

COMMUNITY-BASED DIGITAL TOURISM IMPLEMENTATION FOR REVITALIZING LUNGUN INDAH ECOTOURISM IN BANYUWANGI

Penerapan Pariwisata Digital Berbasis Komunitas untuk Revitalisasi Ekowisata Lungun Indah di Banyuwangi

Lukman Hakim ^{1a(*)}, Arum Andary Ratri, ^{2b}, Indira Nuansa Ratri ^{3c}, Tresnarai Juniariizky Rentianto ^{4d}, Syifa' Tsurayya Fillah ^{5e}

^{1,2,3,4,5} Politeknik Negeri Banyuwangi, Banyuwangi

^alukmanhakim@poliwangi.ac.id

^barumandaryratri@poliwangi.ac.id

^cindira@poliwangi.ac.id

(*) Corresponding Author
lukmanhakim@poliwangi.ac.id

How to Cite: Lukman Hakim. (2025). Community-Based Digital Tourism Implementation for Revitalizing Lungun Indah Ecotourism in Banyuwangi. doi: [10.36526/js.v3i2.6407](https://doi.org/10.36526/js.v3i2.6407)

Abstract

Received: 12-10-2025
Revised: 23-10-2025
Accepted: 30-10-2025

Keywords:

Digital Tourism;
Community-Based Tourism;
Destination Revitalization;
Social Media Marketing;
Rural Tourism.

This community service program revitalizes the Lungun Indah riverside attraction in Banyuwangi through a digital-tourism, community-based approach. The intervention integrates (i) physical enhancement—area cleaning, repainting, layout reorganization, and ornamental planting; (ii) safety enablement—provision of life jackets and an inflatable boat to support family-friendly river activities; and (iii) digital capacity building—creation of an official Instagram account, development of a tourism website with a virtual tour, and hands-on training for video promotion and website management involving Digital Business students. Methods followed sequential phases: problem analysis with local stakeholders (Bumdes and village officials), collaborative site improvement, digital content and platform development, training, and evaluation via a short Likert survey administered to Bumdes managers and village officers. Results indicate visible upgrades in cleanliness and aesthetics, improved visitor safety readiness, and stronger online visibility alongside emerging skills for independent content production and website upkeep. Survey feedback shows high acceptance and perceived relevance of the interventions, supporting the feasibility of sustained, locally managed promotion and operations. The program demonstrates that coupling basic physical readiness with targeted digital marketing and community capacity can effectively enhance destination appeal, strengthen governance at village level, and provide a scalable model for rural tourism revitalization.

PENDAHULUAN

Lungun Indah merupakan sebuah tempat wisata alam yang berada di Desa Bunder, Kecamatan Kabat,. Wisata Lungun Indah menawarkan keindahan sungai alami dengan mata air yang bersumber langsung dari pegunungan. Aliran sungai ini kemudian dialirkan ke beberapa anak sungai untuk memenuhi kebutuhan irigasi sawah di Desa Bunder. Keasrian alam serta kesegaran air yang mengalir menjadikan tempat ini sebagai aset wisata yang seharusnya mampu memberikan manfaat sosial, ekonomi, dan lingkungan bagi masyarakat sekitar. Pengelolaan tempat wisata Lungun Indah saat ini berada di bawah Bumdes Mawar Merah. Pemasukan dari tempat wisata ini berasal parkir dan iuran warung yang beroperasi disana. Tarif parkir untuk motor yaitu 2 ribu rupiah dan untuk mobil sebesar 5 ribu rupiah. Sedangkan untuk warung yang beroperasi di sana dikenai iuran 100 ribu rupiah perbulan. Masalah kebersihan sungai dan pengembangan sektor pariwisata sebenarnya sudah masuk dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa Bunder (RPJMD) Tahun 2024-2029. Pada setiap tahunnya direncanakan akan dilakukan kegiatan berkaitan dengan

kebersihan sungai dan perbaikan serta pengembangan tempat wisata. Namun kegiatan tersebut perlu melibatkan mitra dari luar dengan berbagai disiplin ilmudesa agar hasilnya lebih maksimal. (Wijayanti & Putra, 2019; Anggraeni & Arief, 2021; Cahyani & Hadi, 2023)

Masalah yang dihadapi pengelola wisata lungun indah antara lain kondisi sungai yang kurang terawat, dengan banyaknya sampah yang mencemari aliran air. Keadaan ini tidak hanya merusak estetika kawasan, tetapi juga menurunkan kenyamanan dan keselamatan pengunjung. Area sekitar menjadi tidak estetik akibat adanya warung yang belum tertata. Di sekitar warung juga banyak sampah sehingga menimbulkan kesan kumuh. Ketidadaan papan petunjuk juga menyulitkan pengunjung untuk mengakses dan menikmati kawasan wisata ini secara maksimal.

