
Peningkatan Kemampuan Digital Storynomics Tourism Dalam Implementasi Wisata Edukasi Berkelanjutan di Desa Sirnajaya Kecamatan Sukamakmur Kabupaten Bogor

Setiawan Wibowo*, Durotul Yatimah, Karta Sasmita, Daddy Darmawan, Ahmad Tjiari

Universitas Negeri Jakarta

*Setiawan_wibowo@unj.ac.id

Informasi Artikel

Dikirim : 08 November 2024

Diterima : 07 Desember 2024

Dipublikasi: 12 Desember 2024

Keywords:

educational tourism, storynomics tourism, local potential

Abstract

Community-based tourism is an approach in tourism development that actively involves and empowers local communities throughout the entire tourism process, from planning to managing tourism destinations. This approach aims to enhance the tourism awareness capacity of the community through the implementation of Digital Storynomics Tourism in Sirnajaya Village, Sukamakmur District, Bogor Regency. Digital Storynomics Tourism is an innovative approach that combines digital technology and local stories to increase community awareness and participation in the tourism sector. This training uses participatory methods, involving local communities in developing digital content that promotes the uniqueness and tourism potential of Sirnajaya Village by utilizing social media platforms and digital technology. The training results show a significant increase in the community's tourism awareness capacity, as well as an increase in tourism activities and community participation in promoting local destinations. The implementation of Digital Storynomics Tourism in Sirnajaya Village serves as a model that can be applied in other areas to strengthen community involvement in sustainable tourism development.

Kata Kunci:

wisata edukasi, pariwisata storynomics, potensi lokal

Abstrak

Pariwisata berbasis masyarakat suatu pendekatan dalam pengembangan pariwisata yang melibatkan dan memberdayakan masyarakat setempat secara aktif dalam seluruh proses pariwisata, mulai dari perencanaan hingga pengelolaan destinasi pariwisata. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat sadar wisata melalui implementasi Digital Storynomics Tourism di Desa Sirnajaya, Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogor. Digital Storynomics Tourism merupakan pendekatan inovatif yang menggabungkan teknologi digital dan cerita lokal untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam sektor pariwisata. Pelatihan ini menggunakan metode partisipatif melibatkan masyarakat setempat dalam pengembangan konten digital yang mempromosikan keunikan dan potensi wisata Desa Sirnajaya dengan memanfaatkan platform media sosial dan teknologi digital. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kapasitas masyarakat sadar wisata, serta peningkatan aktivitas pariwisata dan partisipasi masyarakat dalam promosi destinasi lokal. Implementasi Digital Storynomics Tourism di Desa Sirnajaya menjadi model yang dapat diterapkan di daerah lain untuk memperkuat keterlibatan masyarakat dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Konsep desa wisata merupakan konsep yang dianggap sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Desa wisata dibentuk agar dapat menurunkan tingkat urbanisasi dari pedesaan ke perkotaan, serta memberikan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat (Susianti et al., 2022). Pengelolaan yang menganut *sharing profit* yang sangat bertolak belakang dengan sistem *business oriented*, sehingga tolak ukur keberhasilan desa wisata tidak terletak pada pendapatan semata tetapi berdasarkan partisipasi masyarakat yang menjadi poin penting dalam keberhasilan desa wisata. Kesadaran masyarakat akan potensi alam dan warisan budaya yang dimiliki, kesadaran akan hidup bersih, meningkatnya wawasan dan informasi masyarakat tentang dunia pariwisata, serta dapat meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap daerahnya dengan mengembangkan desa wisata, salah satunya dengan mengenalkan potensi destinasi wisata melalui narasi kreatif dan menarik (Bagus Gede Agung Widana et al., 2023).

Namun, pengembangan pariwisata berkelanjutan di Desa Sirnajaya dihadapkan pada berbagai tantangan yang kompleks. Permasalahan utama yang dihadapi termasuk kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan informasi destinasi wisata secara berkelanjutan, minimnya keterampilan dalam mengolah dan memasarkan produk lokal, serta terbatasnya fasilitas pendukung pariwisata (Komesty et al., 2022). Selain itu, keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan potensi wisata masih sangat terbatas, yang dapat menghambat pengembangan wisata yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Universitas Negeri Jakarta bertujuan untuk mendukung pemberdayaan masyarakat Desa Sirnajaya dalam mengelola informasi destinasi wisata dengan fokus pada wisata edukasi bagi masyarakat lokal dan wisatawan yang berkunjung secara berkelanjutan (Berybe et al., 2021). Program ini diberi judul "Peningkatan Kemampuan Digital Storynomics Tourism Dalam Implementasi Wisata Edukasi berkelanjutan di Desa Sirnajaya Kecamatan Sukamakmur Kabupaten Bogor."

