

Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial dalam Peningkatan Promosi Desa Wisata Bongan Kabupaten Tabanan Bali

Ni Desak Made Santi Diwyarthi
Politeknik Pariwisata Bali, Indonesia
Email : santidiwyarthi@yahoo.com

Received : 23/09/2023 Accepted : 19/10/2023 Publication : 19/11/2023

Abstrak: *Desa Bongan merupakan sebuah desa wisata yang berpotensi berkembang dengan hambatan dan tantangan infrastruktur terbatas, jumlah kunjungan wisatawan yang rendah, dan ketergantungan pada pemerintah serta rendahnya SDM. Program pengabdian kepada masyarakat membantu anggota desa wisata menggali potensi, meningkatkan kompetensi, dan menggunakan media sosial. Sebanyak 20 pemuda desa mengikuti program pengabdian kepada masyarakat yang berlangsung pada bulan Agustus 2023. Program ini bertujuan untuk memfasilitasi perkembangan desa melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pemantauan. Tujuan mencakup memastikan operasional pariwisata berjalan lancar, meningkatkan kapasitas lokal sebagai kontributor pariwisata, meningkatkan profil desa di mata wisatawan, meningkatkan jumlah pengunjung, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Program pengabdian kepada masyarakat ini sejalan dengan Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Indonesia, tentang tri darma perguruan tinggi, dan dilaksanakan dalam tiga tahap: sosialisasi, pelatihan, dan pemantauan. Program pengabdian kepada masyarakat ini terbukti mendorong pertumbuhan Desa Bongan sebagai destinasi wisata yang mandiri.*

Kata kunci: Desa, Masyarakat, Pengabdian, Program, Wisata

Abstract: *Bongan Village is a potential tourist village facing challenges such as limited infrastructure, low tourist visits, dependence on the government, and a lack of human resources. The community service program helps village members explore their potential, enhance their competencies, and utilize digital marketing strategies. A total of 20 village youths participated in the community service program held in August 2023. The program aims to foster village development through socialization, training, and monitoring. Objectives encompass ensuring tourism operations run smoothly, empowering locals as tourism contributors, enhancing the village's appeal to tourists, boosting visitor numbers, and elevating community income. This Community Service Program complies with Indonesia's National Education System Law and unfolds in three phases: socialization, training, and monitoring, propelling Bongan Village toward self-sustaining tourism growth.*

Keywords: *Community, Program, Service, Tourism, Village*

PENDAHULUAN

Kemajuan multimedia telah terbukti memberikan peluang besar bagi masyarakat dalam mempermudah berbagai kegiatan harian mereka, termasuk berkomunikasi, berinteraksi, bekerja, dan hiburan. Salah satu pemanfaatan multimedia yang sangat signifikan terjadi dalam sektor pariwisata, khususnya di wilayah pedesaan, sebagaimana yang dijelaskan oleh Atiko et al. (Dinas, 2020) dan (Diayudha, 2020). Sektor pariwisata memiliki potensi ekonomi yang besar dan dapat menjadi penggerak utama dalam perekonomian wilayah pedesaan dan terpencil. Multimedia memiliki peran yang sangat penting dalam memperkenalkan potensi-potensi desa yang mungkin belum dikenal oleh masyarakat umum. Hal ini membuka peluang untuk mengembangkan sektor-sektor lain seperti pertanian, perkebunan, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Semua ini bertujuan untuk menciptakan konsep desa wisata yang terintegrasi dengan teknologi dan multimedia, sesuai dengan gagasan yang dikemukakan oleh Pawestri (Desak & Santi, 2023b).

Salah satu aspek yang sangat relevan dalam pengelolaan desa wisata adalah kemampuan dalam teknologi komunikasi digital, sesuai dengan yang diungkapkan oleh Surjono. Multimedia adalah istilah yang umum digunakan dalam masyarakat dewasa ini, terutama seiring dengan kemajuan teknologi komputer dan internet yang mempermudah akses ke berbagai jenis multimedia. Dampaknya sangat besar dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, seperti yang disampaikan oleh Surjono (Pratama, 2023a) dan (Desak & Santi, 2023a). Perkembangan teknologi multimedia yang semakin canggih pada perangkat seperti laptop, smartphone, TV, dan perangkat elektronik lainnya membuka peluang besar dalam mengubah cara kita belajar, mengakses informasi, berbisnis, dan melakukan berbagai aktivitas lainnya, seperti yang diuraikan oleh Arifin (Astuti, 2018) dan (Breier et al., 2021).

