

## **Pendampingan Digitalisasi Promosi Wisata Religi Berbasis Sejarah melalui Media Sosial dan Konten Kreatif pada Makam Kyai Ageng Reksogati Desa Sidomulyo, Sawahan, Kabupaten Madiun**

**Wiwin Juliyanti<sup>1</sup>, Hari Purwanto<sup>2</sup>, Heny Sidanti<sup>3</sup>, Apriyanti<sup>4</sup>, Dedy Richi Rizaldy<sup>5</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas PGRI Madiun, Indonesia*

*Received : 15 April 2026, Revised : 29 April 2026, Published : 11 Mei 2026*

### **Corresponding Author**

**Nama penulis:** Wiwin Juliyanti

**E-mail:** [wiwin@unipma.ac.id](mailto:wiwin@unipma.ac.id)

### **Abstrak**

*Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan promosi wisata religi berbasis sejarah melalui digitalisasi media pada Makam Kyai Ageng Reksogati di Desa Sidomulyo, Kecamatan Sawahan, Kabupaten Madiun. Permasalahan yang dihadapi adalah masih terbatasnya promosi wisata yang dilakukan secara konvensional dan belum optimal dalam memanfaatkan media digital. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 17–24 Januari 2026 dengan melibatkan 20 mahasiswa peserta KKN-T Berdampak melalui metode pendampingan partisipatif yang meliputi tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan terbentuknya media promosi digital yang terintegrasi melalui platform TikTok, Instagram, YouTube, dan blog, serta dihasilkannya konten digital kreatif berbasis storytelling sejarah dan religi. Kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan mahasiswa di bidang digital marketing serta memperluas jangkauan promosi wisata religi kepada masyarakat. Dengan demikian, digitalisasi promosi melalui media sosial menjadi strategi yang efektif dalam mendukung pengembangan wisata berbasis kearifan lokal secara berkelanjutan.*

**Kata Kunci** - digitalisasi, wisata religi, media sosial, KKN, promosi digital

### **Abstract**

*This community service activity aims to enhance the promotion of historical religious tourism through digital media utilization at the tomb of Kyai Ageng Reksogati in Sidomulyo Village, Sawahan District, Madiun Regency. The main problem addressed is the limited use of digital media in tourism promotion, which is still conducted conventionally and not yet optimal. This activity was carried out from January 17 to 24, 2026, involving 20 students participating in the KKN-T Berdampak program using a participatory assistance method consisting of preparation, implementation, and evaluation stages. The results indicate the establishment of integrated digital promotion media through platforms such as TikTok, Instagram, YouTube, and blogs, along with the creation of creative digital content based on historical and religious storytelling. This activity has a positive impact on improving students' digital marketing skills and expanding the promotion reach of religious tourism to the wider community. Therefore, digital-based promotion through social media is an effective strategy in supporting the sustainable development of local wisdom-based tourism.*

**Keywords** - digitalization, religious tourism, social media, community service, digital promotion

**How To Cite** : Juliyanti, W., Purwanto, H., Sidanti, H., Apriyanti, A., & Rizaldy, D. R. (2026). Pendampingan Digitalisasi Promosi Wisata Religi Berbasis Sejarah melalui Media Sosial dan Konten Kreatif pada Makam Kyai Ageng Reksogati Desa Sidomulyo, Sawahan, Kabupaten Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 4(3), 681 - 686. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v4i3.4292>

**Copyright** ©2026 Wiwin Juliyanti, Hari Purwanto, Heny Sidanti, Apriyanti Apriyanti, Dedy Richi Rizaldy

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

## PENDAHULUAN

Wisata religi berbasis sejarah merupakan salah satu potensi lokal yang memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan pariwisata sekaligus pelestarian nilai-nilai budaya dan keagamaan. Keberadaan situs religi tidak hanya berfungsi sebagai sarana spiritual bagi masyarakat, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang dapat mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar. Dalam skala pembangunan desa, pengelolaan potensi lokal yang terintegrasi dengan pemberdayaan masyarakat terbukti mampu meningkatkan kemandirian ekonomi dan daya saing desa (Juliyanti et al., 2024; Purwanto et al., 2025).

