

PENGEMBANGAN CITRA DESTINASI WISATA MELALUI INOVASI DIGITAL MENUJU DESA WISATA BERKELANJUTAN

Eka Grana Aristyana Dewi¹⁾, Ida Bagus Gede Baskara²⁾, Ni Luh Putu Nestri
Evayanti³⁾, Ni Kadek Rita Astri Asih⁴⁾, I Komang Yoga Gangga Putra⁵⁾,
F. Maheswara Jevero Kanoko⁶⁾, I Kadek Pande Dheva Brahmantya Putra⁷⁾,
I Putu Agus Tirta Yoga⁸⁾, Kadek Rian Kumaraarta⁹⁾, I Made Ardian Givari¹⁰⁾,
I Gede Prana Yoga¹¹⁾, I Gusti Agung Made Suparta Yasa¹²⁾, Nathanael
Putrapratama Purnawan¹³⁾, I Made Sutresna¹⁴⁾
Universitas Primakara Denpasar, Indonesia
e-mail: aris@primakara.ac.id

ABSTRAK

Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (PPK Ormawa) dilaksanakan di Desa Jehem untuk meningkatkan potensi wisata alam dan budaya desa yang masih kurang dikenal akibat terbatasnya promosi dan akses digital. Kegiatan ini menggunakan metode observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi kebutuhan desa, serta menerapkan pendekatan difusi IPTEKS dan substitusi IPTEKS. Pengabdian ini mencakup pembuatan website wisata, pelatihan manajemen media sosial, dan pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) untuk pengelolaan pariwisata. Hasil yang dicapai antara lain peningkatan kunjungan wisatawan dan kapasitas SDM lokal dalam memanfaatkan teknologi digital. Keberlanjutan program diharapkan tercapai melalui pengelolaan berkelanjutan oleh Pokdarwis dan pemeliharaan sarana digital yang telah dibangun.

KATA KUNCI: *Transformasi Digital; Pemasaran; Pengelolaan Destinasi Wisata; Pemanfaatan Teknologi.*

ABSTRACT

The Student Organization Capacity Building Program (PPK Ormawa) was implemented in Jehem Village to enhance the village's natural and cultural tourism potential, which remains relatively unknown due to limited digital promotion and access. This program utilized observation and interviews to identify the village's needs, alongside the application of science and technology diffusion and substitution approaches (IPTEKS). Activities included creating a tourism website, providing social media management training, and establishing a Tourism Awareness Group (Pokdarwis) responsible for managing tourism. The outcomes achieved include an increase in tourist visits and local human resource capacity in utilizing digital technology. The sustainability of the program is

expected to be achieved through continuous management by Pokdarwis and the maintenance of digital infrastructure that has been developed.

KEYWORDS: *Digital Transformation; Marketing; Destination Management; Technology Utilization.*

Received: July 29 2024	Revision: August 30 2024	Publication: October 13 2024
---------------------------	-----------------------------	---------------------------------

PENDAHULUAN

Dalam era transformasi digital yang pesat, sektor pariwisata mengalami perubahan signifikan di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia (bin Illyas Tan, 2022; Ollivaud & Haxton, 2019). Desa wisata menjadi salah satu konsep inovatif dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dengan memanfaatkan teknologi digital untuk memperkenalkan potensi alam dan budaya lokal kepada audiens yang lebih luas (Darmayanti et al., 2023; Gozali & Nugraha, 2022). Teknologi digital, khususnya digitalisasi pariwisata, memungkinkan informasi tentang destinasi wisata tersampaikan secara efisien dan mudah diakses oleh calon wisatawan, sehingga meningkatkan daya tarik dan kunjungan ke desa wisata (Hadjielias et al., 2022; Kumar & Shekhar, 2020; Leung, 2022; Mumtaz & Karmilah, 2021; Pencarelli, 2020).

Desa Jehem merupakan salah satu desa yang memiliki potensi wisata alam dan budaya yang besar, namun belum dikenal luas oleh wisatawan akibat minimnya promosi digital. Sebagai respons, upaya digitalisasi pariwisata telah dianggap sebagai langkah strategis untuk meningkatkan daya saing desa-desa wisata dalam menghadapi era Industri 4.0, di mana perilaku wisatawan yang semakin bergantung pada informasi digital menjadi peluang besar (Habibah, 2021; Poerwanto & Shambodo, 2020).

Menurut World Travel & Tourism Council, digitalisasi menjadi salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia, berperan dalam membuka akses informasi bagi wisatawan yang kini semakin mengandalkan internet dalam memilih destinasi wisata (Mulyono et al., 2024; Ollivaud & Haxton, 2019; Rhena & Kraugusteeliana, 2024). Transformasi digital juga memungkinkan masyarakat desa terlibat langsung dalam mengelola dan mempromosikan pariwisata berbasis kearifan lokal, sehingga meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara inklusif (Jaelani & Hanim, 2021; Wiryanata, 2022; Wulandari, 2024).

Digitalisasi melalui platform seperti media sosial, *website*, dan teknologi *barcode* pada *booklet* wisata terbukti memudahkan wisatawan dalam mendapatkan informasi wisata yang komprehensif serta memberikan efisiensi dalam pengelolaan destinasi (Anthony et al., 2024; Rizki et al., 2023; Sukmadi, n.d.). Penerapan teknologi digital pada desa wisata juga mampu memberikan dampak positif bagi keberlanjutan pariwisata dengan meningkatkan keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan promosi pariwisata (Gozali & Nugraha, 2022).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa desa-desa wisata yang berhasil memanfaatkan digitalisasi memiliki keunggulan kompetitif yang lebih baik, serta mampu menarik minat wisatawan dalam dan luar negeri dengan lebih efektif (Muliawanti & Susanti, 2020; Poerwanto & Shambodo, 2020; Satria & Wibowo, 2021). Dalam hal ini, pemanfaatan media sosial berbasis konten kreatif menjadi salah satu strategi yang terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik dan citra pariwisata desa. Melalui konten visual yang menarik, interaksi langsung, dan promosi berbasis cerita, desa wisata dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan calon wisatawan dan menarik perhatian yang lebih luas melalui platform digital. Namun, aspek pemanfaatan konten kreatif secara khusus ini sering kali kurang mendapatkan perhatian dalam strategi digitalisasi pariwisata, sehingga menjadi gap penting yang diisi dalam penelitian ini.

Keterbaruan penelitian ini terletak pada fokusnya dalam mengintegrasikan manajemen media sosial berbasis konten kreatif sebagai komponen utama dalam strategi digitalisasi untuk meningkatkan citra pariwisata Desa Jehem. Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberdayakan masyarakat Desa Jehem dalam mengelola promosi digital yang efektif, meningkatkan keterampilan mereka dalam menciptakan konten kreatif, serta membangun citra Desa Jehem sebagai destinasi wisata berkelanjutan yang mengusung kearifan lokal. Dengan pendekatan ini, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memperkuat daya tarik visual destinasi, tetapi juga memperkokoh posisi Desa Jehem sebagai desa wisata yang memiliki identitas kuat dan berdaya saing.

