

Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif dan Storytelling Destinasi Wisata Bagi Pemuda Lokal di Geopark Ciletuh

Ahmad Gunawan¹, Dadang Heri Kusumah², Tri Wahyu Wirjawan³, Imam Sucipto⁴, Irma Rohmatul Manan⁵

^{1,2,3,4}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

⁵Bisnis Digital, Politeknik Kepribadian

ahmadgunawan@pelitabangsa.ac.id*

Diterima: 07-08-2026

Direvisi: 08-08-2026

Dipublikasikan: 09-08-2026

Abstrak

Kawasan Geopark Ciletuh memiliki potensi ekoturisme yang besar, namun promosi digitalnya belum terintegrasi dengan baik akibat keterbatasan keterampilan pemuda lokal dalam pembuatan konten dan pengemasan narasi (*storytelling*). Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pemuda lokal yang tergabung dalam Pokdarwis dan Karang Taruna di kawasan Geopark Ciletuh dalam memproduksi media promosi digital yang menarik dan informatif. Metode pelaksanaan dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang meliputi tahap persiapan, pembekalan teori (*storytelling*, *mobile photography*, dan *videography*), praktik lapangan (*shooting* dan *mobile editing*), serta pendampingan pembuatan konten. Subjek kegiatan terdiri dari 50 orang pemuda lokal. Evaluasi program dilakukan menggunakan instrumen *pre-test* dan *post-test* serta penilaian produk media yang dihasilkan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta secara signifikan sebesar 76,6%, dari nilai rata-rata *pre-test* sebesar 48,3 menjadi 85,3 pada *post-test*. Selain itu, kegiatan ini berhasil menghasilkan 5 video pendek (*Reels/TikTok*) berbasis *storytelling* geodiversitas dan 10 foto karusel yang siap dipublikasikan di media sosial. Pelatihan ini terbukti efektif mendorong peran aktif pemuda lokal sebagai *digital local champions* dalam mempromosikan destinasi Geopark Ciletuh secara mandiri dan berkelanjutan.

Kata kunci: *Content Creation*; Geopark Ciletuh; Pemuda Lokal; Promosi Digital; *Storytelling*

Abstract

The Ciletuh Geopark area possesses immense ecotourism potential; however, its digital promotion remains sub-optimal due to the limited skills of local youth in content creation and narrative packaging (*storytelling*). This Community Service (PkM) activity aimed to enhance the capacity of local youth, affiliated with local tourism awareness groups (Pokdarwis) and Youth Organizations (Karang Taruna) in the Ciletuh Geopark area, to produce engaging and informative digital promotional media. The participatory approach was employed, encompassing preparation, theoretical training (*storytelling*, *mobile photography*, and *videography*), field practice (*shooting* and *mobile editing*), and content creation mentoring. The activity involved 50 local youth participants. Program evaluation was conducted using *pre-test* and *post-test* instruments alongside an assessment of the media products generated. The results demonstrated a significant increase in participants' knowledge and skills by 76.6%, with the average score rising from 48.3 in the *pre-test* to 85.3 in the *post-test*. Furthermore, the program successfully produced 5 *storytelling*-based short videos (*Reels/TikTok*) focused on geodiversity and 10 carousel photos ready for social media publication. This training proved effective in empowering local youth as digital local champions to promote Ciletuh Geopark destinations independently and sustainably.

Keywords: *Content Creation*; Ciletuh Geopark; Digital Promotion; Local Youth; *Storytelling*

PENDAHULUAN

Kawasan Geopark Ciletuh-Palabuhanratu yang telah diakui sebagai UNESCO Global Geopark (UGGP) memiliki kekayaan geodiversitas, biodiversitas, dan keragaman budaya yang menjadi modal utama dalam pengembangan ekoturisme berkelanjutan di Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat [1], [2]. Transformasi kawasan ini menjadi destinasi wisata berkelas dunia menuntut adanya adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi, khususnya dalam sektor promosi pariwisata. Di era digital saat ini, tren kepariwisataan telah bergeser menuju smart tourism, di mana keputusan wisatawan untuk berkunjung sangat dipengaruhi oleh paparan informasi dan media visual di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube [3].