Dalam konteks ini, menarasikan destinasi wisata dengan bahasa dan penghayatan yang bersinergi dengan kearifan lokal menjadi semakin relevan memberikan pemahaman mendalam tentang lingkungan dan mendorong kesadaran akan keberlanjutan (Nugroho et al., 2024). Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama dalam bentuk Digital Storynomics Tourism telah memberikan dimensi baru pada pengalaman pariwisata dengan menggabungkan unsur narasi digital dengan konten pariwisata, menciptakan cerita yang menarik melalui berbagai media online seperti video, blog, dan platform sosial (Hermawan et al., 2023). Dalam konteks ini, peningkatan kemampuan Digital Storynomics Tourism dapat menjadi kunci dalam meningkatkan daya tarik dan dampak positif wisata edukasi berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Peningkatan Kemampuan Digital Storynomics Tourism akan dilakukan dengan metode partisipatif dimana program disusun, dikelola, dilaksanakan, dan dievaluasi bersama masyarakat. Dosen dan Mahasiswa akan berperan sebagai fasilitator pemberdayaan yang akan mendampingi para fasilitator lokal untuk membentuk jaringan masyarakat pengelola destinasi wisata yang berfokus pada wisata edukasi berkelanjutan. Pengabdian Kepada Masyarakat ini berlokasi di Desa Sirnajaya Kec. Sukamakmur, Kabupaten Bogor yang dilaksanakan pada tanggal 12 Juni 2024. Sasaran kegiatan adalah masyarakat pengelola destinasi wisata dan pihak perangkat desa.

Tabel 1. Sasaran Pengabdian

Sasaran Kegiatan	Jumlah
Perangkat Desa	2 orang
Masyarakat Pengelola Destinasi Wisata	10 orang
Tokoh Masyarakat	3 orang
Total	15 orang

Sumber: Tim Pengabdi (2024)

Dalam kegiatan yang direncanakan, terdapat 15 orang yang akan berpartisipasi. Peserta kegiatan terdiri dari berbagai elemen masyarakat yang memiliki peran penting dalam pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata. Dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat, kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas dan kolaborasi dalam pengelolaan wisata edukasi yang berkelanjutan. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai peran dan kontribusi masing-masing kelompok: (1) Perangkat desa, sebanyak 2 orang dari perangkat desa berperan dalam memberikan dukungan administratif dan kebijakan yang diperlukan sebagai bagian dari pemerintahan lokal, perangkat desa memiliki peran penting dalam memastikan bahwa kebijakan dan regulasi yang mendukung pengembangan pariwisata dapat diterapkan dengan efektif; (2) Masyarakat pengelola destinasi wisata, sebanyak 10 orang dari anggota BumDes yang langsung terlibat dalam operasional dan pengelolaan destinasi wisata. Masyarakat ini terlibat langsung dalam operasional sehari-hari, seperti pengelola fasilitas, pemandu wisata, dan pelaku usaha terkait yang berhubungan dengan kebutuhan wisatawan saat berkunjung; (3) Tokoh masyarakat, sebanyak 3 orang tokoh masyarakat berperan penting dalam memberikan pandangan dan dukungan moral serta membantu dalam menyebarkan informasi pengelolaan wisata edukasi yang berkelanjutan. Sebagai figur yang dihormati dan memiliki pengaruh di komunitas, tokoh masyarakat dapat meningkatkan legitimasi dan keberhasilan inisiatif yang diambil dalam kegiatan ini.

Keterlibatan berbagai pihak diharapkan dapat meningkatkan sinergi dan kolaborasi sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat sekitar. Dengan adanya kolaborasi yang kuat antara perangkat desa, masyarakat pengelola, dan tokoh masyarakat, diharapkan dapat tercipta destinasi wisata yang kreatif dan berkelanjutan yang dapat menjadi media pembelajaran bagi masyarakat lokal.