Melalui inovasi dalam strategi pemasaran digital ini, pengabdian ini diharapkan mampu menawarkan model pemasaran desa wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan serta memperkuat posisi dan citra Desa Jehem sebagai destinasi wisata unggulan di tingkat nasional maupun internasional.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini menggabungkan tiga pendekatan utama, yaitu observasi dan wawancara, difusi IPTEKS, serta substitusi IPTEKS. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 18 Maret 2024 sampai 23 Oktober 2024 dengan melibatkan tim pengabdian yang terdiri dari 14 orang, termasuk dosen pembimbing dan mahasiswa. Total peserta dalam kegiatan ini berjumlah 115 orang, yang terdiri dari perwakilan masyarakat Desa Jehem, anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), dan pelaku UMKM setempat. Sasaran utama kegiatan ini adalah masyarakat yang memiliki peran aktif dalam pengelolaan wisata dan promosi digital desa.

Metode observasi dan wawancara digunakan pada tahap awal untuk mengumpulkan informasi yang relevan dari masyarakat Desa Jehem dan pemangku kepentingan. Tujuannya adalah agar program kerja yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lapangan, serta memastikan bahwa setiap aspek kegiatan pengabdian dapat diterapkan dengan baik di lapangan.

Melalui pendekatan difusi IPTEKS, tim pengabdian memperkenalkan inovasi teknologi, seperti pemasaran digital, pengelolaan *website*, dan manajemen media sosial kepada masyarakat. Difusi ini dilakukan dalam bentuk pelatihan dan simulasi langsung, sehingga peserta dapat mengadopsi dan mengaplikasikan teknologi ini dalam pengelolaan wisata desa secara efektif. Kegiatan pelatihan difusi IPTEKS diikuti oleh peserta dengan antusiasme tinggi, di mana setiap peserta memperoleh pemahaman dasar tentang manfaat teknologi digital dalam meningkatkan daya tarik wisata.

Metode substitusi IPTEKS diterapkan dengan menggantikan teknologi lama yang masih digunakan dalam promosi dan pengelolaan wisata dengan teknologi yang lebih modern. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan wisata, terutama melalui penggunaan sistem *website* yang dapat mendigitalisasi informasi wisata secara lebih terstruktur dan mudah diakses. Dengan adanya *website*, informasi tentang destinasi wisata, acara, dan produk UMKM di Desa Jehem dapat diakses oleh wisatawan kapan saja dan di mana saja.

Dengan pendekatan yang komprehensif ini, diharapkan kegiatan pengabdian mampu memberikan dampak yang berkelanjutan bagi Desa Jehem dalam mempromosikan potensi wisata lokal secara lebih modern dan terorganisir.

a. Observasi dan Wawancara

Pada tahap awal, tim pelaksana program melakukan observasi lapangan dan wawancara dengan masyarakat dan pemangku kepentingan di Desa Jehem. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi

mendasar mengenai potensi, tantangan, dan kebutuhan terkait pengembangan pariwisata desa. Observasi mencakup pengamatan terhadap kondisi objek wisata seperti air terjun dan situs budaya, sedangkan wawancara dilakukan dengan tokoh masyarakat, pengelola wisata, serta pelaku UMKM untuk memahami aspirasi dan perspektif mereka mengenai wisata berkelanjutan. Hasil dari tahap ini membantu tim dalam merancang program kerja yang relevan dan sesuai dengan kondisi lokal, termasuk penentuan jenis aset digital dan fisik yang dibutuhkan.

b. Difusi IPTEKS

Metode Difusi IPTEKS diterapkan untuk memperkenalkan inovasi teknologi dan elemen visual yang mendukung promosi wisata Desa Jehem. Dalam metode ini, tim membuat berbagai aset digital dan fisik untuk meningkatkan daya tarik visual dan identitas Desa Jehem sebagai destinasi wisata. Aset-aset yang dihasilkan meliputi:

1. **Pembuatan Logo Desa Wisata:** Logo ini bertujuan untuk menciptakan identitas visual yang khas bagi Desa Jehem dan menjadi simbol branding wisata.
2. **Pembuatan Video Promosi dan Foto Destinasi Wisata:** Konten ini dirancang untuk memperkenalkan daya tarik wisata alam dan budaya Desa Jehem melalui media sosial dan *website* desa.
3. **Booklet dan Denah Wisata:** *Booklet* berfungsi sebagai panduan informasi lengkap mengenai destinasi wisata, fasilitas, dan daya tarik unik Desa Jehem. Sementara itu, denah wisata membantu wisatawan memahami lokasi objek wisata dengan lebih mudah.

Selain itu, dalam metode difusi ini, masyarakat diberikan pelatihan mengenai cara memanfaatkan aset-aset digital tersebut sebagai bagian dari strategi pemasaran digital. Difusi IPTEKS membantu masyarakat mengadopsi teknologi dan teknik promosi yang lebih modern, sehingga mereka dapat mempromosikan desa wisata secara efektif dan mandiri.

c. Substitusi IPTEKS

Substitusi IPTEKS adalah metode yang bertujuan untuk menggantikan teknologi atau cara promosi lama dengan teknologi yang lebih modern guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan wisata. Dalam program ini, substitusi dilakukan melalui beberapa inisiatif, antara lain:

1. **Digitalisasi Informasi dengan Barcode untuk Booklet:** berfungsi sebagai inovasi yang memudahkan wisatawan dalam mengakses

informasi tambahan melalui perangkat digital. Dengan adanya *barcode* ini, wisatawan dapat langsung terhubung ke informasi terkait destinasi dan fasilitas di Desa Jehem secara cepat dan mudah, menggantikan metode promosi manual dan cetak dengan pendekatan yang lebih modern dan interaktif.

2. **Website Desa Wisata:** *Website* berfungsi sebagai sumber informasi utama yang dapat diakses oleh calon wisatawan. Dengan adanya *website*, informasi tentang destinasi wisata, dan produk UMKM dapat diakses kapan saja, menggantikan metode promosi konvensional.

Metode substitusi ini memungkinkan Desa Jehem mengadopsi teknologi yang lebih efisien dan terstandarisasi dalam pengelolaan informasi dan transaksi wisata, sekaligus meningkatkan daya saing desa di pasar wisata digital.

d. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dalam program ini bertujuan untuk menilai keberhasilan setiap kegiatan yang telah dilaksanakan dan memastikan bahwa target-target yang telah ditetapkan tercapai. Evaluasi dilakukan menggunakan rubrik analitik yang mengukur keberhasilan berdasarkan kriteria spesifik dengan target skor yang telah ditentukan. Kriteria evaluasi mencakup beberapa aspek, antara lain pemahaman masyarakat terhadap materi pelatihan, keterampilan dalam mengelola aset digital, kualitas aset yang dihasilkan, dan dampak terhadap kunjungan wisata.

