



Pengembangan Wisata Watu Gendong Melalui Optimalisasi Manajemen dan Promosi Digital di Desa Beji Kabupaten Gunung Kidul

Bintang Wicaksono*, Murniadi Muchran, Anindita Imam Basri

Pendidikan Matematika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,

Universitas PGRI Yogyakarta

*Corresponding Author. Email: bintang@upy.ac.id

Abstract: This community service was carried out with the aim of developing Watu Gendong tourism in Beji Village. Watu Gendong is a tourist attraction that has the potential to be developed into a local and national tourist destination. The implementation of the Watu Gendong tourism development was carried out in Beji Village, Ngawen District, Gunungkidul Regency. This activity is carried out using the training method. The results of this dedication include increasing the Partner's ability to manage Watu Gendong tourism, the management structure of Watu Gendong tourism, and digital promotional facilities in the form of websites and sosial media. With good tourism management and digital promotion facilities that have begun to be built, it is hoped that Watu Gendong tourism will develop into a globally recognized tourist destination.

Abstrak: Pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan wisata Watu Gendong di Desa Beji Kabupaten Gunung Kidul menjadi salah satu destinasi wisata Lokal maupun Nasional. Kegiatan ini dilakukan dengan metode Pelatihan. Mitra dalam pengabdian ini adalah Kelompok Sadar Wisata Sumber Edi sebagai pengelola Wisata Watu Gendong. Instrumen yang digunakan dalam evaluasi kegiatan pengabdian adalah Angket dan wawancara. Hasil pengabdian ini adalah peningkatan kemampuan Mitra dalam pengelolaan wisata Watu Gendong, struktur pengelolaan wisata watu gendong, dan sarana promosi digital berupa website dan sosial media. Dengan menejemen pengelolaan wisata yang baik serta dengan sarana promosi digital yang mulai dibangun diharapkan dapat mengembangkan wisata Watu Gendong menjadi destinasi Wisata yang dikenal secara Lokal dan Nasional.

Article History:

Received: 17-11-2022

Reviewed: 23-12-2022

Accepted: 31-12-2022

Published: 11-02-2023

Key Words:

Tourism Village;
Management; Digital
Promotion; Watu
Gendong.

Sejarah Artikel:

Diterima: 17-11-2022

Direview: 23-12-2022

Disetujui: 31-12-2022

Diterbitkan: 11-02-2023

Kata Kunci:

Desa Wisata;
Manajemen; Promosi
Digital; Watu Gendong.

How to Cite: Wicaksono, B., Muchran, M., & Basri, A. (2023). Pengembangan Wisata Watu Gendong Melalui Optimalisasi Manajemen dan Promosi Digital di Desa Beji Kabupaten Gunung Kidul. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(1), 1-9. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v4i1.6439>



<https://doi.org/10.33394/jpu.v4i1.6439>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Pendahuluan

Kekayaan alam, keanekaragaman hayati, dan sejarah/budaya Indonesia sangat melimpah. Jika dikelola dengan baik sesuai dengan apa yang paling diminati masyarakat, kuantitas sumber daya alam yang sudah ada dapat mendorong pertumbuhan ekonomi karena penggunaan sumber daya tersebut tidak akan membuang waktu atau sumber daya karena pengelolaan sumber daya yang buruk (Hasanuddin, 2016). Pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang dapat memiliki nilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah yang mengelola sumber daya alam menjadi daerah tujuan wisata yang dapat menarik pengunjung dari dalam dan luar negeri. Selain bernilai ekonomi tinggi, pariwisata juga dapat menumbuhkan dan terus meningkatkan rasa bangga terhadap negara/suatu daerah sehingga masyarakat menjadi lebih peduli terhadap daerahnya (Fitriana, 2020).