Gambar 1. Observasi Ciletuh

Pemuda lokal yang tergabung dalam Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) maupun Karang Taruna memegang peran strategis sebagai penggerak utama (local champion) dalam keberlanjutan promosi destinasi wisata berbasis masyarakat (Community-Based Tourism) [4], [5]. Keberadaan generasi muda yang akrab dengan teknologi digital seharusnya menjadi aset potensial untuk mengenalkan keunikan Geopark Ciletuh ke tingkat nasional maupun internasional. Namun, potensi besar ini belum teroptimalkan secara maksimal akibat adanya kesenjangan keterampilan (skill gap) dalam produksi media promosi digital yang berkualitas dan berdampak [6].

Berdasarkan analisis situasi dan hasil observasi awal dengan mitra di kawasan Geopark, diidentifikasi beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh pemuda lokal, yaitu: Keterbatasan Keterampilan Teknis Visual: Sebagian besar pemuda belum menguasai teknik dasar mobile photography dan videography secara optimal, seperti pencahayaan, komposisi gambar, serta penggunaan aplikasi editing berbasis smartphone untuk menghasilkan konten yang estetik dan profesional [7], [8]. Kelemahan dalam Storytelling: Konten promosi yang diunggah sejauh ini masih bersifat sporadis dan cenderung sekadar menampilkan gambar lanskap tanpa narasi mendalam (meaningful story) [9], [10]. Padahal, nilai tambah Geopark Ciletuh terletak pada cerita di balik fenomena geologi, sejarah, serta kearifan lokal masyarakat setempat. Belum Adanya Strategi Konten yang Terencana: Pembuatan dan penyebaran konten belum dikelola dengan strategi pemasaran digital yang tepat, baik dalam penggunaan tagar (hashtag), penulisan deskripsi (caption), maupun konsistensi jadwal unggah [11].

Guna mengatasi permasalahan tersebut, dibutuhkan intervensi nyata dari perguruan tinggi melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Solusi yang ditawarkan dalam program PkM ini adalah pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Kreatif dan Storytelling Destinasi Wisata. Pendekatan pelatihan ini tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan teoritis, tetapi juga menekankan pada praktik langsung (*hands-on workshop*) di lapangan mulai dari penyusunan skrip narasi, pengambilan gambar/video, editing, hingga publikasi media.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian pemuda lokal di Geopark Ciletuh dalam memproduksi media promosi pariwisata yang informatif, menarik, dan berdaya saing tinggi. Melalui peningkatan keterampilan storytelling dan konten kreatif ini, diharapkan pemuda lokal mampu menjadi narator aktif yang mempopulerkan potensi Geopark Ciletuh secara mandiri dan berkelanjutan, sekaligus mendorong peningkatan arus kunjungan wisatawan yang berdampak positif pada perekonomian masyarakat lokal.

METODE

1. Lokasi dan Mitra Sasaran

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di Kawasan Geopark Ciletuh. Mitra sasaran dalam kegiatan ini adalah pemuda lokal yang tergabung dalam Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Karang Taruna setempat sebanyak **50 orang peserta**. Mitra dipilih karena memiliki peran sentral dalam pengelolaan dan promosi destinasi wisata lokal, namun masih membutuhkan peningkatan kapasitas di bidang media digital.

2. Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan PkM dilakukan secara bertahap melalui pendekatan partisipatif (*Participatory Action Research*) untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan berjalan secara efektif. Tahapan pelaksanaan meliputi:

a. Tahap Persiapan (*Preparation Phase*)

Analisis Kebutuhan & Koordinasi Mitra: Melakukan survei pendahuluan dan wawancara dengan ketua Pokdarwis/Karang Taruna untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman awal serta kendala teknis dalam promosi digital.

