

Evaluasi Kinerja dan Solusi Pengabdian Masyarakat Tentang Promosi Obyek Wisata dengan Pendekatan Sadar Wisata dan Digital Marketing Pada Desa Sidomulyo Jember

¹Muhamad Naely Azhad, ²Rusdiyanto

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Jember, Gumuk Kerang, Karangrejo, Kec. Sumpersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68124

e-mail : ¹naelyazhad52@gmail.com, ²rusdiyantounmuhjember@ac.id

Abstract

This community service (PKM) was carried out by evaluating the results of previous community service on Tourism Awareness and Digital Marketing with the Utilization of Social Media in Promoting Tourism Objects, Crafts and Traditional Arts in Sidomulyo Village, Jember which had been carried out previously. The results of the evaluation that had been carried out, obtained were Sapta Pesona from 7 elements, namely; 1. Safe Indicator obtained high respondent responses, 2. Orderly Indicator obtained Medium respondent responses, 3. Cleanliness Indicator at the Medium level, 4. Cool Indicator at the High level, 5. Beauty Indicator obtained High responses, 6. Hospitality Indicator at the Medium level, and 7. Memories Indicator obtained respondents' responses at the Medium level. Evaluation of the results of the previous PKM on the Digital Marketing approach, obtained results on: 1. Social Media Selection Accuracy Indicator at the High level; 2. Promotional Attraction Indicator at the Medium level, and 3. Completeness Indicator of Information Conveyed at the Medium level. These two evaluation results are used as the basis for continuing the second phase of PKM in Sidomulyo Village which has superior tourist destinations such as Rumah Akar Tourism, Cafe Sawah Nature Tourism, Raja Domba Educational Tourism, Sendang Tirto Gumitir Tourism, Rumah Batik Educational Tourism, and Coffee Industry Educational Tourism. Activities that have been carried out in collaboration with the Jember Tourism and Culture Office and are guided by the community service design that has been created by the team. Increased results were obtained for each indicator, both Tourism Awareness and Digital Marketing of tourism actors in Sido Mulyo Village, Jember.

Keywords : Evaluation, Digital Marketing, Promotion, Social Media, Tourism Awareness, Tourist Destinations.

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilakukan dengan mengevaluasi hasil pengabdian masyarakat sebelumnya tentang Sadar Wisata Dan Digital Marketing Dengan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mempromosikan Obyek Wisata, Hasil Kerajinan Serta Seni Tradisional Pada Desa Sidomulyo Jember yang telah dilaksanakan sebelumnya. Hasil evaluasi yang telah dilakukan, diperoleh adalah Sapta Pesona dari 7 unsur yakni; 1. Indikator Aman diperoleh tanggapan responden tinggi, 2. Indikator Tertib diperoleh tanggapan responden Sedang, 3. Indikator Kebersihan pada tingkat Sedang, 4. Indikator Sejuk pada tingkatan Tinggi, 5. Indikator Keindahan diperoleh tanggapan Tinggi, 6. Indikator Keramah tamahan pada tingkatan Sedang, dan 7. Indikator Kenangan diperoleh tanggapan responden pada tingkatan Sedang. Evaluasi hasil dari PKM sebelumnya tentang pendekatan Digital Marketing, diperoleh hasil pada : 1. Indikator Ketepatan pilahan Media Sosial pada tingkatan Tinggi; 2. Indikator Daya Tarik promosi pada tingkatan Sedang, dan 3. Indikator Kelengkapan Informasi yang disampaikan pada tingkatan Sedang. Kedua hasil evaluasi ini dijadikan dasar untuk melanjutkan PKM tahap kedua di Desa Sidomulyo yang mempunyai destinasi wisata unggulan Kegiatan yang telah dilakukan bekerja sama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jember serta berpedoman pada desain pengabdian masyarakat yang telah

dibuat oleh tim. Diperoleh hasil yang meningkat pada setiap indikator, baik Sadar Wisata Dan Digital Marketing para pelaku wisata di Desa Sido Mulyo Jember.