Pada tempat wisata ini juga belum ada atraksi wisata unik yang menjadi ciri khas. Sedangkan dalam bidang pemasaran, lokasi wisata ini kurang dikenal akibat kurang gencarnya promosi. Hanya terdapat beberapa artikel online maupun video youtube yang membahas tempat wisata ini, namun tidak dibuat secara profesional untuk tujuan promosi.

METODE

Berikut adalah tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian di wisata Lungun Indah:

Analisis Masalah

Tahapan ini merupakan langkah awal yang sangat penting dalam menentukan arah kegiatan pengabdian. Tim pelaksana melakukan observasi langsung ke lokasi wisata Sungai Lungun Indah untuk melihat kondisi aktual di lapangan. Dari hasil pengamatan ditemukan berbagai permasalahan seperti area wisata yang dipenuhi sampah, fasilitas umum yang rusak atau tidak berfungsi, serta kondisi lingkungan yang tidak tertata. Selain itu, wawancara informal dengan masyarakat dan pengelola setempat menunjukkan bahwa kurangnya promosi menjadi salah satu penyebab minimnya kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk menjawab tantangan-tantangan tersebut melalui pendekatan fisik, digital, dan pelatihan keterampilan.

Pembersihan dan Penataan Lokasi Wisata

Setelah permasalahan teridentifikasi, kegiatan dilanjutkan dengan pembersihan dan penataan lokasi wisata. Aktivitas ini melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat dan pengelola wisata. Area-area yang sebelumnya tertutup oleh sampah dibersihkan, semak-semak dirapikan, dan jalur pejalan kaki dibenahi agar pengunjung dapat berjalan dengan nyaman. Selain itu, dilakukan penataan ulang area wisata seperti area duduk, spot foto, dan tempat berteduh untuk memberikan daya tarik visual. Tahap ini tidak hanya bertujuan menciptakan lingkungan yang bersih dan nyaman, tetapi juga untuk membangun rasa memiliki masyarakat terhadap tempat wisata yang ada di lingkungan mereka.

Pengadaan Peralatan Pendukung

Pada tahapan ini dilakukan penyediaan berbagai kebutuhan fisik yang dapat mendukung kenyamanan pengunjung dan memperkuat identitas tempat wisata. Beberapa peralatan yang disediakan antara lain tempat sampah terpilah untuk menjaga kebersihan, papan informasi dan petunjuk arah, kursi santai, serta perangkat kebersihan seperti sapu dan tongkat penjepit sampah. Selain itu, disiapkan pula kebutuhan teknis untuk mendukung kegiatan pelatihan seperti laptop, kamera, dan koneksi internet. Kegiatan pengadaan ini dirancang agar fasilitas wisata menjadi lebih representatif dan mampu meningkatkan citra destinasi wisata di mata pengunjung.

Pembuatan Video Iklan Tempat Wisata

Salah satu masalah yang dihadapi oleh pengelola wisata adalah kurangnya kemampuan dalam membuat materi promosi. Oleh karena itu, dilakukan pelatihan pembuatan video iklan tempat wisata. Pelatihan ini mencakup pengenalan teknik dasar videografi, penggunaan smartphone/kamera, pengambilan sudut gambar yang menarik, penulisan naskah narasi promosi, serta proses editing menggunakan aplikasi yang mudah diakses. Tujuan dari pelatihan ini adalah agar pengelola wisata mampu membuat konten promosi secara mandiri dan berkelanjutan. Video

yang dihasilkan nantinya akan digunakan untuk mengisi website serta disebarluaskan melalui platform media sosial.

