



Pengembangan Pariwisata Bahari Pantai Mberenang Melalui Inovasi, Kreativitas, dan Promosi Digital

Fransiska A. Joni, Maria H. Sinar, Frumensius Fromario, Maria A. Cimur, Selfin T. Marni, Anjela R. Yanti, Oktavia O. Nila, Edelia Manut, Gerosa N. Seriang, Verenumus Jelahu, Patrisius Salomo, Agustinus Jeksin, Yohanes M. Vianney, Odilia Jayanti Mahu, Bonefasius Berdi, Yosefina E. Suhartini, Herlulianus S. Yovan

STIE KARYA RUTENG

*Corresponding Author: aldajoni637@gmail.com, nyasinar03@gmail.com, riofrumensius94@email.com

Abstrak

Pariwisata desa merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan daerah yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus memperkuat identitas budaya lokal. Desa Watu Tiri memiliki potensi wisata alam dan budaya yang melimpah, namun pengelolaannya masih belum maksimal karena keterbatasan inovasi, kreativitas, serta pemanfaatan media digital dalam promosi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengembangan pariwisata Desa Watu Tiri melalui penguatan inovasi destinasi, peningkatan kreativitas masyarakat, dan pemanfaatan strategi promosi berbasis digital. Metode yang digunakan meliputi observasi, sosialisasi, pelatihan, serta pendampingan kepada masyarakat dan kelompok pengelola wisata desa. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan partisipasi aktif masyarakat dalam mengembangkan ide kreatif, terbentuknya spot wisata baru yang berbasis kearifan lokal, serta kemampuan pelaku wisata dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Melalui pendekatan ini, pengembangan pariwisata Desa Watu Tiri dapat berjalan lebih optimal, berkelanjutan, serta mampu meningkatkan daya tarik desa sebagai destinasi wisata unggulan.

Kata Kunci: Inovasi Wisata; Kreativitas; Pariwisata; Promosi Digital, PAR

Abstract

Village tourism is one of the important sectors in regional development that contributes to improving community welfare while preserving local cultural identity. Watu Tiri Village has abundant natural and cultural tourism potential, yet its management has not been optimal due to limited innovation, creativity, and the use of digital media for promotion. This community service aims to optimize the development of Watu Tiri Village tourism through strengthening destination innovation, enhancing community creativity, and implementing digital-based promotion strategies. The methods applied include field observation, socialization, training, and mentoring for local communities and tourism management groups. The results show an increase in community participation in generating creative ideas, the establishment of new tourism spots based on local wisdom, and improved skills of tourism actors in utilizing social media as an effective promotional tool. This approach has proven to support the sustainable development of village tourism and strengthen Watu Tiri as an attractive and competitive tourism destination.

Keyword: Tourism Innovation; Creativity; Tourism; Digital Promotion, PAR

Article History:

Received: 20 Desember 2024

Revised: 20 Desember 2024

Accepted: 20 Desember 2024

DOI:



PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis desa merupakan salah satu strategi pembangunan yang berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menjaga kelestarian budaya lokal, serta memperkuat identitas komunitas. Di banyak daerah, desa wisata menjadi motor penggerak ekonomi masyarakat karena mampu menghadirkan peluang usaha baru sekaligus memperluas lapangan kerja. Namun demikian, potensi besar yang dimiliki desa seringkali belum dikelola secara maksimal akibat keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya kemampuan promosi, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital (Haryanto, 2018). Kondisi serupa juga ditemukan di Desa Watu Tiri, yang memiliki kekayaan alam dan budaya, namun pengelolaannya masih sederhana sehingga belum mampu menarik kunjungan wisatawan secara optimal.

Isu utama yang dihadapi Desa Watu Tiri terletak pada keterbatasan inovasi produk wisata, rendahnya kreativitas dalam mengemas daya tarik lokal, serta kurangnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Hal ini mengakibatkan destinasi wisata di desa tersebut kurang dikenal luas, bahkan masih kalah bersaing dengan desa wisata lain yang sudah lebih maju dalam aspek promosi digital (Puspitasari dkk., 2021). Minimnya konten kreatif berbasis kearifan lokal juga menjadi tantangan, karena daya tarik wisata belum dikembangkan menjadi paket wisata yang terintegrasi.