Saat ini, pariwisata menjadi kebutuhan yang tidak dapat dilepaskan di era modern. Pariwisata digemari oleh setiap orang karena dapat menghilangkan kejenuhan dan kebosanan seseorang yang timbul karena pekerjaan. Seseorang dengan jadwal pekerjaan yang padat akan merasakan titik jenuh pada aktivitas pekerjaannya (Estu Handayani & Mohamad Dedi, 2017). Dan pada saat itulah seorang individu mencari hiburan dengan melakukan rekreasi ketempat wisata. Fenomena tersebut mulai disadari oleh sebagian besar masyarakat dan menjadi peluang dalam pengembangan wisata suatu di daerah. Hal ini juga membuat pertumbuhan dan perkembangan tempat wisata semakin pesat ditandai dengan banyaknya tempat-tempat wisata baru yang bermunculan (Joko Utomo & Satriawan Prodi Ekonomi, 2017; Setioko, 2019).

Pertumbuhan dan perkembangan industri pariwisata harus terus berkelanjutan dan terjaga di masa mendatang. Tanpa komitmen dari berbagai pemangku kepentingan untuk menjunjung tinggi kelestarian alam, sosial ekonomi, dan budaya lokal sebagai modal dasar pariwisata, topik keberlanjutan pariwisata tidak perlu diperdebatkan lagi (Abdi et al., 2021; Listyorini et al., 2022). Keberlanjutan budaya sama pentingnya dengan keberlanjutan ekologis dan pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam hal pariwisata berkelanjutan karena merupakan salah satu sumber daya paling vital bagi pertumbuhan industri. Ide-ide tersebut dipraktikkan dalam program pengembangan desa wisata, sehingga pertumbuhan desa wisata harus tetap dapat menjaga kelestarian lingkungan (Atmoko, 2014).

Salah satu desa wisata yang mulai tumbuh dan berkembang adalah Desa Wisata Beji. Desa Beji merupakan salah satu desa dikecamatan Ngawen Kabutapen Gunungkidul. Terletak di Selatan kota Yogyakarta, Desa Beji berbatasan langsung dengan Kabupaten Klaten. Jarak dari pusat kota Yogyakarta kurang lebih 45,5 KM. Kurang berkembangnya sector pertanian di Desa Beji, membuat sebagian masyarakat tergugah untuk mengembangkan sector lain yaitu pariwisata yang dianggap lebih menjanjikan. Melihat potensi yang dimiliki Desa Beji, akhirnya dikembangkanlah sebuah Desa Wisata Beji dengan beberapa potensi Wisata antara lain Hutan Wonosadi dan Watu Gendong. Salah satu daya tarik Desa Beji adalah Watu Gendong. Benda wisata yang berupa batu berukuran cukup besar ini konon berdasarkan legenda batu yang diangkut oleh PRA WALI dan kemudian diletakkan di Desa Beji. Namun, berdasarkan strukturnya, batu tersebut kemungkinan besar berasal dari letusan gunung api purba yang sebanding dengan letusan di Langgeran. Penduduk setempat sudah mulai menggunakan Watu Gendong sebagai tujuan wisata, dan semakin populer sebagai tujuan liburan alternatif. Selain menyuguhkan pemandangan, warung-warung yang menjual berbagai minuman, termasuk minuman dan makanan ringan, mulai didirikan di pintu masuk destinasi wisata populer ini. Pemerintah setempat dan Kelompok Sadar Wisata (PokDarWis) berniat membangun Wisata Watu Gendong dengan memanfaatkan potensi wisata tersebut. Masterplan pariwisata Watu Gendong tercipta berkat kerjasama antara desa dan salah satu arsitek yang menunjukkan ketulusan pemerintah desa.



