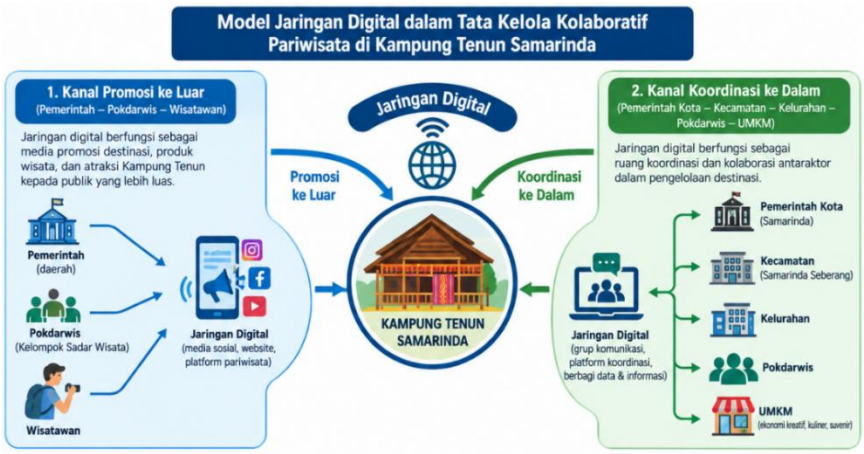
HASIL DAN PEMBAHASAN

Konektivitas Digital sebagai Basis Koordinasi Multipihak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konektivitas digital di Kampung Tenun tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai infrastruktur

koordinasi antaraktor pemerintahan. Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kota Samarinda menegaskan bahwa "digitalisasi ditempatkan sebagai salah satu strategi dalam pengembangan sektor pariwisata," dengan kebijakan yang berfokus pada penguatan akses informasi digital dan promosi media sosial. Pokdarwis Kampung Tenun menindaklanjuti arah kebijakan tersebut secara operasional melalui Instagram dan WhatsApp, sementara Kelurahan Tenun memanfaatkan kanal yang sama untuk keperluan koordinasi internal penyampaian informasi pelatihan, kegiatan budaya, dan program pemerintah.

Gambar 1. Model Jaringan Digital Dalam Tata Kelola Kolaboratif Pariwisata di Kampung Tenung Samarinda



Sumber: Diolah Peneliti

Pola ini memperlihatkan bahwa jaringan digital berfungsi ganda: sebagai kanal promosi ke luar (pemerintah–Pokdarwis–wisatawan) dan sebagai kanal koordinasi ke dalam (pemerintah kota–kecamatan–kelurahan–Pokdarwis–UMKM). Temuan ini sejalan dengan Rahjasa et al. (2024) yang menyatakan bahwa teknologi digital memperkuat konektivitas antarpelaku pariwisata sehingga koordinasi pengelolaan destinasi menjadi lebih efektif, namun penelitian ini memperlihatkan dimensi yang lebih luas: konektivitas digital di Kampung Tenun berkembang dari sekadar penyebaran informasi menjadi ruang tata kelola kolaboratif antaraktor pemerintahan dan masyarakat. Dalam perspektif Jan Van Dijk (2020), kondisi ini menegaskan bahwa masyarakat jaringan terbentuk ketika aktivitas kelembagaan bukan hanya aktivitas individu semakin dimediasi oleh teknologi informasi. Meskipun demikian, kualitas konektivitas tersebut masih timpang; Kepala Seksi Kesejahteraan dan Pemberdayaan Masyarakat Kecamatan Samarinda Seberang mencatat bahwa "sebagian besar warga sudah memiliki *smartphone* dan bisa mengakses internet, tetapi kemampuan pemanfaatan teknologi masih tidak merata." Kesenjangan kualitas ini konsisten

dengan pembedaan Jan Van Dijk (2020) antara akses fisik dan akses keterampilan (skills access), yang menunjukkan bahwa ketersediaan perangkat tidak otomatis berkonversi menjadi kapasitas pemanfaatan yang setara.

Transformasi Ekonomi Digital dan Peran Fasilitasi Pemerintah

Transformasi ekonomi digital di Kampung Tenun didorong oleh kombinasi inisiatif pelaku usaha dan fasilitasi pemerintah. Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kota Samarinda telah menyelenggarakan pelatihan pemasaran digital, fotografi produk, dan pemanfaatan *marketplace*, dengan Kepala Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro menjelaskan bahwa pelatihan diarahkan agar pelaku usaha "bisa bersaing bukan hanya lokal tetapi juga sampai ke luar daerah." Pengrajin tenun yang aktif memanfaatkan Instagram, Shopee, dan WhatsApp melaporkan perluasan jangkauan pasar hingga ke luar Kalimantan, sekaligus kemudahan transaksi non-tunai melalui QRIS di sekitar kawasan wisata.