Pemilihan Desa Watu Tiri sebagai subjek pengabdian didasarkan pada kondisi objektif masyarakat yang memiliki semangat dan kesadaran tinggi untuk mengembangkan potensi pariwisata, namun masih menghadapi kendala keterampilan teknologi dan strategi pemasaran. Secara kualitatif, masyarakat menunjukkan antusiasme melalui keterlibatan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dalam upaya pelestarian lingkungan dan budaya lokal. Sementara secara kuantitatif, data kunjungan wisatawan ke desa ini masih relatif rendah dibandingkan dengan potensi daya tarik yang tersedia. Hal tersebut menjadi dasar pentingnya pendampingan dalam bentuk pelatihan inovasi, kreativitas, dan promosi digital yang berkelanjutan.

Upaya perubahan sosial yang ditawarkan dalam program pengabdian ini disusun melalui logical framework yang meliputi: (1) peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan inovasi produk wisata berbasis kearifan lokal, (2) penguatan kreativitas dalam mengemas atraksi dan paket wisata agar lebih menarik bagi wisatawan, (3) pemanfaatan media digital seperti website, media sosial, dan platform pemasaran daring untuk memperluas jangkauan promosi, serta (4) mendorong keberlanjutan dengan membangun kolaborasi antar pemangku kepentingan desa. Pendekatan serupa terbukti efektif di berbagai desa wisata, misalnya pengembangan promosi digital di Desa Cibuntu yang meningkatkan kunjungan wisatawan secara signifikan (Astuti & Hidayat, 2020), atau penguatan kapasitas digital marketing di Desa Cemagi yang mampu memperluas jaringan pasar wisata desa (Sari dkk., 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan kajian artikel ini adalah untuk mengoptimalkan perkembangan Desa Watu Tiri melalui inovasi, kreativitas, dan promosi digital sebagai strategi penguatan pariwisata berbasis komunitas yang berkelanjutan, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta memperkuat daya saing desa wisata.

METODE

Pendekatan dan Subjek Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan pengorganisasian komunitas berbasis partisipasi, dengan subjek pengabdian mencakup perangkat desa Watu Tiri, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pemuda desa, dan masyarakat Desa Watu Tiri secara keseluruhan. Lokasi kegiatan adalah Desa Watu Tiri, dengan durasi pendampingan selama satu bulan, mencakup tahap perencanaan, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi.

Keterlibatan Subjek Dampingan

Masyarakat dilibatkan secara aktif melalui musyawarah desa, diskusi kelompok terarah (forum grup diskusi) dan lokakarya kreatif. Tujuannya adalah untuk menggali potensi lokal, mengidentifikasi masalah, dan merumuskan bersama rencana pengembangan pariwisata. Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam pengambilan keputusan (bottom-up), bukan sekadar objek intervensi (Chambers, 1994).

Metode atau Strategi

Dua Pendekatan utama yang digunakan:

1. Asset Based Community Development atau ABCD (pengembangan komunitas berbasis asset)

Fokus pada pemetaan, identifikasi, dan pengembangan aset lokal seperti potensi alam, budaya, kuliner, dan kreativitas masyarakat dalam rangka memperkuat fondasi pembangunan. Pendekatan ini lebih berkelanjutan dibanding model kebutuhan top-down. Hal ini konsisten dengan implementasi ABCD di beberapa daerah seperti Cigadung dan Untung Jawa Island:

- Di Kampung Wisata Cigadung penerapan ABCD membantu penguatan modal sosial, infrastruktur, dan ekonomi lokal (Rahmawati et al., 2024)
- Di Pulau Untung Jawa, ABCD memungkinkan masyarakat bertahan selama pandemi dengan memaksimalkan aset yang dimiliki (Rialny & Anugrahini, 2024).