Desa Sidomulyo yang terletak di Kecamatan Sawahan, Kabupaten Madiun, merupakan wilayah pedesaan yang memiliki karakteristik sosial masyarakat yang masih kuat dalam menjunjung nilai-nilai kebersamaan, gotong royong, serta kehidupan religius. Kondisi tersebut tercermin dari aktifnya masyarakat dalam kegiatan sosial, keagamaan, serta keberadaan berbagai lembaga kemasyarakatan yang mendukung pembangunan desa. Selain itu, sebagian besar masyarakat Desa Sidomulyo bermata pencaharian di sektor pertanian dan usaha mikro berbasis rumah tangga, yang menunjukkan adanya potensi pengembangan ekonomi berbasis lokal. Pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan pendampingan terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kapasitas dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa.

Salah satu potensi unggulan Desa Sidomulyo adalah keberadaan Makam Kyai Ageng Reksogati yang memiliki nilai historis dan spiritual yang tinggi. Tokoh ini tidak hanya dikenal sebagai ulama yang dihormati oleh masyarakat, tetapi juga memiliki peran penting dalam sejarah lokal sebagai bagian dari tokoh yang terlibat dalam proses *babad alas Purabaya (Purbaya)*, yang kemudian berkembang menjadi wilayah yang saat ini dikenal sebagai Kabupaten Madiun. Keberadaan makam tersebut menjadikannya sebagai destinasi wisata religi yang rutin dikunjungi oleh peziarah dari berbagai daerah. Daya tarik wisata yang kuat, apabila didukung oleh fasilitas, harga, dan promosi yang tepat, dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan (Purwanto, 2025).

Namun demikian, potensi wisata religi yang dimiliki belum didukung oleh sistem promosi yang optimal. Promosi yang dilakukan masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Akibatnya, informasi mengenai daya tarik wisata belum tersebar luas dan belum mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas. Padahal, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi, di mana media digital menjadi sarana utama dalam mendukung aktivitas pemasaran dan promosi. Berbagai kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efektivitas pemasaran serta daya saing pelaku usaha dan potensi lokal (Juliyanti et al., 2025; Sidanti et al., 2024).

Pemanfaatan media digital seperti *TikTok*, *Instagram*, *YouTube*, dan *blog* merupakan salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik wisata. Melalui konten digital kreatif seperti video promosi, dokumentasi visual, serta *storytelling* berbasis sejarah dan religi, informasi dapat disampaikan secara lebih menarik dan komunikatif. Pendampingan berbasis teknologi informasi terbukti mampu meningkatkan keterampilan digital serta kualitas promosi secara signifikan (Juliyanti et al., 2023).

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program KKN-T Berdampak dilaksanakan dengan fokus pada pendampingan digitalisasi promosi wisata religi berbasis sejarah di Desa Sidomulyo. Kegiatan ini melibatkan 20 mahasiswa yang didampingi dalam proses perencanaan, produksi konten digital, hingga publikasi melalui berbagai platform media sosial. Kegiatan pendampingan seperti ini sejalan dengan upaya peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan penguatan inovasi berbasis digital dalam mendukung pembangunan ekonomi masyarakat (Purwanto et al., 2024; Juliyanti et al., 2024). Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk

meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam bidang digital marketing sekaligus mendukung pengembangan promosi wisata religi agar lebih dikenal secara luas dan berkelanjutan.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 17–24 Januari 2026 di Desa Sidomulyo, Kecamatan Sawahan, Kabupaten Madiun sebagai lokasi mitra kegiatan. Sasaran kegiatan adalah 20 mahasiswa peserta program KKN-T Berdampak yang didampingi dalam upaya digitalisasi promosi wisata religi berbasis sejarah pada Makam Kyai Ageng Reksogati. Metode yang digunakan adalah pendampingan partisipatif, di mana mahasiswa terlibat secara aktif dalam seluruh tahapan kegiatan.



