

Strategi Digitalisasi dan Revitalisasi Wisata Gerojokan Tanjungsari terhadap Peningkatan Kunjungan dan Ekonomi Lokal

Nadia Marcellina^{*1}, Yulyanti Fahrana², Indriani³, Yoane Perlita⁴, Vita⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura, Indonesia

e-mail: ^{*1}b1021231087@student.untan.ac.id, ²yulyanti.fahrana@ekonomi.untan.ac.id

³b1024231034@student.untan.ac.id, ⁴b1024231036@student.untan.ac.id,

⁵b1024231023@student.untan.ac.id

Abstrak

Desa Tanjungsari merupakan desa yang mempunyai banyak potensi, mulai dari potensi perkebunan, pertanian hingga pariwisata. Destinasi wisata alam "Gerojokan" merupakan area rekreasi keluarga yang dikenal karena keindahan alamnya yang sejuk dan aliran sungai yang bersih. Meskipun memiliki potensi besar, promosi dan infrastruktur dasar yang kurang memadai menjadi kendala. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa pengelolaan wisata masih bersifat tradisional, dan belum memiliki sistem dokumentasi pemasaran yang terstruktur. Dari sisi sosial, masyarakat memiliki semangat kolaboratif yang tinggi, namun masih membutuhkan pendampingan dalam perencanaan program berbasis data dan kebutuhan lokal. Adapun metode yang digunakan meliputi 1) Metode Participatory Rural Appraisal (PRA) melibatkan survei dan observasi kondisi eksisting serta koordinasi dengan perangkat desa 2) Metode Community Development (CD) melibatkan pendampingan berkelanjutan terhadap program yang telah berjalan dalam mengoptimalkan visibilitas destinasi dan perbaikan fasilitas fisik. Hasil implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan keberlanjutan kolaborasi antara pemerintah desa, pemuda, dan pengelola wisata menjadi kunci agar hasil kegiatan KKM tidak berhenti pada saat pelaksanaan, tetapi terus berkembang menjadi gerakan bersama menuju desa wisata yang mandiri dan berdaya saing yang akhirnya berdampak positif pada peningkatan pendapatan masyarakat serta pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Tanjungsari.

Kata kunci: KKM-PKM, Desa Wisata, Promosi, Media Sosial, Ekonomi lokal

1. PENDAHULUAN

Wisata desa atau wisata pedesaan merupakan sebuah produk wisata yang saat ini mulai diminati oleh para wisatawan baik domestik maupun internasional [1]. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran dan kontribusi penting terhadap peningkatan perekonomian masyarakat lokal, terutama wilayah yang memiliki potensi wisata alam [2]. Pariwisata memiliki potensi yang besar dalam merangsang pertumbuhan ekonomi yang meluas [3]. Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki berbagai destinasi wisata yang dapat dikembangkan secara optimal untuk menarik kunjungan wisatawan. Namun, masih banyak destinasi wisata yang belum dikelola secara profesional sehingga kunjungan wisatawan cenderung rendah dan belum memberikan dampak yang nyata dan signifikan terhadap ekonomi masyarakat di sekitar. Salah satu destinasi yang menghadapi permasalahan ini adalah wisata alam Gerojokan Desa Tanjung Sari, destinasi ini memiliki potensi alam yang menarik tetapi

belum sepenuhnya dikelola dan dimanfaatkan dengan baik. Wisata alam gerojokan merupakan destinasi wisata alam berupa sungai yang mengalir dari poring.

Wisata alam Gerojokan Desa Tanjung Sari memiliki berbagai kendala yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa Wisata Alam ini masih keterbatasan dalam kegiatan promosi melalui media sosial, beberapa fasilitas pemandu jalan yang belum memadai, fasilitas pemberitahuan atau peringatan, dan fasilitas kebersihan. Oleh karena itu, Tim KKM-PKM 43 Prodi Manajemen FEB UNTAN memfokuskan pada digitalisasi pemasaran wisata dan revitalisasi lingkungan wisata.

Pembahasan ini berdampak pada rendahnya kunjungan wisatawan, yang pada akhirnya mempengaruhi pendapatan masyarakat dan potensi peningkatan ekonomi lokal. Padahal pemanfaatan media social berbasis internet lebih fleksibel dan menguntungkan, sebab penggunaan media seperti ini dirasa lebih mudah, memiliki jangkauan yang lebih luas, dan hemat biaya dalam mengkomunikasikan pariwisata, hal inilah yang membuat media sosial semakin diminati untuk sarana komunikasi dan promosi [4].