Tabel 2. Jenis Kegiatan

Nama Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Metode Pelaksanaan	Target Peserta
Pelatihan Digital Storynomics Tourism untuk Masyarakat pengelola destinasi wisata.	Program ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan bercerita yang dikemas dengan baik dapat menjadi alat yang kuat untuk membangun branding destinasi wisata.	Pelatihan ini dilakukan melalui sesi tatap muka dan praktik langsung, dengan materi yang disesuaikan untuk masyarakat pengelola destinasi wisata.	Masyarakat pengelola destinasi wisata di wilayah binaan yang ingin meningkatkan kemampuan digital mereka.
Workshop Pengembangan konten digital yang menarik dan informatif	Workshop ini fokus pada pengembangan keterampilan dalam membuat konten digital, termasuk video, tulisan web, dan desain grafis,	Sesi interaktif dan praktik langsung dengan bantuan instruktur ahli di bidangnya, peserta akan diajak untuk mengembangkan	Pelaku usaha, penggiat media sosial dan individu yang tertarik dalam pembuatan konten digital.

Nama Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Metode Pelaksanaan	Target Peserta
	untuk tujuan promosi wisata edukasi	proyek konten mengenai wisata	berupa kreatif destinasi
Edukasi tentang pengembangan produk pariwisata.	Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang manajemen reputasi online yang baik, pemantauan konten yang dihasilkan pengguna, dan keberlanjutan ekonomi dan lingkungan.	Pengembangan materi filosofi pembangunan pariwisata yang berkelanjutan di era digital dengan sesi edukasi dan diskusi dengan masyarakat.	Masyarakat luas, pelaku usaha, dan stakeholder di wilayah binaan yang berkepentingan dengan keberlanjutan dan lingkungan.

Sumber: Tim Pengabdi (2024)

Pelatihan Digital Storynomics Tourism

Pelatihan ini dirancang khusus untuk masyarakat pengelola destinasi wisata dengan tujuan meningkatkan kemampuan mereka dalam bercerita secara digital. Digital Storynomics Tourism bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan cerita yang dikemas dengan baik sebagai alat branding destinasi wisata. Pelatihan ini dilakukan melalui sesi tatap muka dan praktik langsung, di mana materi disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat pengelola destinasi wisata. Target peserta adalah masyarakat pengelola destinasi wisata di wilayah binaan yang ingin meningkatkan kemampuan digital mereka. Dengan pelatihan ini, diharapkan peserta dapat menyampaikan cerita yang menarik dan informatif, yang akan membantu dalam mempromosikan destinasi wisata mereka secara lebih efektif.

Workshop Pengembangan Konten Digital

Workshop ini berfokus pada pengembangan keterampilan dalam membuat konten digital yang menarik dan informatif, seperti video, tulisan web, dan desain grafis. Tujuan utama dari workshop ini adalah untuk mempromosikan wisata edukasi melalui konten kreatif. Pelaksanaan workshop melibatkan sesi interaktif dan praktik langsung dengan bantuan instruktur ahli di bidangnya. Peserta akan diajak untuk mengembangkan proyek berupa konten kreatif mengenai destinasi wisata. Target peserta adalah pelaku usaha, penggiat media sosial, dan individu yang tertarik dalam pembuatan konten digital. Melalui workshop ini, diharapkan peserta dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam menciptakan konten yang dapat menarik perhatian audiens dan mempromosikan destinasi wisata secara efektif.

Edukasi tentang Pengembangan Produk Pariwisata

Kegiatan edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang manajemen reputasi online yang baik, pemantauan konten yang dihasilkan pengguna, serta keberlanjutan ekonomi dan lingkungan. Edukasi ini mencakup pengembangan materi mengenai filosofi pembangunan pariwisata yang berkelanjutan di era digital. Pelaksanaan kegiatan ini melibatkan sesi edukasi dan diskusi dengan masyarakat. Target peserta adalah masyarakat luas, pelaku usaha, dan stakeholder di wilayah binaan yang berkepentingan dengan keberlanjutan dan lingkungan. Dengan kegiatan ini,