Gambar 1.

Mahasiswa Tim KKN-T dalam Kegiatan Observasi di Makam Kyai Reksogati

Kegiatan diawali dengan tahap persiapan yang meliputi koordinasi dengan pihak desa dan pengelola wisata, pembekalan mahasiswa terkait *digital marketing* dan pembuatan konten, serta identifikasi potensi wisata dan perencanaan konsep konten berbasis religi dan sejarah. Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan, mahasiswa melakukan produksi konten digital melalui pengambilan gambar dan video di lokasi, dilanjutkan dengan proses editing, pembuatan akun media sosial (*TikTok*, *Instagram*, *YouTube*, dan *blog*), serta publikasi konten sebagai media promosi. Selama proses tersebut, dilakukan pendampingan secara berkelanjutan untuk memastikan kualitas konten yang dihasilkan. Tahap akhir adalah evaluasi yang dilakukan untuk menilai proses pelaksanaan, kualitas output konten digital, serta dampak kegiatan terhadap peningkatan keterampilan mahasiswa dan promosi wisata religi di Desa Sidomulyo.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

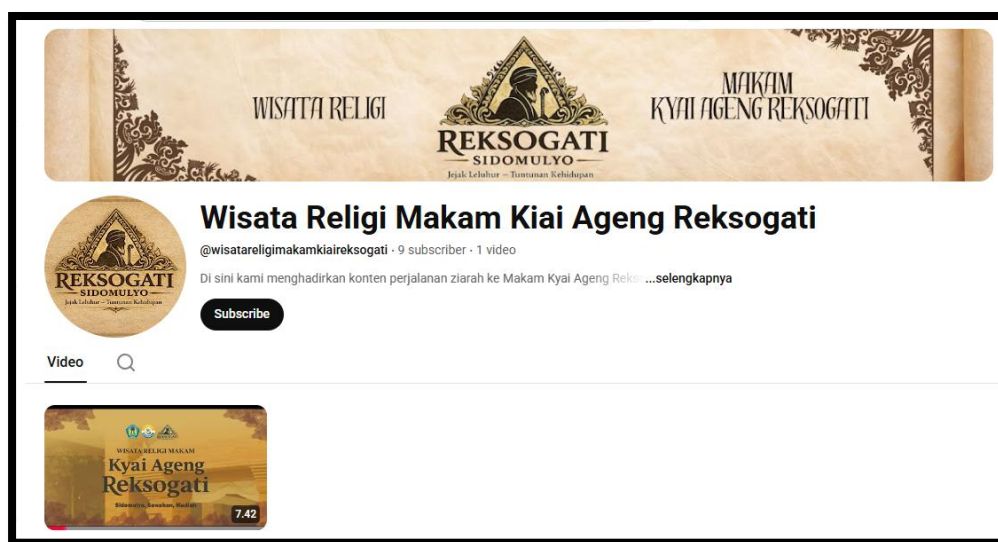
Kegiatan pendampingan digitalisasi promosi wisata religi berbasis sejarah di Desa Sidomulyo yang dilaksanakan pada tanggal 17–24 Januari 2026 melibatkan 20 mahasiswa peserta KKN-T Berdampak. Kegiatan diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi potensi wisata serta menggali nilai sejarah dan religi yang terdapat pada Makam Kyai Ageng Reksogati. Proses penggalian informasi juga diperkuat melalui wawancara dengan Kepala Desa Sidomulyo, Drs. Setiyo Margono, yang memberikan penjelasan terkait nilai historis dan peran Kyai Ageng Reksogati sebagai tokoh penting dalam babad alas Purabaya atau wilayah Madiun saat ini. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut, mahasiswa kemudian menyusun konsep konten digital dengan pendekatan storytelling yang mengintegrasikan aspek sejarah, religi, dan daya tarik visual. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa dibagi ke dalam beberapa kelompok kerja yang berfokus pada produksi konten,