Temuan pada tingkat mikro ini sejalan dengan tren makro digitalisasi pembayaran di Kalimantan Timur: Kantor Perwakilan Bank Indonesia Kaltim mencatat nilai transaksi QRIS provinsi tumbuh 123 persen (year on year) per September 2025, dengan jumlah pengguna QRIS mencapai 859,2 ribu orang dan merchant QRIS 808 ribu unit pada Januari 2026, meningkat dari 798,2 ribu unit pada Desember 2025 (Bank Indonesia Kalimantan Timur, dilaporkan dalam Antara Kaltim, 2026). Meskipun data ini bersifat agregat provinsi dan bukan data transaksi spesifik pelaku usaha Kampung Tenun, pertumbuhan tersebut mengindikasikan bahwa adopsi QRIS oleh pengrajin di Kampung Tenun terjadi dalam momentum ekosistem pembayaran nontunai daerah yang sedang berkembang pesat, sehingga fasilitasi pemerintah kota pada level lokal beririsan dengan, dan kemungkinan diperkuat oleh, kebijakan perluasan QRIS Bank Indonesia pada level provinsi. Berdasarkan temuan di lapangan, sebanyak 1 Rumah Tenun sudah menggunakan pembayaran via QRIS.

Meski demikian, transaksi langsung masih mendominasi karena karakter produk tenun sebagai barang bernilai artistik tinggi yang umumnya memerlukan verifikasi kualitas secara fisik sebelum dibeli. Temuan ini memperkuat argumen Kusuma (2025) bahwa digitalisasi memperluas akses pasar UMKM, tetapi menunjukkan nuansa penting: pada produk budaya, digitalisasi berfungsi sebagai *complementary marketing strategy* membangun kepercayaan awal dan menarik minat kunjungan bukan pengganti penuh pemasaran konvensional. Secara mekanistis, pola ini dapat dijelaskan melalui apa yang disebut sebagai trust-gap pada produk artisanal: media digital efektif menurunkan biaya pencarian informasi (search cost) tetapi belum mampu menggantikan verifikasi sensorik (tekstur, warna, motif) yang menjadi penentu keputusan pembelian akhir. Dari sudut tata kelola, pola ini menyiratkan bahwa efektivitas fasilitasi pemerintah tidak dapat diukur hanya dari

jumlah pelatihan yang diselenggarakan, melainkan dari sejauh mana pelatihan tersebut diselaraskan dengan karakteristik produk dan kesiapan adaptasi pelaku usaha, sebagaimana ditekankan pula oleh Yafie et al (2023) mengenai pentingnya penguatan kapasitas sumber daya manusia dalam ekonomi digital berbasis desa wisata. Pola serupa turut ditemukan pada kasus platform pariwisata digital yang dikelola pemerintah daerah, di mana dampak ekonomi digitalisasi bersifat tidak langsung namun terukur melalui efek pengganda (multiplier effect) pada sektor pendukung seperti parkir, kuliner, dan penginapan (Widarto & Wicaksono, 2026), sejalan dengan temuan bahwa sektor pariwisata memberi kontribusi luas bagi perekonomian warga sekitar kawasan wisata (Husna, 2022).

Untuk melihat sejauh mana transformasi tersebut terdokumentasi secara empiris, penelitian ini menelusuri indikator keterlibatan digital pada kanal yang disebut para informan (Tabel 1). Data pada tabel merupakan potret (snapshot) saat dokumentasi dilakukan pada 2026 dan tidak dimaksudkan sebagai ukuran dampak transaksi.

Tabel 1. Indikator Keterlibatan Digital dan Data Pendukung Transformasi Ekonomi Digital di Kampung Tenun Samarinda

Indikator	Nilai	Sumber
Akun Instagram resmi destinasi (@kampungtenun): unggahan / pengikut / mengikuti	15 / 30 / 20	Dokumentasi peneliti, Instagram, 2026
Akun Instagram UMKM tenun (@sarungsamarindarahmadina): unggahan / pengikut / mengikuti	861 / 1.827 / 627	Dokumentasi peneliti, Instagram, 2026
Toko Shopee Rumah Tenun Rahma Dina: penilaian / pengikut	4,8 / 205	Dokumentasi peneliti, Shopee, 2026
Kisaran harga sarung tenun pada tangkapan layar toko Shopee	Rp689.000 – Rp918.000	Dokumentasi peneliti, Shopee, 2026

Sumber: Diolah peneliti dari dokumentasi lapangan dan data instansi (2026).

