

Development of the Tourism Industry Using Branding Strategies by Competitive Multimedia in the Digital Era Based on Community Empowerment

Farid Fitriyadi¹, Erwin Kartinawati^{2*}, Erna Indriastiningsih³

^{1,2,3}Universitas Sahid Surakarta

Email : faridfitriyadi@gmail.com¹, erwin.kartinawati@usahidsolo.ac.id^{2*}, ernaindriasti16@gmail.com³

 <https://doi.org/10.36526/gandrung.v5i1.3143>

Abstract: *In a dynamic and ever-evolving digital era, the tourism industry faces the challenge of adapting and innovating to maintain its appeal. In this context, an effective branding strategy becomes crucial. Using or utilising competitive multimedia is one of the keys to achieving this goal. This research investigates the potential for integration between branding strategies through competitive multimedia and community empowerment in developing the tourism industry. Results show that when applied appropriately, competitive multimedia can strengthen identity, increase visibility, and deepen visitors' emotional engagement with tourism destinations. However, some technical challenges must be overcome, especially regarding the quality of promotional content. To overcome the problem, the proposed solution involves local communities deeply understanding the region's cultural richness and uniqueness in content production. With adequate training and access to the appropriate tools, communities can create content that is not only high quality but also authentic and rich in local narratives. Thus, this approach improves branding quality and promotes inclusive and sustainable tourism development. The main conclusion from this research is that the combination of multimedia technology and community empowerment can be a cutting-edge strategy for branding and promoting the tourism industry in the current digital era.*

Keyword: *Branding, Gentan, Promotion, Sukoharjo, Tourism, Village.*

Pendahuluan

Desa Gentan merupakan salah desa yang terletak di Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo Jawa Tengah. Desa ini memiliki luas wilayah 457.713 Ha dengan jumlah penduduk 4.265 jiwa. Desa yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Wonogiri ini termasuk desa yang memiliki komitmen untuk akselerasi pencapaian kesejahteraan masyarakat melalui potensi yang dimilikinya. Salah satu potensi yang menjanjikan adalah sektor pariwisata berkaitan dengan kondisi geografis yang terdiri dari bukit, bebatuan, sumber air, dan pemandangan alam. Pengembangan sektor pariwisata pedesaan dapat menjadi satu alternatif untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya dalam bidang perekonomian dengan berbasis pemanfaatan potensi lokal, baik itu potensi alam maupun keanekaragaman budaya.

Desa Gentan selama ini lebih sering dikenal sebagai wilayah rawan longsor serta kekeringan.

Padahal jika ditelisik lebih mendalam, banyak potensi alam yang memesona dan layak menjadi destinasi wisata. Sebut saja obyek wisata Batu Seribu yang dikembangkan oleh pemerintah desa sejak 2019. Batu Seribu sebenarnya telah banyak dikenal oleh sebagian kalangan karena pernah berjaya pada tahun tahun 1990an sampai awal tahun 2000. Selain itu juga terdapat obyek lain yakni Gunung Sepikul, Sendang Lele, Embung Sebo Menggolo, Platar Ombo, dan Air Terjun Miri Kerep. Selama ini pemerintah sudah berusaha untuk lebih menghidupkan potensi di sana dengan berbagai upaya termasuk dengan melakukan perbaikan dan renovasi kawasan. Setelah renovasi, pengunjung lumayan ramai. Namun, dengan berjalannya waktu apalagi setelah pandemi covid, pengunjung sepi sehingga obyek wisata kurang terawat. Tingkat kunjungan ke obyek masih sepi walau telah resmi dibuka pascapandemi covid 19. Sehubungan dengan hal itu, pemerintah desa berupaya untuk menghidupkan kembali obyek wisata yang ada. Pemerintah desa menyadari pengelolaan objek wisata yang belum maksimal sehingga belum bisa diandalkan sebagai sumber pendapatan asli daerah.

Desa Gentan sebenarnya bisa dikatakan paket cukup lengkap sebagai tujuan wisata. Beberapa obyek wisata terdapat pada satu daerah yakni dengan adanya Gunung Sepikul, Batu Seribu, Umbul Pacinan, Sendang Lele Putih, Sendang Sewu, dan rimbunnya kawasan hutan jati pegunungan padas. Dengan potensi wisata yang ada, diperlukan upaya agar lebih dikenal di seluruh nusantara. Oleh karena itu, model pengembangan wisata berbasis branding wilayah perlu dilakukan sebagai upaya pemaksimalan promosi daerah. Persaingan bisnis dalam pariwisata yang juga semakin tajam dan kompetitif sehingga setiap daerah juga perlu berlomba untuk mempromosikan program branding digital yang unggul dan menarik. Dengan dikembangkan obyek wisata akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi pedesaan yang semakin baik terutama pendapatan masyarakat, munculnya usaha-usaha baru yang dikembangkan masyarakat seperti penjualan makanan, oleh-oleh khas Desa Gentan, warung makan dan jajanan serta usaha lain yang menjadi sumber penghasilan baru bagi masyarakat.