Penyusunan Modul & Pembagian Kelompok: Menyusun materi pelatihan dan membagi 50 orang peserta ke dalam beberapa kelompok kecil (5–10 orang per kelompok) untuk mempermudah alur praktik lapangan dan pendampingan. Materi yang disiapkan mencakup:

- 1) *Konsep Storytelling*: Teknik merancang narasi berbasis keunikan geologi, budaya, dan kearifan lokal.
- 2) *Mobile Photography & Videography*: Teknik komposisi visual, pencahayaan (*lighting*), dan pergerakan kamera menggunakan *smartphone*.
- 3) *Mobile Editing & Digital Marketing*: Praktik editing video/foto menggunakan aplikasi seluler (misal: CapCut/Canva) serta pembuatan *caption* dan penggunaan tagar (*hashtag*) yang relevan.

Persiapan Logistik & Instrumen Evaluasi: Menyiapkan lembar tes awal (*pre-test*), lembar tes akhir (*post-test*), dan rubrik penilaian hasil karya konten.

b. Tahap Pelaksanaan Pelatihan (*Implementation Phase*)

Pelatihan dilaksanakan selama 2 hari dengan mengkombinasikan metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan praktik langsung (*hands-on workshop*):

Hari Pertama (Pembekalan Teori & Konsep): Penyampaian materi mengenai *storytelling* pariwisata dan teknik pengambilan gambar visual menggunakan *smartphone* kepada seluruh **50 peserta**.

Hari Kedua (Praktik Lapangan & Editing):

- 1) *Field Trip / Shooting*: Peserta yang terbagi dalam kelompok kecil melakukan praktik pengambilan foto dan video secara langsung di beberapa titik destinasi wisata Geopark Ciletuh.
- 2) *Editing Session*: Setiap kelompok mengolah aset gambar/video menjadi konten video pendek (Reels/TikTok) dan carousel Instagram.
- 3) *Presentasi & Reviu*: Perwakilan kelompok mempresentasikan hasil karyanya untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari tim PkM.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan

No.	Tahapan Kegiatan	Rincian / Fokus Pelaksanaan
1	Persiapan	Observasi kebutuhan mitra, koordinasi lokasi, penyusunan modul pelatihan, dan pembagian 50 peserta ke dalam kelompok kerja.
2	Pelaksanaan	Pemberian materi teori (<i>storytelling</i> & teknik visual), praktik lapangan (<i>shooting</i> di destinasi), dan proses <i>mobile editing</i> .
3	Evaluasi	Pelaksanaan <i>pre-test</i> dan <i>post-test</i> pengetahuan peserta serta penilaian kualitas produk konten yang dihasilkan.
4	Keberlanjutan	Pendampingan pengolahan akun media sosial dan pembentukan Tim Media Kreatif Pemuda Desa.

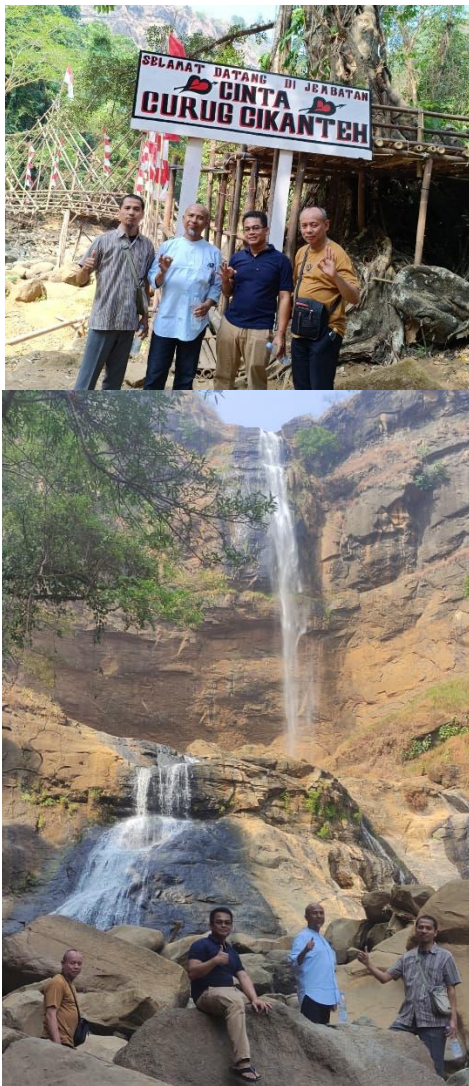
c. Tahap Pendampingan & Keberlanjutan (*Mentoring & Sustainability Phase*)