Data pada Tabel 1 memperlihatkan asimetri yang penting bagi analisis tata kelola. Akun Instagram resmi destinasi hanya memiliki 30 pengikut dan 15 unggahan, sedangkan akun salah satu pelaku usaha tenun memiliki 1.827 pengikut dan 861 unggahan, atau sekitar 61 kali lipat pengikut dan sekitar 57 kali lipat unggahan. Perbandingan ini bersifat deskriptif karena kedua akun berbeda usia dan tujuan, sehingga tidak ditafsirkan sebagai hubungan sebab-akibat. Namun pola tersebut menunjukkan bahwa jangkauan digital Kampung Tenun saat ini lebih banyak ditopang inisiatif pelaku usaha secara individual daripada pengelolaan destinasi secara kolektif. Temuan ini konsisten dengan kesenjangan manfaat pada pembahasan berikutnya: pelaku usaha yang aktif memanfaatkan media sosial memperoleh

jangkauan pasar lebih luas, sementara aset digital kolektif (akun destinasi) belum dikelola dengan intensitas yang setara.

Peran fasilitasi pemerintah dapat dipetakan ke dalam empat bentuk, sebagaimana diringkas pada Tabel 2.

Tabel 2. Peta Fasilitasi Pemerintah dalam Digitalisasi Kampung Tenun dan Keterbatasannya

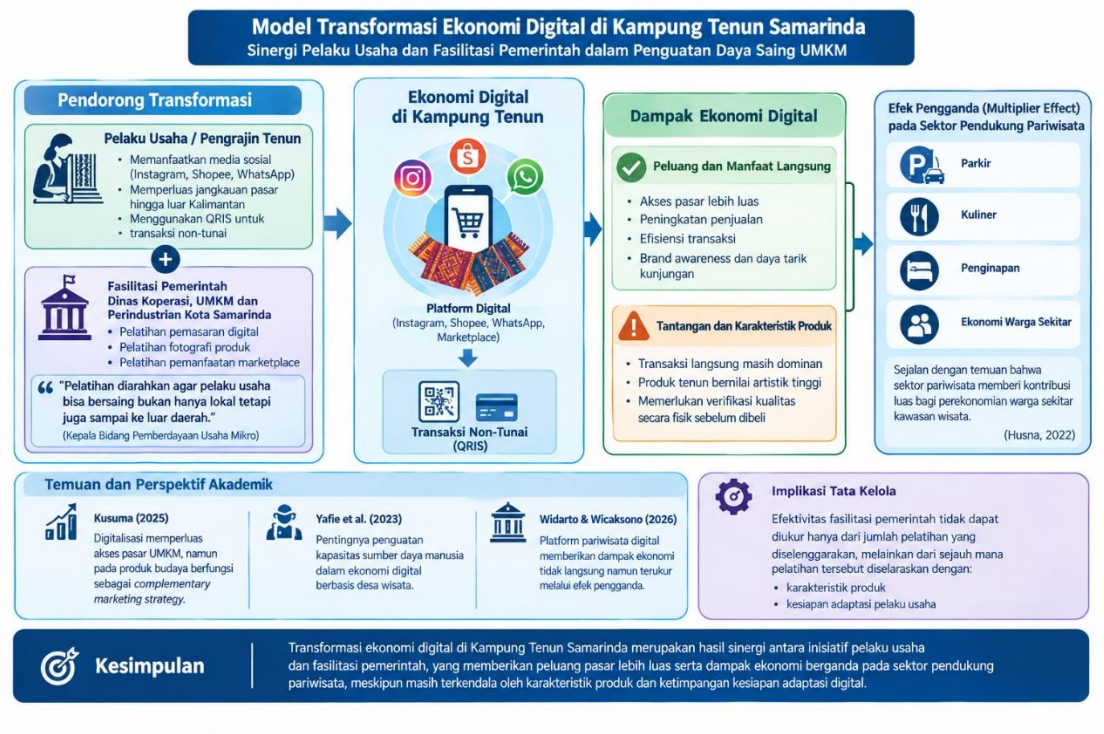
Bentuk fasilitasi	Aktor	Wujud di lapangan	Keterbatasan
Peningkatan kapasitas	Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian	Pelatihan pemasaran digital, penggunaan media sosial, fotografi produk, dan pemasaran berbasis marketplace	Peserta pembinaan didominasi usia dewasa hingga lanjut; jumlah pelaku usaha yang mampu mengoptimalkan pemasaran digital masih terbatas; generasi muda yang dilatih kurang berminat
Promosi dan kebijakan	Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata	Digitalisasi sebagai strategi pengembangan destinasi; mendorong warga membuat konten promosi	Akun resmi destinasi masih berskala kecil (Tabel 1)
Koordinasi dan pendampingan	Pemerintah Kecamatan dan Kelurahan, Pokdarwis	Koordinasi pelatihan dan kegiatan budaya melalui WhatsApp dan media sosial; fasilitasi promosi dan pendampingan pelaku usaha	Sebagian penenun lanjut usia masih bergantung pada bantuan keluarga atau pendamping
Pembayaran non-tunai	Pelaku usaha dan toko di sekitar kawasan (dicatat Kecamatan)	Warung dan toko sarung tenun di sekitar kawasan wisata sudah dapat menggunakan QRIS	Belum tersedia data jumlah pelaku usaha Kampung Tenun yang menggunakan QRIS

Sumber: Diolah peneliti dari hasil wawancara, 2026.