Pemerintah desa setempat menyadari akan kekurangan sumber daya manusia dalam upaya mengembangkan objek wisata sehingga membutuhkan masukan dan pendampingan dalam merealisasikan upaya pengembangan objek wisata desa setempat agar menjadi obyek wisata unggulan melalui konsep pemberdayaan masyarakat. Strategi branding melalui penguasaan kompetensi media menjadi salah satu upaya yang dilakukan tim dari Universitas Sahid Surakarta. Penggunaan media berkaitan dengan kemampuan media dalam dalam penyebaran pesan dan pembentukan opini publik sehingga mampu menggerakkan masyarakat dalam mengambil keputusan (Kartinawati & Purwasito, 2020) (Kartinawati, 2015) (Kartinawati & Purwasito, 2021), termasuk dalam memutuskan destinasi wisata.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait pengembangan wisata Desa Gentan Bulu Sukoharjo Jawa Tengah sebelumnya memang telah dilakukan oleh beberapa pihak, antara lain oleh Umi Yulianti dan koleganya (2020), (2022), Siti Maryam dan koleganya (2021). Sedangkan pendampingan untuk pengembangan desa wisata secara umum antara lain telah dilakukan oleh Nugroho Susanto dan koleganya (2023), Neneng Komariah (2018), dan Itah Masitah (2019). Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Umi Yulianti dan koleganya berfokus pada cara mengembangkan desa wisata melalui pemanfaatan *folklore*. Kearifan lokal berupa dongeng atau cerita rakyat dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Kemudian Umi Maryam dan timnya berfokus pada penyiapan sarana fisik pendukung sehingga desa Gentan benar-benar siap dalam menerima kunjungan wisatawan. Sementara kegiatan pengabdian berkaitan dengan pengembangan wisata olahraga di Danau Singkarak Sumatera. Masyarakat setempat mendapatkan pelatihan antara lain terkait standar operasional prosedur keamanan dan kesehatan, juga pemanfaatan website sebagai media promosi. Kemudian untuk Neneng Komariah terkait pengembangan Desa Paledah di Pangandaran yang sama seperti Umi Yulianti dengan memanfaatkan kearifan lokal atau potensi sosial budaya yang ada di masyarakat setempat. Sedangkan Itah Masitah merupakan rekomendasi hasil kajian penelitian sebagai upaya memecahkan persoalan pengembangan desa wisata di Babagan Pangandaran yang belum maksimal. Dari beberapa kegiatan atau kajian yang ada sebelumnya sebagaimana disebut di atas dapat ditarik garis merah mengenai kebaruan dari kegiatan yang dilakukan oleh tim dari Universitas Sahid Surakarta yakni berkaitan dengan kegiatan yang berbeda. Tim dari Universitas Sahid Surakarta berfokus pada upaya memanfaatkan media digital sebagai sarana untuk lebih mengenalkan Desa Gentan Bulu Sukoharjo kepada masyarakat luas sehingga sektor pariwisata kembali hidup, berbasis pemberdayaan masyarakat.

Metode

Bentuk pemberdayaan masyarakat dalam upaya branding destinasi wisata yang dilakukan tim pengabdian dengan menggunakan metode ceramah dan praktik. Metode ceramah berupa pemberian materi/teori, berbagi pengetahuan dan keterampilan terhadap masyarakat. Dalam hal ini kepada para perangkat desa, pengurus karang taruna, dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Desa Gentan Bulu Sukoharjo tentang cara membuat konten bahan promosi desa wisata. Teori atau pengetahuan yang diberikan berupa materi tentang pentingnya branding destinasi wisata, pelatihan cara pengambilan gambar atau foto, pelatihan tentang pengambilan video dari berbagai sudut atau *angle*, pelatihan desain grafis, dan pemanfaatan media berbasis internet sebagai media promosi wisata desa. Setelah pemberian

teori, metode praktik diterapkan dengan sistem pendampingan dimana peserta diwajibkan membuat konten berkaitan dengan potensi wisata di Desa Gentan, berdasar teori diberikan. Kegiatan pelatihan digelar selama delapan bulan dari Maret-Oktober 2023, dengan jumlah peserta sebanyak 17 orang.