Daya saing pada sektor pariwisata semakin meningkat dengan dukungan dari dukungan industri digital [5]. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi desa mampu meningkatkan daya saing destinasi serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Penelitian Mumtaz, 2021 menjelaskan bahwa digitalisasi berbasis *website* dan media sosial sangat mempermudah wisatawan untuk mendapatkan informasi destinasi serta meningkatkan minat kunjungan [6]. Saat ini generasi muda, cenderung mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan [7] [8]. Menekankan pentingnya pelatihan kapasitas sumber daya manusia desa wisata melalui penguatan pokdarwis untuk mendukung branding destinasi dan keberlanjutan program. Penelitian tersebut membuktikan bahwa pendekatan teknologi harus diiringi dengan pemberdayaan masyarakat lokal agar dampak ekonomi dapat dirasakan secara luas. Hal ini cukup relevan diterapkan di wisata alam Gerojokan Tanjung Sari yang masih minim pemanfaatan teknologi digital dalam media promosinya sedangkan media sosial harus memiliki peran penting dalam menjaga keberlangsungan hidup, dan kemampuan Desa Wisata untuk menarik wisatawan dalam jumlah besar [9].

Revitalisasi fisik kawasan wisata juga terbukti cukup efektif dalam meningkatkan citra destinasi dan kenyamanan wisatawan. Studi yang dilakukan oleh [10] di Desa Sigapiton memperluas bahwa revitalisasi sarana prasarana, serta pengembangan UMKM berbasis digital meningkatkan kunjungan pendapat masyarakat setempat. Pengalaman dari destinasi lain ini menunjukkan bahwa revitalisasi tidak hanya berfokus pada infrastruktur tetapi juga mempertimbangkan keberlanjutan lingkungan dan pemberdayaan komunitas lokal.

Dalam kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) ini, tim pelaksana bekerja sama dengan pemerintah desa sebagai mitra utama untuk mengembangkan ekowisata di Desa Tanjung Sari. Pendampingan dilakukan secara menyeluruh mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Pada tahap perencanaan, tim membantu mitra dalam memetakan potensi wisata dan menyusun strategi pengembangannya. Pada tahap pelaksanaan, karang taruna turut berperan aktif dalam membantu kegiatan lapangan, seperti mendukung implementasi revitalisasi kawasan wisata melalui keterlibatan langsung pada kegiatan instalasi palang penunjuk arah, pemasangan papan informasi wisata, serta penempatan fasilitas kebersihan berupa tong sampah di area strategis. Selanjutnya, pada tahap evaluasi, dilakukan pendampingan bersama mitra untuk menilai hasil kegiatan dan menyusun rencana keberlanjutan agar masyarakat mampu mengelola ekowisata secara mandiri.

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini tentunya untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan pendapatan masyarakat sekitar melalui pengembangan Wisata Alam Gerojokan Desa Tanjung Sari yang lebih terkelola, estetis dan dikenal masyarakat luas. Program ini bertujuan untuk menyediakan fasilitas yang mendukung kenyamanan wisatawan, dan memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi yang efektif. Dengan demikian, pengabdian ini diharapkan dapat menjadi contoh sukses dari pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas yang berkelanjutan di Kalimantan Barat. Maka daripada itu perlu adanya upaya pemerintah untuk mensosialisasikan pentingnya pelestarian alam sebagai alat utama ekowisata dan pelatihan khusus untuk menarik minat pemuda sekitar tempat wisata dalam

memasarkan jasa. Dengan memanfaatkan pengalaman keberhasilan dari penelitian terdahulu di desa wisata lain, pendekatan ini akan disesuaikan karakteristik lokal Gerojokan Tanjung Sari. Dengan demikian pengabdian ini memiliki kebaruan baik dari sisi lokasi maupun pendekatan terpadu yang ditawarkan.

