

Pengembangan Kader Sadar Wisata Desa Lohia Melalui Penguatan Strategi Komunikasi Parawisata

Harry Fajar Maulana ^{*1}, Hastuti ², Ferdi ³, Mutmainah ⁴, Reza Maulana ⁵

^{1–5} Universitas Muhammadiyah Buton

^{*}¹ harryfajarmaulana@gmail.com; ² hastutituo@gmail.com; ³ ferdi23@gmail.com;

⁴ mutmainah@gmail.com; ⁵ rezamaulana@gmail.com;

Abstrak

Desa Lohia adalah sebuah desa wisata dekat Danau Napabale, serta Pantai Meleura, tujuan wisata populer di Kabupaten Muna. Karena Kawasan desa Lohia berjarak lebih dari 2 (dua) kilometer dari Kota Muna Kurnag, ada program yang tersedia bagi wisatawan yang berkunjung ke desa tersebut. Tujuan dari PKM ini adalah untuk menciptakan mitra yang akan menjadi pusat model pertumbuhan ekonomi kerakyatan dan kesejahteraan masyarakat jangka panjang dengan memanfaatkan potensi desa wisata di Desa Mangunan melalui taktik komunikasi pariwisata. Berikut ini adalah beberapa teknik yang digunakan dalam pemberdayaan masyarakat: Program pelatihan pengabdian masyarakat dihasilkan menggunakan teknik yang disederhanakan, khususnya dengan melakukan sarasehan dan percakapan santai/informal agar masyarakat tidak terbebani dengan materi pelatihan. Materi pelatihan yang disampaikan meliputi berbagai studi kasus dan praktik terbaik dalam pengelolaan desa pariwisata, memberikan peserta pelatihan gambaran umum tentang isu dan taktik yang harus dilaksanakan. Tujuan dari pendekatan pelatihan yang mencakup dialog informal adalah untuk mendorong keterlibatan aktif yang lebih besar dan perhatian dari peserta. Penguatan Desa Wisata Kungkuk merupakan konsekuensi dari upaya ini, yang dilakukan melalui pembangunan dan pengembangan forum pariwisata yang tangguh. Berdasarkan pengamatan, strategi kelompok sadar wisata untuk memperkuat desa wisata napabale dan desa wisata pantai maleura telah berjalan cukup baik. Hal ini didukung dengan temuan wawancara yang dilakukan dengan beberapa informan, yang menyatakan bahwa strategi tersebut telah dilakukan dengan baik hanya dalam penerapannya, yaitu kurangnya koordinasi antara pokdarwis dan masyarakat, sehingga masih ada masyarakat di sana. Desa Wisata Pantai Maleura dan Desa Napabale.

Kata Kunci: *sadar wisata, komunikasi pariwisata, strategi komunikasi*

Pendahuluan

Setiap desa memiliki potensi untuk menjadi objek wisata utama. Wisata alam akan memanfaatkan keindahan dan kekhasan alam. Jika desa tersebut memiliki budaya dan tradisi yang khas, berpotensi menjadi destinasi wisata budaya. Kebudayaan dari suatu tempat dapat dikemas secara optimal melalui kegiatan pariwisata dengan penataan yang memanfaatkan kemampuan alam. Kegiatan pariwisata ini cukup penting dan memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat, terutama dalam hal peningkatan pendapatan warga sekaligus menjaga kelestarian kemampuan lokal. Pariwisata sebagai kegiatan ekonomi, menurut Gun, harus dilihat dari dua perspektif: permintaan dan penawaran (Megantari, 2018).

Modal promosi yang paling efektif adalah Kesadaran Wisata (DARWIS) dan Angka Pesona (SWSP) yang telah berjalan selama 27 tahun sejak awal program SWSP diperkenalkan pada tahun 1990, awal dekade pengunjung Indonesia (DUKUNI). SWSP mengalami pasang surut; itu dihidupkan kembali pada tahun 2003 oleh Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Susilo Sudarman, dan kemudian berganti nama menjadi Kementerian Pariwisata pada tahun 2015 oleh Arief Yahya. Program SWSP merupakan inisiatif sosialisasi kementerian pariwisata (Kemenpar) kepada pelaku industri pariwisata dan lokal destinasi (pedoman pelaksanaan Tourism Awareness) Bertujuan untuk meningkatkan pelayanan dan kenyamanan wisatawan saat mengunjungi lokasi sehingga negara Indonesia dapat bersaing di pasar pariwisata Asia dengan negara tetangga lainnya.(Hariyanto, 2017).

