DOI: https://doi.org/10.30647/jpp.v30647/jpp.v7i1.1904

Peningkatan Kapasitas Promosi Digital dan Layanan Wisatawan melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Desa Wisata Cibuntu, Kabupaten Kuningan

Devita Gantina*, Yulia Lintangkawuryan, Christin Setiawan, Abdul Mughni Baihaqi, Muhammad iqbal Hanafi

Institut Pariwisata Trisakti

*devita@iptrisakti.ac.id

Informasi Artikel
Dikirim : 20 Mei 2025
Diterima : 23 Mei 2025
Dipublikasi: 12 Juni 2025

Keywords:
digital capacity, digital tourism; rural tourism, social media marketing

Abstract
The main objective was to enhance the digital capacity of local tourism actors, including tourism awareness groups, tourism-based micro-enterprises, and village officials. A participatory approach was employed, involving practical training sessions, the development of digital promotion strategies based on local potential, and technical assistance. Data collection methods included interviews, focused group discussions, and field observations. The program's effectiveness was assessed through pre- and post-tests to measure the participants' improvement in digital competencies. The results showed a significant increase in digital engagement: active use of social media rose from 15% to 75%, digital content creation skills improved from 10% to 60%, and the use of online booking platforms increased from 5% to 40%. The activities proved effective in empowering the local community to use digital tools in promoting tourism and delivering services. Moreover, the program fostered community participation, a sense of ownership, and sustainability in digital tourism development. To maintain the program's impact, follow-up training and regular technical mentoring are recommended to support continuous improvement in digital capacity.

Kata Kunci:
kapasitas digital, digital tourism, pemberdayaan masyarakat, pemasaran media sosial

Abstrak
Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas digital masyarakat, khususnya kelompok sadar wisata, pelaku UMKM pariwisata, dan perangkat desa. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui pelatihan praktis, penyusunan strategi promosi digital berbasis potensi lokal, serta pendampingan teknis. Teknik pengumpulan data mencakup wawancara, diskusi kelompok terfokus, dan observasi lapangan. Evaluasi dilakukan dengan pre-test dan post-test untuk mengukur perubahan kemampuan digital peserta. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan, seperti penggunaan media sosial yang meningkat dari 15% menjadi 75%, serta peningkatan kemampuan membuat konten digital dari 10% menjadi 60%. Pemanfaatan platform pemesanan online juga meningkat dari 5% menjadi 40%. Kegiatan ini terbukti efektif dalam memberdayakan masyarakat untuk memanfaatkan teknologi secara optimal dalam mendukung promosi wisata dan pelayanan berbasis daring. Selain itu, program ini meningkatkan partisipasi masyarakat, rasa memiliki terhadap inovasi, serta potensi keberlanjutan pengembangan wisata digital. Untuk menjaga keberlangsungan dampak yang telah dicapai, disarankan adanya pelatihan lanjutan dan pendampingan rutin yang berfokus pada penguatan kapasitas digital secara berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Desa Wisata Cibuntu, yang berada di Kecamatan Pasawahan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, merupakan destinasi wisata yang memiliki keunggulan dari segi kekayaan alam, budaya, dan kearifan lokal. Desa ini telah mendapat berbagai penghargaan nasional sebagai desa wisata terbaik, sehingga menjadi contoh pengelolaan wisata berbasis masyarakat yang berhasil. Namun, dalam era pariwisata digital saat ini, pengelola dan pelaku usaha di desa wisata menghadapi sejumlah tantangan, terutama dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya terkait promosi digital serta layanan berbasis teknologi yang semakin menjadi kebutuhan utama wisatawan modern (Arifputri et al., 2024; Kurniawan, 2020). Keterbatasan ini berdampak pada jangkauan promosi yang kurang luas dan layanan yang belum optimal bagi wisatawan.

Kondisi ini tercermin dari rendahnya penggunaan media sosial secara strategis oleh pelaku wisata di desa, kurangnya kemampuan dalam mengelola konten digital, serta minimnya pemanfaatan platform digital dalam penyediaan layanan wisata seperti pemesanan online, informasi digital, dan pengelolaan pengalaman pelanggan (Diwyarthi & Pratama, 2024; Wangkay et al., 2025). Sementara itu, wisatawan masa kini cenderung mencari destinasi yang mudah diakses secara digital dan memberikan layanan yang responsif serta informatif (Ayu et al., 2024). Hal tersebut memperlihatkan kesenjangan antara potensi wisata yang dimiliki dengan kapasitas digital masyarakat dan pengelola desa. Oleh karena itu, penguatan kapasitas promosi digital dan layanan berbasis teknologi menjadi hal yang sangat penting untuk mendukung pengembangan pariwisata di desa wisata (Hermawan et al., 2023).