Pola pada Tabel 2 menunjukkan bahwa fasilitasi pemerintah relatif kuat pada sisi pasokan (pelatihan, promosi, koordinasi), tetapi belum menjawab sisi serapan, yaitu siapa yang mampu dan berminat menerapkannya. Kepala Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro menyatakan bahwa pelatihan bagi generasi muda sudah diberikan namun mereka kurang berminat, dan mengakui bahwa jumlah pelaku usaha yang mampu mengoptimalkan pemasaran digital masih terbatas. Dengan demikian, keluaran program (jumlah pelatihan) belum tentu sejalan dengan hasil (adopsi dan manfaat ekonomi). Dari sudut tata kelola kolaboratif, fasilitasi yang berjalan paralel antarinstansi tanpa data bersama dan target bersama akan sulit

dievaluasi, sehingga efektivitasnya perlu diukur dari tingkat penerapan oleh pelaku usaha dan keterlibatan lintas generasi, bukan dari frekuensi kegiatan.

Gambar 1. Model Jaringan Digital Dalam Tata Kelola Kolaboratif Pariwisata di Kampung Tenung Samarinda



Sumber : Diolah Peneliti

Interaktivitas Meningkat, Partisipasi Belum Merata

Digitalisasi terbukti meningkatkan interaktivitas antara pemerintah, Pokdarwis, pelaku usaha, dan wisatawan komunikasi yang sebelumnya bersifat tatap muka kini berlangsung dua arah melalui kolom komentar, pesan langsung, dan status media sosial. Ibu Fitriani, salah satu pengrajin, bahkan memproduksi konten video pendek mengenai proses menenun dan cerita motif tenun. Namun, peningkatan interaktivitas ini tidak diikuti oleh peningkatan partisipasi generasi muda secara proporsional. Ketiga informan pemuda yang diwawancarai mengaku aktif menggunakan media sosial dalam keseharian, tetapi belum terlibat dalam promosi wisata Kampung Tenun; satu di antaranya menyatakan secara eksplisit belum tertarik terlibat, sementara yang lain menyebut belum tersedia wadah yang menghubungkan kemampuan digital mereka dengan pelestarian budaya tenun.

Temuan ini berbeda dari Heo et al., (2024), yang mendapati bahwa pemberdayaan digital mampu mendorong partisipasi masyarakat desa wisata secara meluas. Perbedaan ini menunjukkan bahwa ketersediaan konektivitas dan

interaktivitas digital tidak secara otomatis menghasilkan partisipasi sebuah nuansa penting terhadap Teori Masyarakat Jaringan Jan Van Dijk (2020), yang menegaskan bahwa masyarakat jaringan idealnya ditandai oleh keterlibatan aktif, bukan sekadar keterhubungan. Temuan ini juga berbeda dari kajian pada konteks promosi pariwisata berbasis platform pemerintah, yang mendapati bahwa pemanfaatan media sosial secara aktif mampu meningkatkan reach, awareness, dan engagement wisatawan generasi muda (Anggita & Munib, 2025). Perbandingan ini menegaskan bahwa pada konteks pariwisata berbasis kerajinan budaya, tingginya keterampilan digital generasi muda tidak otomatis tersalurkan menjadi partisipasi promosi destinasi, berbeda dengan konteks promosi wisata umum yang tidak membutuhkan keterlibatan warisan keterampilan tradisional.

Gambar 3. Perbandingan dua Konteks Pariwisata



Sumber : Diolah Peneliti

Kesenjangan antara interaktivitas dan partisipasi ini menjadi indikasi awal adanya persoalan struktural yang lebih dalam, yang dibahas pada bagian berikut.

Kesenjangan Digital: dari Akses ke Kesenjangan Regenerasi Budaya

Temuan paling menonjol dalam penelitian ini adalah bahwa kesenjangan digital di Kampung Tenun tidak lagi terletak pada akses terhadap perangkat maupun jaringan internet yang menurut sebagian besar informan pemerintahan sudah relatif tersedia melainkan pada dua lapis kesenjangan yang saling berkelindan. Pertama, kesenjangan keterampilan digital antargenerasi: penenun senior menguasai teknik dan filosofi budaya tenun secara mendalam namun terbatas dalam literasi digital, sedangkan generasi muda menguasai teknologi digital namun menunjukkan minat rendah terhadap profesi menenun. Kedua, dan ini yang bersifat baru, kesenjangan tersebut berimplikasi pada *regenerasi budaya*: kelompok yang menguasai teknologi

dan kelompok yang menguasai pengetahuan budaya adalah dua kelompok yang berbeda dan belum saling terhubung secara produktif.