Pembuatan Website

Website dirancang sebagai sarana promosi digital yang dapat diakses oleh siapa saja dari berbagai daerah. Website ini akan menampilkan informasi penting seperti sejarah dan daya tarik wisata Sungai Lungun Indah, fasilitas yang tersedia, jam operasional, lokasi peta, dan kontak pengelola. Salah satu fitur unggulan yang disematkan adalah virtual tour, yang memungkinkan pengunjung menjelajahi tempat wisata secara online sebelum mereka datang secara langsung. Website ini juga terintegrasi dengan media sosial dan dapat diperbarui oleh pengelola secara mandiri. Pembuatan website dilakukan oleh tim pengabdian dengan memperhatikan aspek fungsionalitas dan kemudahan penggunaan bagi pengelola maupun pengunjung.

Pelatihan Penggunaan Website

Agar website dapat terus diperbarui dan dikelola dengan baik, pengelola wisata diberikan pelatihan penggunaan website. Pelatihan ini mencakup materi cara login ke dashboard, mengunggah konten baru seperti berita atau galeri foto, mengedit informasi yang sudah ada, hingga mengelola komentar atau pertanyaan dari pengunjung. Pendekatan yang digunakan bersifat praktikal agar peserta pelatihan dapat langsung mempraktikkan apa yang dipelajari. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan pengelola wisata mampu menjalankan manajemen konten digital secara mandiri, tanpa harus bergantung kepada pihak luar.

Promosi Melalui Media Sosial

Setelah konten promosi berupa video dan website siap, tahap selanjutnya adalah mendistribusikan informasi tersebut melalui media sosial. Platform seperti Instagram dan TikTok dipilih karena memiliki daya jangkauan luas dan mudah diakses oleh berbagai kalangan. Konten promosi dibuat menarik dengan desain visual yang baik, penggunaan tagar yang relevan, dan pengaturan waktu unggah yang strategis. Tujuan dari promosi ini adalah untuk meningkatkan awareness masyarakat terhadap keberadaan dan keunikan Sungai Lungun Indah sebagai destinasi wisata lokal. Dalam tahap ini juga akan dilakukan interaksi dengan audiens melalui komentar dan pesan langsung untuk membangun engagement yang aktif.

Evaluasi

Tahapan akhir dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan dan persepsi keberhasilan dari sisi mitra. Evaluasi dilakukan dengan metode survei menggunakan kuesioner kepada Pengurus Bumdes Mawar Merah, selaku pengelola utama destinasi, dan Petugas desa, yang berperan dalam koordinasi kegiatan lapangan serta pengawasan fasilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Wisata Lungun Indah telah mencapai beberapa capaian penting sesuai dengan rencana yang ditetapkan dalam proposal. Fokus utama kegiatan tahap awal adalah penataan dan revitalisasi kawasan wisata melalui pendekatan kolaboratif antara tim pengabdian, Bumdes Mawar Merah, serta masyarakat Desa Bunder. Langkah awal yang telah dilakukan adalah pembersihan area wisata dengan melibatkan masyarakat sekitar. Kegiatan ini mencakup pengangkutan sampah di sepanjang aliran sungai, penataan ulang area duduk dan warung, serta pengecatan dinding pembatas sungai untuk meningkatkan kenyamanan dan estetika kawasan wisata. Selain menjaga kebersihan, kegiatan ini juga membangun kesadaran lingkungan dan rasa memiliki masyarakat terhadap destinasi wisata mereka. Selanjutnya, dilakukan penanaman tumbuhan penghias di sekitar area wisata. Penanaman ini bertujuan memperindah kawasan sekaligus memperkuat citra Lungun Indah sebagai destinasi wisata alam yang ramah lingkungan. Penataan vegetasi dilakukan di area jalur masuk dan tepian sungai agar wisatawan dapat merasakan suasana alami dan sejuk sejak pertama kali tiba di lokasi.

Dalam bidang pemasaran digital, tim pengabdian telah melakukan pembuatan akun Instagram resmi “Wisata Lungun Indah” sebagai kanal utama promosi daring. Melalui platform ini, kegiatan publikasi konten wisata, foto, dan video keindahan sungai serta aktivitas masyarakat dilakukan secara berkala. Strategi ini diharapkan mampu memperluas jangkauan informasi dan menarik minat wisatawan, sejalan dengan tren promosi pariwisata berbasis media sosial yang dinilai efektif dan berbiaya rendah. Selain itu, kegiatan telah mencakup pelatihan pembuatan video promosi dan pengelolaan website wisata, dengan melibatkan mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Banyuwangi. Pelatihan ini membekali mitra dengan kemampuan dasar videografi, penyuntingan visual, serta pengelolaan konten website agar mereka mampu mengelola media promosi secara mandiri. Materi pelatihan disusun dengan pendekatan praktik langsung, sehingga peserta dapat segera memproduksi konten promosi sesuai kebutuhan.