Secara keseluruhan, penjelasan di atas menggarisbawahi betapa pentingnya memiliki pemahaman yang mendalam tentang manajemen sumber daya manusia, pemasaran digital, dan kewirausahaan dalam upaya pengelolaan desa wisata yang sukses. Generasi muda memiliki peran yang sangat krusial dalam memajukan desa wisata, dan pemanfaatan teknologi digital adalah alat penting dalam upaya memasarkan dan mengembangkan produk pariwisata (Agustina & Yosintha, 2021) (Pratama, 2023b) dan (Kusuma, 2019).

Pengelolaan desa wisata yang berkelanjutan adalah tantangan yang signifikan di Indonesia. Salah satu contoh sukses dalam upaya ini adalah Desa Bongan, yang telah berkembang pesat sejak ditetapkan sebagai desa wisata pada tahun 2018. Namun, pengelolaan desa ini masih dihadapkan pada beberapa kendala, terutama dalam hal manajemen sumber daya manusia dan penerapan teknologi digital. Berdasarkan uraian ini, maka pengabdian kepada masyarakat ini menyorot desa wisata Bongan sebagai pengejawantahan tri darma perguruan tinggi Politeknik Pariwisata Bali pada tahun 2023.

Desa wisata adalah wilayah pedesaan yang menawarkan keaslian dalam berbagai aspek, seperti budaya, tradisi, kehidupan sehari-hari, arsitektur tradisional, dan tata ruang desa yang menggabungkan komponen pariwisata seperti atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung dalam satu kesatuan (Hassan & Sharma, 2020), (Hanana et al., 2017) dan Syafi'i & Suwandono, 2015). Untuk mengembangkan desa wisata, beberapa komponen pendukung diperlukan, seperti yang dijelaskan oleh Zakaria & Suprihardjo (Kartimin et al., 2022) dan (Cemagi et al., 2022), bahwa Desa tersebut memiliki potensi dalam pariwisata, seni, dan budaya yang khas untuk daerah setempat. Lokasi desa berada dalam wilayah pengembangan pariwisata atau setidaknya berada dalam koridor dan rute perjalanan wisata yang sudah ditetapkan. Adanya tenaga pengelola, pelatih, dan pelaku pariwisata, seni, dan budaya yang tersedia dan terlatih. Infrastruktur dan aksesibilitas yang mendukung program Desa Wisata sudah tersedia. Terjaminnya keamanan, ketertiban, dan kebersihan di desa tersebut. Dengan memenuhi komponen-komponen ini, pembangunan desa wisata dapat berjalan dengan lebih efektif dan berkesinambungan. Langkah-langkah yang dilakukan pemerintah dan masyarakat adalah berupaya meningkatkan kualitas potensi desa wisata, sehingga bisa menciptakan berbagai peluang dalam merebut pangsa pasar bagi desa wisata (Robert & Brown, 2004) dan (Masriana, 2019).

Salah satu keterampilan sumber daya manusia yang mampu menunjang kelancaran operasional desa wisata adalah ketrampilan yang terkait dengan teknologi komunikasi digital. Seperti sebagaimana disampaikan oleh Surjono. Multimedia merupakan istilah yang umum digunakan oleh masyarakat dewasa ini, terutama seiring dengan kemajuan teknologi komputer dan internet yang mempermudah akses terhadap berbagai bentuk multimedia. Perkembangan ini memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari kita, seperti yang disampaikan oleh Surjono (Wicaksana & Rachman, 2018) dan (Putri et al., 2018). Perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih telah membuka peluang perkembangan wawasan di tengah masyarakat. Perkembangan teknologi ini mengubah pola belajar masyarakat, cara dalam memperoleh informasi, menggunakan perangkat teknologi dalam mempermudah kehidupan, melangsungkan bisnis, berinteraksi, dan sebagainya, sebagaimana yang diungkapkan oleh Arifin et al. (Rahmadi Islam, 2018).