Kondisi ini memperluas kerangka kesenjangan digital Jan Van Dijk (2020) yang membedakan kesenjangan akses, keterampilan, penggunaan, dan manfaat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kampung Tenun relatif berhasil menutup kesenjangan akses, tetapi kesenjangan keterampilan dan penggunaan tetap ada dan pada konteks pariwisata budaya berbasis kerajinan, kesenjangan tersebut bermanifestasi sebagai risiko keberlanjutan warisan budaya itu sendiri, bukan sekadar risiko ekonomi. Temuan ini berbeda dari Heo et al., (2024) yang menempatkan pemberdayaan digital sebagai solusi tunggal atas persoalan keterlibatan masyarakat; penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi turut bergantung pada faktor sosial-budaya yang tidak serta-merta terselesaikan melalui pelatihan teknologi semata.

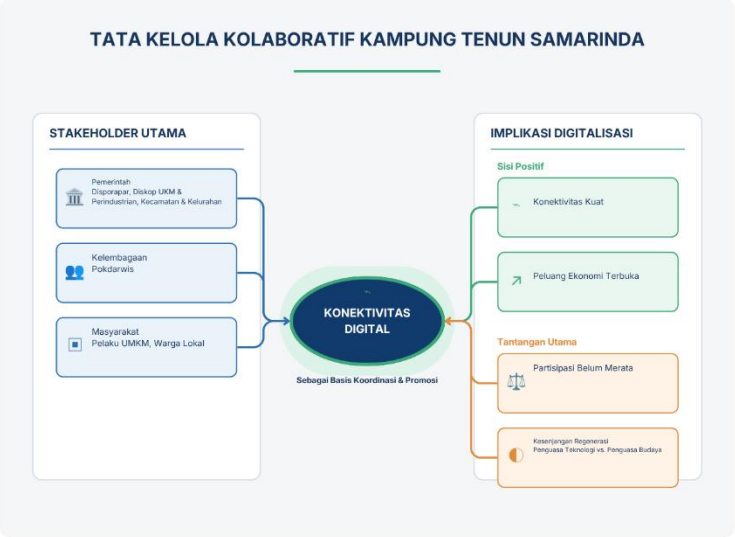
Dari perspektif tata kelola, temuan ini mengindikasikan bahwa kebijakan digitalisasi pariwisata yang hanya berorientasi pada penyediaan infrastruktur dan pelatihan teknis berisiko luput menangani akar persoalan keberlanjutan budaya, yang memerlukan intervensi kebijakan lintas-sektor (pariwisata, UMKM, dan pembinaan generasi muda) secara terintegrasi. Kebutuhan intervensi lintas-sektor ini juga senada dengan temuan pada tata kelola platform pariwisata digital pemerintah daerah, yang menunjukkan bahwa sekalipun elemen *support* (kebijakan, anggaran, regulasi) dan *capacity* (infrastruktur, SDM) telah tersedia secara memadai, keberhasilan layanan digital tetap terkendala pada aspek sosialisasi dan keberlanjutan keterlibatan pemangku kepentingan (Indrajit, 2002; Widarto & Wicaksono, 2026). Hal ini memperkuat argumen bahwa kesenjangan digital pada layanan pariwisata berbasis pemerintah baik yang bercorak *top-down* maupun kolaboratif cenderung bergeser dari persoalan ketersediaan infrastruktur menuju persoalan keberlanjutan sosial dan kelembagaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan dua hal pokok. Pertama, pengembangan pariwisata lokal melalui digitalisasi di Kampung Tenun Samarinda berlangsung melalui tata kelola kolaboratif yang melibatkan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata; Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian; pemerintah kecamatan dan kelurahan; Pokdarwis; pelaku UMKM; serta masyarakat, dengan konektivitas digital berfungsi sebagai basis koordinasi sekaligus promosi. Kedua, implikasi digitalisasi tersebut bersifat berlapis: digitalisasi memperkuat konektivitas dan membuka peluang ekonomi, namun peningkatan interaktivitas belum diikuti partisipasi yang merata, dan kesenjangan digital yang ada telah bergeser dari persoalan akses menjadi persoalan regenerasi budaya pemisahan antara kelompok penguasa teknologi digital

dan kelompok penguasa pengetahuan budaya tenun. Dengan demikian, keberhasilan tata kelola digitalisasi pariwisata berbasis komunitas tidak cukup diukur dari ketersediaan teknologi maupun intensitas promosi digital, melainkan dari kemampuan kelembagaan pemerintahan dan masyarakat dalam menjembatani kapasitas digital generasi muda dengan keberlanjutan pengetahuan budaya para pengrajin.