Gambar 1. Masterplan Wisata Watu Gendong



Sesuai dengan gambar di atas, objek wisata Watu Gendong direncanakan untuk berkembang menjadi tujuan wisata yang mutakhir dan dilengkapi dengan fasilitas dan infrastruktur yang lengkap untuk para tamu. Restoran, taman, sarana belajar, dan lokasi sua foto semuanya dapat menarik orang ke area tersebut. Berdasarkan rencana besar itu, Wisata Watu Gendong harus dikelola dengan baik agar Masterplan yang telah dirancang dapat terealisasi. Mulai dari pengelolaan wisata, pengelolaan keuangan, hingga pengelolaan pemasaran dan promosi agar daya tarik wisata dapat dilihat oleh wisatawan dan tertarik untuk dikunjungi. Banyaknya wisatawan yang datang akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa, masyarakat sekitar yang menjalankannya, dan juga warga sekitar. Karena pada hakekatnya pariwisata berbasis masyarakat menjadikan masyarakat sebagai aktor utama dan benar-benar dapat membantu kesejahteraan masyarakat (Amilia et al., 2020). Masalahnya adalah, saat ini PokDarwis Desa Beji Bersama-sama dengan masyarakat mengelola objek wisata Watu Gendong. Akan tetapi, pengelolaan ini masih terbatas pada menjaga tempat wisata. Siapa penanggung jawab utama dan bagaimana struktur kepengurusan yang diatur dalam struktur kepengurusan masih belum jelas.

Masalah lain yang ditemui adalah tidak adanya iklan/promosi melalui media online. Belum adanya Iklan/Promosi secara online yang mempublikasikan Wisata Watu Gendong adalah bukti lain dari manajemen promosi yang masih buruk. Padahal, penggunaan teknologi informasi selama sepuluh tahun terakhir telah mengubah cara pandang masyarakat. Masyarakat telah paham tentang pentingnya meneliti terlebih dahulu topik dan berita di internet serta media sosial suatu objek sebelum bepergian ke tempat-tempat yang akan dituju. Menurut hasil wawancara, kegiatan promosi tidak pernah dilakukan melalui website atau media sosial. Padahal banyak penduduk lokal yang datang dari desa-desa terdekat sudah mengetahui dan sering mengunjungi tempat tersebut. Alasan utama Wisata Watu Gendong tidak dipromosikan adalah kurangnya pemahaman tentang promosi. Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Watu Gendong juga menunjukkan bahwa pengelolaan pariwisata belum maksimal. Hanya warga Desa Beji atau Kecamatan Ngawen yang selama ini dikunjungi wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media online belum dimanfaatkan secara optimal.

Berdasarkan masalah-masalah di atas, tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk mengembangkan potensi wisata yang ada di Watu Gendong. Potensi wisata yang ada dikembangkan dengan melakukan perbaikan manajemen pengelolaan wisata dan melakukan promosi digital melalui website serta sosial media. Dengan kegiatan ini, diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung wisata yang berarti akan meningkatkan pendapatan warga serta dapat mensejahterakan masyarakat disekitar lokasi wisata Watu Gendong.

Metode Pengabdian

Pelaksanaan pengembangan wisata Watu Gendong dilaksanakan di Desa Beji, Kecamatan Ngawen, Kabupaten Gunungkidul. Kegiatan ini dilakukan dengan metode Pelatihan. Mitra dalam pengabdian adalah Kelompok Sadar Wisata (PokDarWis) Sumber Edi Desa Beji. Proses pelaksanaan dimulai dengan identifikasi masalah dan pemaparan solusi yang ditawarkan melalui Focus Group Discussion (FGD). Dilanjutkan dengan pelaksanaan kegiatan Pelatihan dan pendampingan sesuai dengan kebutuhan Mitra untuk mengembangkan Wisata Watu Gendong. Untuk mengetahui tingkat pemahaman dan keberhasilan kegiatan pelatihan yang dilakukan, pengabdian menggunakan instrument Angket pemahaman Pengelolaan Wisata dan didukung dengan wawancara langsung.