Tabel 1. Rubrik Evaluasi Keberhasilan Program

No	Kriteria Evaluasi	Segi Penilaian	Deskripsi	Skala Penilaian (1-4)	Target Penilaian (Total Hasil Nilai/16*100)
1	Pemahaman Masyarakat terhadap Materi Pelatihan	Pemahaman terhadap konsep dasar	Mengukur pemahaman masyarakat tentang dasar pemasaran digital dan manajemen media sosial.	1 = Tidak memahami, 4 = Sangat memahami	≥70%
		Penerapan materi dalam simulasi	Menilai kemampuan peserta menerapkan konsep yang dipelajari selama simulasi pelatihan.	1 = Tidak dapat menerapkan, 4 = Sangat mampu menerapkan	

		Diskusi dan partisipasi aktif	Mengukur partisipasi aktif dan kontribusi dalam diskusi selama pelatihan.	1 = Tidak berpartisipasi, 4 = Sangat aktif	
		Jumlah Peserta Yang Terlibat	Mengukur jumlah total partisipan dalam mengikuti kegiatan pelatihan	1 = Tidak ada partisipan, 4 = Partisipan Terpenuhi (total 100 Orang)	
2	Keterampilan Mengelola Aset Digital	Pengelolaan media sosial	Menilai kemampuan mengelola akun media sosial desa wisata secara mandiri.	1 = Tidak dapat mengelola, 4 = Sangat mampu mengelola	≥70%
		Kreativitas dalam pembuatan konten	Menilai kemampuan dalam menciptakan konten kreatif yang menarik bagi audiens.	1 = Tidak kreatif, 4 = Sangat kreatif	
		Kemampuan mengoperasikan <i>website</i>	Mengukur keterampilan teknis dalam mengelola dan memperbarui <i>website</i> desa wisata.	1 = Tidak terampil, 4 = Sangat terampil	
		Konsistensi dalam branding	Mengukur sejauh mana peserta dapat mempertahankan identitas branding pada konten digital.	1 = Tidak konsisten, 4 = Sangat konsisten	
		Daya tarik visual	Menilai kualitas visual aset digital dari segi daya tarik dan profesionalisme.	1 = Sangat rendah, 4 = Sangat baik	
3	Kualitas Aset Digital (<i>Website</i> , Video, Foto, Logo, <i>Booklet</i> , Denah)	Kejelasan informasi	Mengukur kejelasan informasi yang disajikan pada aset digital bagi wisatawan.	1 = Tidak jelas, 4 = Sangat jelas	≥70%
		Konsistensi identitas visual	Menilai kesesuaian desain aset digital dengan identitas branding Desa Jehem.	1 = Tidak konsisten, 4 = Sangat konsisten	
		Relevansi konten	Mengukur kesesuaian konten pada aset digital	1 = Tidak relevan, 4 = Sangat relevan	

4	Dampak terhadap Kunjungan Wisata		dengan kebutuhan dan minat audiens target.	
		Peningkatan Jumlah Pengunjung	Mengukur peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke Desa Jehem setelah implementasi program digitalisasi wisata.	1 = Tidak ada peningkatan, 4 = Peningkatan signifikan
		Daya Tarik Konten Promosi Digital	Menilai sejauh mana konten promosi digital (<i>website</i> , media sosial, video promosi) berhasil menarik perhatian calon wisatawan.	1 = Tidak menarik, 4 = Sangat menarik
		Testimoni dan Kepuasan Wisatawan	Mengukur kepuasan wisatawan berdasarkan umpan balik atau testimoni yang mereka berikan terkait kemudahan akses informasi dan fasilitas wisata.	1 = Sangat tidak puas, 4 = Sangat puas
		Keterjangkauan dan Aksesibilitas Informasi	Menilai seberapa mudah wisatawan mengakses informasi tentang Desa Jehem melalui platform digital yang disediakan, termasuk <i>website</i> dan <i>booklet</i> digital	1 = Sangat sulit diakses, 4 = Sangat mudah diakses
				≥70%

Adapun uraian kegiatan PPK Ormawa di Desa Jehem dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Uraian Kegiatan PPK Ormawa

Tanggal Kegiatan	Uraian Kegiatan	Peran Tim	Peran Mitra
18 Maret 2024 s/d 02 Mei 2024	Tim Melakukan Penelaahan dan Koordinasi Kepada Mitra.	Tim bertemu dengan pihak Desa Jehem untuk melakukan diskusi permasalahan dan pemcaahan permasalahan.	Menjadi narasumber yang memberikan segala informasi tentang permasalahan desa, dan menyetujui program yang telah direncanakan.
30 Mei 2024 s/d 19	Pembuatan Aset Digital untuk Desa Sesuai dengan	Tim membuat aset digital dan fisik untuk penunjang kebutuhan	Mengoreksi dan menyetujui aset yang telah dibuat.

September 2024	Program yang di Rancang.	Pokdarwis maupun UMKM.	
1 Oktober 2024	Pelaksanaan Pelatihan	Tim mengorganisir pelatihan, dari menyusun <i>term of reference (TOR)</i> Pelatihan, mengadakan pelatihan, dan melakukan pendampingan.	Menjadi peserta pelatihan dan pendampingan.
23 Oktober 2024	Loka Karya	Tim mengorganisir kegiatan untuk serah terima keseluruhan aset, dan modul pelatihan sekaligus mengevaluasi kegiatan, serta penutupan program PPK Ormawa	Menjadi peserta dan pihak penerima segala aset digital maupun fisik, serta mengevaluasi kegiatan selama 5 Bulan.

Dengan pendekatan metode pelaksanaan yang terstruktur melalui observasi dan wawancara, difusi IPTEKS, substitusi IPTEKS, serta evaluasi, program PPK Ormawa di Desa Jehem dirancang untuk secara komprehensif mengatasi kebutuhan dan tantangan pengembangan pariwisata berbasis digital. Setiap metode memberikan kontribusi yang signifikan, mulai dari pengumpulan informasi awal, pengenalan teknologi, hingga peningkatan efektivitas dalam pengelolaan destinasi wisata. Tahap evaluasi berfungsi untuk menilai keberhasilan setiap kegiatan dan pencapaian target melalui rubrik analitik yang mencakup berbagai aspek, sehingga hasil program dapat terukur dan dievaluasi secara objektif. Pendekatan sistematis ini diharapkan mampu memberikan hasil yang optimal dan berkelanjutan bagi masyarakat, sehingga Desa Jehem dapat berkembang menjadi desa wisata yang mandiri, berdaya saing, dan memiliki identitas kuat di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan citra wisata Desa Jehem melalui inovasi digital yang bertumpu pada peningkatan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan promosi wisata berbasis teknologi. Program pengabdian ini dirancang untuk menghadirkan solusi bagi tantangan promosi pariwisata desa, dengan pendekatan yang mencakup beberapa tahap: perencanaan, penerapan teknologi digital, pembuatan aset promosi, peningkatan kapasitas SDM, hingga evaluasi akhir program. Dengan pendekatan yang terstruktur ini, diharapkan Desa Jehem dapat berkembang menjadi desa wisata yang berkelanjutan, berdaya saing,

dan memiliki identitas kuat di era digital. Pembahasan hasil penelitian ini akan dibagi ke dalam beberapa bagian utama: Perencanaan Pengabdian, Kegiatan Pengabdian Penerapan Teknologi dan Pembuatan Aset Digital, Kegiatan Pengabdian Peningkatan Kapasitas SDM, serta Evaluasi Program.