Gambar 4. Tata Kelola Kolaboratif Kampung Tenun Samarinda



Sumber : Diolah Peneliti

IMPLIKASI PRAKTIS & TEORITIS

Secara praktis, temuan ini merekomendasikan agar Pemerintah Kota Samarinda melalui koordinasi Dinas Pariwisata dan Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian bersama pemerintah kecamatan dan kelurahan merancang program tata kelola digitalisasi yang secara eksplisit memasangkan kapasitas digital generasi muda dengan pengetahuan budaya penenun senior, misalnya melalui pelibatan pemuda dalam pengelolaan konten media sosial destinasi sekaligus program pemagangan menenun. Kebijakan pelatihan digital bagi UMKM juga perlu disesuaikan dengan karakteristik produk budaya yang mengandalkan kepercayaan dan pengalaman langsung, bukan disamaratakan dengan pelatihan pemasaran digital produk pada umumnya.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan tata kelola digitalisasi pariwisata di Kampung Tenun bergantung pada penyelarasan tiga hal: kapasitas digital generasi muda, pengetahuan budaya penenun senior, dan karakteristik produk berbasis kepercayaan sensorik. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini merekomendasikan intervensi berlapis pada lima level aktor.

Pada level Pemerintah Kota, Pemerintah Kota Samarinda perlu merancang program tata kelola digitalisasi lintas-dinas yang secara eksplisit memasangkan kapasitas digital generasi muda dengan pengetahuan budaya penenun senior, dituangkan sebagai program bersama (bukan program sektoral terpisah) antara Dinas Pariwisata dan Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian, dengan skema pendanaan dan evaluasi tahunan bersama.

Pada level Dinas/OPD, Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian perlu menyesuaikan kurikulum pelatihan pemasaran digital agar tidak generik, melainkan berbasis format katalog video (menampilkan tekstur, proses pembuatan, dan motif) yang secara spesifik menjawab trust-gap produk tenun, sementara Dinas Pariwisata mengintegrasikan konten promosi Pokdarwis ke dalam kalender promosi destinasi kota agar tidak berjalan sendiri-sendiri.

Pada level Kecamatan/Kelurahan, Kelurahan Tenun perlu memfasilitasi pendataan reguler pelaku usaha aktif digital (by name by address) sebagai basis pemantauan, dan menjadi simpul koordinasi antara program pemuda dan program pelestarian tenun agar tidak berjalan di dua jalur institusional yang terpisah.

Pada level Komunitas/Pokdarwis, Pokdarwis perlu membentuk program pemagangan silang (digital-craft mentorship) yang secara formal memasangkan pemuda melek digital dengan penenun senior, pemuda mengelola konten dan kanal digital, penenun senior memberi pengetahuan teknik dan filosofi motif, sebagai mekanisme konkret menjembatani kesenjangan regenerasi yang ditemukan penelitian ini.

Pada level Pelaku UMKM/Pengrajin, pengrajin perlu didorong mengadopsi katalog digital yang menonjolkan detail visual dan naratif proses (bukan sekadar foto produk jadi) serta mekanisme konsultasi pra-pembelian (video call atau pesan langsung terstruktur) untuk mengurangi ketergantungan pada transaksi tatap muka semata.

Agar dapat diimplementasikan, rekomendasi pada kelima level aktor di atas dijabarkan menjadi rencana tindak pada Tabel 3 yang memuat temuan yang dijawab, tindakan, penanggung jawab, jangka waktu, dan indikator keberhasilan. Kolom indikator merupakan usulan target yang dapat disesuaikan oleh pemangku kepentingan, bukan temuan penelitian.

Tabel 3. Rencana Tindak Implementasi Tata Kelola Digitalisasi Kampung Tenun

No	Temuan yang dijawab	Tindakan	Penanggung jawab	Waktu
1	Akun resmi destinasi berskala kecil (30 pengikut, 15 unggahan)	Membentuk tim konten Pokdarwis dengan kalender konten mingguan (proses menenun, cerita motif, profil penenun); menautkan akun destinasi dengan toko UMKM dan lokasi di peta digital	Pokdarwis, dibina Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata	3 bulan persiapan, lalu rutin
2	Penenun lanjut usia kesulitan memakai teknologi	Pendampingan "satu penenun, satu pendamping digital": anggota keluarga atau pemuda mengelola katalog WhatsApp Business dan unggahan produk	Kelurahan Tenun, Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian	Pilot 6 bulan
3	Pelatihan sudah ada tetapi penerapannya terbatas	Mengubah pelatihan sekali jalan menjadi pelatihan berseri dengan praktik langsung dan tindak lanjut 1–3 bulan pasca-pelatihan	Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian	Tiap semester
4	Pemuda aktif digital tetapi tidak terlibat promosi	Program kreator muda Kampung Tenun: relawan atau magang berbasis proyek (konten, dokumentasi budaya, foto produk) dengan sertifikat atau insentif	Pokdarwis, Kelurahan, perguruan tinggi	Pilot 1 semester
5	Regenerasi penenun melemah	Kelas menenun terjadwal dan pemagangan silang (digital-craft mentorship) antara pemuda dan penenun senior, didokumentasikan secara digital	Penenun senior, Pokdarwis, Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata	Mulai tahun pertama, bertahap
6	Pembeli ingin memeriksa kain secara langsung (trust-gap)	Mengaitkan promosi digital dengan paket wisata edukatif (demonstrasi dan workshop menenun, pembelian langsung) yang dapat dipesan via WhatsApp; katalog video yang menampilkan tekstur dan proses	Pokdarwis, pelaku UMKM	6 bulan