Desa Lohia Merupakan Desa wisata danau Napabale dan Pantai Meleura yang merupakan tempat wisata di kabupaten muna. Yang berjarak dari Kota Muna Kurnag lebih 2 Km untuk mencapai Desa Lohia, sehingga Perlu adanya program-program yang di tawarkan ketika wisatawan berkunjung didesa tersebut. Upaya yang dicoba lewat managemen pariwisata yang maksimal spesialnya desa wisata. Salah satu upaya yang dapat dicoba adalah dengan melakukan komunikasi dan branding pariwisata, yaitu memproyeksikan citra destinasi wisata untuk memasarkan produknya. Berbagai foto yang fokus pada kearifan lokal dapat dilihat untuk melihat apa yang terjadi (Andrianti & Lailam, 2019). Selaku dampaknya sanggup membagikan laba buat memperkenalkan destinasi wisata tadi sekalian mengenali keberadaan destinasi Desa Wisata Napabale dan Desa Wisata Maleura. yg pada kesimpulannya dapat mempertinggi kunjungan pada Desa Wisata tersebut.

Pemberdayaan warga (keterlibatan aktif) adalah jantung dari gerakan, yang bertujuan untuk menggunakan pariwisata berbasis masyarakat dengan melibatkan mitra pada setiap tahap merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi inisiatif komunikasi wisata. Melakukan operasi komunikasi dan branding pariwisata, seperti pencitraan destinasi wisata dengan tujuan memasarkan produk Desa Wisata, merupakan salah satu upaya yang bisa dilakukan.

Melalui kemampuan desa wisata di Desa Mangunan dalam menggunakan taktik komunikasi pariwisata, tujuan dari PKM ini adalah untuk menghasilkan mitra sebagai model pengembangan ekonomi kerakyatan dan kesejahteraan penduduk dalam jangka panjang.

Dalam pemberdayaan Masyarakat Ini memakai pendekatan partisipasi aktif, dengan berprinsip di kemandirian warga, tata cara ini bertujuan buat tingkatkan kapasitas rakyat dan memantapkan keahlian pengelola desa wisata dalam perihal mengelola wisatawan dengan keramahtamahan serta profesionalisme.

Pelatihan komunikasi wisatawan digunakan untuk membangun model komunikasi pariwisata, serta komunikasi Pemasaran Desa Wisata. Pelatihan komunikasi pariwisata ini meliputi memberikan gambaran peran dan tanggung jawab humas, serta memecahkan tantangan desa wisata dengan menggunakan metode komunikasi pariwisata.

Melaksanakan kegiatan komunikasi pariwisata dan branding yaitu pencitraan suatu destinasi wisata dengan tujuan pemasaran produk, desa dengan peninggalan nilai sejarah yang besar atau situs sejarah/prasejarah dapat menjadi destinasi wisata sejarah desa, dan juga desa wisata yang banyak memanfaatkan tari yang masuk ke dalam jenis desa budaya merupakan beberapa upaya yang dapat dicoba.

Hal ini menunjukkan bahwa strategi pariwisata dan komunikasi pemasaran diarahkan pada komunikasi terkini, yang sebelumnya bersifat budaya, sedangkan komunikasi tradisional lebih berfokus pada pertemuan pemasaran produk semata-mata melalui mulut ke mulut dan periklanan.

Metode membawa kelompok seni pertunjukan ke destinasi wisata digunakan dalam pengenalan destinasi budaya melalui pemasaran, yang seharusnya ditinggalkan karena model atau desain ini mengacu pada model komunikasi pemasaran pariwisata yang lama, sedangkan model saat ini lebih menekankan pada penggunaan data. dan teknologi komunikasi, seperti jejaring sosial dan media online, untuk memasarkan destinasi wisata secara cepat, akurat, dan efektif (Nastain, 2019).

Keahlian desa wisata, tentang kemampuan yg dipunyai si pengelola serta pelakon usaha pariwisata hendak jadi komoditas unggulan ialah pada bidang komunikasi pariwisata, untuk penguatan terhadap taktik- taktik komunikasi pemasaran pula dapat ditentukan aktivitas pariwisata itu bisa berlangsung dengan baik.