Perkembangan multimedia juga membuka peluang besar bagi masyarakat dalam mempermudah berbagai aktivitas sehari-hari, seperti berkomunikasi, berinteraksi, bekerja, dan bahkan untuk hiburan. Salah satu cara pemanfaatan multimedia yang signifikan terjadi dalam sektor pariwisata, khususnya di wilayah pedesaan, seperti yang dijelaskan oleh Atiko et al. (2016). Pariwisata memiliki potensi ekonomi yang besar dan dapat menjadi penggerak utama perekonomian di wilayah pedesaan dan terpencil. Multimedia memiliki kemampuan untuk memperkenalkan potensi-potensi desa yang mungkin belum dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini membuka peluang untuk mengembangkan sektor-sektor lain seperti pertanian, perkebunan, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Semua ini bertujuan

untuk menciptakan konsep desa wisata yang terintegrasi dengan teknologi dan multimedia, sejalan dengan pemikiran Pambudi dkk (Wicaksana & Rachman, 2018).

Saat ini, pengembangan desa wisata telah menjadi bagian dari program nasional Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Menurut data dari Jadesta (Jejaring Desa Wisata, 2023), terdapat 4676 Desa Wisata di seluruh Indonesia dengan klasifikasi berdasarkan tingkat perkembangannya, yaitu Rintisan (3430 buah), Berkembang (940 buah), Maju (284 buah), dan Mandiri (23 buah). Secara konseptual, desa wisata dapat didefinisikan sebagai integrasi dari atraksi wisata, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu kerangka kehidupan masyarakat yang mengikuti tata cara dan tradisi setempat (Nuryanti, (Tophowijono, 2018) dan (Mukrimaa et al., 2016). Pendekatan lain dalam mendefinisikan desa wisata adalah yang diungkapkan oleh Inskeep (Ainun et al., 2014), yang menggambarkan desa wisata sebagai jenis pariwisata di mana sekelompok kecil wisatawan tinggal dalam atau dekat dengan suasana tradisional, seringkali di desa-desa terpencil, dengan tujuan untuk memahami kehidupan pedesaan dan lingkungan lokal.

Pandangan lain tentang desa wisata datang dari Hadiwijoyo (Juniarta et al., 2022) dan Sastrayuda (Suherlan et al., 2022), yang menyebutkan bahwa desa wisata adalah kawasan pedesaan yang menawarkan pengalaman yang mencerminkan keaslian kehidupan desa, baik dari aspek sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat sehari-hari, arsitektur bangunan, hingga tata ruang desa yang khas. Sejumlah penelitian dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilakukan terkait pengelolaan desa wisata, seperti yang diarahkan oleh Kartika dan Arismayanti, dkk (Lamopia & Nindya, 2023) dan (Suhendra, 2016). Temuan dari penelitian dan PKM tersebut menunjukkan adanya berbagai permasalahan yang timbul dalam pengelolaan desa wisata.

Uraian diatas memperlihatkan bahwa pengelolaan desa wisata yang sukses memerlukan pemahaman yang kuat tentang manajemen sumber daya manusia, pemasaran digital, dan kewirausahaan. Generasi muda memiliki peran kunci dalam memajukan desa wisata, dan penggunaan teknologi digital adalah alat penting dalam pemasaran dan pengembangan produk wisata.