2. METODE

Metode pemberdayaan berbasis teknologi juga menjadi salah satu pendekatan yang terbukti efektif dalam mendukung usaha mikro di daerah pedesaan [11]. Kegiatan ini dilaksanakan di kawasan wisata alam Gerojokan, yang terletak di desa Tanjungsari, Kecamatan Nanga Pinoh, Kabupaten Melawi. Pelaksanaan pengabdian ini telah berlangsung dari tanggal 7 Juli 2025 hingga 31 Juli 2025. Implementasi strategi digitalisasi dan revitalisasi akan dilaksanakan melalui pendekatan gabungan metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA) dan *Community Development* (CD). Tahap awal, yaitu persiapan dan PRA, akan berfokus pada pengumpulan data komprehensif. Proses pengambilan keputusan dilakukan dengan melibatkan mitra, yakni Kepala Desa, Karang Taruna, serta Pengelola Wisata Alam Gerojokan guna mengidentifikasi kebutuhan serta aspirasi mereka. Melalui metode ini, program kerja yang dirancang akan terlaksana dengan lebih efisien dan kelompok KKM dapat benar-benar menjawab kebutuhan lokal.

Setelah data terkumpul, proses akan dilanjutkan pada tahap perencanaan dan CD. Pada fase ini, akan disusun rencana aksi bersama yang menguraikan prioritas program revitalisasi fisik dan digitalisasi. Pembagian peran akan ditetapkan secara jelas: tim kami akan bertanggung jawab atas desain dan produksi plang, *banner* serta membuat akun media sosial sekaligus membuat konten-konten kreatif dan menarik tentang keindahan wisata alam Gerojokan. Upaya ini dilakukan guna meningkatkan daya tarik wisata dan memperluas jangkauan informasi kepada kalangan wisatawan dari dalam dan luar kota, sementara pengelola gerojokan dan karang taruna akan berkolaborasi aktif dalam penentuan titik penempatan dan membantu proses instalasi, didukung penuh oleh pemerintahan desa. Selain itu, pengembangan kapasitas komunitas akan menjadi prioritas melalui pelatihan dasar pemasaran digital dan penyuluhan sadar wisata. Peran kelompok KKM dalam mengelola media sosial dan penyediaan fasilitas wisata menjadi salah satu bentuk kontribusi nyata dalam mendukung perkembangan wisata yang berbasis partisipasi dan berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Persiapan

Hasil persiapan adalah kondisi yang tercapai setelah melakukan serangkaian langkah atau sebuah proses awal yang krusial dalam merencanakan susunan kegiatan agar berjalan efektif, efisien, dan memberikan dampak positif sesuai tujuan yang diharapkan. Adapula hasil pada tahap persiapan sebagai berikut:

1. Hasil Identifikasi masalah dan kebutuhan pada Wisata Alam Gerojokan, Desa Tanjung Sari, Kabupaten Melawi

Sebelum melaksanakan kegiatan pemberdayaan, Tim KKM-PKM 43 Prodi Manajemen FEB UNTAN melakukan survei awal pada tanggal 24 Juni 2025 untuk mengidentifikasi permasalahan dan potensi yang dimiliki oleh Desa Tanjung Sari, terutama pada Wisata Alam Gerojokan. Pada proses identifikasi ini kami telah melakukan observasi lingkungan dan situasi potensi alam pada Wisata Alam

Gerojokan. Selain itu, identifikasi juga dilakukan melalui wawancara bersama Kepala Desa Tanjung Sari dan pengelola Wisata.

2. Hasil Koordinasi bersama Pihak Desa Tanjung Sari, Pengelola Wisata Alam Gerojokan dan Karang Taruna Desa Tanjung Sari

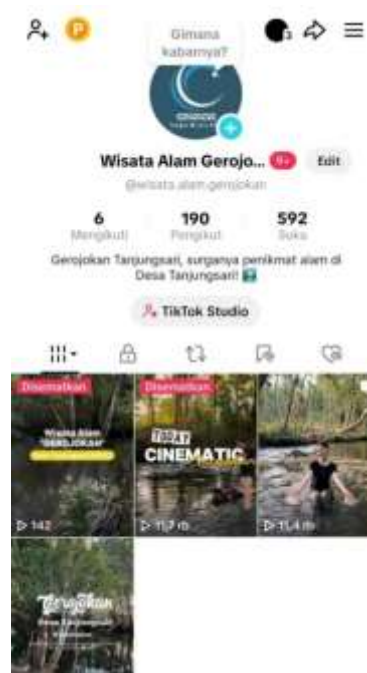
Hasil koordinasi bersama beberapa mitra yang bersangkutan menunjukkan hasil bahwa, pengabdian akan dilaksanakan mulai dari tanggal 7 Juli 2025 hingga 31 Juli 2025. Selama kegiatan pengabdian Tim KKM-PKM 43 akan membantu dan mendampingi Desa dalam pembuatan akun media sosial berupa Tiktok dan Instagram serta beberapa konten promosi baik *reels* maupun *carousel*. Selain itu, Tim KKM-PKM 43 akan melakukan revitalisasi beberapa fasilitas untuk menunjang kenyamanan dan kepuasan wisatawan dibantu dengan Karang Taruna dan Pengelola Wisata tersebut.