diharapkan peserta dapat memahami pentingnya pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan dan berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Secara keseluruhan, rangkaian kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam pengembangan pariwisata di wilayah binaan, dengan meningkatkan kapasitas masyarakat dan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi dan pengelolaan destinasi wisata yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi potensi wisata dalam pengembangan wisata edukasi di Desa Sirnajaya dengan memberikan narasi atraktif mengenai sumber daya yang dimiliki. Kemudian, tujuan dan rencana tindakan ditetapkan untuk mengarahkan langkah-langkah selanjutnya. Kolaborasi dengan BUMDES juga berhasil terjalin, yang membuka peluang kerjasama yang saling menguntungkan. Workshop pembentukan tim produksi konten wisata dilaksanakan dengan sukses pada bulan Juni 2024. Materi-materi yang diajarkan, seperti pengenalan destinasi wisata, edukasi sejarah dan budaya, dan strategi pemasaran konten wisata, sangat relevan dengan kebutuhan peserta. Evaluasi pada bulan Juli 2024 menunjukkan adanya perubahan positif dalam pengetahuan dan keterampilan peserta. Hal ini sesuai dengan konsep Pengembangan Sumber Daya Manusia yang menekankan pada peningkatan kemampuan individu.

Identifikasi potensi wisata dan kebutuhan masyarakat

Pada tahap awal kegiatan, dilakukan identifikasi potensi wisata melalui survei dan wawancara dengan masyarakat Desa Sirnajaya. Teori Pengembangan Masyarakat menjelaskan bahwa pemahaman terhadap potensi dan kebutuhan mereka. Hasil identifikasi ini menunjukkan adanya potensi besar dalam pengembangan destinasi wisata virtual yang selaras dengan prinsip pengembangan masyarakat yang menekankan pada peningkatan kapasitas dan kualitas individu. Setelah identifikasi potensi usaha, langkah selanjutnya adalah menetapkan tujuan dan rencana tindakan. Teori Pengembangan Masyarakat menekankan pentingnya tujuan yang jelas dan rencana tindakan yang terarah dalam upaya meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dalam konteks pengembangan konten wisata, tujuan yang ditetapkan menjadi panduan untuk mengarahkan langkah-langkah yang akan diambil dalam pengenalan sejarah dan budaya lokal melalui konten wisata edukatif.

Peningkatan kemampuan masyarakat tentang Storynomics Tourism

Kolaborasi dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) merupakan contoh nyata penerapan konsep pemberdayaan masyarakat. Partisipasi aktif masyarakat dalam merencanakan dan mengelola digitalisasi pada sektor pariwisata melalui kolaborasi kerjasama yang saling menguntungkan antara tim produksi konten wisata dan BUMDES, yang berkontribusi pada perkembangan sektor pariwisata berbasis pendidikan (Fatimah, 2024). Salah satu indikator keberhasilan program ini adalah peningkatan kemampuan masyarakat mengelola informasi destinasi wisata melalui narasi atraktif wisata edukasi. Sebelum pelaksanaan program, tingkat kemampuan digital storynomics tourism pada masyarakat relatif rendah, dengan hanya 40% dari populasi yang memahami pentingnya informasi destinasi wisata dalam konteks wisata edukasi yang berkelanjutan. Setelah pelatihan dan sosialisasi, terjadi peningkatan signifikan hingga 85%.

Tabel 1. Peningkatan Kemampuan Masyarakat tentang Storynomics Tourism

Kategori	Sebelum Program(%)	Setelah Program(%)
Sangat Mampu	18	46
Mampu	23	33
Kurang Mampu	39	15
Tidak mampu	20	6

Sumber: Tim Pengabdian (2024)

Dari tabel di atas, terlihat bahwa program ini berhasil meningkatkan kemampuan digital storynomics tourism pada masyarakat secara signifikan. Peningkatan paling mencolok terjadi pada kategori "Sangat Mampu", yang menunjukkan peningkatan dari 18% menjadi 46%.

Pemberdayaan Masyarakat dalam Pembuatan Konten Pariwisata

Salah satu pencapaian penting dari program ini adalah peningkatan keterlibatan masyarakat dalam pembuatan konten pariwisata terkait konsep wisata edukasi. Sebelum program dilaksanakan, sebagian besar informasi terkait pengelolaan wisata masih minim tanpa melibatkan masyarakat lokal. Melalui pendekatan partisipatif, program ini berhasil mendorong masyarakat untuk terlibat aktif dalam proses pembuatan informasi destinasi wisata. Hal ini terlihat dari peningkatan partisipasi masyarakat dalam musyawarah desa, diskusi kelompok, dan kegiatan perencanaan wisata. Keterlibatan ini tidak hanya meningkatkan rasa memiliki masyarakat terhadap program wisata, tetapi juga memastikan bahwa keputusan yang diambil sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat (Pariwisata et al., 2024).