METODE

Metode pengabdian kepada masyarakat di desa wisata Bongan ini menggunakan pendekatan *Community based Sustainability Development* (Pengembangan Keberlanjutan Masyarakat). *Community based Sustainability Development* adalah suatu pendekatan yang bertujuan untuk mendorong dan mengembangkan kemampuan masyarakat lokal dalam mencapai keberlanjutan di berbagai aspek kehidupan mereka. Pendekatan ini menekankan kolaborasi antara para pengabdian masyarakat (lembaga pendidikan atau lembaga penelitian, para pengusaha, tokoh masyarakat) dengan komunitas setempat untuk menciptakan perubahan positif yang berkelanjutan.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat berlangsung pada tanggal 15 - 20 Agustus 2023, terbagi menjadi beberapa langkah atau tahapan. Langkah-langkah dan komponen utama dalam metode *Community based Sustainability Development* mencakup identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat, partisipasi masyarakat, pengembangan kapasitas dan kompetensi masyarakat, pembangunan berkelanjutan, kolaborasi dan kemitraan. Terdapat 20 anggota masyarakat yang dipilih untuk mengikuti program pengabdian kepada masyarakat yang berasal dari desa wisata Bongan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh dosen Politeknik Pariwisata Bali menetapkan beberapa langkah dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Langkah-langkah dan komponen utama dalam metode *Community based Sustainability Development* mencakup identifikasi masalah, bentuk partisipasi masyarakat, strategi pengembangan kompetensi masyarakat, pembangunan berkelanjutan, penetapan kolaborasi dan kemitraan kerja.



Gambar 1. Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Wisata Bongan

1. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan: Langkah pertama adalah mengidentifikasi masalah dan kebutuhan yang ada di komunitas setempat. Ini dilakukan melalui survei, wawancara, diskusi kelompok, dan interaksi dengan anggota masyarakat yang dilakukan pada tanggal 15 Agustus 2023. Hasil survei yang dilakukan pada tokoh masyarakat, para pemuda desa, dan pemilik usaha UMKM di Desa Wisata Bongan memperlihatkan hambatan rendahnya SDM yang berkualitas dalam mengelola desa wisata, dalam penggunaan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran

- produk dari Desa Wisata Bongan, serta ketergantungan pada pemerintah dalam perencanaan dan pengelolaan program pengembangan desa.
2. **Partisipasi Aktif Masyarakat:** Metode ini menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam seluruh proses pengabdian kepada masyarakat. Masyarakat lokal harus terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi proyek. Mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang kondisi lokal dan potensi solusi yang sesuai. Periode ini dilakukan pada tanggal 20 Agustus 2023. Masyarakat diajak melakukan pemetaan potensi desa wisata, perencanaan strategis yang diperlukan untuk mewujudkan visi dan misi mereka.
 3. **Pengembangan Kapasitas dan kompetensi masyarakat:** Salah satu tujuan utama adalah meningkatkan kapasitas dan keterampilan masyarakat lokal. Ini bisa melibatkan pelatihan, pendidikan, dan bimbingan dalam berbagai bidang, seperti manajemen sumber daya alam, kewirausahaan, teknologi, atau aspek lain yang relevan. Kepada anggota masyarakat, disampaikan pelatihan dan bimbingan terkait peningkatan kualitas SDM, seperti meningkatkan kepercayaan diri, kemampuan mengambil keputusan, berkomunikasi dengan wisatawan, pengelolaan media sosial yang tepat bagi desa wisata
 4. **Pembangunan Berkelanjutan:** Metode ini berfokus pada penciptaan solusi yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Ini melibatkan pembangunan ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan yang seimbang. Pemahaman akan pentingnya menjaga keseimbangan antara ekonomi, lingkungan, dan masyarakat sangat ditekankan. Kepada anggota masyarakat desa wisata Bongan, ditekankan untuk selalu mengutamakan kualitas produk wisata dan produk UMKM yang mampu menjamin kepercayaan dan kepuasan konsumen. Salah satu caranya adalah dengan mengembangkan produk yang ramah lingkungan, dan terjamin keberlangsungannya. Kegiatan pendampingan dan pemantauan tetap berlanjut setelah pengabdian kepada masyarakat selesai di desa wisata Bongan.
 5. **Kolaborasi dan Kemitraan:** Metode ini mendorong kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk lembaga pendidikan, pemerintah daerah, LSM, dan sektor swasta. Kemitraan ini membantu mengoptimalkan sumber daya dan pengetahuan yang tersedia.