Kata Kunci : Evaluasi, Digital Maketing, Promosi, Media Sosial, Sadar Wisata, Destinasi Wisata.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan aktifitas yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh pemerintah kota, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (UU No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata). Selain itu pariwisata yang dikelola dengan baik dapat menjadi suatu sektor unggulan di suatu daerah, (Nuryati et al., 2023). Dalam keberhasilan pengembangan pariwisata di suatu daerah terdapat konsep penting diantaranya konsep sadar wisata dan konsep sapta pesona (Permen Pariwisata Kebudayaan, 2008). Sadar wisata merupakan konsep yang melibatkan partisipasi serta dukungan masyarakat dalam mewujudkan suatu iklim yang kondusif demi tumbuh kembangnya kepariwisataan di suatu daerah. Sedangkan Sapta Pesona merupakan turunan dari konsep sadar wisata yang berkaitan dengan dukungan dan peran serta masyarakat sebagai tuan rumah dalam menciptakan suasana dan lingkungan yang kondusif tersebut untuk mendorong tumbuh kembangnya industri pariwisata, yang terdiri dari 7 (tujuh) unsur yakni; aman, nyaman, bersih, tertib, sejuk, indah, ramah tamah, dan kenangan. Unsur tersebut apabila diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan wisata maka dapat memberikan dampak yang positif untuk keberlanjutan suatu pariwisata (Kanom et al., 2020; Mintardjo, 2022; Permen Kebudayaan dan Pariwisata, 2008).

Industri pariwisata merupakan industri yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, mampu menciptakan peluang kerja dan kesempatan kerja sehingga menghindari masyarakat dari bahaya kemiskinan dan kelaparan (Wijayanti et al., 2020). Meningkatnya pertumbuhan ekonomi masyarakat akibat perkembangan industri pariwisata dipengaruhi oleh 5 (lima) unsur Pentahelix yaitu: Academician (Akademisi), Business (Bisnis), Community (Komunitas/masyarakat), Government (Pemerintah) dan Media (Publikasi Media). Lima unsur ini merupakan bagian terpenting dalam perkembangan pariwisata. Apabila kelima unsur tersebut tidak bekerjasama maka pariwisata tidak akan ada arti apa-apa. Oleh sebab itu, diperlukan kegiatan untuk menggugah kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pariwisata (Sutomo et al., 2021).

Sadar wisata sebagai salah satu program yang sangat penting untuk pembangunan kepariwisataan Indonesia. Tujuannya untuk meningkatkan kapasitas masyarakat di destinasi wisata dalam pengelolaan pariwisata yang terintegrasi untuk peningkatan kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat (Kemala & Astiana, 2022; Mahyuni et al., 2021). Destinasi wisata yang berhasil adalah destinasi yang mampu mensejahterakan masyarakat yang hidup disekitar destinasi.

Bahwa Desa Sidomulyo ditetapkan sebagai desa wisata di Kabupaten Jember Jawa Timur karena terdapat potensi-potensi yang menarik untuk dijadikan sebuah sektor pariwisata desa yang nantinya akan menjadi tonggak peningkatan sektor sosial ekonomi (Nurlaelah et al., 2019). Sebelum Desa Sidomulo ditetapkan sebagai desa wisata terdapat sebuah pengelolaan potensi desa yang kurang baik oleh pemerintah desa sebelumnya dan kurang aktifnya kelompok sadar wisata, sehingga membuat kelompok Gerakan Pemuda Desa Sidomulyo atau disebut GPS turun sendiri untuk menggali dan mengembakan potensi-potensi desa yang bisa dijadikan sebuah sektor pariwisata desa (Utami, n.d.; Wahyu, 2022).

Pengembangan yang telah dilakukan oleh kelompok GPS ini membuahkan hasil dengan mendapatkan destinasi wisata yang dijadikan sebagai destinasi wisata unggulan Desa Sidomulyo seperti Wisata Rumah Akar, Wisata Alam Cafe Sawah, Wisata Edukasi Raja Domba, Wisata Sendang Tirto Gunitir, Wisata Edukasi Rumah Batik, dan Wisata Edukasi Industri Kopi. Setiap wisata tersebut memiliki keunikan tersendiri, sehingga wisatawan akan tertarik dan bisa memperoleh ilmu atau pengalaman bagi wisatawan yang datang (Hall, 2019).