Sebagai penunjang kegiatan wisata berbasis air, dilakukan pula pengadaan alat pendukung berupa life jacket dan perahu karet yang kini menjadi fasilitas utama wisata Lungun Indah. Fasilitas ini digunakan dalam paket wisata “River Fun, Family Warmth”, di mana pengunjung dapat menikmati aktivitas memancing dan menyusuri sungai dengan aman. Penyediaan alat keselamatan ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga memperkuat citra destinasi sebagai wisata alam yang aman, edukatif, dan ramah keluarga. Secara keseluruhan, capaian kegiatan pengabdian ini menunjukkan peningkatan nyata baik dalam aspek fisik (penataan dan kebersihan lingkungan) maupun aspek digital (penguatan promosi dan pengelolaan informasi). Masyarakat mitra kini memiliki kemampuan baru dalam mengelola promosi pariwisata secara digital dan menjaga keberlanjutan destinasi melalui pengelolaan berbasis komunitas.

Untuk menilai efektivitas kegiatan pengabdian, dilakukan sebuah survey kepada Bumdes dan petugas Desa Bunder. Daftar pertanyaan tersebut ada pada tabel di bawah ini

Tabel 1. Tabel Daftar Pertanyaan Survei

Kode	Pertanyaan
Q1	Kegiatan penataan & pembersihan lokasi meningkatkan kenyamanan berkunjung.
Q2	Penanaman tumbuhan penghias memperindah area dan memperkuat citra ekowisata.
Q3	Akun Instagram resmi bermanfaat untuk memperoleh informasi terbaru Wisata Lungun Indah.
Q4	Pelatihan pembuatan video promosi meningkatkan kemampuan saya memproduksi konten.
Q5	Pelatihan pengelolaan website memudahkan saya memperbarui informasi wisata secara mandiri.
Q6	Pengadaan life jacket dan perahu karet meningkatkan rasa aman aktivitas sungai.
Q7	Secara keseluruhan program pengabdian relevan dengan kebutuhan pengelola/masyarakat.
Q8	Saya puas terhadap pelaksanaan dan hasil program pengabdian ini.

Pembahasan

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa kombinasi penataan fisik destinasi (pembersihan, pengecatan, penataan warung) dan penguatan kapabilitas digital (akun Instagram resmi, pelatihan video promosi, dan pelatihan pengelolaan website) efektif meningkatkan daya tarik, rasa aman, serta visibilitas Wisata Lungun Indah. Temuan ini ditegaskan oleh survei pascapelaksanaan terhadap 16 responden (pengelola, masyarakat setempat, dan mahasiswa pendukung) menggunakan skala Likert 1–5.

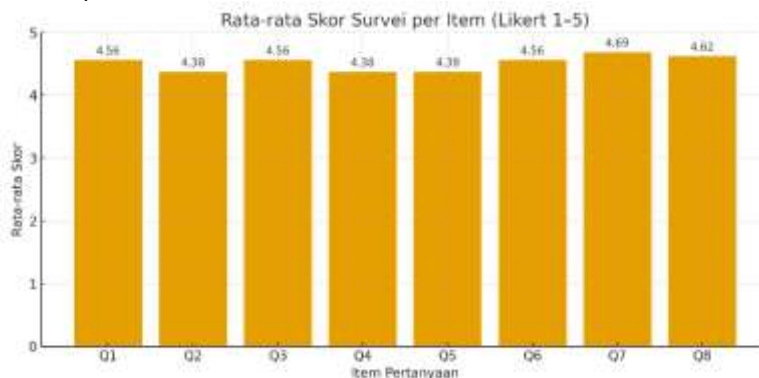
Secara umum, seluruh indikator memperoleh nilai rata-rata di atas 4,40 dengan 100% responden menyatakan setuju/sangat setuju pada tiap butir—menunjukkan penerimaan yang sangat baik terhadap intervensi program. Pada dimensi pengalaman kunjung, penataan dan pembersihan

area memperoleh penilaian tinggi (rata-rata sekitar 4,63), sedangkan penghijauan melalui penanaman tumbuhan penghias memperkuat citra ekowisata ($\approx 4,44$). Dua intervensi ini memberikan quick wins yang langsung dirasakan pengunjung: lingkungan lebih bersih, rapi, dan nyaman—menciptakan fondasi penting agar promosi digital bekerja optimal.