Melalui promosi yang telah dicoba, dan dengan segala karakteristiknya didukung oleh ilmu komunikasi pariwisata, tidak hanya itu, tetapi juga manajemen yang handal dan inovatif yang didalamnya terdapat strategi komunikasi pemasaran yang tepat untuk mentransportasikan jumlah kunjungan wisatawan baik lokal maupun asing, sehingga kebutuhan akan kemampuan tersebut dipenuhi dengan pelatihan manajemen komunikasi pariwisata yang selaras dengan karakteristik wisatawan. Oleh karena itu, layanan ini sedang diuji coba dengan harapan dapat menjadikan Komunitas Wisata Napabale dan Maleura yang unggul, berkelanjutan, berdaya saing, dan berdaya saing. (Purwanti, 2019).

Metode Pelaksanaan

Tujuan program ini adalah menjadikan mitra sebagai model pusat pertumbuhan konomi kerakyatan dan kesejahteraan masyarakat berkelanjutan melalui potensi desa wisata yang dipadukan dengan budaya (wisata alam, wisata kerajinan, dan budaya).

Program-program pelatihan dalam pengabdian masyarakat menggunakan dengan beberapa metode yang sangat sederhana, yaitu dengan menyelenggarakan sarasehan dan diskusi santai/ informal sehingga masyarakat tidak terlalu berat dalam menerima materi-materi pelatihan (Kusworo & Damanik, 2002). Materi-materi pelatihan yang disampaikan mengambil beberapa kasus dan best practice pengelolaan desa wisata, sehingga peserta pelatihan akan memperoleh gambaran-gambaran kasus dan strategi yang seharusnya dilakukan (Megantari, 2018). Metode pengembangan partisipasi dengan diskusi informal lebih mendorong masyarakat dan perhatian peserta yang lebih intens (Megantari, 2018).

Hasil dan Pembahasan

Desa Wisata Desa Lohia

Esensi kota wisata yang menekankan pada keaslian desa memerlukan pemahaman tentang kepribadian dan aspek yang ada di desa, termasuk unsur pengetahuan dan kemampuan lokal, serta kearifan lokal yang dimiliki masyarakat. (Murdiyanto, 2011).

Desa Lohia merupakan desa wisata di Kabupaten Muna yang berfokus pada pengembangan pariwisata ekonomi berbasis masyarakat, memungkinkan masyarakat lokal untuk berperan lebih besar dalam pengembangan desa wisata berkat sumber daya dan tradisi budaya yang khas (Dewi, 2013). Hal ini terkait dengan komunitas lokal atau kelompok desa dan merupakan kekuatan pendorong utama di balik operasi desa wisata Kabupaten Lohia.

Potensi Desa Wisata Desa Lohia

Potensi desa wisata adalah melihat potensi desa secara keseluruhan, termasuk apa yang telah dilakukan (potensi aktual) dan apa yang belum disembunyikan, oleh karena itu diperlukan penemuan potensi. Desa Wisata Napabale dan Desa Wisata Maleura di Desa Lohia Kecamatan Muna memiliki potensi keunggulan sebagai berikut:

Jelajah Wisata Danau Napabale

Desa wisata Napabale. Jelajah wisata Danau Napabale merupakan Danau Terbesar di Sulawesi Tenggara yang memiliki pesona alam yang indah, sehingga wisatawan dapat berkeliling menggunakan perahu dan mengelilingi danau tersebut



Gambar 1. Danau Napabale

Jelajah Pantai Maleura

Desa Wisata Maleura. Desa wisata ini merupakan tempat dimana wisatawan tidak lengkap kalua hanya berkunjung di danau Napabale, pantai ini merupakan destinasi wisata pelengkap dari danau napabale yang mempunyai spot keindahan perbukitan dan memiliki spot pemandangan yang dapat dijadikan potensi tempat berfoto (instagramabel).



Gambar 2. Pantai Maleura

Strategi Penguatan Desa Wisata Pokdarwis (Desa Wisata Pantai Napabale dan Maleura)

Dengan membangun dan mengembangkan forum wisata yang kuat, Desa Wisata Lohia akan diperkuat. Oleh karena itu, dibentuklah Kelompok Sadar Wisata sebagai kepanjangan tangan Dinas Pariwisata, dengan tujuan dan peran menjadi motivator, fasilitator, dan komunikator di kawasan Pantai Napa Bale dan Malera dalam rangka peningkatan pariwisata. Pokdarwis, sebagai wadah yang bertanggung jawab atas kegiatan pariwisata, memberikan bantuan, pelatihan, dan paket wisata kepada masyarakat, serta media massa iklan barang-barang wisata di Desa Wisata Napabale dan Desa Wisata Pantai Maleura.