Angket pemahaman pengelolaan wisata diberikan sebagai bentuk Evaluasi kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan. Angket diberikan di awal dan di akhir kegiatan untuk mengetahui peningkatan pemahaman dari peserta pelatihan dan pendampingan. Data hasil Angket diolah dan dianalisis untuk melihat peningkatan pemahaman pengelola wisata tentang materi yang diberikan.

Hasil Pengabdian dan Pembahasan Pelatihan Menejemen Pengelolaan Wisata

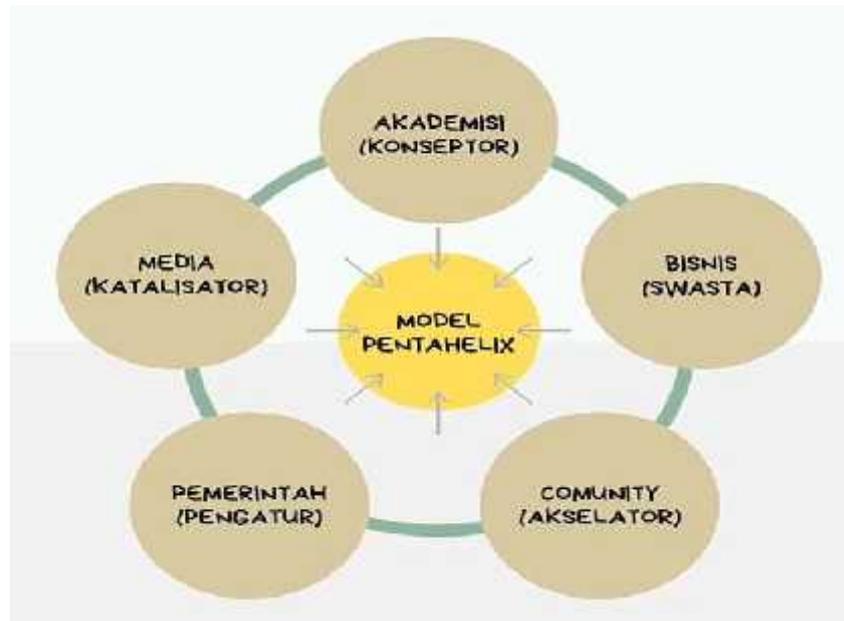
Kegiatan Pelatihan ini mencakup pemahaman Bersama tentang bagaimana struktur dalam pengelolaan wisata mulai dari Pemerintah Desa hingga kepada pengelola Tempat Wisata itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara, Sebagian besar pengelola wisata dan anggota Kelompok Sadar Wisata belum memahami bagaimana struktur menejemen dari pengelolaa wisata. Siapa penanggung jawab, siapa ketua, dan siapa pengelola. Perlu diketahui, di Desa Beji sendiri terdapat beberapa Lembaga yang terlibat dalam pengelolaan Wisata yaitu Badan Usaha Milik Desa (BumDes), Kelompok Sadar Wisata (PokDarWis), dan Pengurus Desa Wisata. Ketiga Lembaga tersebut merasa berhak dan bertanggungjawab atas pengembangan wisata Khususnya Watu Gendong. Hal ini menyebabkan Pengelola Tempat Wisata mengalami kebingungan kepada siapa harus berkoordinasi dan bertanggung jawab.

Pelatihan ini memberikan penjelasan mengenai struktur dan garis koordinasi pengelolaan Wisata khususnya Watu Gendong agar pengelola mengerti dan paham kemana harus berkoordinasi dan bertanggung jawab atas pengelolaan yang dilakukan. Struktur dan garis koordinasi dalam pengelolaan Wisata dapat dilihat pada bagan di bawah:



Gambar 2. Bagan Pengelolaan Desa Wisata

Dengan adanya bagan di atas, pengelola wisata watu gendong memahami bahwa mereka berada di bawah unit usaha dari BumDes yaitu Unit Usaha Pariwisata. Berarti, setiap kegiatan dan koordinasi serta pertanggungjawaban dilaporkan kepada Pengelola Unit Usaha Pariwisata BumDes. Selain itu dijelaskan pula bahwa pengelolaan wisata tidak terlepas dari 5 unsur penting yang disebut dengan model Pentahelix (Setya Yunas, 2019). Model Pentahelix adalah kolaborasi 5 (Lima Unsur) unsur subjek atau stakeholder pariwisata, yaitu: *Academician, Business, Community, Government* dan *Media* (Vani et al., 2020).