B. Hasil Pelaksanaan

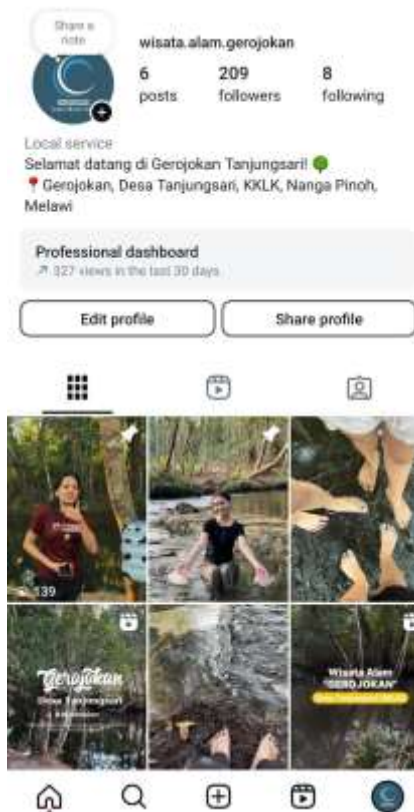
Hasil pelaksanaan adalah wujud nyata dari pengalaman lapangan dan hasil dari program yang dirancang untuk membantu mengatasi masalah spesifik yang dihadapi Masyarakat agar terciptanya sinergi positif. Ada pula hasil dari pelaksanaan program sebagai berikut:

1. Pembuatan Media Sosial sebagai media promosi digital Wisata Alam Gerojokan

Tim KKM-PKM 43 Prodi Manajemen FEB UNTAN telah melaksanakan kegiatan pengabdian berupa pembuatan media sosial. Media sosial yang dibuat berupa satu akun TikTok dengan username @wisata.alam.gerojokan, akun Instagram dengan username @wisata.alam.gerojokan dan akun youtube @GerojokanKklk. Pada masing-masing akun media sosial tersebut telah memposting beberapa video dan foto yang digunakan sebagai media promosi wisata. Tujuan dari pembuatan media sosial ini adalah menyebarluaskan informasi mengenai potensi dan keindahan alam yang dimiliki Desa Tanjung Sari pada Wisata Alam Gerojokan. Dengan informasi yang disampaikan melalui media sosial ini diharapkan dapat meningkatkan minat dan jumlah wisatawan di Wisata Alam Gerojokan agar meningkatkan perekonomian desa melalui pariwisata, UMKM, dan pertanian yang berada di sekitaran.



Gambar 1. Akun Tiktok Wisata Alam Gerojokan



Gambar 2. Akun Instagram Wisata Alam Gerojokan



Gambar 3. Akun Youtube Wisata Alam Gerojokan

2. Revitalisasi Lingkungan Wisata Alam Gerojokan

Tim KKM-PKM 43 Prodi Manajemen FEB UNTAN bersama Karang Taruna dan Pengelola Wisata telah bekerja sama dalam mengadakan beberapa fasilitas yang dibutuhkan untuk menunjang keindahan, keamanan, dan kebersihan Wisata Alam Gerojokan. Kegiatan pertama yang dilaksanakan yaitu membuat papan penunjuk arah dan pemberitahuan jarak Wisata Alam yang di letakkan di sisi jalan menuju wisata. Kegiatan ini dilakukan karena minimnya petunjuk arah menuju wisata alam yang membuat wisata alam ini jarang diketahui oleh masyarakat luas. Penyediaan papan petunjuk arah ini bertujuan untuk memberikan informasi dan memudahkan wisatawan dalam menemukan lokasi wisata.