Banyaknya pelatihan yang telah dilakukan di desa wisata tentang pelatihan dasar tentang pengelolaan desa wisata dan hospitality. Namun, pelatihan tersebut masih bersifat umum dan belum fokus pada penguatan kemampuan dalam pemanfaatan teknologi digital secara menyeluruh (Jaya et al., 2024; Junaid, 2023). Kegiatan yang ada belum mampu membekali pelaku wisata secara optimal untuk mengelola media digital secara berkelanjutan dan strategis. Oleh karena itu, intervensi berbentuk pengabdian masyarakat yang secara spesifik menargetkan peningkatan kapasitas digital sangat dibutuhkan untuk menjawab kebutuhan masyarakat desa wisata dalam menghadapi tantangan transformasi digital di sektor pariwisata (Mardiansyah et al., 2025; Sary & Santoso, 2024).

Desa Wisata Cibuntu menghadapi kendala utama berupa rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam promosi dan layanan pariwisata. Pelaku wisata dan pengelola desa memiliki keterbatasan kapasitas digital sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas dan belum optimal, menghambat potensi pengembangan pariwisata yang berbasis teknologi. Penelitian ini memberikan kontribusi strategis dalam memperkuat kapasitas digital komunitas desa wisata, membuka peluang peningkatan kunjungan wisatawan dan omzet UMKM, serta menjadi model pengembangan pariwisata berbasis teknologi yang inklusif dan dapat direplikasi di desa wisata lain dengan tantangan serupa.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan pelaku wisata dan pengelola desa dalam memanfaatkan media digital secara optimal demi mendukung promosi dan layanan wisata. Target utama kegiatan adalah kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM berbasis wisata, serta perangkat desa yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata. Melalui pelatihan praktis, pendampingan teknis, dan penyusunan strategi promosi digital yang berbasis potensi lokal, program ini diharapkan mampu mengatasi keterbatasan kapasitas digital serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara berkelanjutan.

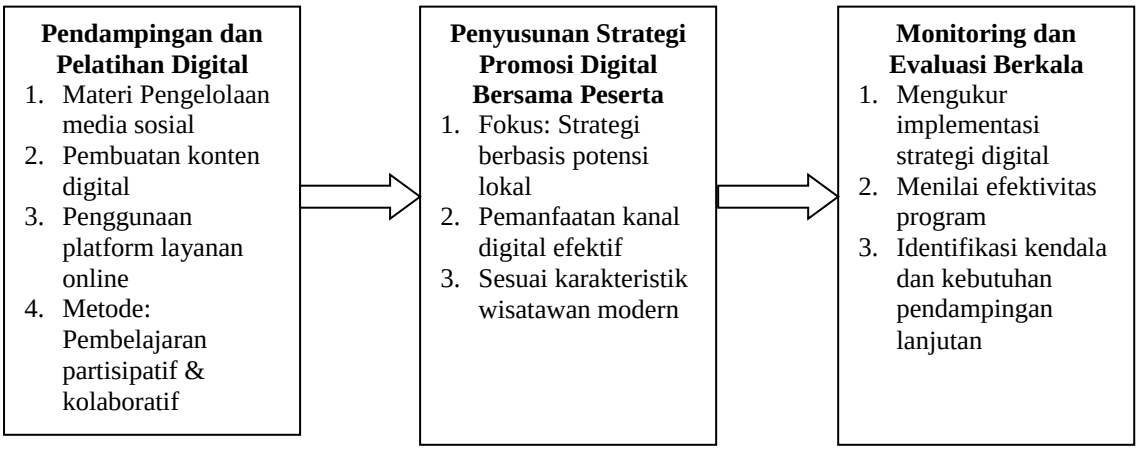
Pelaksanaan program dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan aktif masyarakat, pengelola desa wisata, Pokdarwis, dan pelaku UMKM sejak tahap perencanaan. Metode yang digunakan meliputi wawancara, diskusi kelompok terfokus, dan observasi lapangan guna mendalami kebutuhan, potensi, dan hambatan yang dialami masyarakat. Partisipasi masyarakat bukan hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai mitra aktif dalam merancang dan mengevaluasi program, sehingga hasilnya benar-benar sesuai dengan kondisi dan kebutuhan lokal.