Gambar 2. Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Wisata Bongan

Objek yang terlibat dalam pengabdian masyarakat berbasis *Community based Sustainability Development* di desa wisata Bongan meliputi: Bumdes, UMKM, Pokdarwis, tim PKK, sekeha teruna teruni. Sasaran pengabdian masyarakat dalam metode *Community based Sustainability Development* adalah mencapai tingkat keberlanjutan yang lebih tinggi dalam aspek-aspek kehidupan komunitas, termasuk ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Sasaran ini mencakup peningkatan kesejahteraan masyarakat, pengurangan ketimpangan sosial, pelestarian lingkungan, dan peningkatan kualitas hidup secara keseluruhan. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan perubahan yang berkelanjutan dan memberdayakan masyarakat lokal untuk mengelola dan memajukan wilayah mereka dengan cara yang lebih baik.



Gambar 3. Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Wisata Bongan

Hasil pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa pelatihan manajemen sumber daya manusia dan pemasaran digital telah memberikan dampak positif pada pengelolaan Desa Wisata Bongan. Partisipasi generasi muda dalam pengelolaan desa ini telah meningkat, mengatasi kendala yang dihadapi oleh SDM lanjut usia. Penggunaan teknologi tepat guna juga telah meningkatkan pemasaran produk wisata ekonomi kreatif dari desa tersebut.



Gambar 4. Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Wisata Bongan

KESIMPULAN

Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Wisata Bongan berjalan lancar meliputi kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pemantauan. Tujuan kegiatan mengembangkan potensi SDM secara maksimal dalam aktivitas pariwisata, meningkatkan kapasitas masyarakat lokal sebagai kontributor pariwisata, meningkatkan profil desa di mata wisatawan, meningkatkan jumlah pengunjung, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Program pengabdian kepada masyarakat ini sejalan dengan Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Indonesia, tentang tri darma perguruan tinggi. Program pengabdian kepada masyarakat ini terbukti mendorong pertumbuhan Desa Wisata Bongan. Generasi muda memiliki peran penting dalam pengelolaan desa wisata, dan penerapan teknologi digital adalah langkah yang relevan dalam pengembangan pariwisata. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat membawa dampak positif dalam meningkatkan potensi desa wisata. Desa Bongan adalah contoh inspiratif bagi pengembangan destinasi pariwisata berkelanjutan di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih sedalamnya kepada masyarakat desa wisata Bongan yang telah berkenan memberi kesempatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih pula kepada manajemen Politeknik Pariwisata Bali yang berkenan memberi dukungan penuh bagi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa wisata Bongan

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I. T., & Yosintha, R. (2021). The Impact of Covid-19 on Hotel Industry In Asian Countries. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 14(2), 159–167. <https://doi.org/10.47608/jki.v14i22020.159-167>
- Ainun, F., Krisnani, H., & Darwis, R. S. (2014). Pengembangan Desa Wisata Melalui Konsep Community Based Tourism. *Prosiding KS: Riset & PKM*, 2(3), 341–346.
- Astuti, N. N. S. (2018). Designing Bali tourism model through the implementation of tri hita karana and sad kertih values. *International Journal of Linguistics, Literature and Culture*, 5(1), 12–23. <https://doi.org/10.21744/ijllc.v5n1.461>
- Breier, M., Kallmuenzer, A., Clauss, T., Gast, J., Kraus, S., & Tiberius, V. (2021). The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102723. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102723>
- Cemagi, D. T. W. P., Cemag, D., Balawista, B., Air, A., Kuta, P., Cemagi, D. T. W. P., Hindia, S., Khayangan, D., Gede, P., Ngaus, B., & Lot, T. (2022). *Pantai Cemagi Diusulkan Jadi DTW, Ini Upaya Desa Adat Senin, 18 April 2022, 18:05 WITA. April.*
- Desak, N., & Santi, M. (2023a). *Accommodation Management Perspectives Towards Green Program Implementation at Baturiti District , Tabanan Residence , Bali*. 1(5), 383–388.
- Desak, N., & Santi, M. (2023b). *Tourism Wellness Industry as Local Culture in Millenial Perspective at Tourism Polytechnic in Bali*. 2(2), 131–140.
- Diayudha, L. (2020). Industri Perhotelan Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19: Analisis Deskriptif. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 3(1). <https://doi.org/10.30813/fame.v3i1.2166>
- Dinas, U. (2020). *ISSN : 2775-7374 PENGEMBANGAN PARIWISATA PEDESAAN BERBASIS COMMUNITY BASED TOURISM DI DESA CIKONDANG ISSN : 2775-7374 Hanjuang Mekar membentuk Kelompok*. 433–441.
- Hanana, A., Elian, N., & Marta, R. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, 6(1), 34–46. <https://doi.org/10.22202/mamangan.v6i1.1886>