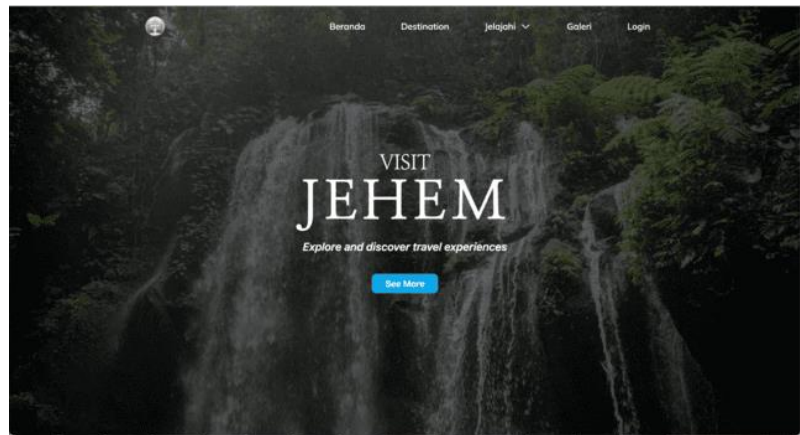
1. Perencanaan Pengabdian

Tahap perencanaan dalam program ini dirancang berdasarkan analisis awal mengenai kondisi dan potensi wisata Desa Jehem. Proses ini melibatkan identifikasi kebutuhan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan masyarakat, pemangku kepentingan, serta pelaku UMKM lokal. Berdasarkan hasil analisis tersebut, disusunlah serangkaian rencana kerja yang terarah dan berkelanjutan untuk mengembangkan citra wisata Desa Jehem. Fokus utama perencanaan adalah menghadirkan solusi digital untuk promosi wisata yang dapat diakses secara luas oleh wisatawan, serta meningkatkan keterampilan masyarakat dalam pengelolaan informasi pariwisata. Langkah perencanaan ini mencakup:

- a. **Identifikasi Potensi Wisata dan Tantangan:** Mengidentifikasi objek wisata utama di Desa Jehem, seperti air terjun dan situs budaya, serta memahami kendala promosi yang dihadapi, khususnya dalam bidang digital.
- b. **Penetapan Aset Digital dan Teknologi yang Dibutuhkan:** Menentukan aset digital yang relevan, seperti pembuatan *website*, logo wisata, video promosi, dan *booklet* panduan. Aset ini dipilih untuk memperkuat identitas visual desa dan menyediakan informasi yang lengkap dan mudah diakses oleh calon wisatawan.
- c. **Penyusunan Materi Pelatihan untuk Peningkatan Kapasitas SDM:** Mengembangkan modul pelatihan untuk masyarakat terkait pemasaran digital, pengelolaan media sosial, dan pengelolaan *website*, dengan tujuan membekali masyarakat dengan keterampilan yang diperlukan untuk promosi wisata secara mandiri dan berkelanjutan.
- d. **Penyusunan Target dan Indikator Keberhasilan:** Menetapkan target keberhasilan yang terukur melalui rubrik evaluasi yang akan digunakan pada tahap akhir. Indikator ini mencakup tingkat pemahaman masyarakat, kualitas aset digital, keterampilan dalam pengelolaan platform digital, serta dampak terhadap kunjungan wisata.

Hasil perencanaan ini menjadi acuan bagi pelaksanaan tahap berikutnya, di mana setiap kegiatan didasarkan pada kebutuhan yang telah teridentifikasi. Dengan adanya perencanaan yang matang, program ini diharapkan dapat berjalan efektif,

- 1) **Halaman Beranda:** Menampilkan sambutan singkat dan informasi umum tentang Desa Jehem sebagai destinasi wisata, lengkap dengan slideshow foto objek wisata utama.
- 2) **Profil Desa:** Menggambarkan sejarah, budaya, dan kehidupan sehari-hari di Desa Jehem, yang membantu wisatawan memahami latar belakang unik desa.
- 3) **Destinasi Wisata:** Bagian ini berisi deskripsi mendetail mengenai destinasi wisata di Desa Jehem, seperti air terjun, situs budaya, dan panorama alam. Setiap halaman destinasi dilengkapi dengan foto, petunjuk arah, dan informasi fasilitas yang tersedia.
- 4) **Produk UMKM:** Halaman ini menampilkan produk-produk lokal yang diproduksi oleh UMKM Desa Jehem, seperti kerajinan tangan, produk herbal, dan makanan khas, beserta informasi pembelian dan kontak produsen.



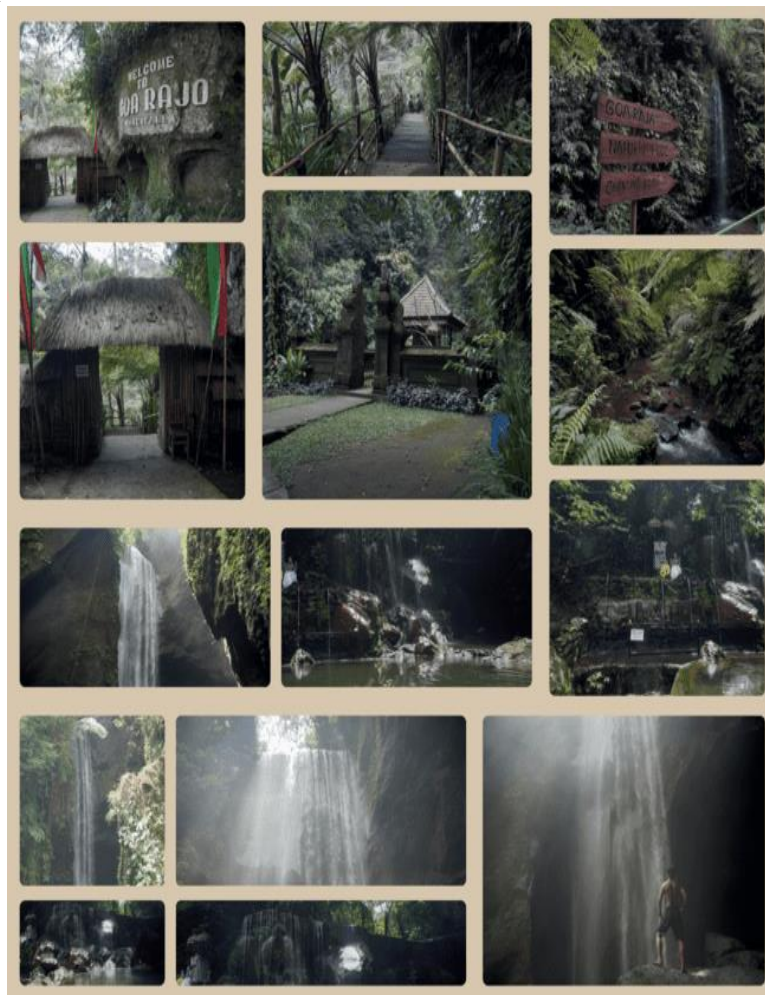
Gambar 2. Screenshot Halaman Website

Dengan fitur-fitur ini, *website* www.desawisatajehem.com diharapkan dapat menjadi sumber informasi utama yang memudahkan wisatawan dalam merencanakan kunjungan mereka ke Desa Jehem, dan dapat menjadi kesatuan informasi segala jenis wisata di Desa Jehem, serta mendukung promosi desa secara berkelanjutan.