Dasar pemikiran dan penguatan kegiatan ini didukung oleh berbagai studi empiris dan konseptual. Misalnya, penelitian Waruwu & Octafian (2024) yang menunjukkan pentingnya kemampuan digital dalam keberhasilan promosi wisata berbasis komunitas. Mumtaz & Karmilah (2021) menegaskan bahwa keterlibatan aktif masyarakat dalam pengelolaan desa wisata digital dapat meningkatkan pendapatan dan pemberdayaan ekonomi lokal. Mardinata et al. (2023), menyatakan bahwa pelatihan berkelanjutan dan pendampingan teknis sangat penting dalam mempercepat adopsi teknologi di komunitas pedesaan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk mengatasi permasalahan keterbatasan pemanfaatan teknologi digital dalam promosi dan layanan pariwisata di Desa Wisata Cibuntu, Kecamatan Pasawahan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Kondisi sebelum pelaksanaan menunjukkan rendahnya kapasitas digital pelaku wisata dan pengelola desa, yang berdampak pada jangkauan promosi dan layanan yang belum optimal (Arifputri et al., 2024). Oleh karena itu, metode yang digunakan fokus pada peningkatan kemampuan digital secara partisipatif dan berkelanjutan.

Kegiatan dilaksanakan di Desa Wisata Cibuntu 24-27 Mei 2025. Pemilihan lokasi didasarkan pada status Cibuntu sebagai desa wisata unggulan yang menghadapi tantangan transformasi digital. Durasi ini dianggap cukup untuk memberikan pelatihan, pendampingan, serta evaluasi hasil awal penerapan teknologi digital (Widodo & Pratiwi, 2019). Data primer dikumpulkan menggunakan beberapa teknik, yaitu wawancara mendalam, diskusi kelompok terfokus, dan observasi partisipatif di lapangan. Wawancara dan diskusi kelompok melibatkan kelompok sadar wisata Pokdarwis), pelaku UMKM wisata, serta perangkat desa yang mengelola pariwisata. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu memilih informan yang dianggap paling memahami dan terlibat langsung dalam pengelolaan desa wisata dan kegiatan UMKM berbasis wisata.



Gambar 1. Tahap Penelitian
Sumber: Tim Pengabdi (2025)

Metode pelaksanaan terdiri dari tiga tahap utama: (1) Pendampingan dan pelatihan digital diberikan secara praktis dengan materi pengelolaan media sosial, pembuatan konten digital, dan penggunaan platform layanan online. Metode ini mengikuti pendekatan pembelajaran partisipatif dan kolaboratif (Utama et al., 2024); (2) Penyusunan strategi promosi digital bersama peserta, disusun strategi promosi berbasis potensi lokal dengan pemanfaatan kanal digital yang efektif dan sesuai karakteristik wisatawan modern (Maudiarti et al., 2024); (3) Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk mengukur implementasi dan efektivitas strategi digital yang diterapkan, sekaligus mengidentifikasi kendala dan kebutuhan pendampingan lanjutan (Suyanti et al., 2024).

Metode ini dipilih berdasarkan studi empiris yang menunjukkan efektivitas pelatihan berkelanjutan dan partisipatif dalam mempercepat adopsi teknologi pada komunitas desa wisata (Santoso et al., 2024). Dengan pendekatan ini, diharapkan pelaku wisata dan pengelola desa mampu meningkatkan kapasitas digitalnya secara signifikan, sehingga promosi dan layanan wisata menjadi lebih optimal dan menjangkau audiens yang lebih luas. Hasil akhirnya berupa peningkatan kunjungan wisatawan, peningkatan omzet UMKM, serta keberlanjutan pengelolaan desa wisata berbasis teknologi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat di Desa Wisata Cibuntu dilaksanakan selama 4 hari tanggal 24-27 April 2025 dengan tujuan utama meningkatkan kapasitas digital kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM berbasis wisata, serta perangkat desa yang terlibat dalam pengelolaan destinasi wisata. Sebelum pelaksanaan program, tingkat pemanfaatan teknologi digital masih sangat rendah. Data awal menunjukkan bahwa hanya sekitar 15% pelaku wisata yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana promosi, sementara kurang dari 10% memiliki kemampuan mandiri dalam membuat dan mengelola konten digital. Selain itu, pemanfaatan platform digital untuk layanan pemesanan online hampir tidak ada, dengan hanya 5% pelaku wisata yang pernah mencoba menggunakan layanan tersebut.