- Hassan, A., & Sharma, A. (2020). The Emerald Handbook of ICT in Tourism and Hospitality. *The Emerald Handbook of ICT in Tourism and Hospitality*, 1–522. <https://doi.org/10.1108/9781839826887>
- Juniarta, P. P., Wardana, M. A., & Saputra, K. W. A. (2022). Persepsi Wisatawan Milenial Terhadap Akomodasi Glamping di Kawasan Kintamani. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(2), 145–152.
- Kartimin, I. W., Mekarini, N. W., & Arini, N. N. (2022). Potensi Desa Wisata Munggu Sebagai Daya Tarik Wisata Berbasis Masyarakat Di Kabupaten Badung. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 13(1), 34–41. <https://doi.org/10.22334/jihm.v13i1.223>
- Kusuma, C. S. D. (2019). Mice- Masa Depan Bisnis Pariwisata Indonesia. *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi*, 16(2), 52–62. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v16i2.27420>
- Lamopia, I. W. G., & Nindya, A. P. A. (2023). Pengembangan Model Baru Pariwisata Bali Berbasis. *Analisa Sosiologi*, 12(1), 93–110.
- Masriana. (2019). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) Di Pantai Ide Sorowako, Kecamatan Nuha, Kabupaten Luwu Timur. *Unniversitas Muhammadiyah Makassar*, 1. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/7232-Full_Text.pdf
- Mukrimaa, S. S., Nurdyansyah, Fahyuni, E. F., YULIA CITRA, A., Schulz, N. D., د. غسان, Taniredja, T., Faridli, E. M., & Harmianto, S. (2016). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(August), 128.
- Pratama, I. W. A. (2023a). Pelatihan Digital Marketing Untuk Pemasaran Desa Wisata di Kepulauan Wakatobi. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(1), 27–32. <https://doi.org/10.59025/js.v2i1.60>
- Pratama, I. W. A. (2023b). Pelatihan Strategi Pemasaran Produk Umkm Kube Saraswati Sebagai Sarana Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Wisata Jatiluwih, Tabanan-Bali. *Bina Cipta*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.46837/binacipta.v2i1.12>
- Putri, R. A. S. I., Sinyor, E. P., & Putr, A. C. (2018). Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Analisis Swot Desa Sidomekar Dan Penggunaan Aplikasi Tour Guide Online Kabupaten Jember. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis Ke-3. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember*, 3, 173–187.
- Rahmadi Islam. (2018). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title. *مجلة اسبوت للدراسات البيئية*, 3(3), 1–13. <http://dx.doi.org/10.1186/s13662-017-1121-6><https://doi.org/10.1007/s41980-018-0101-2><https://doi.org/10.1016/j.cnsns.2018.04.019><https://doi.org/10.1016/j.cam.2017.10.014><http://dx.doi.org/10.1016/j.apm.2011.07.041><http://arxiv.org/abs/1502.020>
- Robert, B., & Brown, E. B. (2004). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title (Issue 1).
- Suhendra, E. (2016). *Pengaruh Social Media Marketing, Word Of Mouth, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. 5(1), 1–23.

Suherlan, H., Adriani, Y., Pah, D., Fauziyyah, I., Evangelin, B., Wibowo, L., Hanafi, M., & Rahmatika, C. (2022). Keterlibatan Masyarakat dalam Mendukung Program Desa Wisata. *Barista : Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 9(01), 99–111. <https://doi.org/10.34013/barista.v9i01.623>

Tophowijono, N. (2018). Penerapan konsep Community Based Tourism dalam pengelolaan daya tarik wisata berkelanjutan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58, 20–26.

Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). 濟無 No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>