Gambar 3. Model Pentahelix.

Berdasarkan model pentahelix di atas, setiap elemen dalam pengelolaan wisata harus saling berkolaborasi. Ide kerjasama pertama kali dicetuskan oleh Menteri Pariwisata saat itu, Arief Yahya, dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan (Setya Yunas, 2019). Peraturan tersebut menekankan pentingnya mempromosikan sistem pariwisata dengan memaksimalkan peran bisnis (Bisnis), pemerintah (*Government*), masyarakat (*Community*), akademisi (Akademisi), dan media (Publikasi) (Vani et al., 2020).

Luaran yang diharapkan wisata adalah terjadinya pengelolaan wisata yang professional dan tertata dengan baik sehingga pengembangan wisata Watu Gendong dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Namun pada kenyataannya, Kurangnya sumberdaya manusia yang sadar akan manfaat mengembangkan potensi wisata di Desa masih kurang. Sehingga pengelolaan yang ideal masih belum bisa diwujudkan, Kurangnya SDM membuat seseorang harus menjadi pengelola di beberapa kepengurusan. Hal ini menjadi masalah yang belum terpecahkan dan membutuhkan waktu.

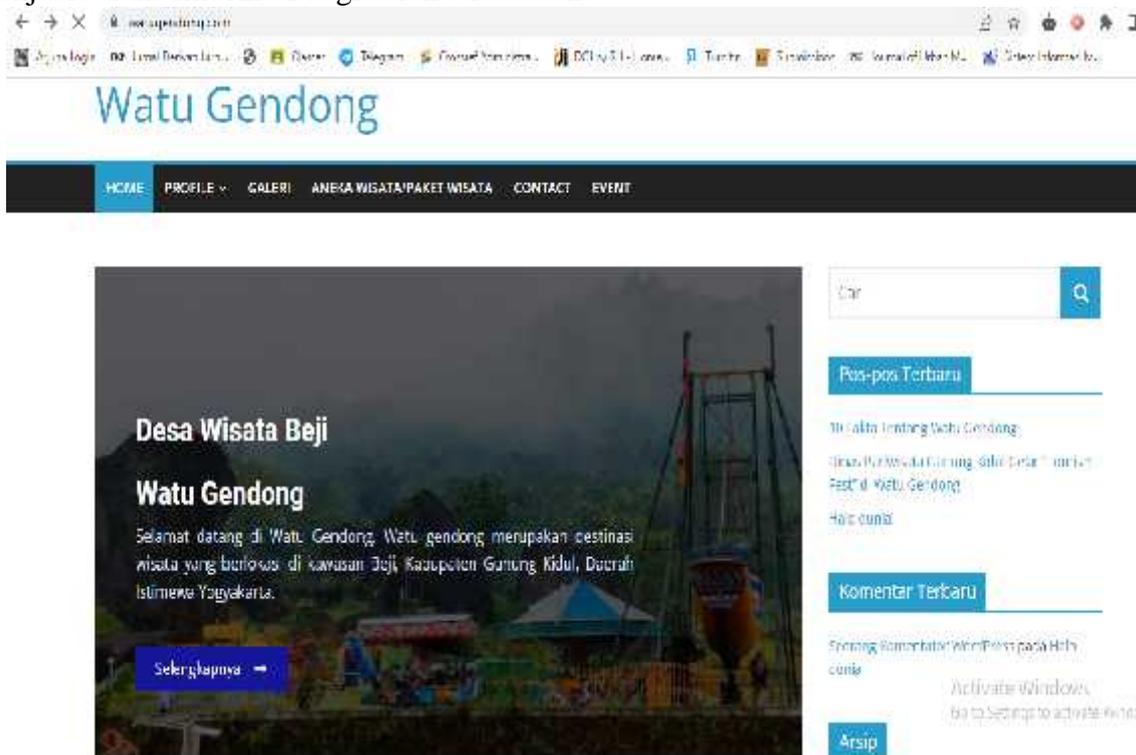
Pelatihan Pengelolaan Website dan Sosial Media Sebagai Sarana Promosi