Gambar 3. Pembuatan papan petunjuk arah dan plang



Gambar 4. Pemasangan papan petunjuk arah untuk Wisata Alam Gerojokan

Kegiatan kedua yang dilakukan yaitu, memasang spanduk pada pintu masuk wisata untuk menunjukkan lokasi Wisata Alam Gerojokan. Sebelumnya, wisata alam ini tidak memiliki spanduk atau informasi apapun yang dapat dilihat oleh wisatawan. Pintu masuk wisata alam ini sebelumnya hanya dijaga oleh warga sekitar yang menjadi pengelola wisata. Tujuan dari adanya spanduk ini ialah memberikan informasi mengenai lokasi, nama, hingga gambaran alam yang ada di dalam wisata untuk menarik minat wisatawan. Pembuatan dan pemasangan spanduk ini disambut dengan antusias dan dibantu oleh Karang Taruna dan Pengelola Wisata.



Gambar 5. Pemasangan spanduk wisata alam Gerojokan

Pada kegiatan ketiga, Tim KKM-PKM 43 Prodi Manajemen FEB UNTAN bersama pihak bersama pihak bersangkutan membuat dan meletakkan tong sampah hasil daur ulang galon dan cat ember bekas yang dikreasikan. Sebelumnya, wisata alam ini masih terbatas dalam penyediaan fasilitas kebersihan seperti tong sampah. Tong sampah yang dijumpai hanya disediakan di area dekat kantin sehingga terlihat beberapa titik yang jauh dari kantin terdapat sampah yang berserakan dan mengganggu kenyamanan. Dengan adanya penyediaan tong sampah ini, dapat meningkatkan kebersihan dan kenyamanan pengunjung saat berwisata dan menjaga kelestarian lingkungan serta air pada wisata alam ini.



Gambar 6. Pembuatan Tong Sampah Hasil Daur Ulang



Gambar 7. Penempatan tong sampah daur ulang pada beberapa titik

Kegiatan keempat, kami melakukan pemasangan papan peringatan di sekitar wisata. Pada kegiatan ini di fokuskan pada tiga peringatan yaitu peringatan untuk tidak membuang sampah secara sembarangan, peringatan untuk berhati-hati saat berada di air karena terdapat

banyak batu yang licin, dan peringatan untuk menjaga anak-anak kecil yang ikut saat berwisata. Pemasangan ini dilakukan karena berdasarkan hasil observasi dan wawancara didapati bahwa masih kurangnya kesadaran dalam menjaga lingkungan dari wisatawan, kekhawatiran kecelakaan akibat area licin, dan sering didapati anak-anak kecil bermain tanpa pengawasan ketat dari orang tua. Selain itu, didapati informasi juga bahwa wisata alam ini belum memiliki asuransi untuk para pengunjung sehingga dengan adanya himbauan ini dapat memberikan kesadaran lebih terhadap pengunjung untuk saling menjaga keselamatan dan kebersihan.



Gambar 8. Pemasangan Papan Peringatan pada Wisata Alam Gerojokan

C. Hasil Monitoring dan Evaluasi

Berdasarkan monitoring dan evaluasi yang dilakukan selama periode 7 Juli – 31 Juli 2025. Implementasi strategi digitalisasi dan revitalisasi destinasi wisata Gerojokan Tanjungsari dapat dilihat dalam aspek yang berhasil sebagai berikut:

Infrastruktur Fisik	Media sosial <i>marketing</i>	Partisipasi Masyarakat
- Semua instalasi fisik berhasil dipasang tepat waktu. - Kualitas material sesuai standar dan tahan cuaca. - Respon positif dari Masyarakat dan wisatawan. - Peningkatan kemudahan dalam mencari jalan akses menuju lokasi wisata. <i>Maintance plan</i> sudah diserahkan kepada pengelola.	- Target <i>follower</i> tiga akun media sosial, Tiktok, Instagram, Youtube mencapai angka 100 <i>followers</i>. - Pengelola lokal sudah dilatih <i>basic content creation</i>. - Jadwal <i>posting</i> sudah dibuat untuk 3 bulan kedepan.	- Peningkatan kesadaran potensi ekonomi lokal. - Terbentuknya kelompok pengelola wisata lokal. - Pemerintah desa mendukung program.