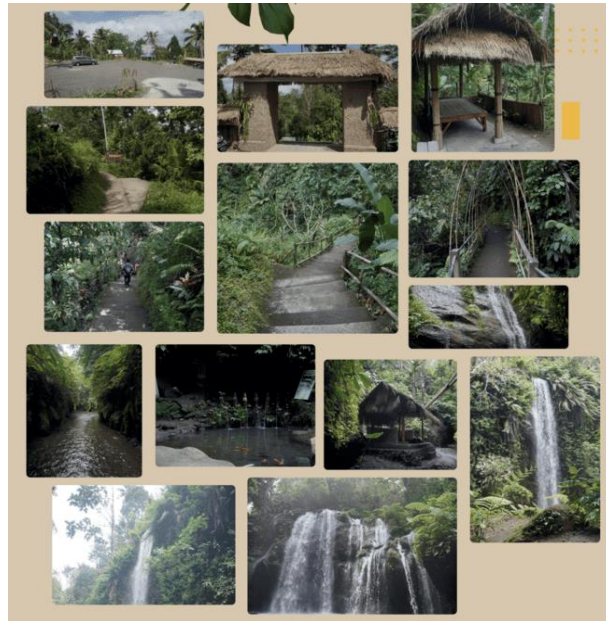
- c. **Foto dan Video Destinasi Wisata:** Dokumentasi foto profesional diambil dari setiap objek wisata utama di Desa Jehem untuk memperlihatkan potensi alam dan budaya yang dimiliki desa. Foto-foto ini menangkap keindahan alam, seperti air terjun, pemandangan sawah, dan

situs budaya lokal yang unik. Setiap foto diambil dengan komposisi yang menarik untuk memberikan daya tarik visual yang kuat.

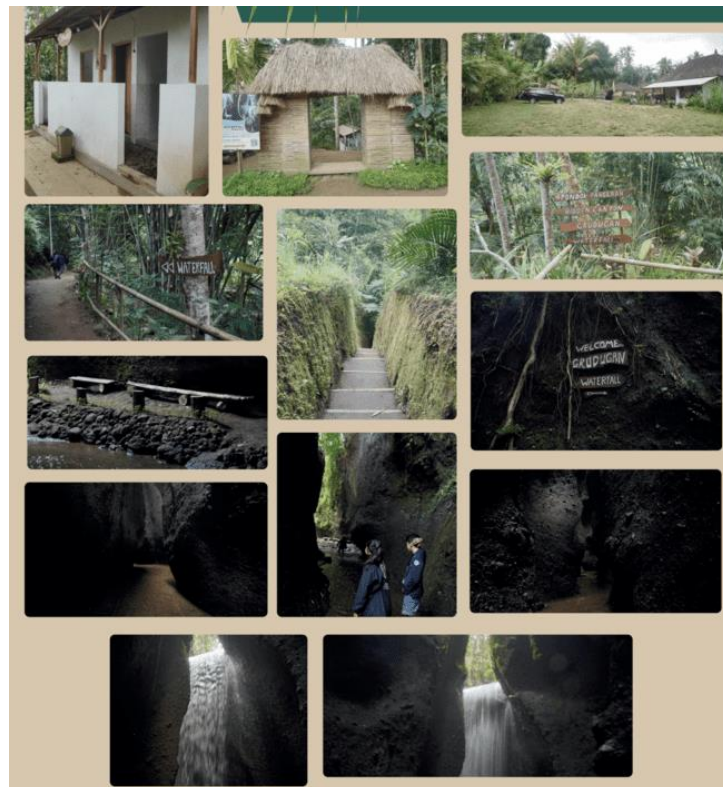
Selain foto, video promosi juga diproduksi untuk menampilkan rangkaian visual dari berbagai destinasi wisata di Desa Jehem. Video ini berfungsi untuk memberikan gambaran lebih hidup dan dinamis tentang pengalaman wisata yang ditawarkan. Video promosi memuat semua destinasi wisata yang ada di desa jehem dengan narasi yang menggambarkan keunikan desa, potensi wisata, serta aktivitas wisata yang dapat dinikmati wisatawan.



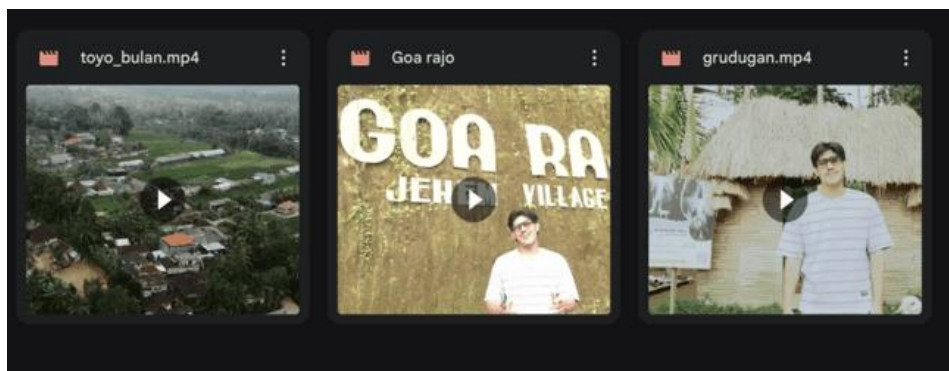
Gambar 3. Foto Air Terjun Goa Raju



Gambar 4. Foto Air Terjun Toyo Bulan



Gambar 5. Foto Air Terjun Grudugan



Gambar 6. Screenshot Video Promosi

Dengan menggunakan foto dan video berkualitas tinggi ini, potensi wisata Desa Jehem dapat tersampaikan dengan lebih efektif dan menarik, sesuai dengan kriteria evaluasi yang mencakup daya tarik visual, kejelasan informasi, dan relevansi konten. Aset visual ini menjadi salah satu aspek penting dalam membangun citra Desa Jehem sebagai destinasi wisata alam dan budaya yang unik dan menarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.

- d. **Booklet Panduan Wisata:** *Booklet* ini dirancang sebagai panduan lengkap yang memuat informasi tentang seluruh destinasi wisata yang ada di Desa Jehem. Setiap objek wisata, mulai dari air terjun, situs budaya, hingga pemandangan alam, disajikan dalam *booklet* ini dengan detail lokasi, deskripsi daya tarik, dan fasilitas yang tersedia. Dengan desain yang menarik dan tata letak yang terstruktur, *booklet* ini memudahkan wisatawan untuk memahami dan merencanakan kunjungan mereka ke setiap destinasi yang ada.