Pelaksanaan kegiatan dapat digambarkan pada alur sebagaimana berikut:



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan PKM

Hasil dan Diskusi

Desa Gentan di Kecamatan Bulu merupakan daerah yang dinyatakan oleh pemerintah Kabupaten Sukoharjo sebagai salah satu desa wisata. Hal itu terkait dengan potensi yang ada di daerah tersebut terutama berkaitan dengan pemandangan alamnya yang indah. Gentan merupakan daerah perbukitan batu namun sekaligus menyimpan sumber air. Oleh karena itu, spot-spot wisata yang dapat dikunjungi di desa tersebut semuanya berkaitan dengan alam yakni Gunung Sepikul, Sendang Lele, Embung Sebo Menggolo, Platar Ombo, dan Air Terjun Miri Kerep. Sekretaris Desa Gentan, Wakid Agus Suseno, menyatakan sebenarnya Gentan masih memiliki banyak potensi yang bisa dikembangkan. Selain pemandangan alam yakni berkaitan dengan makanan tradisional, dimana terdapat beberapa perajin tempe, karak (kerupuk khas Jawa berbahan dasar nasi), dan sego tiwul (nasi berbahan tepung singkong). Kesemua yang ada di Desa Gentan merupakan potensi yang bisa dijual sebagai daya tarik masyarakat luar untuk berkunjung ke daerah tersebut. Namun kesemua potensi yang ada di daerah Gentan memang belum dikenal oleh masyarakat luas dan perlu dikenalkan agar mendatangkan manfaat ekonomi yang lebih besar, tidak hanya bagi masyarakat bersangkutan namun juga keseluruhan warga yang ada di Gentan. Branding multimedia di era digital menjadi salah satu solusi agar potensi wisata Gentan dapat lebih dikenal dan mampu meningkatkan sektor ekonomi.

Memajukan suatu desa atau kawasan tidak bisa dipikulkan pada satu pihak dalam hal ini hanya kepada pemerintah namun juga turut menjadi tanggung jawab masyarakat. Oleh karena itu keterlibatan masyarakat menjadi penting dalam pelaksanaan pembangunan daerah. Pun halnya dalam memajukan Gentan sebagai desa wisata. Masyarakat perlu diberdayakan untuk mendorong pencapaian tujuan dan

arah pengembangan daerah. Upaya mengembangkan Desa Gentan sebagai desa wisata agar lebih dikenal publik melalui strategi branding berbasis pemberdayaan masyarakat adalah dalam bentuk pelatihan dan pendampingan terhadap perangkat desa, anggota karang taruna, dan juga kelompok sadar wisata atau Pokdarwis. Sebagaimana disebutkan di atas, pelatihan dan pendampingan yang dilakukan yakni dalam hal produksi konten bahan promosi desa wisata. Pada kegiatan ini, diberikan materi (teori) yang diteruskan dengan praktik, evaluasi, serta tindaklanjut kegiatan.

Teori atau pengetahuan yang diberikan kepada peserta pelatihan meliputi penyadaran dan pemahaman kognitif tentang pentingnya branding destinasi wisata, teknik pengambilan gambar atau foto, teknik pengambilan video dari berbagai sudut atau *angle*, pelatihan desain grafis, dan pemanfaatan media berbasis internet sebagai media promosi wisata desa. Tindaklanjut dari kegiatan tersebut berupa dihasilkannya akun media sosial yakni youtube (Halo Gentan), Instagram (desawisatagentan), facebook (Halo Gentan), dan website (wisatagentanbulu.com). Dari beberapa akun media sosial yang dibuat tersebut diharapkan menjadi media publikasi dan promosi oleh warga terkait potensi-potensi yang ada di Gentan. Selain itu juga dihasilkan sebuah video pembuka (intro) paten yang dapat terus digunakan di awal konten saat unggah video di youtube.



Gambar 1. Tangkapan Layar Potongan Video Pembuka (Intro) “Ayo Dolan Ke Gentan”.
Sumber : Dokumentasi Pengabdi.