Tabel 1. Aspek keberhasilan

Meskipun menunjukkan hasil yang sangat memuaskan, terdapat beberapa tantangan yang teridentifikasi selama proses monitoring, antara lain keterbatasan internet di beberapa area,

kebutuhan peningkatan kapasitas SDM lokal dalam pengelolaan digital, fluktuasi cuaca yang mempengaruhi kunjungan serta budget untuk beberapa program tambahan tidak mencukupi. Proses monitoring yang dilakukan berupa pembuatan konten pada media sosial Instagram, TikTok, dan Youtube. Selain itu, ada juga monitoring terkait ketergunaan fasilitas yang diberikan saat revitalisasi fisik.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Tim KKM-PKM 43 prodi Manajemen FEB UNTAN di Wisata Alam Gerojokan, Desa Tanjung Sari menunjukkan bahwa integritas antara digitalisasi promosi dan revitalisasi fisik kawasan wisata mampu memberikan dampak yang positif terhadap visibilitas dan daya tarik pada destinasi wisata. Melalui pendekatan partisipatif dan berbasis komunitas (PRA dan *Comunity Development*), program ini berhasil mengidentifikasi kebutuhan lokal serta melibatkan berbagai pihak seperti pemerintah desa, karang taruna, dan pengelola wisata dalam proses pelaksanaan. Hasil utama dari kegiatan mencakup:

1. Pembuatan akun media sosial TikTok dan Instagram sebagai media promosi
 2. Pemasangan papan penunjuk arah dan spanduk untuk mempercepat aksesibilitas
 3. Penyediaan tempat sampah hasil daur ulang untuk mendukung kebersihan lingkungan
 4. Pemasaran papan peringatan untuk meningkatkan kesadaran pada keselamatan pengunjung.
- Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat oleh Tim KKM-PKM 43 Prodi Manajemen FEB UNTAN di Wisata Alam Gerojokan, Desa Tanjung Sari menunjukkan hasil yang signifikan terhadap peningkatan kualitas destinasi wisata dan keterlibatan masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan adanya kenaikan jumlah wisatawan setelah promosi digital dilakukan, serta peningkatan partisipasi masyarakat lokal dalam kegiatan pengelolaan dan pemeliharaan kawasan wisata. Terbentuknya kelompok pengelola wisata desa dan peningkatan kemampuan masyarakat dalam pengelolaan media sosial menjadi indikator keberhasilan yang nyata dari program ini. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil menumbuhkan kesadaran kolektif dan kemandirian komunitas dalam mengelola potensi lokal secara berkelanjutan, serta menjadi contoh penerapan strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat dan teknologi digital di tingkat desa. Semua hal ini berkontribusi pada peningkatan estetika, kenyamanan, dan daya tarik destinasi wisata. Dengan keterlibatan aktif masyarakat dan dukungan dari digital, kegiatan ini diharapkan menjadi model pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas yang berkelanjutan serta mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan jumlah pengunjung dan partisipasi UMKM di sekitar kawasan wisata.

5. SARAN

1. Pengembangan Infrastruktur Digital: Mengatasi keterbatasan internet di beberapa area wisata "Gerojokan" perlu menjadi prioritas. Ini dapat dilakukan melalui kerja sama dengan penyedia layanan internet untuk memperluas jangkauan atau mempertimbangkan solusi teknologi alternatif yang sesuai dengan kondisi lokal.
2. Peningkatan Kapasitas SDM Lokal Berkelanjutan: Meskipun telah dilakukan pelatihan dasar, perlu ada program pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas SDM lokal dalam pengelolaan media digital, pembuatan konten yang lebih variatif dan menarik, serta analisis data untuk strategi pemasaran yang lebih efektif.
3. Optimalisasi Anggaran dan Pencarian Dana Tambahan: Perlu dilakukan optimalisasi anggaran yang ada dan mencari sumber pendanaan tambahan (misalnya melalui kemitraan dengan sektor swasta, pengajuan proposal hibah, atau pengembangan

program berbayar di wisata) untuk mendukung program-program tambahan dan keberlanjutan revitalisasi.