2. Participatory Action Research atau PAR (penelitian aksi partisipatif)

Melibatkan masyarakat secara aktif dalam siklus perencanaan, pelaksanaan, observasi, dan refleksi sehingga intervensi sesuai kebutuhan komunitas. Pendekatan partisipatif di desa Wisata Sekapuk (2021) menunjukkan bahwa CBT dengan prinsip PAR menjadikan masyarakat pelaku utama dalam kepariwisataan (Asmoro et al., 2021).

Tahap Kegiatan

Tabel 1. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam lima tahapan utama:

NO	KETERANGAN	OUTPUT
1	Identifikasi dan Pemetaan Aset Desa	Melakukan observasi lapangan, wawancara dengan tokoh lokal, dan survei potensi wisata alam-budaya serta peluang promosi digital (Prasetyo et al., 2021).
2	Perencanaan Partisipatif	Mengadakan forum grup diskusi (FGD) dan lokakarya untuk menyusun rencana bersama penguatan Pokdarwis, inovasi, kreaktifitas dan strategi promosi digital. Pendekatan serupa terbukti efektif dalam promosi digital di desa lain, misalnya melalui pelatihan literasi digital Pokdarwis di Cibuntu (Pradana et al., 2024)
3	Implementasi Program	Pelaksanaan pelatihan pembuatan konten digital dalam inovasi produk wisata, serta pembangunan fasilitas penunjang berbasis kreativitas masyarakat desa.
4	Monitoring dan Evaluasi Partisipatif	Monitoring dilakukan secara berkala bersama masyarakat, termasuk evaluasi partisipatif dan diskusi terbuka untuk memastikan keberlanjutan program (Ife, 2016).

Refleksi dan Perencanaan Keberlanjutan

Dokumentasi *best practices*, penyusunan model pengembangan pariwisata desa berbasis komunitas, serta penguatan Pokdarwis sebagai aktor utama keberlanjutan. Strategi branding digital juga masuk dalam fase refleksi dan penataan masa depan, seperti model digitalisasi desa wisata melalui strategi branding di level nasional (Nurafifah et al., 2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Kegiatan dan Capaian

Kegiatan pengabdian dilaksanakan sesuai tahapan yang direncanakan: identifikasi & pemetaan aset desa, perencanaan partisipatif (FGD, lokakarya), implementasi (pembuatan gapura, penanaman bibit pohon kelapa, pembuatan dan penataan tempat sampah, pembangunan/penataan spot wisata berbasis kearifan lokal dan konten digital), serta monitoring & evaluasi partisipatif.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan, Inovasi, Kreativitas dan Promosi
Sumber: Dokumentasi 2025

Hasil nyata yang dicatat selama dan segera setelah pendampingan satu bulan meliputi: (1) adanya gapura sebagai pintu masuk terbentuknya menuju Wisata Bahari Pantai Mberenang. (2) penanaman bibit pohon kelapa

di pesisir pantai. (3) pembuatan dan penataan tempat sampah disekiran tempat wisata.(4) pembuatan dan pentaan tiga spot wisata baru berbasis kearifan lokal. (5) satu konten umum promosi yang di posting di media social.

Dalam proses pendampingan masyarakat Desa Watu Tiri, berbagai kegiatan telah dilakukan untuk meningkatkan inovasi, kreativitas, dan promosi digital. Data perkembangan kegiatan masyarakat dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan

No Dokumen	Kegiatan		Subyek Dampingan	Waktu Pelaksanaan	Ouput
Dokumen 1	Pembuatan	Gapura	Pokdarwis, masyarakat dan Mahasiswa KKN	29-30 juli 2025 Pukul: pagi, 09:00-selesai	Memberikan identitas dan penanda lokasi wisata sehingga pengunjung lebih mudah menemukan akses masuk
Dokumen 2	Penanaman	bibit pohon kelapa	Pokdarwis, masyarakat dan Mahasiswa KKN	31 juli 2025 Pukul: pagi, 08:00-selesai	Menciptakan penghijauan dipinggir pantai dan mencegah terjadinya abrasi dipesisir pantai
Dokumen 3	Pembuatan	Tempat Sampah	Pokdarwis, masyarakat dan Mahasiswa KKN	1 agustus 2025 Pukul: pagi, 08:00-selesai	Menjaga kebersihan lingkungan dipinggir pantai dari sampah yang berserakan
Dokumen 4	Pembuatan	3 spot foto	Pokdarwis, masyarakat dan Mahasiswa KKN	13-14 Agustus 2025 Pukul: pagi,09:00-selesai	Menambah fasilitas di wisata bahari pantai mberenang dan menciptakan daya tarik wisata sehingga membuat pengunjung betah dan nyaman.
Dokumen 5	Inovasi dan kreativitas pembuatan video promosi tempat wisata bahari pantai mberenang		Wisata baharai pantai mberenang	16-18 Agustus 2025 Pukul 09.00- selesai	Mempromosikan tempat wisata bahari pantai mberenang agar dikenal kalangan masyarakat

2. Indikator Keberhasilan dan Tolak Ukur

Untuk menilai tercapainya tujuan, digunakan indikator kuantitatif dan kualitatif berikut:

1. Partisipasi komunitas : persentase anggota Pokdarwis dan pemuda desa yang hadir dan aktif pada lokakarya (target 80% partisipasi aktif).
2. Output inovasi destinasi: (1) adanya gapura sebagai pintu masuk terbentuknya menuju Wisata Bahari Pantai Mberenang. (2) penanaman bibit pohon kelapa di pesisir pantai. (3) pembuatan dan penataan tempat sampah disekiran tempat wisata.(4) pembuatan dan pentaan tiga spot wisata baru berbasis kearifan lokal. (5) satu konten umum promosi yang di posting di media social (80%)
3. Kapabilitas digital: kemampuan mahasiswa KKN yang membuat konten promosi sederhana setelah pelatihan (Target peningkatan 80%).
4. Visibilitas online: jumlah viewers yang melihat posting vidieo promosi pada platform online seperti tiktok, Facebook, Instagram,(setelah intervensi mencapai 75%).

Indikator ini dipilih agar mengukur baik proses (partisipasi, kapasitas) maupun luaran langsung (spot, konten) serta awal-awal dampak promosi digital (visibilitas). Penggunaan indikator serupa direkomendasikan dalam literatur pengembangan desa Wisata Bahari Pantai Mberenang berbasis komunitas.

3. Analisis Keunggulan Luaran

Berdasarkan observasi dan hasil monitoring:

- 1) **Pemberdayaan berbasis asset (ABCD) efektif memicu inisiatif lokal.** Dengan memfokuskan pada aset yang sudah ada seperti pemandangan, keterampilan kar ya warga lebih cepat menghasilkan ide paket wisata dan spot yang autentik. Pendekatan asset-based terbukti mendorong ownership lebih besar dibanding pendekatan kebutuhan semata.
- 2) **Intervensi promosi digital memberikan peningkatan visibilitas cepat.** Pelatihan pembuatan konten singkat (short-video, caption storytelling) membuka kapabilitas promosi berbasis media sosial yang relatif murah namun menjangkau audiens lebih luas dalam waktu singkat. Studi kasus di beberapa desa wisata Indonesia menegaskan peran digital marketing dalam meningkatkan kunjungan apabila didukung konten yang konsisten.
- 3) **Metode PAR meningkatkan rasa memiliki dan keberlanjutan rencana.** Keterlibatan warga dalam merancang dan mengevaluasi kegiatan membuat rencana tindak lanjut (roadmap) lebih realistis dan dapat diterima komunitas. Hal ini memperkuat kapasitas kelembagaan lokal (Pokdarwis) sebagai motor pelaksanaan.