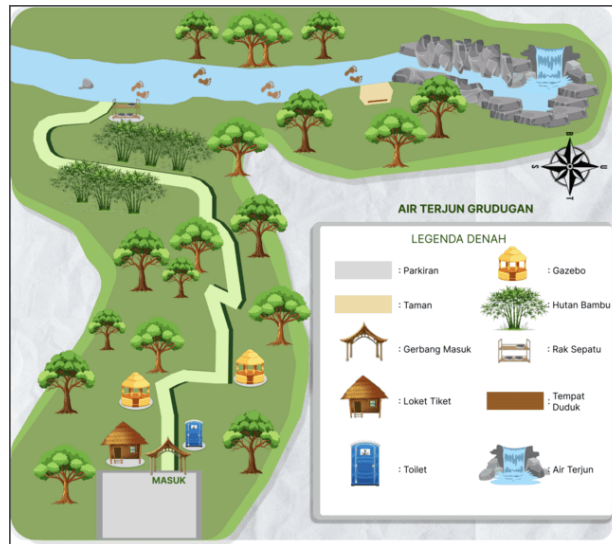
Booklet ini berperan sebagai alat promosi yang komprehensif, mempromosikan tidak hanya destinasi populer, tetapi juga lokasi-lokasi lain di Desa Jehem yang memiliki potensi namun belum dikenal luas. Hal ini diharapkan dapat menarik minat wisatawan untuk menjelajahi seluruh objek wisata yang tersedia. Dengan menyediakan informasi yang merata mengenai setiap objek wisata, *booklet* ini bertujuan untuk mendistribusikan arus kunjungan wisatawan ke seluruh area desa. Hal ini diharapkan dapat mendukung peningkatan ekonomi yang lebih merata di seluruh wilayah Desa Jehem.

Booklet ini tersedia dalam format cetak yang berada di setiap loket destinasi wisata berbentuk *QR code*, di akhir halaman *booklet* berisi *QR*

code yang mengarahkan wisatawan ke *website* desa untuk mendapatkan informasi lebih lanjut atau pembaruan terkini. Dengan adanya *booklet* ini, diharapkan para pengunjung akan lebih mudah mengakses informasi dan termotivasi untuk mengeksplorasi berbagai destinasi di Desa Jehem, sehingga meningkatkan dampak ekonomi dan popularitas seluruh objek wisata di desa.



Gambar 7. Contoh Booklet



Gambar 8. Contoh Denah Digital

3. Kegiatan Pengabdian: Peningkatan Kapasitas SDM

dalam program ini melibatkan tiga pelatihan utama yang dirancang untuk membekali masyarakat dengan keterampilan digital yang diperlukan untuk mendukung promosi wisata secara mandiri dan berkelanjutan. Berikut adalah hasil dari setiap pelatihan yang telah dilaksanakan:

a. **Pelatihan Manajemen Media Sosial**

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam mengelola media sosial sebagai alat promosi. Peserta terdiri dari perwakilan pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), pelaku UMKM, dan masyarakat umum, dengan total peserta sebanyak 30 orang. Salah satu hasil utama dari pelatihan ini adalah konten planer yang berisi jadwal dan strategi konten yang akan diunggah di media sosial. Konten planer ini mencakup materi promosi untuk berbagai objek wisata, produk UMKM, dan kegiatan lokal, yang akan membantu peserta dalam membuat konten yang teratur dan efektif untuk mempromosikan Desa Jehem secara digital.



Gambar 9. Foto Kegiatan Pelatihan Manajemen Media Sosial

CONTENT PLAN INSTAGRAM NOVEMBER 2024						
Date			Instagram Content			Additional
Start-date	Deadline Post	Time	Tema / Ide Konten	Caption Konten	Kategori Konten	Hashtag
01/11/2024	06/11/2024	09.00	Foto panorama Toyo Bulan dari sudut yang berbeda	"Setiap sudut Toyo Bulan memberikan keajaiban tersendiri"	Feed	#HiddenGem #BaliNature #ToyoBulan
01/11/2024	09/11/2024	06.00	Video slow motion air terjun yang mengalir deras	"Saksikan keindahan aliran air yang tak pernah berhenti"	Reels	#WaterfallMagic #BaliWaterfall #SlowMotionNature
07/11/2024	13/11/2024	10.00	Tips trekking ke Toyo Bulan	"Siap berpetualang ke Toyo Bulan? Berikut tips trekking aman!"	Reels	#TrekkingTips #BaliTrek #AdventureTime
07/11/2024	16/11/2024	07.00	Foto wisatawan yang sedang bersantai menikmati alam	"Nikmati keindahan alam tanpa terburu-buru"	Feed	#NatureLovers #BaliVacation #CalmMoments
15/11/2024	20/11/2024	09.00	Keindahan langit cerah di atas Toyo Bulan	"Langit biru Bali di atas surga tersembunyi:"	Feed	#BlueSkies #BaliSky #ToyoBulanView
15/11/2024	23/11/2024	06.30	Video waktu senja di hutan sekitar air terjun	"Saat senja meliputi hutan"	Reels	#EveningVibes #BaliSunset #ForestBeauty
22/11/2024	27/11/2024	11.00	Foto kelompok wisatawan menikmati liburan di Toyo Bulan	"Kebahagiaan berbagi momen di Toyo Bulan"	Feed	#GroupTrip #FriendsGetaway #BaliAdventure
22/11/2024	30/11/2024	07.00	Video singkat perjalanan menuju air terjun	"Perjalanan menuju surga tersembunyi"	Reels	#BaliTrekking #TravelAdventure #JourneyToNature

Gambar 10. Screenshot Content Plant

b. Pelatihan Konten Kreatif

Dalam pelatihan ini, peserta dilatih untuk membuat desain poster dan video promosi menggunakan aplikasi sederhana seperti Canva untuk desain poster dan CapCut untuk pembuatan video. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk membekali peserta dengan keterampilan dalam menciptakan konten visual yang menarik dan mudah dibuat. Sebanyak 30 peserta yang terdiri dari anggota pokdarwis, pelaku UMKM, dan masyarakat umum mengikuti pelatihan ini. Hasilnya, peserta mampu membuat poster dan video yang menarik, yang selanjutnya akan digunakan untuk memperkenalkan dan mempromosikan destinasi wisata serta produk lokal di Desa Jehem.



Gambar 11. Foto Kegiatan Pelatihan Konten Kreatif

c. Pelatihan Pengelolaan *Website* Desa Wisata

Pelatihan ini ditujukan untuk perwakilan dari pokdarwis dan perangkat desa, dengan total peserta sebanyak 20 orang. Pelatihan ini fokus pada pengelolaan *website* Desa Jehem sebagai pusat informasi pariwisata, termasuk cara memperbarui konten, mengunggah foto, menambahkan informasi produk UMKM, serta menyajikan informasi yang relevan bagi wisatawan. Dengan pelatihan ini, peserta diharapkan dapat mengelola *website* secara mandiri, memastikan informasi yang tersedia selalu up-to-date, dan berperan aktif dalam promosi digital yang berkelanjutan.



Gambar 12. Foto Kegiatan Pelatihan Pengelolaan *Website* Desa Wisata

Dengan adanya ketiga pelatihan ini, Desa Jehem diharapkan mampu mengelola promosi wisata secara mandiri melalui media sosial, *website*, dan konten visual yang menarik. Keterampilan baru ini memberi masyarakat kemampuan untuk beradaptasi dengan era digital, sekaligus memperkuat citra Desa Jehem sebagai desa wisata yang berdaya saing.

Berdasarkan hasil survei kepuasan yang dikumpulkan melalui Google Form setelah pelatihan, secara umum para peserta merasa puas dengan program peningkatan kapasitas SDM ini. Word cloud yang dihasilkan dari tanggapan peserta menunjukkan beberapa kata kunci utama seperti “bermanfaat,” “mudah dipahami,” “praktis,” dan “relevan,” yang menggambarkan pengalaman positif selama pelatihan. Sebagian besar peserta mengapresiasi kualitas materi pelatihan yang disajikan dengan cara yang mudah diikuti dan aplikatif. Mereka menyatakan bahwa pelatihan ini telah membantu mereka memahami teknik promosi digital yang sederhana namun efektif, sehingga mereka merasa lebih percaya diri dalam mengelola media sosial, membuat konten kreatif, dan memperbarui informasi di *website* desa.