Setelah pelatihan selesai, dilakukan pendampingan secara terstruktur selama 1 bulan melalui grup WhatsApp/Telegram bersama seluruh **50 peserta**. Tim PkM mendampingi peserta dalam merencanakan kalender konten (*content calendar*) dan mengoreksi draf konten sebelum dipublikasikan pada media sosial resmi mitra/destinasi.

3. Metode Evaluasi dan Keberhasilan Program

Evaluasi keberhasilan program PkM dilakukan melalui dua indikator utama:

- a. Evaluasi *Pengetahuan & Keterampilan (Kognitif & Psikomotorik)*: Mengukur peningkatan pemahaman dari 50 peserta sebelum dan sesudah pelatihan menggunakan instrumen *pre-test* dan *post-test*. Keberhasilan program ditargetkan apabila terjadi peningkatan rata-rata nilai sebesar minimal 70%.
- b. Evaluasi *Produk Konten (Output)*: Mengukur kualitas produk media promosi (foto dan video pendek) yang dihasilkan oleh kelompok-kelompok peserta berdasarkan kriteria: (a) kejelasan narasi *storytelling*, (b) kualitas *visual/sinematografi*, dan (c) kesesuaian teknik *editing*.



Gambar 2. Potensi wisata Ciletuh

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan dan Praktik
Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa "Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif dan *Storytelling* Destinasi Wisata" telah dilaksanakan di Kawasan Geopark Ciletuh [sebutkan nama desa/lokasi spesifik, misal: *Desa Ciemas*]. Pelatihan ini diikuti oleh 50 orang peserta yang terdiri dari anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Karang Taruna setempat.

Pelatihan dilaksanakan selama 2 hari dengan kombinasi pematerian dalam ruangan (*indoor workshop*) dan praktik pengumpulan konten di lapangan (*outdoor field trip*).
 - a. Hari Pertama (Pembekalan Teori & Konsep):
Sesi *Storytelling*: Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya narasi berbasis sejarah geologi, budaya lokal, dan mitos positif dalam menarik minat wisatawan. Peserta dilatih menyusun *hook* (3 detik pertama yang memikat), *body content* (inti cerita), dan *Call to Action* (CTA).
Sesi *Mobile Photography & Videography*: Pemateri memberikan teknik dasar pencahayaan, aturan sepertiga (*rule of thirds*), pergerakan kamera (*camera movement* seperti *panning*, *tilting*, *tracking*), dan penggunaan sudut pandang (*angle*) menarik cukup menggunakan *smartphone*.
 - b. Hari Kedua (Praktik Lapangan & Editing):
Praktik Lapangan (*Shooting*): Ke-50 peserta dibagi menjadi 5 kelompok (masing-masing 10 orang) dan didampingi tim PkM melakukan eksplorasi ke beberapa titik objek wisata Geopark Ciletuh untuk mengumpulkan aset foto dan video.
Praktik *Editing & Unggah Konten*: Menggunakan aplikasi *smartphone* (seperti CapCut dan Canva), setiap kelompok memproduksi konten video pendek berdurasi 30–60 detik lengkap dengan *voice over*, musik latar, *sub-title*, serta penulisan *caption* dan *hashtag* yang relevan.
2. Evaluasi Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Peserta
Untuk mengukur efektivitas kegiatan pelatihan, dilakukan evaluasi dampak kognitif melalui *pre-test* sebelum materi disampaikan dan *post-test* di akhir rangkaian pelatihan. Instrumen tes terdiri dari 10 pertanyaan pilihan ganda terkait konsep *storytelling*, teknik pengambilan gambar visual, dan strategi pemasaran digital.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Pre-Test dan Post-Test Peserta Pelatihan (n = 50)