No	Temuan yang dijawab	Tindakan	Penanggung jawab	Waktu
7	Koordinasi antaraktor belum terukur	Forum koordinasi triwulanan lintas aktor dengan satu rekap data bersama (pelatihan, kunjungan, transaksi, pelaku aktif digital)	Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata sebagai koordinator	Triwulanan

Sumber: Diolah peneliti.

Rencana tindak disusun bertahap. Tahun pertama difokuskan pada penguatan akun resmi destinasi dan pilot pendampingan serta program kreator muda (baris 1, 2, dan 4), karena ketiganya tidak memerlukan investasi infrastruktur baru. Pelatihan berseri, paket wisata edukatif, dan forum koordinasi (baris 3, 6, dan 7) dapat berjalan paralel melalui anggaran dan program yang sudah ada pada masing-masing dinas, sedangkan pemagangan menenun (baris 5) memerlukan waktu lebih panjang karena menyangkut regenerasi.

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya Teori Masyarakat Jaringan Jan van Dijk dengan menunjukkan bahwa pada konteks pariwisata budaya berbasis kerajinan, kesenjangan digital tidak berhenti pada dimensi akses-keterampilan-penggunaan-manfaat, tetapi meluas menjadi *kesenjangan regenerasi generasi-budaya* kondisi ketika kapasitas digital dan kapasitas budaya terdistribusi pada kelompok generasi yang berbeda dan belum terintegrasi. Temuan ini juga menegaskan bahwa keberhasilan masyarakat jaringan dalam konteks tata kelola pemerintahan lokal perlu dinilai tidak hanya dari tingkat konektivitas dan interaktivitas, tetapi dari kapasitas kelembagaan multipihak dalam mengonversi keterhubungan digital menjadi partisipasi yang bermakna dan berkelanjutan.

Temuan ini juga memberikan nuansa pembanding terhadap model tata kelola digitalisasi pariwisata yang bercorak *government-led*, sebagaimana terlihat pada pengembangan platform promosi pariwisata digital oleh pemerintah daerah yang mengandalkan Teori Sukses E-Government dan Public Value Theory untuk menjelaskan keberhasilan layanan(Bracci et al., 2025; Indrajit, 2002; Widarto & Wicaksono, 2026). Berbeda dengan model tersebut, tata kelola digitalisasi di Kampung Tenun bercorak kolaboratif multi-aktor tanpa satu platform tunggal yang dikendalikan pemerintah, sehingga nilai publik yang dihasilkan ekonomi, sosial-budaya, maupun kelembagaan terbentuk melalui jejaring aktor yang lebih terdesentralisasi. Perbandingan ini menunjukkan bahwa kerangka Teori Masyarakat Jaringan Van Dijk dan kerangka Sukses E-Government/Public Value dapat saling melengkapi: yang pertama lebih peka menangkap dinamika relasi antaraktor pada tata kelola kolaboratif berbasis komunitas, sedangkan yang kedua lebih relevan untuk

mengevaluasi layanan digital yang dikembangkan dan dikendalikan secara terpusat oleh pemerintah daerah.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti menyampaikan terima kasih kepada Pemerintah Kelurahan Tenun, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Kampung Tenun, Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata serta Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kota Samarinda, dan seluruh informan yang telah bersedia berbagi informasi dalam penelitian ini.

DEKLARASI PENGGUNAAN AI

Dalam proses penyusunan artikel ini, peneliti menggunakan bantuan alat kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) generatif secara terbatas, yaitu untuk membantu penyempurnaan tata bahasa, kejelasan struktur kalimat, dan kerapian format sitasi serta daftar pustaka sesuai gaya APA. AI tidak digunakan untuk menghasilkan data, temuan, interpretasi, maupun simpulan penelitian; seluruh analisis dan argumentasi dalam artikel ini merupakan hasil kerja intelektual peneliti berdasarkan data lapangan yang diperoleh melalui wawancara dan observasi di Kampung Tenun Samarinda.

Seluruh keluaran yang dihasilkan dengan bantuan AI telah ditinjau, disunting, dan diverifikasi ulang oleh peneliti untuk memastikan akurasi, integritas ilmiah, dan kesesuaiannya dengan kaidah penelitian akademik. Peneliti bertanggung jawab penuh atas seluruh isi artikel ini dan menegaskan bahwa tidak ada alat AI yang dicantumkan sebagai peneliti (author), sejalan dengan kebijakan etika publikasi ilmiah mengenai penggunaan kecerdasan buatan generatif.