Hasil survei ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan berhasil memenuhi kriteria evaluasi yang telah ditetapkan, yaitu tingkat kepuasan peserta, pemahaman terhadap materi, dan kemampuan dalam menerapkan keterampilan baru yang diperoleh. Skor rata-rata dari survei kepuasan berada di atas target $\geq 70\%$, menunjukkan bahwa pelatihan ini bukan hanya sesuai dengan kebutuhan peserta, tetapi juga memberikan dampak positif dalam peningkatan keterampilan digital masyarakat Desa Jehem untuk mendukung promosi wisata secara mandiri.



Gambar 13. Screenshot World Cloud hasil pendapat kepuasan pelatihan dari peserta

Struktur ini menggambarkan secara jelas kepuasan peserta dan menunjukkan bahwa pelatihan ini memenuhi kriteria evaluasi, mendukung keberlanjutan pengelolaan promosi wisata berbasis digital di Desa Jehem.

4. Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan program dalam mencapai target yang telah ditetapkan. Evaluasi ini dilakukan dengan menggunakan rubrik analitik yang mencakup beberapa aspek utama seperti pemahaman materi, keterampilan dalam mengelola aset digital, kualitas aset, serta dampak terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Berdasarkan hasil evaluasi, mayoritas peserta berhasil mencapai skor yang sesuai dengan target, yang menunjukkan keberhasilan program dalam memberikan dampak positif bagi masyarakat sesuai dengan tabel di bawah ini.

Tabel 3. Rubrik Hasil Evaluasi Keberhasilan Program

No	Kriteria Evaluasi	Segi Penilaian	Hasil	Skala Penilaian (1-4)	Target Penilaian(Total Hasil Nilai/16*100)
1	Pemahaman Masyarakat terhadap Materi Pelatihan	Pemahaman terhadap konsep dasar	Sebagian besar peserta memahami konsep dasar pelatihan, seperti manajemen media sosial dan pemasaran digital, dengan baik. Tingkat pemahaman yang tinggi ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil menyampaikan materi dasar yang dibutuhkan.	3	≥70%
		Penerapan materi dalam simulasi	Peserta dapat menerapkan keterampilan yang dipelajari selama simulasi, seperti membuat konten dan strategi pemasaran. Ini menunjukkan bahwa peserta mampu	3	

		mengaplikasikan materi secara praktis, yang penting untuk keberlanjutan promosi digital desa.		
	Diskusi dan partisipasi aktif	Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama diskusi, dengan keterlibatan aktif dalam berbagi ide dan bertanya. Ini mencerminkan keinginan kuat peserta untuk mengembangkan keterampilan mereka lebih lanjut melalui pelatihan ini.	4	
	Jumlah Peserta Yang Terlibat	Target jumlah peserta sebanyak 80 orang tercapai, terdiri dari anggota pokdarwis, pelaku UMKM, dan masyarakat umum. Dari total target 100 maka dapat disimpulkan hampir terpenuhi	3,2	
	Total		82,5%	Tercapai
2	Keterampilan Mengelola Aset Digital	Peserta mampu mengelola akun media sosial desa wisata secara mandiri, termasuk membuat dan mengunggah konten sesuai jadwal yang telah disusun dalam konten planer. Mereka menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam keterampilan teknis ini setelah pelatihan.	3	≥70%
	Kreativitas dalam pembuatan konten	Peserta berhasil menghasilkan konten visual yang menarik, seperti poster dan video promosi, menggunakan	3	

			<p>aplikasi sederhana seperti Canva dan CapCut. Konten yang dibuat dianggap cukup kreatif dan mampu menarik minat audiens dalam promosi wisata digital desa.</p>		
		Kemampuan mengoperasikan <i>website</i>	<p>Perwakilan dari pokdarwis dan desa mampu mengoperasikan <i>website</i> desa, termasuk memperbarui informasi, mengunggah foto, dan menambahkan produk UMKM. Meskipun ada beberapa peserta yang membutuhkan adaptasi lebih lanjut, mereka umumnya dapat mengelola <i>website</i> secara mandiri.</p>	3	
		Konsistensi dalam branding	<p>Peserta mampu menjaga konsistensi identitas visual Desa Jehem dalam konten digital yang dihasilkan, baik di media sosial maupun <i>website</i>. Hal ini menunjukkan pemahaman yang baik tentang pentingnya menjaga citra dan identitas desa dalam setiap materi promosi yang dibuat.</p>	4	
		Total		81,25%	Tercapai
3	Kualitas Aset Digital (<i>Website</i> , Video, Foto, Logo, <i>Booklet</i> , Denah)	Daya tarik visual	<p>Aset digital yang dihasilkan (<i>website</i>, video, foto, logo, <i>booklet</i>, dan denah) menampilkan visual yang menarik dan profesional. Desainnya dinilai mampu meningkatkan daya tarik Desa Jehem sebagai destinasi wisata.</p>	4	≥70%

	Kejelasan informasi	Informasi pada setiap aset digital tersaji dengan jelas dan informatif. Misalnya, deskripsi destinasi pada <i>website</i> mencakup rincian seperti akses lokasi, fasilitas, dan daya tarik utama yang mudah dipahami oleh pengunjung.	4	
	Konsistensi identitas visual	Identitas visual Desa Jehem konsisten diterapkan dalam seluruh aset digital, seperti logo dan skema warna yang seragam, sehingga membentuk branding yang kuat dan dapat dikenali wisatawan.	3	
	Relevansi konten	Konten pada aset digital relevan dengan audiens target, yaitu wisatawan lokal dan mancanegara, meliputi informasi penting seperti objek wisata utama dan produk UMKM lokal, yang menarik perhatian dan minat calon pengunjung.	3	
	Total			87,5% Tercapai
4	Dampak terhadap Kunjungan Wisata	Setelah program promosi digital berjalan, jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Jehem meningkat, namun masih dalam tahap pertumbuhan bertahap, menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk optimalisasi promosi digital.	2	≥70%
	Daya Tarik Konten Promosi Digital	Konten digital seperti video promosi dan media sosial cukup menarik dan informatif, meskipun ada beberapa elemen yang	3	

	dapat diperbaiki untuk meningkatkan daya tarik bagi wisatawan potensial.		
Testimoni dan Kepuasan Wisatawan	Wisatawan memberikan feedback positif, terutama mengenai informasi yang tersedia, tetapi ada beberapa saran untuk perbaikan, menunjukkan bahwa ada potensi peningkatan dalam kualitas layanan informasi wisata.	3	
Keterjangkauan dan Aksesibilitas Informasi	Informasi wisata Desa Jehem lebih mudah diakses dengan adanya <i>website</i> dan <i>QR code</i> , meski beberapa pengunjung merasa informasi tambahan terkait acara khusus atau fasilitas wisata dapat lebih diperinci.	3	
Total		72.5%	Tercapai

Sebagai bagian dari evaluasi keberhasilan program dalam mencapai target, terdapat beberapa saran perbaikan yang telah diidentifikasi untuk meningkatkan efektivitas promosi digital Desa Jehem. Salah satu rekomendasi utama adalah pengembangan fitur interaktif pada *website*, seperti penambahan kalender acara yang dapat diperbarui secara *real-time*, yang memungkinkan wisatawan mengetahui agenda kegiatan secara langsung. Selain itu, integrasi sistem pemesanan tiket atau akomodasi juga disarankan untuk memudahkan wisatawan dalam merencanakan kunjungan mereka.