Berdasarkan destinasi wisata unggulan Desa Sidomulyo tersebut, sebelumnya masih kurang berkembang. Kurangnya perkembangan destinasi wisata yang dimaksud yaitu kurang berkembangnya infrastruktur, dan kurangnya pengetahuan SDM terkait pengelolaan destinasi wisata yang baik (Lee, 2019). Selain itu dari kurangnya infrastruktur dan pengetahuan SDM dalam pengembangan pariwisata Di Desa Sidomulyo terdapat kendala adanya sumber daya finansial yang kurang. Oleh karena itu untuk membuat berkembangnya destinasi wisata di Desa Sidomulyo lebih baik dan maju, maka kelompok GPS ini kemudian melakukan konsep kerjasama atau kolaborasi antara pihak lain untuk mengatasi masalah yang terjadi (Milano, 2019). Awal kerjasama atau kolaborasi yang dilakukan oleh kelompok GPS berawal dari kerjasama pihak swasta, kemudian dengan pihak pemerintah desa, dan masyarakat seperti kelompok sadar wisata atau masyarakat pemilik destinasi wisata. Pemerintah desa memiliki peran sebagai aktor dalam pengembangan pariwisata Desa Sidomulyo (Boluk, 2019), melalui mencarikan sumber pendanaan untuk pariwisata yang ada disana.

Berdasarkan hasil Evaluasi dilakukan pada aspek Sadar Wisata dengan kriteria atau indikator keberhasilan sesuai dengan Sapta Pesona sebanyak 7 indikator, aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah dan unsur kenangan. Hasil evaluasi pada masing-masing indikator Sapta Pesona tersebut diperlihatkan pada Tabel 1.1. berikut :

Tabel 1.1 Hasil Evaluasi Sapta Pesona Pariwisata Desa Sido Mulyo Jember

No	Indikator	Nilai Skor	Keterangan
01	Aman	Sedang	
02	Tertib	Sedang	
03	Kebersihan	Sedang	
04	Sejuk	Tinggi	
05	Keindahan	Tinggi	
06	Ramah Tamah	Sedang	
07	Kenangan	Sedang	

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Keterangan :

Hasil Evaluasi PKM tahap pertama pada aspek Sadar Wisata diperoleh, yaitu : Indikator Aman tanggapan responden tinggi, Indikator Tertib diperoleh tanggapan responden Sedang, Indikator Kebersihan pada tingkat Sedang, Indikator Sejuk pada tingkatan Tinggi, Indikator Keindahan diperoleh tanggapan Tinggi, Indikator Keramah tamahan pada tingkatan Sedang, dan Indikator Kenangan diperoleh tanggapan pada tingkatan Sedang.

Hasil Evaluasi hasil PKM telah dilakukan pada periode sebelumnya pada aspek Digital Marketing, diperoleh hasil pada masing-masing indikator diperlihatkan pada Tabel 1.2. berikut :

Tabel 1.2 Hasil Evaluasi hasil PKM telah dilakukan pada periode sebelumnya pada aspek Digital Marketing

No	Indikator	Nilai Skor	Keterangan
01	Ketepatan	Tinggi	
02	Daya Tarik	Sedang	
03	Informatif	Sedang	

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Keterangan :

Hasil Evaluasi hasil PKM sebelumnya, diperoleh hasil untuk : Indikator Ketepatan pilahan Media Sosial pada tingkatan Tinggi; Indikator Daya Tarik promosi pada tingkatan Sedang, dan Indikator Kelengkapan Informasi yang disampaikan pada tingkatan Sedang.

Kedua hasil evaluasi ini dijadikan dasar untuk PKM tahap lanjutan di Desa Sidomulyo

yang mampu mengidentifikasi masalah pada kedua aspek yang telah dilakukan sebelumnya. PKM lanjutan ini akan menekankan untuk peningkatan nilai yang sebelumnya Sedang diharapkan menjadi Tinggi pada masing-masing indikator.