Kegiatan promosi wisata merupakan kegiatan/usaha dalam pengenalan suatu produk pariwisata dalam hal ini lokasi wisata kepada calon pengunjung/wisatawan. Promosi dapat dilakukan dengan menggunakan media konvensional atau media sosial (Fazriah Oktaviani & Fatchiya, 2019). Keberadaan internet memungkinkan penyebaran informasi komersial yang sebelumnya sulit karena harus dilakukan melalui media seperti surat kabar, televisi, dan radio, dengan mudah, terjangkau, dan efektif (Agung et al., 2020; Sudioanto, 2018). Promosi destinasi wisata melalui video promosi menjadi salah satu yang diunggulkan dari media sosial saat ini (Desmira et al., 2021; Estu Handayani & Mohamad Dedi, 2017). Melalui tayangan video yang menampilkan gambar-gambar yang eye-catching dan edukatif, media sosial dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi tentang tempat wisata baru dan membangkitkan minat wisatawan terhadap suatu daerah tujuan wisata. Cara penggunaan yang mudah oleh pengguna dan berfokus pada estetika serta gambar tidak perlu menghabiskan banyak uang (Andhika, 2019).



Tujuan serta keunggulan dari promosi dengan menggunakan media online baik website maupun sosial media di atas belum dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh pengelola wisata Watu Gendong. Hal ini dikarenakan pengelola Watu Gendong belum bisa mengoperasikan media tersebut. Maka berdasarkan hasil FGD awal dan permasalahan tersebut pelatihan pengelolaan media website dan media sosial dilaksanakan. Kegiatan tersebut diberikan kepada pengelola terutama bagi pengelola yang mampu untuk mengelola website dan sosial media. Pemuda sebagai generasi yang dianggap lebih melek teknologi dilatih agar lebih mudah memahami system pengelolaan website maupun sosial media.

Website sebagai sarana informasi bagi calon wisatawan dibuat dengan menggunakan wordpress yang dirasa lebih mudah dalam pengelolaan. Sedangkan media sosial yang digunakan antara lain Instagram (Ig), Facebook, TikTok, maupun YouTube. Pelatihan pengelolaan website yang berbasis wordpress serta sosial media ini dilaksanakan dalam 1 hari selanjutnya dilakukan pendampingan melalui media Grup WhatsApp. Dari kegiatan yang telah berjalan, telah dibuat website Wisata Watu Gendong yaitu watugendong.com yang akan menjadi sarana informasi bagi calon wisatawan.



Gambar 4. Tampilan Website watugendong.com

Sementara itu, sosial media yang sudah ada dan dikelola adalah Instagram. Untuk sosial media lain belum mulai dibuat, karena pengelola masih mempertimbangkan tim yang akan mengelola sosial media lain. Karena dalam pengelolaan website dan sosial media harus dikelola Bersama oleh Tim dan bukan harus saling mendukung (Desmira et al., 2021). Sementara sumber daya yang ada masih belum cukup.