Untuk memperluas jangkauan promosi, peningkatan frekuensi dan variasi konten di media sosial sangat direkomendasikan. Hal ini dapat dilakukan melalui penyajian konten yang lebih interaktif, misalnya melalui video langsung, kuis, atau testimonial dari wisatawan, guna meningkatkan keterlibatan audiens. Masukan-masukan ini diharapkan mampu meningkatkan efektivitas jangka panjang dari promosi digital Desa Jehem, sehingga desa ini dapat lebih dikenal luas sebagai

destinasi wisata yang berkelanjutan dan menarik bagi berbagai kalangan wisatawan.

SIMPULAN

Program peningkatan kapasitas masyarakat Desa Jehem dalam pengelolaan promosi wisata berbasis digital telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Melalui perencanaan yang matang, penerapan teknologi digital, pembuatan aset promosi, serta pelatihan keterampilan masyarakat, Desa Jehem kini memiliki fondasi yang kuat dalam mengelola promosi wisata secara mandiri dan berkelanjutan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa masyarakat telah memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai manajemen promosi digital, yang tercermin dalam pemanfaatan aset digital seperti *website*, logo, video promosi, dan *booklet* yang memenuhi standar visual, informasi, dan branding. Hal ini secara langsung berkontribusi pada peningkatan citra Desa Jehem sebagai destinasi wisata yang unik dan menarik.

Pelatihan keterampilan digital berhasil membekali masyarakat dengan kemampuan untuk mengelola media sosial, membuat konten kreatif, serta memperbarui informasi pada *website* secara mandiri. Selain itu, tahap evaluasi memberikan wawasan untuk pengembangan selanjutnya, terutama dalam menambahkan fitur interaktif pada *website* dan memperluas strategi promosi di media sosial guna meningkatkan daya tarik wisata secara lebih luas. Dengan hasil ini, diharapkan Desa Jehem mampu mempertahankan dan mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan melalui pengelolaan digital yang semakin kuat, sehingga dapat mencapai posisi sebagai destinasi wisata unggulan yang berdaya saing di tingkat nasional maupun internasional.

DAFTAR RUJUKAN

- Anthony, D., Nisa, U., Muhibbullah, A., Fikri, M. A. N., Desty, E. E., & Adharin, M. N. (2024). Pengembangan Platform Kelayo dengan Metode Design Thinking untuk Meningkatkan Pengalaman Wisata. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 6(1), 585–594.
- bin Illyas Tan, M. I. (2022). The Context of Digital Transformation in Aviation, Tourism, and Hospitality in Southeast Asia. *Digital Transformation in Aviation, Tourism and Hospitality in Southeast Asia*, 7–23.

- Darmayanti, P. W., Oka, I. M. D., & Hidayana, F. F. (2023). Peran Digital Marketing Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 3(2), 21–29.
- Gozali, I., & Nugraha, A. (2022). Strategi Mengembangkan Citra Desa Wisata Dan Potensi Daya Dukung Kegiatan Ekonomi Desa Di wilayah Dusun Karangjoho, Kelurahan Gondoriyo, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang. *Jurnal Suara Pengabdian* 45, 1(3), 06–20.
- Habibah, A. F. (2021). Era masyarakat informasi sebagai dampak media baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363.
- Hadjielias, E., Christofi, M., Christou, P., & Drotarova, M. H. (2022). Digitalization, agility, and customer value in tourism. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121334.
- Jaelani, A., & Hanim, T. F. (2021). Teknologi digital, keberlanjutan lingkungan, dan desa wisata di Indonesia. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 237–244.
- Kumar, S. & Shekhar. (2020). Digitalization: A Strategic Approach for Development of Tourism Industry in India. *Paradigm: A Management Research Journal*, 24(1), 93–108. <https://doi.org/10.1177/0971890720914111>
- Leung, R. (2022). Development of Information and Communication Technology: From e-Tourism to Smart Tourism. In Z. Xiang, M. Fuchs, U. Gretzel, & W. Höpken (Eds.), *Handbook of e-Tourism* (pp. 23–55). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-48652-5_2
- Muliawanti, L., & Susanti, D. (2020). Digitalisasi destinasi sebagai strategi pengembangan promosi pariwisata di Kabupaten Magelang. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(02), 135–143.
- Mulyono, R. D. A. P., Putra, H. S., Andriana, A., & Kurrohman, T. (2024). Pemberdayaan Desa Suci Sebagai Desa Wisata Mandiri Berbasis Digital Virtual. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 6(2), 78–84.
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi wisata di desa wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1). https://www.researchgate.net/profile/Mila-Karmilah/publication/359116496_Digitalisasi_Wisata_di_Desa_Wisata/links/62640d23bca601538b620566/Digitalisasi-Wisata-di-Desa-Wisata.pdf

- Ollivaud, P., & Haxton, P. (2019). *Making the most of tourism in Indonesia to promote sustainable regional development*. <https://www.oecd-ilibrary.org/content/paper/c73325d9-en>
- Pencarelli, T. (2020). The digital revolution in the travel and tourism industry. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 455–476. <https://doi.org/10.1007/s40558-019-00160-3>
- Poerwanto, P., & Shambodo, Y. (2020). Revolusi industri 4.0: Googelisasi industri pariwisata dan industri kreatif. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 59–72.
- Rhena, J., & Kraugusteeliana, K. (2024). Embracing Digitalization in Tourism: Strategic Approaches for Global Competitiveness in the Digital Economy Era. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(2), 461–472.
- Rizki, M. F., Nugroho, E., & Kholik, A. (2023). Peningkatan Kesadaran Branding Tourist Information Center pada Desa Wisata Cisaat melalui Media Digital. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 20(2). <https://jisip.jurnaliisipjakarta.id/index.php/jisip/article/view/74>
- Satria, D., & Wibowo, J. M. (2021). Peran Klaster Pariwisata Terhadap Ekonomi Kreatif Kabupaten Banyuwangi Di Era Industri 4.0. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 15(2), 134–147.
- Sukmadi, M. M. (n.d.). *STRATEGI BISNIS PARIWISATA*. Humaniora. Retrieved November 4, 2024, from <http://repository.poltekpar-nhi.ac.id/id/eprint/1713>
- Wiryanata, I. G. N. A. (2022). *Desa Wisata: Pengelolaan Berbasis Budaya dan Kinerja Keuangan*. Politeknik Pariwisata Bali. <http://repo.ppb.ac.id/148/1/Buku%20Desa%20Wisata.pdf>
- Wulandari, D. (2024). Implementasi program pemajuan kebudayaan desa: Tinjauan pemberdayaan masyarakat berbasis budaya. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(1), 20–34.