Karena poli Pokdarwis dapat mengusulkan fasilitas pendukung untuk kepala Dinas Pariwisata, kelompok sadar pariwisata yang meliputi fasilitator dan pelaku promosi pariwisata mengaku sebagai fasilitator. Lima jenis dan jenis taktik pokdarwis dalam penguatan desa wisata (Desa Wisata Pantai Napabale dan Maleura), menggunakan jenis dan jenis seni manajemen inovasi yaitu strategi yang dilakukan dengan menghasilkan program dan menyusun langkah atau tindakan (actions), sehingga non-pemerintah Profil organisasi selalu tampil sebagai pionir reformasi di bidang pemerintahan terutama dalam tugas pokoknya masing-masing.

Fasilitas Outbond

Menurut Kurt Hahn, adalah suatu kegiatan yang berlangsung di alam terbuka (outdoor) dan melibatkan baik permainan solo maupun kelompok dari berbagai permainan simulasi (permainan outbound). Padahal mengisi liburan itu vital, tujuan utama dari acara outbond adalah untuk meningkatkan kerjasama dan kerjasama (team building).

Pendekatan Boquedavis adalah untuk mempromosikan desa wisata, yang melibatkan penyediaan signage, brosur propaganda, peningkatan kapasitas untuk penduduk darat, dan fasilitas lainnya. dalam hubungannya dengan masyarakat. Beberapa contoh saja termasuk tempat wisata, parkir, lampu, toilet, dan homestay.

Pelayanan publik

Jika fasilitas umum seperti penerangan, kamar mandi, tempat parkir, dan homestay tersedia, wisatawan dapat berwisata ke desa wisata Nababale dan Pantai Marula. Menurut pengamatan, strategi penguatan kelompok sadar wisata di Desa Wisata Nababarai dan Desa Wisata Pantai Marula berjalan efektif, hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara dengan berbagai responden yang menyatakan bahwa seni pengelolaan sudah dijalankan dengan baik. Akibat minimnya kerjasama antara Pokdarwis dengan masyarakat, warga di dusun napabale dan desa wisata Pantai Maleura tidak mengetahui adanya kegiatan tersebut. Pengamatan ini didukung oleh penggunaan data mentah dari wawancara.

Bentuk Strategi Penguatan Napabale dan Maleura Sebagai Desa Wisata

Penciptaan dan penyebaran pernyataan misi biasanya merupakan tugas pertama dalam manajemen strategis. Kegiatan ini menguraikan kerangka dasar organisasi dan mendefinisikan ruang lingkup kegiatan yang direncanakan organisasi untuk dilakukan. Setelah itu, organisasi yang bersangkutan akan melakukan pemindaian lingkungan untuk memastikan sesuai dengan pernyataan misi yang telah dibuat. Taktik Pokdarwis dalam penguatan Desa Wisata Napabale dan Desa Wisata Pantai Maleura, dilaksanakan melalui strategi geng sadar wisata dalam penguatan desa

wisata di Napabale dan Desa Wisata Pantai Maleura yaitu membantu pengelola napabale dan Desa Wisata Pantai Maleura yaitu melalui promosi pariwisata, media publikasi, dan sumber daya manusia, Memotivasi masyarakat (perempuan PKK, rombongan wisata, dan karang taruna), serta pelatihan buat pengelola desa wisata.

Salah satu strategi yang diterapkan dalam penguatan desa wisata napabale dan desa wisata pantai maleura adalah salah satu dari lima jenis dan jenis strategi yaitu dengan menggunakan jenis dan jenis strategi berdasarkan teori Andrew dan Chandler strategi inovasi yang dilakukan dengan membentuk program dan menyusun langkah atau tindakan, agar organisasi nonprofil selalu tampil sebagai pionir reformasi di bidang pemerintahan, khususnya di bidangnya masing-masing (Wijaya et al., 2016).

Warga perlu memahami seni pengelolaan Pokdarwis untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang posisi, peran, dan posisinya dalam konteks pengembangan wisata di daerahnya. Meningkatkan kapabilitas dan keterlibatan aktif Pokdarwis dalam pengembangan pariwisata daerah, khususnya dalam hal kesadaran pariwisata dan Sapta Pesona.