Pada dimensi pemasaran digital, manfaat akun Instagram sebagai kanal informasi destinasi dinilai sangat baik ($\approx 4,69$). Pelatihan pembuatan video promosi dan pelatihan pengelolaan website juga dinilai efektif ($\approx 4,44$ – $4,50$) dalam membangun kemandirian produksi konten dan pemeliharaan informasi oleh pengelola. Ini menandakan terbentuknya modal keterampilan untuk menjaga konsistensi promosi (content calendar, reels pendek, dan integrasi link in bio ke laman web/virtual tour). (Cahyani & Hadi, 2023; Gunawan & Rahmawati, 2022; Sari & Yuniarto, 2021)

Pada aspek produk wisata berbasis sungai, penyediaan life jacket dan perahu karet dinilai sangat meningkatkan rasa aman ($\approx 4,75$). Unsur keselamatan ini bukan hanya kepatuhan prosedural, tetapi juga enabler untuk mengemas paket aktivitas keluarga (mis. River Fun, Family Warmth) yang aman, edukatif, dan menarik. Kepercayaan terhadap keselamatan cenderung menaikkan willingness to try, memperluas variasi atraksi, dan memperkuat proposisi nilai destinasi.

Dua butir agregat—relevansi program dengan kebutuhan mitra ($\approx 4,75$) dan kepuasan keseluruhan ($\approx 4,81$)—mengindikasikan fit yang kuat antara desain program dan kebutuhan nyata di lapangan. Ini sekaligus menjadi sinyal keberlanjutan: ketika fondasi fisik sudah baik, kanal digital aktif, dan keselamatan terjamin, pengelola memiliki landasan untuk mempertahankan ritme operasional dan promosi secara mandiri.



PENUTUP

Program pengabdian “Penerapan Digital Tourism sebagai Upaya Revitalisasi Objek Wisata Sumber Lungun” telah menghasilkan perubahan nyata pada level fisik destinasi, kapabilitas promosi digital, dan keselamatan aktivitas wisata. Penataan kawasan (pembersihan, penataan warung, pengecatan) serta penghijauan dengan tanaman hias meningkatkan kenyamanan dan citra ekowisata. Di sisi lain, pembuatan akun Instagram resmi, pelatihan produksi video promosi, serta pelatihan pengelolaan website membangun kemandirian mitra dalam mengelola informasi dan konten pemasaran. Pengadaan life jacket dan perahu karet memperkuat aspek keselamatan sekaligus membuka peluang komersialisasi paket aktivitas berbasis sungai yang ramah keluarga.

Survei kepada pengurus Bumdes dan perangkat desa ($n=16$) menunjukkan tingkat penerimaan yang sangat baik: seluruh indikator berada pada kisaran nilai tinggi, menegaskan bahwa intervensi program sesuai kebutuhan mitra, meningkatkan rasa aman, serta memperluas jangkauan promosi. Dengan demikian, tujuan pengabdian—mengintegrasikan penataan fisik dengan transformasi digital untuk memperkuat daya saing destinasi—dapat dinyatakan tercapai. Sebagai tindak lanjut dan strategi keberlanjutan, kami merekomendasikan:

1. Operasional rutin: penjadwalan kerja bakti kebersihan, pengecekan berkala alat keselamatan, dan safety briefing sebelum aktivitas air.

2. Pengemasan produk: standardisasi paket "River Fun, Family Warmth" (alur layanan, kapasitas, tarif, SOP keselamatan) dan pengayaan photo spots tematik.
3. Manajemen konten digital: content calendar (2–3 unggahan/minggu), aktivasi user-generated content, serta integrasi link in bio menuju website/virtual tour/reservasi.
4. Monitoring berbasis data: dashboard sederhana yang melacak kunjungan, engagement media sosial, penjualan paket, dan indikator kebersihan (volume sampah mingguan) untuk feedback loop perbaikan bulanan.
5. Penguatan monetisasi: penambahan fitur reservasi/tiket daring di website, bundling paket aktivitas dengan kuliner lokal, dan kolaborasi dengan komunitas konten serta pelaku wisata sekitar.