Untuk dapat menghasilkan konten yang mampu menyampaikan informasi dengan menarik maka pelatihan tentang foto dan video menjadi hal cukup krusial. Agar mampu menarik wisatawan, foto yang diunggah tidak dapat dihasilkan dari asal jepret namun memerhatikan persoalan *angle* atau sudut pengambilan terhadap obyek, komposisi, dan pencahayaan. *Moment* atau waktu menjadi hal yang perlu pula untuk diperhatikan oleh warga ketika mengambil gambar/obyek. Selain foto tunggal, peserta juga diberikan pengetahuan mengenai foto cerita seri. Foto tunggal merupakan gambar yang memiliki informasi cukup lengkap sehingga secara visual tidak perlu dihadirkan foto lainnya. Sedangkan foto seri atau juga biasa dikenal dengan sebutan *foto story* atau foto cerita merupakan beberapa gambar yang

dihadirkan dalam satu waktu sehingga menghasilkan satu rangkaian cerita yang utuh meskipun tidak banyak menggunakan narasi (Fasiha, 2023; Sugiarto, 2005). Pengabdi juga menyampaikan kepada peserta mengenai prinsip pengambilan gambar bergerak (video) yang pada dasarnya sama dengan pengambilan gambar statis (foto). Karena sifatnya yang audio visual, dalam pengambilan video peserta dipahamkan mengenai perlunya variasi *shot* untuk menghasilkan video yang tidak monoton. Dalam satu *angle*, setidaknya dapat dihasilkan tiga varian *shot* dengan menggunakan teknik pengambilan gambar atau video dari jauh (*long shot*), menengah (*middle shot*), dan jarak dekat (*close up*), dan jika diperlukan dapat ditambah dengan ekstrim *close up*. Peserta pelatihan juga diberikan bekal mengenai teknik lain antara lain tentang *panning*, *tilt up*, *tilt down*. *Panning* merupakan teknik pengambilan gambar/video dengan mengikuti arah obyek yang diambil. Bentuknya bisa *pann right* dan *pann left*. Contoh pengambil gambar teknik *panning* yang disampaikan adalah saat memvideo truk atau orang berjalan dimana kamera mengambil bagian muka truk hingga bagian ekor tanpa putus (gerakan membelok). Sementara *tilt up*, *tilt down* adalah teknik pengambil gambar atau video dari atas atau ke bawah (kamera bergerak)(Fachruddin, 2012). Teknik ini diperlukan misalnya saat mengambil air terjun atau air mancur. Pergerakan kamera dapat membawa mata audiens mengikuti searah jalannya air. Setelah pemberian teori, peserta dibagi dalam kelompok untuk terjun ke lapangan melakukan proses produksi berupa pengambilan foto dan video. Hasil foto dan video yang diambil oleh peserta akan menjadi konten yang diunggah di media sosial dan juga website.

Teknik pengambilan foto dan video memegang peranan penting dalam suatu konten untuk kebutuhan branding termasuk untuk desa wisata . Konten visual yang berkualitas dapat meningkatkan daya tarik, pemahaman, dan apresiasi terhadap suatu destinasi (Chairina et al., 2020; Latiep & Putri, 2023; Syahreza & Wibisono, 2021). Setiap desa wisata memiliki karakteristik uniknya, baik itu pemandangan alam, budaya, tradisi, atau kegiatan tertentu. Teknik pengambilan foto dan video yang baik dapat menangkap dan menampilkan keunikan tersebut dengan cara yang menarik. Gambar atau video yang diambil dengan teknik yang tepat dapat menyentuh emosi audiens, yang dapat berwujud rasa kagum, damai, kegembiraan, atau rasa ingin tahu. Koneksi emosional ini meningkatkan kemungkinan seseorang untuk mengunjungi Desa Gentan. Dalam konteks branding, konten visual (foto dan video) bertindak sebagai jendela ke desa wisata, memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk "merasakan" desa sebelum mereka benar-benar mengunjunginya. Oleh karena itu, penting bagi desa wisata untuk berinvestasi dalam teknik pengambilan foto dan video yang baik untuk memastikan mereka menampilkan potensi diri dengan cara terbaik.



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan Membuat Konten Promosi Di Sendang Lele Untuk Desa Wisata Gentan

Sumber: Dokumentasi Pengabdian.