Training Komunikasi Pariwisata

Pelatihan komunikasi wisata untuk mengembangkan model komunikasi pariwisata untuk pengembangan Desa Wisata. Ibu Hastuti, S.Sos., M.I.Kom, merupakan salah satu narasumber pada Pelatihan Pemasaran Desa Komunikasi dan Pariwisata (Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UM Buton). Karena komunikasi pariwisata merupakan komponen kunci dalam pengembangan kota wisata,). Pelatihan ini sangat penting karena komunikasi pariwisata merupakan komponen penting dalam pengembangan kota wisata. Integrasi berbagai disiplin ilmu dalam kajian komunikasi dan pariwisata telah menghasilkan komunikasi pariwisata.

Studi komunikasi pariwisata secara biologis terkait dengan studi pariwisata dan komunikasi. Teori komunikasi persuasif, komunikasi massa, komunikasi relasional, dan keramaian adalah semua bidang di mana komunikasi memiliki peran. Sementara pariwisata berkontribusi pada bidang pemasaran wisata, tujuan pariwisata, aksesibilitas ke tujuan, sumber daya manusia, dan lembaga pariwisata, itu juga berkontribusi pada bidang pemasaran pariwisata. Manusia dan lingkungan alam tidak dapat dipisahkan dalam konteks komunikasi. Manusia, sebagai makhluk, sering berperilaku positif dalam interaksi mereka dengan lingkungan, terutama dalam kondisi ekstrim.

Dalam komunikasi pariwisata, sikap positif terhadap alam yang diungkapkan oleh manusia dianggap sebagai sikap yang didasarkan pada kearifan masyarakat lokal (kelelahan lingkungan) yang sudah ada dalam kehidupan masyarakat sehari-hari (termasuk budaya dan selamat tinggal cara tradisional). Dalam penciptaan komunikasi pariwisata yang efektif, diterapkan perilaku positif dan nilai-nilai kearifan lokal. Komunikasi pariwisata memerlukan kombinasi teknik komunikasi relasional dan komunikasi massa.

Untuk memahami tamu dari ras lain dan negara asing yang memiliki kualitas dan sikap yang tidak sesuai, komunikasi relasional diperlukan, seperti layanan terbaik untuk melihat perbedaan ini. Sementara komunikasi massa jelas penting dalam pariwisata, hal itu didasarkan pada tuntutan mendasar desa wisata dalam hal promosi dan kolaborasi dengan media, karena yang terakhir adalah kekuatan pendorong di balik pemekaran desa wisata. Diperlukan untuk menjalin komunikasi

pemasaran pariwisata sementara untuk menghasilkan, menyampaikan, meluncurkan, dan menyampaikan produk pariwisata, serta mengelola koneksi dengan wisatawan untuk mempromosikan pariwisata dan semua pemangku kepentingannya.

Pelatihan komunikasi pariwisata akan membantu pengelola desa wisata dalam menangkap saluran komunikasi yang efisien untuk pertumbuhan desa wisata, terutama dalam hal komunikasi pelayanan prima saat melayani tamu di desa wisata.

Pengelola Desa Wisata Mendapatkan Pelatihan Komunikasi Efektif

Pelatihan komunikasi efektif bagi pengelola desa wisata juga menghadirkan narasumber Harry Fajar Maulana, S.Sos., M.I.Kom



Gambar 3. Pelatihan Komunikasi pariwisata

Beberapa hal yang harus dipahami oleh pengelola desa wisata oleh kelompok sadar wisata, Yaitu:

1. Pengelola desa wisata akan berbicara dengan berbagai kalangan, termasuk masyarakat, pengunjung lokal, turis asing, dan lain-lain, dengan menggunakan struktur paket desa wisata.
2. pesan (pesan): informasi yang disampaikan kepada penerima oleh pengirim. Pesan adalah kumpulan simbol, ekspresi, dan isyarat nonverbal yang menyampaikan pikiran, tindakan, dan cita-cita komunikator. Pesan terdiri dari tiga bagian: 1) artinya, 2) simbol yang digunakan untuk mengirimkan makna, dan 3) bentuk atau organisasi pesan. Pesan harus diproses, dan pengelola desa wisata, dalam contoh ini, harus fasih berbahasa.
3. Saluran (saluran): Saluran adalah alat atau kendaraan untuk mengirimkan pesan kepada penerima atau saluran melalui telepon, online, media publik, dan cara lain.