Indikator Penilaian	Rata-Rata Pre-Test	Rata-Rata Post-Test	Peningkatan (%)
Pemahaman <i>Storytelling</i> Wisata	48,2	84,6	+75,5%
Teknik <i>Mobile Photography & Videography</i>	52,0	88,4	+70,0%
Keterampilan <i>Editing</i> Video & CapCut	42,6	82,0	+92,5%
Strategi <i>Digital Marketing & Hashtag</i>	50,4	86,2	+71,0%
Rata-Rata Total	48,3	85,3	+76,6%

Berdasarkan Tabel 2, terjadi peningkatan nilai rata-rata pemahaman dan keterampilan peserta secara signifikan sebesar 76,6%, yaitu dari 48,3 pada *pre-test* menjadi 85,3 pada *post-test*. Peningkatan tertinggi terdapat pada indikator keterampilan *editing* video (92,5%), yang mengindikasikan bahwa metode pembelajaran berbasis praktik langsung (*hands-on workshop*) sangat efektif bagi peserta tingkat pemula.

3. Produk Konten dan Capaian Output

Melalui kegiatan ini, ke-50 peserta yang terbagi dalam 5 kelompok berhasil memproduksi produk media promosi digital berupa:

- 5 Video Pendek (*Reels/TikTok*) yang mengangkat keunikan destinasi wisata lokal, teknik pembuatan kerajinan/kuliner khas, dan narasi sejarah geologi Geopark Ciletuh.
- 10 Foto Karusel (*Carousel Post*) berestetika tinggi yang disandarkan pada teknik *rule of thirds* dan pencahayaan yang tepat.

Seluruh karya konten yang dibuat peserta kemudian diunggah di akun media sosial resmi Pokdarwis/Karang Taruna dan ditautkan (*tag*) ke akun media sosial pengelola Geopark Ciletuh serta akun universitas sebagai bentuk publikasi bersama.



Gambar 3. Sesi Pelatihan

4. Pembahasan

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis *storytelling* dan *mobile content creation* terbukti efektif dalam memecahkan kendala promosi pariwisata yang dihadapi masyarakat lokal di kawasan Geopark Ciletuh.

- Peran Pemuda Lokal sebagai *Digital Local Champions*:
Keberhasilan keterlibatan 50 pemuda lokal menegaskan pentingnya pendekatan *Community-Based Tourism* (CBT). Pemuda lokal tidak hanya diposisikan sebagai penonton, melainkan sebagai aktor utama yang memegang kendali narasi pariwisata daerahnya sendiri. Ketika pemuda menguasai teknologi digital, mereka dapat mempromosikan keunikan daerah secara berkelanjutan tanpa tergantung pada pihak luar [12], [13].
- Kekuatan *Storytelling* dalam Pemasaran Destinasi:
Sebelum adanya pelatihan, promosi destinasi Geopark Ciletuh oleh pemuda setempat cenderung sekadar menampilkan keindahan visual lanskap tanpa cerita yang mendalam. Pelatihan *storytelling* mengubah pendekatan ini—setiap video kini dilengkapi dengan

informasi edukatif mengenai pembentukan batuan geologi, nilai sejarah, serta kearifan lokal setempat. Narasi yang kuat terbukti memberikan keterikatan emosional (*emotional engagement*) yang lebih tinggi bagi calon wisatawan [14].

c. Keberlanjutan Program (*Sustainability*):

Untuk menjamin keberlanjutan pasca-pelatihan, tim PkM membina grup komunikasi (WhatsApp) bersama 50 peserta untuk pendampingan berkala. Di samping itu, dibentuk Tim Media Kreatif Pemuda Desa yang diberi tanggung jawab mengelola kalender konten (*content calendar*) mingguan agar akun media sosial promosi destinasi tetap aktif dan konsisten [15].