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

pengelolaan media sosial, serta dokumentasi kegiatan dengan pendampingan intensif dari dosen pembimbing lapangan, Wiwin Juliyanti, S.E., S.Pd., M.Ak.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mahasiswa berhasil mengembangkan media promosi digital yang terintegrasi melalui berbagai platform. Media sosial yang dibentuk meliputi akun *TikTok* (@makamkyaiagengreksogati), *Instagram* (@wisatareligimakamkiaireksogati), *YouTube* (@wisatareligimakamkiaireksogati), serta blog berbasis *Blogspot* (reksogatisidomulyo.blogspot.com). Setiap platform dimanfaatkan sesuai dengan karakteristiknya, di mana *TikTok* dan *Instagram* digunakan untuk menyajikan konten video pendek yang menarik dan mudah diakses, *YouTube* digunakan untuk publikasi video dengan durasi lebih panjang dan informatif, sedangkan blog digunakan sebagai media penyampaian informasi yang lebih lengkap terkait sejarah, nilai religi, serta potensi wisata yang dimiliki.



Gambar 2.  
Akun YouTube (@wisatareligimakamkiaireksogati)

Konten yang dihasilkan berupa video promosi, dokumentasi visual, serta narasi informatif yang mengangkat berbagai aspek, seperti sejarah tokoh, kondisi lingkungan makam, aktivitas pengunjung, serta nilai spiritual yang terkandung di dalamnya. Salah satu kekuatan utama dalam kegiatan ini adalah penguatan nilai historis yang melekat pada Makam Kyai Ageng Reksogati sebagai tokoh yang tidak hanya dikenal sebagai ulama, tetapi juga memiliki peran dalam sejarah lokal sebagai bagian dari tokoh yang terlibat dalam proses *babad alas Purabaya (Purbaya)*, yang menjadi cikal bakal wilayah sang pemimpin di wilayah Madiun. Nilai historis tersebut diangkat dalam konten digital melalui pendekatan *storytelling* sehingga mampu memberikan informasi yang edukatif sekaligus menarik bagi audiens.

Kegiatan ini memberikan dampak positif bagi mahasiswa maupun masyarakat. Bagi mahasiswa, kegiatan ini mampu meningkatkan keterampilan dalam bidang digital marketing, pembuatan konten kreatif, serta kemampuan bekerja secara kolaboratif. Sementara itu, bagi masyarakat Desa Sidomulyo, keberadaan akun media sosial yang aktif menjadi sarana baru dalam memperluas jangkauan promosi wisata religi, sehingga berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan mendukung penguatan ekonomi lokal.

Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan peralatan produksi, kondisi cuaca, serta keterbatasan pengalaman mahasiswa dalam pembuatan

konten digital. Namun, kendala tersebut dapat diatasi melalui pemanfaatan perangkat sederhana seperti telepon seluler, penyesuaian jadwal kegiatan, serta pendampingan intensif dalam proses editing dan publikasi konten. Hal ini menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya tidak menjadi hambatan utama apabila didukung oleh kreativitas dan kolaborasi yang baik.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa digitalisasi promosi melalui pemanfaatan berbagai *platform* media sosial dan konten kreatif merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan visibilitas wisata religi berbasis sejarah. Integrasi berbagai media digital yang digunakan memungkinkan penyampaian informasi secara lebih luas, menarik, dan berkelanjutan, sehingga mendukung pengembangan wisata berbasis kearifan lokal di Desa Sidomulyo.

## KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan digitalisasi promosi wisata religi berbasis sejarah di Desa Sidomulyo melalui program KKN-T Berdampak telah berjalan dengan baik dan menghasilkan media promosi digital berupa *TikTok*, *Instagram*, *YouTube*, dan *blog*. Pemanfaatan media tersebut mampu meningkatkan visibilitas wisata Makam Kyai Ageng Reksogati serta meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam pembuatan konten digital. Penguatan nilai sejarah dan religi melalui *storytelling* menjadi faktor penting dalam menarik minat masyarakat. Diperlukan keberlanjutan dalam pengelolaan media digital yang telah dibuat serta peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengelola konten secara mandiri. Selain itu, kolaborasi antara pihak desa dan akademisi perlu ditingkatkan untuk mendukung pengembangan promosi wisata secara berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, A. N., Juliyanti, W., Zahri, R. M., Trisnasari, W. D., Novitasari, D. A., Hapsari, M. P., & Salsabilla, N. A. (2023). Pemasyarakatan dan Sharing Session terhadap Pengelolaan Pajak Dana Desa di Kecamatan Wungu Kabupaten Madiun. 02.
- Haryanto, S. D., Juliyanti, W., Safira, A., & Ditta, A. (2022). Pendampingan Pencatatan Koperasi Berbasis Aplikasi Digital (Studi Kasus pada Koperasi Wanita "Mulya Abadi" Desa Bukur Kabupaten Madiun). 01. *Jurnal Pengabdian Masyarakat "Wiryakarya"*, 1(02).
- Juliyanti, W., Adamura, F., Jianggimahastu, P., & Husaini, R. (2025). Peningkatan Literasi Keuangan UMKM melalui Sosialisasi Pemisahan Keuangan Usaha dan Pribadi di Desa Jatirejo, Wonoasri, Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(9), 5046-5052.
- Juliyanti, W., Adamura, F., Purwanto, H., Sidanti, H., & Zain, U. C. (2024). Pelatihan dan pendampingan UMKM Keripik Tempe Mbak Dewi Maospati berbasis teknologi informasi untuk peningkatan SDM berdaya saing di era digitalisasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(1), 32-37.
- Juliyanti, W., Purwanto, H., Sidanti, H., Adamura, F., & Hapsari, E. D. (2024). Inovasi dan branding untuk keberlanjutan: Optimalisasi limbah kayu UD. Sumber Jati menjadi produk bernilai tinggi di era digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(9), 4256-4263.
- Juliyanti, W., Purwanto, H., Sidanti, H., Adamura, F., & Hapsari, E. D. (2025). Digitalisasi Produk Lokal: QR Code sebagai Solusi Pencatatan Keuangan UMKM Tas Anyaman My Keranjang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 594-599.
- Juliyanti, W., Sari, E. W., Aziz, A. N., & Candrani, A. D. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi Point of Sales Qasir pada Asosiasi UMKM Madiun sebagai Upaya Mewujudkan UMKM Go Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat "Wiryakarya"*, 2(01).
- Juliyanti, W., Sari, E. W., Aziz, A. N., Sihura, B. A., Ningrum, C., Febriani, A. N., & Belawati, S. D. (2023). Sosialisasi Pemahaman Ketentuan Pajak 2022 Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Klegen Kota Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat "Wiryakarya"*, 2(02).

- Purwanto, H., Juliyanti, W., Sidanti, H., & Realita, T. N. (2025). Analisis fasilitas, harga tiket, daya tarik dan souvenir shopping pengaruhnya terhadap minat berkunjung kembali pada obyek wisata Telaga Sarangan Magetan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 8(2), 1050-1061.
- Purwanto, H., Sidanti, H., Juliyanti, W., & Azhari, I. F. (2024). Kegiatan pelatihan optimalisasi pemasaran dan peningkatan penjualan melalui inovasi kemasan pada home industri Jenang Mbah Sumini Kab. Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(11), 2758-2764. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i11.599>
- Purwanto, H., Sidanti, H., Rizaldy, D. R., & Juliyanti, W. (2025). Penguatan Entrepreneurship Melalui Sosialisasi Inovasi dan Repackaging Produk Bagi Pelaku UMKM Keripik Tempe di Kelurahan Kelun, Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 631-636.
- Sari, E. W., Juliyanti, W., & Audreyan, N. (2023). Pelatihan Pembuatan NPWP Online sebagai Strategi Pengembangan UMKM Desa Giripurno Berbasis Modernisasi. *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 56-63.
- Sidanti, H., Juliyanti, W., & Purwanto, H. (2024). Membangun Ekonomi Desa Melalui Penguatan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM Desa Tempuran, Kecamatan Paron, Kabupaten Ngawi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(1), 42-47.