Tantangan dan Rekomendasi

Pembentukan tim produksi konten wisata edukasi berbasis masyarakat merupakan langkah strategis dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya pariwisata yang berkelanjutan. Materi yang diajarkan sangat relevan dengan kebutuhan peserta. Terdapat tantangan bagi masyarakat lokal yakni menghadirkan ide konten yang sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat lokal dapat sulit dipecahkan tanpa keterlibatan warga desa dalam proses pengembangan konten. Solusi yang dapat dilakukan dengan berkolaborasi dengan berbagai elemen masyarakat, termasuk warga desa, untuk membuka berbagai perspektif dan ide-ide baru.

Keterlibatan warga desa dalam proses pengembangan konten dapat membantu menyajikan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga relevan dan sesuai dengan konteks kearifan lokal (Herlinawati et al., 2024). Masyarakat juga diberikan kesempatan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam pengenalan destinasi wisata, edukasi sejarah dan budaya, dan strategi pemasaran konten wisata. Meskipun program ini berhasil mencapai berbagai hasil yang positif, beberapa tantangan dan kendala masih harus dihadapi. Misalnya, regulasi yang ada belum sepenuhnya mendukung pengelolaan wisata secara berkelanjutan dan masih terdapat kebutuhan akan peningkatan fasilitas yang lebih memadai untuk membuat konten wisata edukasi melalui digital storynomics tourism.

Evaluasi pelatihan Digital Storynomics Tourism



Gambar 1. Kegiatan PKM
Sumber: Tim Pengabdian (2024)

Hasil evaluasi pada bulan Juli 2024 menunjukkan perubahan positif dalam pengetahuan dan keterampilan peserta. Konsep Pengembangan Manusia menekankan pada peningkatan kapasitas individu melalui pendidikan dan pelatihan. Perubahan positif ini mencerminkan efektivitas pendekatan yang diambil dalam meningkatkan kompetensi peserta, sesuai dengan prinsip-prinsip Pengembangan Sumber Daya Manusia. Strategi pengembangan wisata edukasi dalam jangka panjang dengan melakukan pembuatan konten wisata melalui konsep *storynomics tourism* di Desa Sirnajaya juga mengadopsi prinsip-prinsip *Community Based Tourism (CBT)*. Konsep ini menekankan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sumber daya yang dimiliki untuk kebutuhan industri pariwisata. Melalui identifikasi potensi usaha, kolaborasi dengan BUMDES, dan workshop pembentukan tim produksi konten wisata masyarakat Desa Sirnajaya secara aktif terlibat dalam pengembangan sektor pariwisata lokal.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berhasil mencapai tujuannya dalam memberdayakan tim produksi konten wisata di Desa Sirnajaya. Melalui metode partisipatif dan pendekatan Pengembangan Sumber Daya Manusia, terjadi perubahan positif dalam pengetahuan dan keterampilan peserta. Dengan demikian, kegiatan ini memiliki potensi untuk menjadi model wisata edukasi yang berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat di daerah lain (Hartadji, 2024). Kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan judul "Peningkatan Kemampuan Digital *Storynomics Tourism* Dalam Implementasi Wisata Edukasi Berkelanjutan Di Desa Sirnajaya Kecamatan Sukamakmur Kabupaten Bogor" berhasil memberikan dampak positif yang signifikan pada pengembangan destinasi wisata virtual dan pemberdayaan masyarakat di Desa Sirnajaya. Melalui pendekatan pengembangan sumber daya manusia, konsep pemanfaatan potensi sumber daya alam, dan penerapan *community based tourism*, kegiatan ini mampu memberikan manfaat konkret bagi berbagai pihak yang terlibat.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta pelatihan mengalami perubahan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan. Pendekatan partisipatif dalam pengembangan destinasi wisata virtual memungkinkan masyarakat untuk terlibat langsung dalam proses pengambilan keputusan, mengelola bisnis, dan memahami pentingnya pelestarian budaya serta lingkungan (Usman & Pramezwar, 2023). Peningkatan kemampuan individu dan pemberdayaan masyarakat merupakan hal yang sejalan dengan prinsip-prinsip pengembangan sumber daya manusia dan pengembangan masyarakat. Kerjasama dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) memberikan dampak positif baik pada tim produksi konten wisata maupun pada pemberdayaan