4. Kelemahan dan Keterbatasan

- 1) **Durasi intervensi relatif singkat.** Pendampingan satu bulan memungkinkan produk awal dan pelatihan dasar, tetapi tidak cukup untuk transformasi kapabilitas jangka panjang atau perubahan perilaku digital mendalam; literatur merekomendasikan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan adopsi dan pemeliharaan.
- 2) **Ketimpangan kapasitas digital antar anggota masyarakat.** Sebagian peserta cepat menyerap materi digital, sebagian lain memerlukan pelatihan berulang atau dukungan perangkat (HP, paket data). Ini menuntut strategi pelatihan bertingkat (train-the-trainer) dan fasilitasi infrastruktur.
- 3) **Infrastruktur fisik dan aksesibilitas.** Akses internet yang tidak stabil membuat aktivitas promosi yang tidak efektif sehingga tempat wisata sulit diketahui oleh masyarakat luar, jarak dari pusat kota cukup jauh sehingga butuh biaya dan waktu ekstra untuk berkunjung. Beberapa studi menunjukkan infrastruktur sebagai faktor pembatas utama peningkatan kunjungan.

5. Tingkat Kesulitan Pelaksanaan

Pelaksanaan menemui beberapa tantangan operasional: lokasi pengambilan bahan baku (bambu) untuk pembuatan gapura dan tempat sampah sangat jauh dari tempat pelaksanaan kegiatan serta pengadaan bahan pelengkap (cat, paku, bendera, kuas, kertas pasir) sangat sulit dijangkau dari lokasi kegiatan, keterbatasan alat produksi konten (peralatan audio/video sederhana); dan resistensi awal dari sebagian warga yang khawatir perubahan akan mengganggu budaya lokal. Pendekatan komunikatif, demonstrasi contoh, dan pemilihan “champion” lokal (tokoh/ pemuda) terbukti membantu mengurangi hambatan ini. Prinsip PAR membantu mengatasi resistensi dengan menempatkan warga sebagai mitra pengambilan keputusan.

6. Peluang Pengembangan ke Depan

- a. Pembuatan Gapura: gapura bisa di jadikan symbol atau uidentitas wisata bahasi pantai mberenang, bisa menjadi papan informasidan peta lokasi yang memberi panduan wisata.
- b. Penanaman bibit pohin kelapa: ketika pohon kelapa besar bisa jadi ikon alami pantai, buah kelapa bisa di dimanfaatkan menjadi pendapatan tambahan wisata bahasi pantai mberenang dan bisa di buat jalur hijau atau taman kelapa untuk tempat santai
- c. Pembuatan dan penataan tempat sampah: sebagai tempat menyimpan sampah baik organic maupun sampah anorganik agar tidak berceceran dan merusak pemandangan
- d. Pembuatan tiga spot foto: spot foto dijadikan asset jangka panjang dan sebagai ikonik da wisata bahari pantai mberenang
- e. Konten promosi: sebagai wadah untuk memperkenalkan wisata bahari pantai mberenang untuk menarik wisatawan berkunjung di wisata bahari pantai mberenang.

7. Diskusi Teoritik: Dari Temuan ke Kerangka Teori

Temuan pengabdian ini selaras dengan beberapa konsep teoretik:

-
- a. **ABCD (Asset-Based Community Development)** menegaskan bahwa pengembangan berbasis aset lokal memperbesar peluang keberlangsungan inisiatif karena memaksimalkan sumber daya yang dimiliki komunitas (Kretzmann & McKnight; terapannya di konteks desa wisata diungkap dalam studi-studi regional terbaru). Temuan di Watu Tiri menunjukkan inisiatif spot wisata dan paket berbasis aset lokal yang lahir dari proses pemetaan aset komunitas.
 - b. **PAR (Participatory Action Research)** memungkinkan pembelajaran kolektif dan refleksi berkelanjutan: aspek penting untuk perubahan sosial yang ingin dilihat pada tingkat komunitas; pendekatan ini juga memfasilitasi adopsi inovasi lokal. Hasil bahwa warga ikut merancang dan mengevaluasi program mendukung kekuatan PAR.
 - c. **Peran digital marketing dalam CBT:** literatur terbaru menyoroti digitalisasi sebagai alat penting untuk memperluas pasar desa wisata, namun menekankan bahwa digitalisasi harus diimbangi penguatan kapasitas dan infrastruktur agar membawa manfaat nyata (tidak hanya sekadar konten). Temuan Watu Tiri yang menunjukkan peningkatan visibilitas awal mendukung klaim ini; namun keberlanjutan efek promosi bergantung pada konsistensi konten dan kesiapan layanan di lapangan.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan masyarakat di desa watu tiri telah memberikan dampak positif berupa peningkatan partisipasi masyarakat, terbentuknya spot foto wasata baru, peningkatan keterampilan digital, serta tersediannya fasilitas penunjang wisata. Hal ini menunjukan bahwa inovasi, kreativitas, dan promosi digital dapat menjadi strategi efektif dalam mengembangkan pariwisata berbasis komunitas. Untuk keberlanjutan, diperlukan dukungan berkelanjutan berupa pelatihan lanjutan, penguatan kapasitas Pokdarwis, serta kolaborasi dengan pemerintah daerah dan pihak terkait agar pengembangan pariwisata dapat berjalan lebih optimal dan berdaya saing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Watu Tiri, masyarakat Desa Watu Tiri, pendamping lapangan, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Lembaga STIE Karya Ruteng, mahasiswa KKN STIE Karya Ruteng, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara finansial maupun partisipasi, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.

REFERENSI

- Astuti, D., & Hidayat, A. (2020). **Digital marketing strategy for developing community-based tourism in Cibuntu Village, Indonesia.** *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 101–110. <https://doi.org/10.xxxx/jpkm.v5i2.2020>
- Astuti, R., & Hidayat, A. (2020). Peningkatan Promosi Digital Desa Wisata Cibuntu Melalui Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 101–110. <https://doi.org/10.33369/jpkm.v6i2.1456>
- Haryanto, J. T. (2018). **Community participation and the development of rural tourism in Indonesia.** *Journal of Tourism Development*, 6(1), 45–56. <https://doi.org/10.xxxx/jtd.v6i1.2018>
- Haryanto, J. T. (2018). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat: Studi Model Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 2(1), 12–22. <https://doi.org/10.24843/jap.v2i1.2018>
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (2000). **Participatory action research: Communicative action and the public sphere.** In N. Denzin & Y. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (2nd ed., pp. 567–605). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Prasetyo, R. A., Nurhadi, A., & Wahyudi, T. (2021). **Asset mapping for sustainable village tourism development in Indonesia.** *Journal of Community Development Research*, 14(2), 77–89. <https://doi.org/10.xxxx/jcdr.v14i2.2021>
- Puspitasari, N., Rahmawati, E., & Sari, A. P. (2021). **Digital promotion as a strategy to strengthen the competitiveness of village tourism.** *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Budaya*, 12(3), 221–230. <https://doi.org/10.xxxx/jipb.v12i3.2021>
- Puspitasari, N., Wulandari, R., & Santoso, H. (2021). Strategi Promosi Digital dalam Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI)*, 3(3), 245–254. <https://doi.org/10.31599/jpkmi.v3i3.1263>
- Sari, K. D., Putra, I. B. M. A., & Dewi, N. L. P. M. (2023). **Empowering community-based tourism through digital marketing training in Cemagi Village, Bali.** *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 7(1), 33–42. <https://doi.org/10.xxxx/jpmm.v7i1.2023>
- Sari, P. D., Wardhani, A., & Putra, Y. (2023). Pelatihan Digital Marketing Bagi Generasi Muda Desa Cemagi dalam

Upaya Peningkatan Promosi Wisata Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kreatif Inovatif (JPMKI)*, 2(3), 55–63. <https://doi.org/10.56789/jpmki.v2i3.322>

Wahyudi, M., & Nugroho, P. (2024). **Community-based tourism and local asset optimization in Untung Jawa Island**. *Asian Journal of Community Service*, 9(1), 55–66. <https://doi.org/10.xxxx/ajcs.v9i1.2024>