Gambar 1. Kegiatan PKM
Sumber: Tim Pengabdi (2025)

Setelah rangkaian pelatihan praktis, pendampingan teknis, serta penyusunan strategi promosi digital yang disesuaikan dengan potensi lokal, terjadi peningkatan yang signifikan pada kapasitas digital masyarakat. Persentase pelaku wisata yang aktif mengelola media sosial meningkat drastis menjadi 75%, dan 60% peserta mampu membuat konten digital yang menarik dan terjadwal secara mandiri. Selain itu, pemanfaatan platform pemesanan online naik menjadi 40%, menandakan bahwa adopsi teknologi digital mulai berjalan efektif di komunitas desa wisata.

Partisipasi masyarakat selama kegiatan berlangsung sangat tinggi, terlihat dari antusiasme dalam pelatihan dan diskusi kelompok terfokus. Masyarakat tidak hanya menerima materi secara pasif, tetapi juga aktif berkontribusi dalam merancang strategi promosi digital yang sesuai dengan karakteristik serta keunggulan Desa Wisata Cibuntu. Peningkatan kapasitas ini juga didokumentasikan secara visual melalui foto-foto kegiatan yang memperlihatkan interaksi intensif antara fasilitator dan peserta, menggambarkan suasana belajar yang partisipatif dan kolaboratif.

Tabel 1. Perubahan kapasitas digital pelaku wisata di Desa Wisata Cibuntu sebelum dan sesudah pelatihan.

Indikator Kapasitas Digital	Sebelum Pelatihan (%)	Setelah Pelatihan (%)
Penggunaan media sosial aktif	15	75
Kemampuan membuat konten digital	10	60
Pemanfaatan platform pemesanan online	5	40

Sumber: Data diolah (2025)

Peningkatan kapasitas digital yang dicapai melalui pelaksanaan program ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dan edukatif efektif dalam mengatasi keterbatasan pemanfaatan teknologi informasi, yang selama ini menjadi hambatan utama dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Cibuntu. Dengan meningkatnya kemampuan dalam mengelola media sosial dan layanan digital, pelaku wisata dan UMKM kini dapat memperluas jangkauan promosi secara lebih luas, sekaligus menjawab tuntutan wisatawan modern yang mengutamakan kemudahan akses informasi dan pelayanan berbasis daring yang cepat dan responsif.

Partisipasi aktif masyarakat, khususnya Pokdarwis dan pelaku UMKM, dalam proses perencanaan hingga pelaksanaan program terbukti krusial. Keterlibatan ini tidak hanya meningkatkan rasa memiliki terhadap inovasi yang diterapkan, tetapi juga memastikan bahwa strategi yang dikembangkan benar-benar relevan dengan kondisi lokal dan memiliki keberlanjutan. Implementasi teknologi digital seperti platform pemesanan online membuka peluang baru untuk peningkatan pendapatan, efisiensi layanan, dan penguatan ekosistem ekonomi lokal yang lebih adaptif terhadap perkembangan zaman.

Meskipun demikian, tantangan tetap ada, terutama dalam menjaga konsistensi penggunaan teknologi dan pengembangan konten digital secara berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan tindak lanjut berupa pelatihan lanjutan dan pendampingan teknis secara periodik guna memastikan bahwa capaian yang telah diraih tidak mengalami stagnasi. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya berhasil memperkuat kapasitas digital masyarakat, tetapi juga memberikan kontribusi strategis bagi pengembangan pariwisata berbasis komunitas yang inovatif, inklusif, dan berdaya saing. Keberhasilan ini juga membuka peluang replikasi program serupa di desa wisata lain yang memiliki tantangan dan potensi yang sebanding.

Beberapa temuan penting dari pelaksanaan program ini antara lain: (1) Keterlibatan aktif Pokdarwis dan pelaku UMKM dalam perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan mendorong rasa memiliki terhadap inovasi digital yang diterapkan, serta memastikan strategi promosi sesuai dengan kebutuhan lokal; (2) Adopsi media sosial dan platform pemesanan online meningkat signifikan, membuka peluang bagi pelaku wisata untuk memperluas pasar dan meningkatkan efektivitas layanan kepada wisatawan; (3) Peningkatan kemampuan digital berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi berbasis komunitas yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar; (4) Masih terdapat hambatan dalam menjaga konsistensi penggunaan teknologi dan produksi konten digital secara berkala, sehingga diperlukan tindak lanjut berupa pelatihan lanjutan dan pendampingan teknis secara berkala.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Wisata Cibuntu berhasil mencapai target peningkatan kapasitas digital bagi kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM, dan perangkat desa. Indikator capaian menunjukkan peningkatan signifikan, di antaranya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi meningkat dari 15% menjadi 75%, kemampuan membuat konten digital dari 10% menjadi 60%, dan pemanfaatan platform pemesanan online dari 5% menjadi 40%. Hal ini mencerminkan keberhasilan program dalam memberdayakan masyarakat lokal secara konkret dan terukur.