Setelah melaksanakan pendampingan dan praktek pengambilan foto dan video untuk branding desa wisata, evaluasi merupakan langkah penting untuk menentukan keberhasilan dan area yang memerlukan perbaikan. Dalam proses evaluasi beberapa temuan muncul selama pendampingan dan praktek pengambilan foto dan video. Adapun evaluasi paling banyak berkaitan dengan gambar atau video yang kabur, terlalu gelap, terlalu terang. Hal ini angle, komposisi, juga pencahayaan. Selain itu juga pada audio video yang noise atau tidak jelas. Pada proses pengambilan gambar di luar ruang, peserta memerlukan alat bantu berupa *microphone* tambahan dan juga *tripod* atau penyangga kamera untuk menghasilkan video yang lebih *steady*, stabil, tidak goyang akibat keterbatasan fisik manusia.

Para peserta juga mendapatkan pelatihan tentang desain grafis. Pelatihan keterampilan tersebut diperlukan guna mendukung promosi dan publikasi yang lebih menarik di media sosial. Aplikasi yang diajarkan yakni penggunaan *canva*. Dari kegiatan tersebut para peserta mampu membuat poster, flyer, undangan, dan bentuk-bentuk grafis lainnya. Pada kegiatan pelatihan, warga ditegaskan mengenai pentingnya konsistensi dalam publikasi di media sosial. Untuk dapat dikenal dan tetap berada di benak publik, warga perlu mengunggah konten publikasi potensi desa secara teratur dengan hal-hal yang baru. Perihal ketersediaan konten, warga tidak hanya dapat mengandalkan spot-spot yang telah ada namun juga perlu menciptakan suatu kegiatan maupun narasi. Menciptakan suatu kegiatan di sini yang dimaksudkan adalah membuat suatu agenda yang berpotensi mampu mendatangkan khalayak ramai. Contohnya adalah kegiatan bersih dusun yang salah satunya diisi dengan pengurusan/pembersihan sumber air di Sendang Lele. Selain kegiatan yang sifatnya riil, juga dapat dimunculkan narasi yang dapat menarik wisatawan yang biasanya berkaitan dengan legenda atau asal usul suatu daerah. Desa Gentan kaya akan cerita rakyat terkait wisata yang ada di sana, seperti Sendang Lele yang memiliki keunikan karena ukurannya yang sangat besar atau tidak lazim layaknya ikan lele dan juga warnanya yang putih, berbeda dengan lele pada umumnya. Cerita lain yang dapat dijual kepada khalayak adalah mengenai

Gunung Sepikul yang konon terkait dengan pembuatan Candi Prambanan.



Gambar 3. Keindahan Gunung Sepikul dan alam di sekitarnya. Gunung Sepikul yang merupakan dua buah bukit bebatuan yang menjulang dan berjajar layaknya benda yang dapat dipikul menjadi muasal penamaan gunung. Asal muasal gunung dapat menjadi sumber cerita yang dijual kepada khalayak berkaitan dengan desa wisata Gentan. Sumber: Dokumen pengabdian.



Gambar 4. Keindahan Gunung Sepikul dilihat dari dekat. Sumber: Dokumentasi Pengabdian.

Kegiatan pengabdian oleh warga dinilai sebagai sesuatu yang bermanfaat. Ketua Pokdarwis Gentan, Wahyu Murti, menyatakan dari kegiatan yang dilakukan, pihaknya mendapatkan ilmu dan pengalaman-pengalaman baru sehingga yang tadinya warga belum tahu, menjadi tahu tentang akan yang harus dilakukan kedepannya tentang pengembangan wisata di desa Gentan. Sekretaris Desa Gentan, Wakil Agus Suseno, juga mengatakan jika banyak manfaat yang diperoleh warga dari kegiatan tersebut. Hal yang paling dapat dilihat adalah adanya kemampuan warga atau peserta dalam membuat media promosi melalui media sosial yang mana sebelumnya mereka belum memiliki kemampuan atau masih minim, sekarang menjadi lebih baik. Peserta makin baik dalam membuat konten video, bisa mengedit, bisa membuat poster untuk diunggah di media sosial. Dari keterampilan tersebut, kedepannya potensi desa diharapkan akan menjadi lebih terangkat dan lebih bisa menghasilkan kesejahteraan bagi masyarakat Gentan.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian di Desa Gentan telah menghasilkan peningkatan pengetahuan dan kompetensi berkaitan dengan branding desa wisata. Dalam upaya mengembangkan desa pariwisata melalui pemberdayaan masyarakat di era digital, strategi branding dengan menggunakan multimedia kompetitif telah diidentifikasi sebagai salah satu pendekatan yang efektif. Namun, implementasi di lapangan menemui beberapa kendala teknis. Kesalahan dalam pengaturan kamera, seperti pencahayaan yang kurang optimal, menghasilkan gambar dan video yang kurang maksimal. Sementara itu, kendala audio, seperti suara berisik dan tidak jelas, diakibatkan oleh penggunaan mikrofon yang kurang memadai dan gangguan latar saat proses pengambilan. Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas peralatan dan keahlian teknis dalam produksi konten multimedia. Untuk memaksimalkan potensi strategi branding di industri pariwisata, investasi dalam peralatan yang lebih baik dan pelatihan masyarakat dalam teknik produksi multimedia yang benar menjadi esensial. Niat, semangat, dan konsistensi juga menjadi hal yang sangat penting dalam keberhasilan suatu program.