Dengan mengimplementasikan rekomendasi tersebut, Wisata Lungun Indah berpeluang menjadi model replikasi digital tourism berbasis komunitas yang berkelanjutan: mengawali dari penataan fisik yang lean, mengaktifkan kanal digital yang dikelola lokal, memastikan keselamatan sebagai proposisi nilai, dan menutup celah eksekusi dengan tata kelola sederhana namun disiplin. Program ini juga membuka ruang kolaborasi lanjutan (riset dampak ekonomi-lingkungan, pengembangan virtual/augmented tour, serta pelatihan pemasaran lanjutan) guna menjaga momentum pertumbuhan destinasi dan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adikampana, I. M., & Pitana, I. G. (2020). Community-based tourism and local wisdom in sustainable tourism development in Bali. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 11(8), 2047–2056. [https://doi.org/10.14505/jemt.v11.8\(48\).07](https://doi.org/10.14505/jemt.v11.8(48).07)
- Ananda, C. F., & Sari, D. P. (2023). Digital transformation of village tourism through social media content strategy. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 8(2), 122–134. <https://doi.org/10.26905/jpp.v8i2.21754>
- Anggraeni, D., & Arief, M. (2021). Pemberdayaan masyarakat desa wisata melalui pelatihan pengelolaan media sosial. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 3(1), 33–41.
- Ardiyanto, A., & Nugraha, R. (2022). The role of digital marketing in promoting rural tourism destinations. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(5), 87–99.
- Cahyani, R. A., & Hadi, A. (2023). Penguatan branding desa wisata melalui strategi digital marketing berbasis komunitas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Berkemajuan*, 6(1), 55–65.
- Dewi, I. A. P., & Suardana, I. W. (2020). Community participation in the development of sustainable tourism villages. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 5(2), 113–125.
- Gunawan, R., & Rahmawati, L. (2022). Instagram as a promotional tool for tourism: A case of local destinations in East Java. *Tourism and Communication Journal*, 4(1), 27–35.
- Handayani, N., & Sitorus, S. (2021). Developing ecotourism potential through community-based digital training. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat (JIPM)*, 7(3), 176–185.
- Hastuti, R. D., & Kurniawan, T. (2019). The role of social media influencers in promoting sustainable tourism. *Indonesian Journal of Tourism Research*, 2(2), 98–108.
- Iskandar, M., & Fitriani, D. (2024). Empowering rural communities through digital entrepreneurship training. *Jurnal Pengabdian Kreatif*, 9(2), 88–96.
- Junaedi, I., & Marlina, D. (2021). Digital-based community empowerment in tourism village management. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*, 5(4), 311–321.
- Kusumawardani, D. A., & Nugroho, R. (2023). Evaluating the impact of social media campaigns on local tourism awareness. *Tourism Development Journal*, 7(1), 42–55.
- Mahfud, H., & Santosa, T. (2020). Strengthening the village tourism ecosystem through digital transformation. *Jurnal Teknologi dan Pembangunan Daerah*, 4(3), 221–230.
- Nugraheni, E., & Prasetyo, B. (2024). Impact of digital literacy on tourism promotion performance in local communities. *Jurnal Manajemen dan Pariwisata Digital*, 2(1), 56–67.

- Pertiwi, N., & Yuliana, E. (2022). Social media optimization for promoting ecotourism destinations. *Indonesian Journal of Environmental Communication*, 3(2), 71–82.
- Rahayu, D., & Alim, M. (2023). Digital capacity building for sustainable tourism village governance. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(3), 198–210.
- Sari, A. N., & Yudianto, B. (2021). Implementation of digital tourism to support post-pandemic recovery. *International Journal of Tourism and Hospitality Studies*, 5(2), 145–157.
- Sukmawati, D., & Handoko, S. (2020). Developing digital tourism through collaboration and innovation. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 9(2), 119–130.
- Wijayanti, M., & Putra, A. (2019). Empowerment of tourism communities through participatory training. *Jurnal Pemberdayaan Desa dan Wisata*, 2(3), 245–255.
- Yuliani, F., & Saputra, D. (2025). Enhancing rural tourism competitiveness through digital and community-based innovation. *Journal of Regional Tourism Innovation*, 3(1), 33–44. <https://doi.org/10.31227/osf.io/xyz12>