Metode yang digunakan, yaitu pendekatan partisipatif melalui pelatihan praktis, diskusi kelompok terfokus, dan pendampingan teknis, terbukti sesuai dengan permasalahan, kebutuhan, dan tantangan yang ada di Desa Wisata Cibuntu. Rendahnya literasi digital yang sebelumnya menjadi hambatan utama, dapat diatasi melalui strategi pemberdayaan yang bersifat aplikatif, kontekstual, dan berbasis pada potensi lokal. Keterlibatan aktif masyarakat dalam seluruh tahapan kegiatan juga memperkuat efektivitas pendekatan yang digunakan.

Dampak dan manfaat kegiatan ini dirasakan secara langsung oleh para pelaku wisata, baik dalam hal peningkatan pengetahuan, keterampilan digital, maupun akses terhadap pasar yang lebih luas melalui media daring. Selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan pariwisata berbasis komunitas, program ini juga memperkuat ekosistem ekonomi lokal yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital dan preferensi wisatawan modern. Keberhasilan kegiatan juga membuka peluang kolaborasi yang lebih luas antar-stakeholder dalam pengembangan destinasi wisata berkelanjutan.

Sebagai saran untuk pengabdian masyarakat selanjutnya, disarankan agar dilakukan pelatihan lanjutan dan pendampingan teknis secara berkala guna menjaga keberlanjutan hasil yang telah dicapai. Selain itu, perlu dilakukan penguatan kelembagaan lokal seperti Pokdarwis dalam bentuk pelatihan manajemen digital dan monitoring evaluasi rutin, agar proses transformasi digital tidak hanya berlangsung sesaat, tetapi menjadi bagian dari budaya kerja masyarakat wisata. Replikasi program ke desa wisata lainnya dengan penyesuaian lokal juga direkomendasikan untuk memperluas dampak pemberdayaan komunitas berbasis teknologi.

KONFLIK KEPENTINGAN

Artikel ini disusun berdasarkan kegiatan pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada peningkatan kemampuan promosi digital dan kualitas pelayanan wisata di Desa Wisata Cibuntu. Dalam pelaksanaannya, tim pengabdi berperan sebagai fasilitator yang memberikan pelatihan dan pendampingan kepada Pokdarwis, pelaku

UMKM, serta perangkat desa, bukan sebagai pihak yang memiliki kepentingan komersial atas pemanfaatan media sosial maupun platform pemesanan daring. Tidak terdapat keterlibatan kepentingan pribadi atau hubungan profesional dengan pihak tertentu yang dapat memengaruhi proses evaluasi, interpretasi, maupun penyampaian hasil kegiatan. Dengan demikian, isi artikel disajikan berdasarkan pelaksanaan program dan temuan yang diperoleh selama kegiatan pengabdian berlangsung.

PERNYATAAN PENGGUNAAN AI

Penyusunan naskah ini dapat melibatkan bantuan perangkat berbasis kecerdasan buatan untuk mendukung proses penyuntingan bahasa, penataan gagasan, dan peningkatan kejelasan uraian akademik. Teknologi tersebut tidak digunakan sebagai pengganti keterlibatan penulis dalam merancang program, berinteraksi dengan masyarakat, mengumpulkan informasi melalui wawancara dan observasi, maupun mengevaluasi perubahan kapasitas digital peserta. Data peningkatan penggunaan media sosial, keterampilan pembuatan konten, dan pemanfaatan platform pemesanan online tetap mengacu pada hasil evaluasi kegiatan yang menjadi tanggung jawab tim pengabdi. Penulis bertanggung jawab sepenuhnya atas ketepatan isi, interpretasi temuan, dan naskah akhir yang dipublikasikan.