4. Pengembangan Produk dan Layanan Tambahan: Selain promosi dan fasilitas dasar, perlu dipertimbangkan pengembangan produk atau layanan wisata tambahan yang dapat menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan pendapatan, seperti paket kuliner lokal, atau aktivitas petualangan.
5. Kerja Sama dan Monitoring: Dampak Ekonomi diperlukan kerja sama berkelanjutan dengan Dinas Pariwisata dan pihak akademisi untuk melakukan monitoring dan evaluasi dampak ekonomi secara periodik, sehingga perkembangan destinasi dapat terukur dan strategi perkembangannya dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan tren wisata terkini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat, khususnya kepada Pak Epiyanto, S.Pd. selaku Kepala Desa Tanjungsari dan Pak Ahmad Yusuf selaku Ketua Karang Taruna Desa Tanjungsari atas partisipasi aktifnya dan atas dukungannya. Semoga hasil pengabdian ini dapat memberikan inspirasi dan kontribusi positif dalam upaya meningkatkan kesejahteraan Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Abidin, R. Fedrina, and R. Agustin, "Penguatan Kelembagaan Desa Wisata melalui Promosi Digital Marketing di Desa Cisaat, Kecamatan Ciater, Kabupaten Subang," *J. Abdimas Pariwisata*, vol. 3, no. 1, pp. 1–10, Jan. 2022, doi: 10.36276/jap.v3i1.292.
- [2] Y. H. Meliala, M. Saifulloh, and E. K. Wiyati, "AKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN KAWASAN PARIWISATA DANAU TOBA," *J. Pustaka Komun.*, vol. 6, no. 1, pp. 18–30, Mar. 2023, doi: 10.32509/pustakom.v6i1.2293.
- [3] S. M. R. Nani, A. Lagalo, and D. Talib, "PENGEMBANGAN SUNGAI BOTU KAPALI SEBAGAI DAYA TARIK WISATA ALAM DI KABUPATEN GORONTALO," *Tulisan Ilm. Pariwisata TULIP*, vol. 7, no. 2, p. 122, Dec. 2024, doi: 10.31314/tulip.7.2.122-134.2024.
- [4] M. F. Hasa, R. Soekarta, T. H. I. Alam, R. D. P. Rawi, M. R. Setyawan, and S. N. Kayatun, "Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Wadah Promosi Wisata Kebun Buah Naga Di Raja Ampat," *J. Pengabd. Dharma Laksana*, vol. 4, no. 2, p. 277, Jan. 2022, doi: 10.32493/j.pdl.v4i2.18246.
- [5] T. Ahdiati, M. Soebiantoro, and S. Kusumanegara, "[No title found]," *J. Ilm. Pariwisata*, vol. 27, no. 2, p. 214, Jul. 2022, doi: 10.30647/jip.v27i2.1619.
- [6] A. Mumtaz and M. Karmilah, "Digitalisasi Wisata di Desa Wisata," 2021.
- [7] N. Arifin, M. Imron, and F. Rohman, "Revitalisasi Desa Wisata Plajan Pakis Aji melalui Peningkatan Capacity Building dan Pengembangan Kerjasama," *Indones. J. Community Serv.*, vol. 7, no. 1, p. 26, May 2025, doi: 10.30659/ijocs.7.1.26-35.
- [8] I. G. D. Sadu, K. R. Tan, N. P. Setiawan, and E. Hendriana, "Effect of Social Media Marketing on Visit Intention and Willingness to Pay Premium Price for Ecotourism," *J. Manag. Econ. Financ.*, vol. 2, no. 4, pp. 140–145, Jul. 2024, doi: 10.46799/jmef.v2i4.45.
- [9] I. D. J. Korenguru, M. Bunga, Y. F. Riwu, and P. Y. Amtiran, "ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI EKOWISATA DAERAH PESISIR DAN PEGUNUNGAN MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH (STUDI KASUS PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KOTA KUPANG)," *GLORY J. Ekon. Dan Ilmu Sos.*, vol. 6, no. 1, pp. 287–299, Mar. 2025, doi: 10.70581/glory.v6i1.18274.

- [10] E. D. M. Siringoringo and M. Yunus, “Analisis Revitalisasi Desa Wisata dengan Mengoptimalkan Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Berbasis Digital Pada Desa Sigapiton,” *Owner*, vol. 6, no. 4, pp. 3751–3760, Oct. 2022, doi: 10.33395/owner.v6i4.1135.
- [11] M. Wahyudi, “Pemberdayaan Masyarakat Dengan Pendekatan Ekowisata untuk Menanggulangi Kemiskinan Ekstrem di Kabupaten Magelang Jawa Tengah,” vol. 8, no. 1, 2025.