Berdasarkan hasil Evaluasi yang dilakukan oleh TIM Pengabdian, pemahaman tentang menejemen pengelolaan wisata dari anggota Kelompok Sadar Wisata (PokDarWis) Sumber Edi mengalami peningkatan. Hasil evaluasi dapat dilihat pada gambar di bawah:



Gambar 5. Data Angket Hasil Evaluasi Pelaksanaan PkM

Dari data evaluasi yang diperoleh, terlihat peningkatan pemahaman dari para pengelola terkait Visi dan Tujuan Wisata Watu Gendong dimana sebelumnya pengelola masih bingung visi dan tujuan pengembangan wisata Watu Gendong. Peningkatan lain terlihat pada pemahaman menejemen pengelolaan tempat wisata dan pengelolaan keuangannya. Dua hal ini merupakan masalah yang awalnya ditemui pada pengelola wisata, dimana para pengelola masih belum sepenuhnya memahami tentang struktur pengelolaan wisata dan pengelolaan keuangannya. Dengan dilaksanakannya pelatihan dan pendampingan, pengelola mulai paham bagaimana seharusnya mengelola tempat wisata dan bagaimana mengelola keuangannya. Terakhir adalah peningkatan pada pemahaman Tugas dan Tanggungjawab Pengelola Wisata. Dimana awalnya anggota pengelola masih bekerja dengan sistem “Sak Sempet te” atau Sesempatnya, jadi siapa yang memiliki waktu luang maka dia yang melaksanakan Tugas. Namun saat ini, sudah mulai dibagi sesuai tugas dan pengelola berkomitmen bekerja sesuai tugas dan tanggungjawab masing-masing.

Setelah terlaksananya kegiatan pengabdian ini, diharapkan pengelola wisata dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh. Pengabdian juga tetap melakukan pendampingan dalam pengelolaan baik secara online maupun offline. Kegiatan lain yang diharapkan dan perlu untuk dilaksanakan adalah workshop dan pendampingan penyusunan rencana Paket Wisata yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Tentunya dengan menjalin Kerjasama antar lokasi wisata disekitar Watu Gendong.

Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini adalah Pengembangan wisata Watu Gendong di Desa Beji telah terlaksana melalui kegiatan Pelatihan Menejemen Pengelolaan Wisata dan Pelatihan Pengelolaan Website. Website dan Sosial Media dimanfaatkan untuk Sarana Promosi sebagai upaya memperbaiki pengelolaan serta menarik wisatawan datang ke Watu Gendong. Meskipun terdapat beberapa kendala yang dihadapi, proses pemahaman dan peningkatan pengetahuan tentang menejemen pengelolaan wisata tetap berjalan dengan baik. Namun, pelaksanaan dilapangan masih terkendala dengan masalah Sumber Daya Manusia yang masih belum mencukupi.

Usaha dalam menarik wisatawan untuk hadir ke Watu Gendong juga sudah dilakukan dengan menyiapkan sarana informasi dan juga sarana promosi berupa sosial media. Pemahaman tentang pengelolaan website dan sosial media juga sudah tersampaikan dengan



baik. Terbukti dari hasil unggahan yang dilakukan oleh pengelola di website, meskipun masih ada kekeliruan tetapi merupakan sebuah pencapaian dalam proses pengelolaan sebuah website wisata. Meskipun lagi-lagi harus terkendala dengan SDM yang kurang untuk pengelolaan Sosial Media, yang menyebabkan sarana promosi sosial media baru berupa Instagram. Meskipun demikian, pengelola masih tetap berusaha untuk menambah personil guna menambah jumlah sosial media yang dikelola dan berharap menjadi sarana promosi bagi wisata Watu Gendong.