Tujuan utama dalam kegiatan pengabdian ini adalah transfer ilmu pengetahuan guna meningkatkan kualitas SDM masyarakat Desa Sidomulyo melalui sosialisasi Sadar Wisata dan Pelatihan Digital Marketing untuk mempromosikan berbagai destinasi wisatanya. Sehingga setiap indikator yang sebelumnya masih memiliki nilai sedang diharapkan meningkat nilainya menjadi Tinggi.

METODE

Metode yang digunakan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) lanjutan ini dilaksanakan dalam bentuk relatif sama dengan PKM sebelumnya, yaitu pelatihan kepada masyarakat mengenai Sadar Wisata dan Pelatihan Digital Marketing untuk mempromosikan berbagai destinasi wisata dengan penekanan utama pada masing-masing indikator yang masih mempunyai nilai skor Sedang. Metode yang dilakukan, yakni :

1. Evaluasi hasil kinerja PKM tahap awal pada kedua aspek wisata, Sapta Pesona dengan 7 indikator, sedang. Evaluasi tentang aspek Digital Marketing, dengan 3 indikator. Kedua hasil evaluasi ini dijadikan dasar untuk melanjutkan PKM tahap selanjutnya di Desa Sidomulyo.
2. Metode ceramah dilaksanakan dengan memberikan paparan materi untuk memberikan pengetahuan mengenai sadar wisata, sapta-pesona, dan desa wisata, sehingga masyarakat memahami ruang lingkup materi dengan jelas. Metode ceramah dilakukan dengan memaparkan materi selama kurang lebih 1 jam.
3. Metode partisipatif bertujuan memberikan kesempatan bagi para peserta untuk aktif bertanya dan menjawab pertanyaan, sehingga materi yang disampaikan lebih cepat diserap peserta pelatihan.
4. Pelatihan pemanfaatan Media Sosial dalam mempromosikan destinasi wisata Desa Sidomulyo yang diselenggarakan oleh LPPM Universitas Muhammadiyah Jember, dihadiri oleh 29 orang peserta, sebagian besar dari penggiat para wisata pada masing-masing destinasi wisata, yaitu destinasi wisata unggulan Desa Sidomulyo seperti Wisata Rumah Akar, Wisata Alam Cafe Sawah, Wisata Edukasi Raja Domba, Wisata Sendang Tirto Gumitir, Wisata Edukasi Rumah Batik, dan Wisata Edukasi Industri Kopi.
5. Metode pelatihan ini mengadopsi pendekatan yang telah dikemukakan dan diterapkan oleh Setiawan et al. (2023), dengan merinci proses yang melibatkan penyampaian materi oleh narasumber, diikuti oleh sesi pelatihan, dan dilanjutkan dengan praktek dan tanya jawab interaktif bersama peserta.
6. Pendampingan; tim PKM mendampingi semua peserta pelatihan untuk: 1. Meningkatkan kesadaran pentingnya mengimplementasikan Sadar Wisata dengan Sapta Pesona Wisata, 2. Mendampingi peserta dalam melakukan Digital Marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Kepada Masyarakat ini diawali dengan pertemuan dengan Kepala Desa Sidomulyo, Sekertaris Desa, GPS (Gerakan Pemuda Desa Sido Mulyo) serta perangkat desa lainnya untuk mendiskusikan mengenai kebutuhan masyarakat untuk mewujudkan desa wisata berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan pada PKM sebelumnya. Selanjutnya ditetapkan desain sosialisasi Sapta Pesona Wisata dan pelatihan Digital Marketing, termasuk penetapan waktu, akomodasi, konsumsi, serta soft ware dan hard ware pelatihan.