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Kawasan Geopark Ciletuh, dapat disimpulkan bahwa:

1. Peningkatan Kapasitas SDM: Pelaksanaan "Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif dan *Storytelling* Destinasi Wisata" berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan 50 pemuda lokal (Pokdarwis dan Karang Taruna) secara signifikan, dengan kenaikan rata-rata nilai evaluasi dari 48,3 (*pre-test*) menjadi 85,3 (*post-test*) atau meningkat sebesar 76,6%.
2. Capaian Produk Media Promosi: Pelatihan berbasis *hands-on workshop* ini menghasilkan output konkret berupa 5 video pendek (*Reels/TikTok*) berbasis *storytelling* dan 10 unggahan foto karusel berestetika tinggi yang siap digunakan sebagai media promosi digital destinasi Geopark Ciletuh.
3. Pemberdayaan Komunitas (*CBT*): Program ini berhasil mendorong peran aktif pemuda lokal sebagai *digital local champions* yang mandiri dalam mengemas cerita keunikan geodiversitas dan budaya lokal ke dalam media konten digital.

Untuk menjaga keberlanjutan dampak positif dari kegiatan PkM ini, dirumuskan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pemuda Lokal dan Pokdarwis: Disarankan untuk menjaga konsistensi pengelolaan media sosial melalui *content calendar* yang telah disusun, serta secara rutin memproduksi konten-konten baru yang mengangkat aspek kearifan lokal Geopark Ciletuh lainnya.
2. Bagi Pemerintah Daerah dan Pengelola Geopark: Perlu memberikan dukungan sarana dan prasarana (seperti penyediaan titik *Wi-Fi* publik di area destinasi utama dan pelatihan tingkat lanjut) untuk memfasilitasi aktivitas pembuatan konten dan promosi digital pemuda lokal.
3. Bagi Tim PkM Selanjutnya: Kegiatan PkM mendatang disarankan untuk memperluas cakupan materi pada aspek analitik media sosial (*social media analytics*), optimasi *Search Engine Optimization* (SEO) untuk *website* desa wisata, dan manajemen iklan digital (*social media ads*) guna mengoptimalkan jangkauan pasar wisatawan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pelita Bangsa atas dukungan finansial dan fasilitas yang diberikan melalui skema Hibah Pengabdian kepada Masyarakat Internal.