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian, saran bagi pemerintah desa dan pengelola wisata Watu Gendong antara lain: (1) Pemerintah desa melalui BumDes harus terus berkoordinasi dengan pengelola tempat wisata dalam pengelolaan Wisata Watu Gendong, (2) Pengelola mulai merencanakan paket wisata yang dapat ditawarkan di Watu Gendong untuk menambah daya Tarik wisatawan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Kemendikbud Ristek sebagai pemberi dana melalui Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Masyarakat (DRTPM) Kemdikbudristek Tahun Anggaran 2022. Terimakasih juga penulis sampaikan kepada Civitas Akademika Universitas PGRI Yogyakarta yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian ini, dan juga terimakasih kepada Mitra Pengabdian (PokDarWis Sumber Edi) dan Kalurahan Beji, yang telah bersedia menjadi Mitra dan telah banyak berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian ini. Terakhir penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan Pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Abdi, I. N., Adi Suprpto, P., & Yuniastari Sarja, N. L. A. K. (2021). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Green Tourism Di Desa Wisata Bakas, Banjarnegara, Klungkung. *Dharmakarya*, 10(2), 101. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v10i2.33239>
- Agung, A., Alit Widyastuty, S., Rukmana, S. N., & Tribhuwaneswari, A. B. (2020). Penguatan Promosi Desa Wisata Berbasis Kearifan Di Desa Pujon Kabupaten Malang. *Penamas Adi Buana*, 4(1), 5–12.
- Amilia, W., Rokhani, Rendra, Prasetya, C., & Suryadharma, B. (2020). Pembangunan Desa Wisata Gadingan Dan Kebutuhan Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Pendekatan Community Based Tourism. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 93–102.
- Anhika, A. (2019). Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Ke Provinsi Kalimantan Selatan. *MUTAKALLIMIN; Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 26–30.
- Atmoko, T. P. H. (2014). STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA BRAJAN. *Jurnal Media Wisata*, 12(2), 146–154.
- Desmira, D., Aribowo, D., Ekawati, R., & Wahyuni Purbohastuti, A. (2021). Video Promosi Wisata “Cikal Adventure” Di Kecamatan Padarincang. *KAIBON ABHINAYA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(2), 58–63. <https://doi.org/10.30656/ka.v3i2.2940>



- Estu Handayani, & Mohamad Dedi. (2017). Pengaruh Promosi Wisata Bahari Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Pelabuhan Muncar Banyuwangi. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 7(2), 151–160.
- Fazriah Oktaviani, W., & Fatchiya, A. (2019). The Effectiveness of Social Media as a Media Promoting of Umbul Ponggok Tourism, Klaten Regency. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13–27.
- Fitriana, R. (2020). Pelatihan Manajemen Pengelolaan Homestay di Desa Wisata Cikolelet, Serang, Banten. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 8–12. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v4i1.2059>
- Hasanuddin, U. (2016). *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu Di Kabupaten Bantaeng*.
- Joko Utomo, S., & Satriawan Prodi Ekonomi, B. (2017). Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. *Neo-Bis*, 11(2).
- Listyorini, H., Aryaningtyas, A. T., Wuntu, G., & Aprilliyani, R. (2022). Merintis desa wisata, menguatkan kerjasama badan usaha milik desa dan kelompok sadar wisata. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1076>
- Setioko, M. D. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Wisata Kota Di Kota Malang. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 4(1). <https://doi.org/10.26905/jpp.v4i1.2524>
- Setya Yunas, N. (2019). Implementasi Konsep Penta Helix dalam Pengembangan Potensi Desa melalui Model Lumbung Ekonomi Desa di Provinsi Jawa Timur. *Matra Pembaruan*, 3(1), 37–46. <https://doi.org/10.21787/mp.3.1.2019.37-46>
- Sudianto, A. (2018). Penerapan Website Sebagai Sarana Promosi Wisata Budaya pada Kabupaten Lombok Timur. *Infotek: Jurnal Informatika Dan Teknologi*, 1(1), 11–17. <https://doi.org/10.29408/jit.v1i1.878>
- Vani, R. V., Priscilia, S. O., & Adianto, A. (2020). Model Pentahelix Dalam Mengembangkan Potensi Wisata di Kota Pekanbaru. *Publikauma: Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, 8(1), 63–70. <https://doi.org/10.31289/publika.v8i1.3361>