Tahap Pelaksanaan Pertama : Evaluasi Hasil

Tim PKM melakukan Evaluasi terhadap PKM yang telah dilakukan sebelumnya, setelah berjalan 4 bulan lebih tentang sosialisasi Sadar Wisata dengan Sapta Pesona Wisata dan pelatihan

Digital Marketing. Berdasarkan hasil Evaluasi akan dilakukan tahap pelatihan pada indikator yang penekanannya nilai skor Sedang. Peserta yang berpartisipasi sebanyak 29 orang dari berbagai kelompok komunitas destinasi Wisata Rumah Akar, Wisata Alam Cafe Sawah, Wisata Edukasi Raja Domba, Wisata Sendang Tirto Gumitir, Wisata Edukasi Rumah Batik, dan Wisata Edukasi Industri Kopi. Kegiatan Evaluasi ini terlaksana dengan lancar dan sebagian besar peserta memberikan tanggapan / respon yang obyektif pada kedua aspek wisata yang menjadi topik PKM ini. Diperoleh gambaran obyektif tentang kedua aspek wisata yang menjadi topik utama sebagaimana diperlihatkan pada Tabel 1.1. dan Tabel 1.2. di atas.

Tahap Pelaksanaan Kedua : Pelatihan & Penyuluhan Sadar Wisata

Tim pengabdian memberikan Pelatihan Sadar Wisata Pada Kelompok Sadar Wisata Desa Sidomulyo diawali oleh sambutan Kepala Desa. Selanjutnya kegiatan pelatihan sepenuhnya diserahkan kepada tim pengabdian dengan melakukan pemaparan mengenai pentingnya Sadar Wisata pada peserta pelatihan dan menunjukkan contoh sadar wisata. Penekanan utama pada indikator yang masih memiliki nilai skor yang sedang. Hasil yang diharapkan untuk indikator yang nilai skornya sedang (indikator Aman, Tertib, Bersih, Ramah dan Kenangan) meningkat menjadi nilai skor yang tinggi.

Tahap Pelaksanaan Ketiga : Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan Digital Marketing pada tahap, dimulai dari penjelasan dari instruktur tentang penggunaan internet dan sosial media, terutama Face Book, Instagram, dan TikTok. Selanjutnya setiap peserta diberikan materi, mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian Digital Marketing yang eksklusif pada masing-masing destinasi wisata yang ada di Desa Sido Mulyo. Materi tentang pembuatan konten atau model promosi melalui media sosial, dimulai dari pengambilan gambar yang akan ditampilkan, informasi yang akan disampaikan, pilihan bahasa yang digunakan, kontak komunikasi dan lainnya. Diskusi dan tanya jawab peserta diterapkan dalam sesi pemberian materi. Instruktur juga membagikan pengalaman penggunaan media sosial dalam digital marketing untuk berpromosi. Penekanan utama pelatihan ini adalah pada indikator yang masih memiliki nilai skor yang sedang, yaitu indikator Daya Tarik dan indikator Informatif, sehingga pada nilai skor nantinya meningkatnya menjadi Tinggi.

Tahap Pelaksanaan Keempat : Pendampingan

Pelaksanaan Pendampingan pada kedua aspek yang dilaksanakan pada PKM ini diutamakan pada indikator yang masih mendapatkan nilai skor sedang. Hasil yang diperoleh untuk indikator yang nilai skornya sedang (indikator Aman, Tertib, Bersih, Ramah dan Kenangan) meningkat menjadi nilai skor yang tinggi. Pada aspek Digital Marketing indikator yang nilai skor yang sedang, yaitu indikator Daya Tarik dan indikator Informatif meningkat menjadi nilai skor Tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat lanjutan ini dapat ditarik beberapa simpulan, yaitu :

1. Hasil Evaluasi pelaksanaan PKM sebelumnya, pada aspek Sadar Wisata dan Digital Marketing ditemukan nilai skor mulai dari sedang sampai tinggi.
2. PKM difokuskan pada indikator yang masih memiliki nilai sedang, pada aspek Sadar Wisata indikator Aman, Tertib, Bersih, Ramah dan Kenangan. Sedangkan pada aspek Digital Marketing indikator yang nilai skor yang sedang, yaitu indikator Daya Tarik dan indikator Informatif.
3. Peserta pelatihan sebanyak 29 orang semakin memahami dan mengimplementasi Sadar Wisata dengan Sapta Pesona Wisata dalam kehidupan sehari-hari.
4. Pelatihan digital marketing, dihasilkan Digital Marketing yang lebih baik dan informatif dengan menghasilkan konten promosi yang menarik dan informasi yang lebih lengkap.
5. Peserta pelatihan mempunyai kemampuan dalam model desain dan membuat konten promosi

yang menarik calon wisatawan yang berkunjung pada masing-masing destinasi Wisata Rumah Akar, Wisata Alam Cafe Sawah, Wisata Edukasi Raja Domba, Wisata Sendang Tirto Gumitir, Wisata Edukasi Rumah Batik, dan Wisata Edukasi Industri Kopi.