DAFTAR PUSTAKA

Arifputri, A. N., Aziz, R. A., & Pradana, Y. (2024). Digitalisasi desa wisata melalui pelatihan e-marketing di Desa Cibuntu. *Bantenese: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 47–54. https://doi.org/10.30656/ps2pm.v6i1.7893

Ayu, J. P., Dwijayanti, AA, I. P., & Oktaviani, R. C. (2024). Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) Pengembangan Desa Wisata Edukatif Berbasis Web Virtual Tour Experience dan Aplikasi Pintar di Desa Sedang Kecamatan Abiansemal Bali. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al-Azhar Indonesia*, 6(3), 169-175. DOI: http://dx.doi.org/10.36722/jpm.v6i3.2617

Diwyarthi, N. D. M. S., & Pratama, I. W. A. (2024). Aktivitas PKM berupa Penguatan Desa Wisata dalam Bentuk Pelatihan Pemasaran Digital di Desa Wisata Cemagi. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(1), 297-303. https://doi.org/10.30653/jppm.v9i1.678

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. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 4(1), 46–61. https://doi.org/10.36276/jap.v4i1.434

Jaya, R., Ohyver, D. A., Muhtasom, A., & AB, A. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Melalui Pelatihan Pengelolaan Homestay dan Kebersihan. *PADAIDI: Journal of Tourism Dedication*, *1*(1), 1–12. https://doi.org/10.33649/padaidi.v1i1.111

Junaid, I. (2023). Tantangan dan Strategi Pengelolaan Desa Wisata: Perspektif Peserta Pelatihan Pariwisata. *Journal of Mandalika Review*, 2(2), 1-14. https://doi.org/10.55701/mandalika.v2i2.87

Kurniawan, A. R. (2020). Tantangan Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada Era Digital di Indonesia (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Pangalengan). *Tornare: Journal of Sustainable and Research*, 3(1), 1-10. DOI: https://doi.org/10.24198/tornare.v2i2.25418

Mardiansyah, I., Pujianti, I., & Kusumajati, H. (2025). Pelatihan Media Sosial Sebagai Media Promosi Desa Wisata di Desa Sukajadi Kabupaten Bogor. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ilmu Komunikasi*, 2(1), 164–179. https://doi.org/10.32493/comm.v2i1.47696

Mardinata E, Cahyono TD, Muhammad Rizqi R. Transformasi Digital Desa Melalui Sistem Informasi Desa (SID): Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik dan Kesejahteraan Masyarakat. *PARTA*, 4(1), 73-81. https://journal.undiknas.ac.id/index.php/parta/article/view/4402

Maudiarti, S., Achmadi, M., & Pramanik, P. D. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Peningkatan Potensi Pariwisata Desa Kaduela Kuningan-Jawa Barat. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 6(1), 35-42. DOI: https://doi.org/10.30647/jpp.v6i1.1811

Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1-15. DOI: http://dx.doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790

Santoso, D. B., Pangestuty, F. W., & Aulia, D. F. (2024). Optimalisasi Digital sebagai Sarana Penguatan Transparansi dan Partisipasi BUMDes dalam Pengelolaan Pariwisata. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *6*(1.1), 539-545. https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.1.4748

Sary, F. P., & Santoso, T. I. (2024). Inovasi dalam Peningkatan Kesadaran dan Pengelolaan Wisata Berbasis Komunitas di Desa Tenjolaya untuk Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 54-62. DOI: https://doi.org/10.59818/jpm.v4i6.900

Suyanti, E., Suciati, E. W., Sahna, E. N., Fitriani, E., & Sukma, Y. N. (2024). Pendampingan Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Callalily Artisant. Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(1), 183–189. https://doi.org/10.30762/welfare.v2i1.846

Utama, D. M., Baroto, T., & Yasa, A. D. (2024). Pelatihan dan pendampingan digital marketing untuk bisnis jasa landscaping di Kabupaten Lamongan. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 7(3), 305. DOI:10.28989/kacanegara.v7i3.2165

Wangkay, C., Haryati, E., & Mustofa, A. (2025). Convergence of Local Wisdom and Digital Transformation to Accelerate Tourism Village Ranking and Village SDGs. *Parlementer: Jurnal Studi Hukum dan Administrasi Publik*, *2*(1), 40–53. https://doi.org/10.62383/parlementer.v2i1.509

Waruwu, D. K., & Octafian, R. (2024). Inovasi Promosi Wisata Kampung Pelangi: Keterlibatan Masyarakat dan Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Pariwisata*, 11(1), 14-27. DOI: https://doi.org/10.31294/par.v11i1.21579