BUMDES sendiri. Adanya kolaborasi ini membawa manfaat ekonomi dan pemberdayaan bagi masyarakat Desa Sirnajaya secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus Gede Agung Widana, I., Wayan Mertha, I., Yusni Wiarti, L., Putu Oka Agustini, N., Hery Suasapha, A., Cynthia Putri, D., Studi Destinasi Pariwisata, P., & Pariwisata Bali, P. (2023). Sosialisasi Tata Kelola Destinasi Pariwisata Dan Pemanfaatan Media Digital Di Desa Wisata Kedisan Kabupaten Gianyar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 3(1), 27–37. <https://doi.org/10.52352/makardhi.v3i1.1082>
- Berybe, G. A., Hanggu, E. O., Welalangi, M. B. ., & Novita. (2021). A Hospitality Training Bagi Para Pengelola Homestay di Desa Liang Ndara Kabupaten Manggarai Barat. *Abdimas Pariwisata*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.36276/jap.v4i2.505>
- Fatimah, A. (2024). Pembuatan Komik Digital Sebagai Sarana Promosi Wisata Sejarah Candi Palgading di Desa Wisata Palgading, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.36276/jap.v5i1.551>
- Hartadji, D. K. (2024). Peran Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Pariwisata. *Abdimas Pariwisata*. 5(2), 81–83. <https://doi.org/10.36276/jap.v5i2.654>
- Herlinawati, E., Gunawan, S., Yulia Wijaya, D., Hendra Saputro, A., & Meltareza, R. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Konten Marketing di Desa Cibiru Wetan Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 5(1), 38–41. <https://doi.org/10.36276/jap.v5i1.529>
- Hermawan, H., Anwari, H., Nugroho, D. S., Hendrajaya, A. M. P., Chandrawati, N. E., & Girsang, P. T. br. (2023). Pengembangan Produk dan Pemasaran Desa Wisata Digital: Program Insentif Pengabdian Masyarakat Terintegrasi dengan Merdeka Belajar Kampus Merdeka Berbasis Kinerja Indikator Kinerja Utama bagi Perguruan Tinggi Swasta Tahun 2022. *Abdimas Pariwisata*, 4(1), 46–61.
- Komesty, E., Rusmana, O., Maulana, A. N. S., Artania, N. R., & Zilda Rizkia, Z. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Untuk Mengembangkan Potensi Wisata di Desa Wisata Dayeuhkolot, Kabupaten Subang. *Masyarakat Pariwisata : Journal of Community Services in Tourism*, 3(1), 36–42. <https://doi.org/10.34013/mp.v3i1.630>
- Nugroho, D. S., Suyatno, Hermawan, H., & Naim, H. M. (2024). Penguatan Kapasitas SDM dalam Pengelolaan Wisata Berbasis Edukasi. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 5(2), 33–41. <https://doi.org/10.36276/jap.v5i2.62>
- Pariwisata, M. T., Bali, P. P., Bali, N. D., & Studi, P. (2024). Penjualan Produk Kreatif di Desa Baturiti. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 4(1), 28–33. <https://doi.org/10.52352/makardhi.v4i1.1434>
- Susianti, H. W., Dianasari, D. A. M. L., Tirtawati, N. M., Liestiandre, H. K., Negarayana, I. B. P., Lilasari, N. L. N. T., Saputra, I. G. G. S., & Aridayanti, D. A. N. (2022). Penguatan Storytelling Produk Desa Wisata Bakas Kabupaten Klungkung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 2(1), 54–61. <https://doi.org/10.52352/makardhi.v2i1.766>
- Usman, E., & Pramezwary, A. (2023). Kolaborasi Mitra Co-branding Dalam Meningkatkan Brand Equity Wonderful Indonesia. *Masyarakat Pariwisata : Journal of Community Services in Tourism*, 4, 1–7. <https://doi.org/10.34013/mp.v4i1.1282>