SARAN

Saran dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. PKM ini hendaknya dilanjutkan dengan kegiatan PKM terutama Evaluasi hasil setelah 3 sampai 4 bulan kedepan serta pendampingan yang berlanjut pada masing-masing destinasi Wisata Rumah Akar, Wisata Alam Cafe Sawah, Wisata Edukasi Raja Domba, Wisata Sendang Tirto Gumitir, Wisata Edukasi Rumah Batik, dan Wisata Edukasi Industri Kopi.
2. Melanjutkan kerjasama dengan berbagai pihak terkait dan berkompeten dalam pelatihan ini sangat menentukan hasil akhir, seperti unsur pemerintahan, akademisi dan pelaku bisnis transportasi, perhotelan dan cafe.

DAFTAR PUSTAKA

- Boluk, K. A. (2019). A critical framework for interrogating the United Nations Sustainable Development Goals 2030 Agenda in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 847–864. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1619748>
- Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044–1060. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>
- Koçak, E. (2020). The impact of tourism developments on CO2 emissions: An advanced panel data estimation. *Tourism Management Perspectives*, 33. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100611>
- Lee, T. H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70, 368–380. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.003>
- Mayasari, D., & Soeswoyo. (2020). Peningkatan Kualitas Masyarakat Melalui Sosialisasi Sadar Wisata dan Sapta Pesona. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 2(1), 2020.Pratama,
- D. (2019). Gerakan Desa Sadar Wisata: Pengabdian Pada Masyarakat Desa Milano, C. (2019). Overtourism and Tourismphobia: A Journey Through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns. *Tourism Planning and Development*. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1599604>
- Naely A., M Rusdiyanto, 2024, Sadar Wisata Dan Digital Marketing Dengan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mempromosikan Obyek Wisata, Hasil Kerajinan Serta Seni Tradisional Pada Desa Sidomulyo Jember, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mandiri (JPMM)*, Vol. 02 No. 02
- Utami, D. R. (n.d.). Collaborative Governance Dalam Pengendalian Narkoba Antara Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Timur Dengan Lembaga Swadaya Masyarakat.
- Purwanti, I. (2019). Strategi Kelompok Sadar Wisata Dalam Penguatan Desa Wisata. *SADAR WISATA (POKDARWIS) DALAM MENGEMBANGKAN PARIWISATA BERKELANJUTAN*. 10(1), 69–75
- Syamsul Bachri, Erwan Sastrawan Farid, Mohammad Zeylo Auriza, Rosida P Adam, & Suardi. (2022). Peningkatan SDM Masyarakat Melalui Sadar Wisata di Desa Towale Kecamatan Banawa Tengah Kabupaten Donggala. *ABDISOSHUM: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 344–350. <https://doi.org/10.55123/abdisoshum.v1i3.944>
- Wardhani, K., Achmad, Z. A., Permatasari, W. K., Andriani, D., Adianti, A. A. F. P., & Nisa, H.M. (2022). Efektivitas Komunikasi Penyuluhan Pengembangan Desa Wisata Melalui

Pembentukan Kelompok Sadar Wisata Berbasis Sapta Pesona. Karya Unggul : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(2), 145–151.

Wijayanti, A., Widyaningsih, H., Yulianto, A., & Hadi, W. (2020). Pelatihan Sadar Wisata Dan Sapta Pesona Bagi Masyarakat Desa Sidomulyo , Sidomulyo merupakan salah satu desa di kecamatan Pengasih , Kulon Progo. Resona: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat, 4(1), 58–68.