Ucapan Terimakasih

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terselenggara berkat dukungan Kemdikbudristekdikti melalui Program Kemitraan Masyarakat tahun 2023, dan bekerjasama dengan Pemerintah Desa Gentan Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo Jawa Tengah. Terimakasih pula kepada warga desa, anggota karang taruna dan Pokdarwis Gentan yang telah bekerja sama dengan sangat baik.

Daftar Referensi

- Chairina, O. :, Amalia, D., Evawani, P. :, Lubis, E., Konsentrasi, M. S., Komunikasi -Jurusan, M., & Komunikasi, I. (2020). Pengaruh Content Marketing Di Instagram Stories @Lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jom Fisip*, 7, 1–11.
- Fachruddin, A. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi : Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing*. Prenada Kencana Media Group.
- Fasiha, R. A. (2023). Berkarya dan Bercerita melalui Fotografi Ekspresi. *IMAJI :Film, Fotografi, TV Dan Media Baru*, 14(2), 128–135. <https://doi.org/10.52290/i.v14i2.112>
- Itah Masitah. (2019). Pengembangan Desa Wisata Oleh Pemerintah Desa Babakan Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 6, 3. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/dinamika/article/view/2806>
- Kartinawati, E. (2015). Film dan Konstruksi Citra Politik. *Komunikasi Massa*, 7(2), 133–176.

- Kartinawati, E., & Purwasito, A. (2020). Pemanfaatan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Guna Meningkatkan Hasil Penghimpunan Dana Organisasi Nirlaba Lembaga Amil Zakat (LAZ) Solo Peduli-Surakarta. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v3i1.5566>
- Kartinawati, E., & Purwasito, A. (2021). Preference of media politics and beginner voter trust in Surakarta. *Journal of Social Studies (JSS)*, 17(1), 79–94. <https://doi.org/10.21831/jss.v17i1.39147>
- Komariah, N., Saepudin, E., & Yusup, P. M. (2018). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(2), 158–174. <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i2.2340>
- Latiep, I. F., & Putri, A. R. F. (2023). Penggunaan Video Konten Dalam Memperkuat Promosi Produk. *Journal Of Career Development*, 1(2), 1–6.
- Maryam, Siti Maryam; Hartono, Sri; Kustiyah, Eny; Yusnia, N. A. Y. T. A. Y. R. (2021). Pencegahan dan Penanggulangan Covid-19 di Desa Gentan Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo. *Budimas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 03(01), 62–70. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/1948/955>
- Sugiarto, A. (2005). *Paparazi : Memahami Fotografi Kewartawanan*. Kompas Gramedia.
- Susanto, N., Badri, H., Dinata, W. W., & Wijanarko, T. (2023). The Development of a Creative Program for Digitizing the Potential of Tourism Villages through Sport Tourism in Singkarak Lake , Solok Regency. *Gandrung*, 4(2), 979–985. <https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/gandrung/article/view/2152/1776>
- Syahreza, K., & Wibisono, N. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Destination Image dan Minat Berkunjung Lembang Park & Zoo. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung, 4-5 Agustus 2021*, 1486–1492. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2958>
- The, O. F., Geopark, G., Yuliati, U., Istiqomah, S., Sugiarti, R., Hastuti, T. K., Wijayanto, N., Sejarah, P. S., Budaya, F. I., Maret, U. S., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Maret, U. S. (2022). Preparation of Human Resources In The Development. *Abdimas Galuh*, 4(1), 123–138. <https://jurnal.unigal.ac.id/abdimasgaluh/article/view/6881/4736>
- Yuliati, U., Sugiarti, R., Hastuti, T. K., & Istiqomah, S. (2020). Pengembangan Geowisata Berbasis Folklore Di Desa Gentan Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo. *Konferensi Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility*, 3, 990–999. <https://prosiding-pkmcscr.org/index.php/pkmcscr/article/view/779/564>