REFERENCES

Anggita, E., & Munib, J. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pariwisata Kabupaten Trenggalek Untuk Gen Z Di Jawa Timur. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, *10*, 241–253. https://doi.org/10.36982/jsdb.v10i1.5091

Bracci, E., Weichselberger, G. K., & Russo, S. (2025). *Public Value Accounting and Accountability: Current and Future Issues*. Emerald Publishing Limited. https://books.google.co.id/books?id=23eIEQAAQBAJ

Heo, A. L., Kartiwi, S., & Kartiwi, S. (2024). *PEMBERDAYAAN MASYARAKATA MELALUI PROGRAM DESA WISATA OLEH DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN DI DESA MONDU KECAMATAN KANATANG KABUPATEN SUMBA TIMUR*. IPDN.

Husna, F. K. (2022). Analisis dampak sektor pariwisata bagi perekonomian warga sekitar kawasan wisata Siblarak Polanharjo Kabupaten Klaten. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, *2*(2), 104–117. https://doi.org/10.53088/jerps.v2i2.577

Indrajit, R. E. (2002). *Electronic government: strategi pembangunan dan pengembangan sistem pelayanan publik berbasis teknologi digital*. Andi. https://books.google.co.id/books?id=NB_JAAAACAAJ

Isra, N., Sofyan, B., Herman, B., & Rusdi, M. (2025). Peran Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Promosi Destinasi Wisata Berkelanjutan (Studi Kasus: Pembangkit Listrik Tenaga Bayu Kabupaten Sidenreng Rappang). *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, *3*(1), 1–19. https://doi.org/10.37985/benefit.v3i1.1041

Khoir, M. H. A., & Savana, N. (2023). Implementasi Digitalisasi Untuk Mendukung Pengembangan Desa Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata. *Journal of Tourism Planning and Economic Development*, *1*(1).

Kusuma, B. A. (2025). DAMPAK TEKNOLOGI DIGITAL, AI, DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP EFISIENSI DAN PRODUKTIVITAS INDUSTRI PARIWISATA. *Jurnal Administrasi Profesional*, *6*(1), 133–139.

Manalu, D. O., Kusumawati, Y. A., & Tho, C. (2023). Developing Nusantara Mobile Application to Support Local Tourism in Indonesia. *Procedia Computer Science*, *227*, 641–650. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.568

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis*. sage.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2013). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook, 3/E*.

Muna, N. N., & Meiji, N. H. P. (2025). Dinamika Perubahan Sosial Masyarakat dalam Keberlanjutan Industri Kerajinan Tangan di Kampung Wisata UMKM Rejoso, Junrejo, Kota Batu. *Jurnal Perspektif*, *8*(2), 200–211.

Putra, I. N. S. A., Susila, I. M. G. D., & Udiana, I. B. G. P. (2022). Promosi Desa Wisata Penglipuran melalui pendekatan digitalisasi pada masa pandemi: Sebuah studi literatur. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, *18*(1), 38–51.

Rahjasa, P. S. L., Aryasih, P. A., & Rahadiarta, G. N. P. S. (2024). Pelatihan Pengembangan Desa Wisata Melalui Digitalisasi Dan Inovasi Produk Wisata Di Desa Sibetan, Kabupaten Karangasem, Bali. *TEKIBA: Jurnal Teknologi Dan Pengabdian Masyarakat*, *4*(2), 94–103.

Sari, S. A., Mustangin, M., & Lukmanul, A. I. (2024). Kampung Tenun Kota Samarinda: Studi Pendidikan Masyarakat untuk memberdayakan masyarakat melalui Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, *18*(2), 89–94.

Sartika, T. D., Adrial, A., & Respati, R. D. (2025). Transformasi digital UMKM pariwisata dalam mendorong ekonomi kreatif berkelanjutan. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, *4*(11), 8863–8872.

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, *117*, 312–321.

Sugiyono, P. D. (2019). metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, *67*(2019), 18.

van Dijk, J. (2020). *The Network Society*. SAGE Publications. https://books.google.co.id/books?id=Tl_fDwAAQBAJ

Widarto, Y. P., & Wicaksono, F. (2026). Performance Analysis of Digital Tourism Promotion Services Through the Ayo Piknik (APIK) Platform in Klaten Regency: Analisis Kinerja Layanan Promosi Pariwisata Digital Melalui Platform Ayo Piknik (APIK) di Kabupaten Klaten. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, *11*(3), 681–701.

Yafie, A. A., Ihsan, M., & Rahman, A. (2023). Pemberdayaan masyarakat berbasis digital untuk desa wisata. *Temali: Jurnal Pembangunan Sosial*, *6*(2), 153–160.

Yulianty, P. D., & Jufri, A. (2020). Perdebatan empiris: Prinsip metode kualitatif dan kuantitatif untuk penelitian sosial ekonomi. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, *15*(2), 164–172.