2. Pemerintah Desa dan Pengelola Geopark Ciletuh yang telah memberikan izin, dukungan sarana, serta fasilitas tempat selama kegiatan pengabdian berlangsung.
3. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Karang Taruna atas partisipasi aktif, antusiasme, dan kerja sama dari ke-50 pemuda lokal selama rangkaian pelatihan dan praktik lapangan.
4. Tim Dosen dan Mahasiswa Pengabdian kepada Masyarakat yang telah berdedikasi dalam persiapan, pelaksanaan, hingga penyusunan laporan dan artikel ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. S. Yuniarti, M. L. Syamsuddin, H. M. F. Efendi, A. Wulandari, and D. Suhandi, "Implementation of tourism development policy in Geopark Ciletuh-Palabuhanratu, West Java, Indonesia," *Inst. Biopaleogeography named under Charles R. Darwin*, vol. 11, pp. 1–63, 2022.
- [2] D. Darsiharjo, "Pengembangan Geopark Ciletuh berbasis partisipasi masyarakat sebagai kawasan geowisata di kabupaten Sukabumi," *J. Manaj. Resort dan Leis.*, vol. 13, no. 1, 2016.
- [3] S. M. Putri, "Kolaborasi pengembangan kawasan geopark dalam mewujudkan destinasi pariwisata berkelas dunia di provinsi jawa barat," *Responsive J. Pemikir. Dan Penelit. Adm. Sos. Hum. Dan Kebijak. Publik*, vol. 2, no. 2, pp. 33–39, 2019.
- [4] A. Munandar, E. E. Chotim, and A. Pramanti, "Local Community participation in support of the existence and sustainability of ecotourism development Geopark Ciletuh-Palabuhanratu," in *12th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, IEOM Society, 2022.
- [5] R. Munawar, "Pengelolaan Geopark Untuk Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan (Studi Kasus Di Geopark Ciletuh-Palabuhanratu)," *J. Bisnis, Manaj. Ekon.*, vol. 21, no. 1, pp. 865–873, 2023.
- [6] S. S. Andriany, M. R. Fatimah, and A. Hardiyono, "Geowisata Geopark Ciletuh: Geotrek mengelilingi keindahan mega amfiteater Ciletuh (the magical of Ciletuh amphitheater)," *Bull. Sci. Contrib. Geol.*, vol. 14, no. 1, pp. 75–88, 2016.
- [7] M. M. Ibrahim and A. Adiputra, "Analisis Geopark Ciletuh–Palabuhanratu sebagai Daya Tarik Wisata Berbasis Edukasi," *Satwika Kaji. Ilmu Budaya dan Perubahan Sos.*, vol. 7, no. 2, pp. 404–418, 2023.
- [8] C. N. Alfikri and K. D. Priyono, "Analisis Potensi Lahan Dan Pengembangan Strategi Objek Wisata Geopark Ciletuh Di Kecamatan Ciemas Kabupaten Sukabumi Tahun 2025," 2025, *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- [9] M. S. Yuda, H. G. Kurniawan, and H. Kristanto, "Strategi Branding Berbasis Pengalaman Wisata dalam Membangun Citra Destinasi Geopark Ciletuh-Palabuhanratu," *Commun. Des. J.*, vol. 1, no. 1, pp. 69–82, 2024.
- [10] I. Khoerunnisa, "Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Ciletuh-Pelabuhan Ratu Unesco Global Geopark Metode Matriks Swot," 2023, *Nusa Putra University*.
- [11] J. R. Sihombing, K. Saefullah, and E. Rizal, "Analysis of Tourism Product Attributes on Visiting Decisions in Geopark Ciletuh Sukabumi," *Eduvest-Journal Univers. Stud.*, vol. 5, no. 2, pp. 1653–1665, 2025.
- [12] T. A. Ijudin, "Aplikasi Get In Hand-Geopark Educational Tourism Ciletuh-Sukabumi Berbasis Mobile," 2022, *Nusa Putra*.
- [13] S. Permanadewi *et al.*, "Geoheritage assessment and social media engagement: A case study of ten geosites in the Ciletuh-Palabuhanratu Unesco Global Geopark, west Java, Indonesia," *Geo J. Tour. Geosites*, vol. 64, no. 1, pp. 326–341, 2026.
- [14] B. Aziza, E. K. S. Harini Muntasib, and R. Hermawan, "Impact of tourism activity in Ciletuh-Palabuhanratu Geopark (CPG), Sukabumi, West Java.," *Media Konserv.*, vol. 28, no. 1, p. 43, 2023.
- [15] A. Sulistiana, A. Sudarma, and L. Siwiyanti, "Analysis of City Branding and Smart City on The Decision to Visit Geopark Ciletuh Sukabumi," *Int. J. Soc. Sci. Educ. Commun. Econ.*, vol. 3, no. 4, p. 1099, 2024.