4. Individu yang mendapatkan komunikasi adalah kolektor (penerima). Tujuan / sasaran (tujuan), komunikasi (berkomunikasi), decoder (decoder) atau audiens (kerumunan), pendengar (audiens), atau penerjemah adalah semua istilah yang digunakan untuk menggambarkan penerima (mediator).
5. Hambatan (barriers) : suatu variabel yang membatasi signifikansi pesan yang dikirimkan kepada penerima oleh komunikator. Pembatasan dapat dikenakan oleh pesan, saluran, dan pendengar. Contohnya adalah istilah dengan ambiguitas. Kesenjangan persepsi, masalah emosional, kurangnya mendengarkan, perbedaan latar belakang, dan variabel lainnya adalah kesulitan komunikasi yang umum.
6. Umpan balik, reaksi, dan balasan pendengar terhadap komunikasi komunikator
7. Keadaan (situasi): Salah satu hal terpenting yang perlu dipikirkan ketika menulis pesan adalah bagaimana pengirim dan penerima pesan berinteraksi satu sama lain.

Kesimpulan

Penggunaan strategi Inovasi untuk membuat program dan mengatur cara atau tindakan, sehingga kelompok sadar wisata tampil sebagai pionir dalam pembaruan sektor pariwisata di desa wisata, merupakan salah satu dari lima jenis strategi kelompok sadar wisata dalam memperkuat desa wisata lohia (Pantai Napabale dan Maleura), karena di desa wisata tersebut terdapat dua desa yang menjadi bala bantuan untuk memajukan desa wisata tersebut.

Hal ini didukung dengan temuan observasi terhadap strategi kelompok sadar wisata dalam penguatan desa wisata napabale dan desa wisata pantai maleura, serta temuan wawancara dengan beberapa informan yang menyatakan bahwa strategi tersebut telah dilaksanakan dengan baik, namun terdapat masih terdapat kendala yaitu kurangnya koordinasi dalam pelaksanaannya. antara Pokdarwis dengan masyarakat, sehingga masih ada individu yang tidak mengetahui kegiatan yang terjadi di Desa Wisata Pantai Napabale dan Maleura.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Muhammadiyah Buton atas sponsor dalam bentuk panyandang dana pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.tak lupa pula ucapan terimakasih kepada desa Kepala desa Lohia telah banya membantu dalam proses kegiatan pengabdian Masyarakat yang dilakukan selama ini oleh tim Pengabdian.

Referensi

- Andrianti, N., & Lailam, T. (2019). Pengembangan Desa Wisata Melalui Penguatan Strategi Komunikasi Pariwisata. *Prosiding Seminar Pengabdian Masyarakat (SENADIMAS II)*.
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2), 129–139. <https://doi.org/10.22146/kawistara.3976>

- Hariyanto, O. I. B. (2017). Membangun Karakter Sadar Wisata Masyarakat di Destinasi Melalui Kearifan Lokal Sunda. *Jurnal Pariwisata*, 4(1), 32–39.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp/article/view/1830>
- Kusworo, H. A., & Damanik, J. (2002). Pengembangan SDM Pariwisata Daerah: Agenda Kebijakan Untuk Pembuat Kebijakan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(1). <https://jurnal.ugm.ac.id/jsp/article/view/11096>
- Megantari, K. (2018). Model City Branding Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Lokal Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*.
<https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/784>
- Murdiyanto, E. (2011). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Karanggeneng, Purwobinangun, Pakem, Sleman. *Sepa*, 7(2), 91–101.
- Nastain, M. (2019). Budaya Wisata dalam Era Media Digital. In F. G. Sukmono, F. Junaedi, & E. Rasyid (Ed.), *Komunikasi dan Multikulturalisme di Era Disrupsi: Tantangan dan Peluang*, (p. 237). Buku Literasi Yogyakarta.
<https://ik.umy.ac.id/wp-content/uploads/2019/02/materi-jcc.pdf>
- Purwanti, I. (2019). Strategi Kelompok Sadar Wisata dalam Penguatan Desa Wisata. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(3), 101–107.
<https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1792>
- Wijaya, S. A., Zulkarnain, Z. & Sopingi, S. (2016). Proses Belajar Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dalam Pengembangan Kampoeng Ekowisata. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 11(2), 88–96.