

Pelatihan Promosi Digital Potensi Pariwisata Untuk Meningkatkan Keterampilan Masyarakat dalam Mengelola Wisata di Kelurahan Kalaodi

Fahrizal M Thaib¹⁾; Rahmi Haris²⁾; Siti Hajar Ismail³⁾; Irfan A Gani⁴⁾; Desi Arisanti Tanjung⁵⁾; Zulaikha Rumaisha Alwi⁶⁾

^{1,2,3,4,5}Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nuku, Tidore Kepulauan, 97812, Indonesia.

⁶Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nuku, Tidore Kepulauan, 97812, Indonesia.

e-mail: fahrizalmthaib@gmail.com¹⁾, Swastamita67@gmail.com²⁾, sitihajarismail66@gmail.com³⁾, irfanarahman42@gmail.com⁴⁾, desiarisanti06@gmail.com⁵⁾, zulaikharumaisha05@gmail.com⁶⁾

ABSTRAK

Pengembangan pariwisata berkelanjutan mengharuskan setiap pengelola memiliki keterampilan dan kepiawaian menggunakan media digital untuk mempromosikan Lokasi wisata. Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di Kelurahan Kalaodi, Kecamatan Tidore Timur, Kota Tidore Kepulauan sebagai upaya strategis untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengenali, mengelola, dan mempromosikan potensi wisata lokal secara kreatif dan berkelanjutan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu pendekatan partisipatif melalui edukasi langsung, Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi lapangan, wawancara, dan diskusi langsung dengan peserta kegiatan. Evaluasi pada kegiatan dilakukan dengan menguji kemampuan masyarakat dalam penggunaan digital untuk promosi wisata lokal. penyusunan strategi promosi digital wisata lokal, serta pelatihan teknis dalam pembuatan konten promosi wisata. Kelurahan Kalaodi memiliki kekayaan sumber daya alam, budaya, serta sumber daya manusia yang besar, seperti wisata alam berupa air terjun dan ekowisata, ritual budaya paca goya, kerajinan tradisional, serta nilai kebersamaan masyarakat yang kuat. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat, khususnya pelaku UMKM, pemuda, dan warga setempat dalam menyusun strategi promosi yang lebih efektif. Selain meningkatkan kemampuan teknis, pelatihan ini juga menumbuhkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pariwisata berbasis komunitas (community-based tourism), di mana masyarakat menjadi aktor utama dalam menjaga keberlanjutan wisata serta memperoleh manfaat ekonomi secara langsung. Dengan meningkatnya keterampilan promosi, diharapkan Kelurahan Kalaodi mampu berkembang menjadi destinasi wisata unggulan yang tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga memperkuat kesejahteraan masyarakat melalui pengelolaan potensi lokal secara kreatif dan berkelanjutan.

Kata kunci : Pariwisata; Promosi; Digital; Kalaodi; Kota Tidore Kepulauan.

ABSTRACT

The development of sustainable tourism requires every tourism manager to possess adequate skills and proficiency in utilizing digital media to promote tourist destinations. This community service activity conducted in Kalaodi Subdistrict, East Tidore, Tidore Islands City, represents a strategic effort to enhance the capacity of local communities in identifying, managing, and creatively as well as sustainably promoting local tourism potential. The method applied in this activity was a participatory approach through direct educational engagement. Data collection techniques included field observations, interviews, and direct discussions with activity participants. The evaluation process was carried out by assessing the community's ability to utilize digital tools for local tourism promotion. The activity also involved the formulation of digital promotion strategies for local tourism, as well as technical training in the development of tourism promotional content. Kalaodi Subdistrict possesses significant natural,

cultural, and human resource potential, including natural attractions such as waterfalls and ecotourism sites, cultural rituals such as Paca Goya, traditional handicrafts, and strong social cohesion within the community. The results of the activity indicate an improvement in community understanding and skills, particularly among micro, small, and medium enterprise (MSME) actors, youth groups, and local residents, in designing more effective promotional strategies. In addition to enhancing technical competencies, the training also fostered community awareness regarding the importance of community-based tourism, in which local residents play a central role in maintaining tourism sustainability while directly gaining economic benefits. With improved promotional skills, Kalaodi Subdistrict is expected to develop into a leading tourism destination that not only attracts visitors but also strengthens community welfare through the creative and sustainable management of local potential.

Keywords: *Tourism; Promotion; Digital; Kalaodi; Tidore Kepulauan.*

Copyright (c) 2026 Fahrizal M Thaib; Rahmi Haris; Siti Hajar Ismail; Irfan A Gani; Desi Arisanti Tanjung; Zulaikha Rumaisha Alwi.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Kota Tidore Kepulauan merupakan salah satu daerah otonom di Provinsi Maluku Utara yang dalam pelaksanaan pembangunan daerahnya bertumpu pada optimalisasi potensi sumber daya unggulan yang dimiliki. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan pembangunan yang komprehensif guna mengelola dan mengembangkan potensi sumber daya alam maupun ekonomi secara berkelanjutan, termasuk pada wilayah-wilayah strategis seperti Kelurahan Kalaodi.

Kelurahan Kalaodi terletak di Kecamatan Tidore Timur, Kota Tidore Kepulauan, dengan luas wilayah lebih dari 2.000 hektar berdasarkan hasil pemetaan warga bersama WALHI Maluku Utara pada tahun 2014. Secara geografis, wilayah ini berada di daerah perbukitan dan pegunungan dengan ketinggian sekitar 900 mdpl. Jumlah penduduknya sebanyak 471 jiwa, dengan mayoritas mata pencaharian sebagai petani yang mengandalkan komoditas seperti cengkeh, pala, durian, serta tanaman pangan lokal lainnya. Selain potensi agraris, Kelurahan Kalaodi juga memiliki potensi wisata yang cukup besar, meliputi keindahan alam pegunungan, kearifan lokal dan adat istiadat yang masih terjaga, kerajinan tangan, kuliner khas, serta kekayaan hasil alam. Namun demikian, aktivitas pariwisata di wilayah ini masih tergolong minim, terutama disebabkan oleh kurang optimalnya kegiatan promosi destinasi wisata.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengelolaan objek dan daya tarik wisata serta berbagai usaha yang mendukung penyelenggaraannya. Dalam konteks ini, promosi menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan pariwisata. Wibowo dan Belia (2023) menjelaskan bahwa promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, serta membujuk target pasar. Lebih lanjut, promosi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai upaya membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen

(Parawita et al., 2025; Purnomo, 2025; Riptiono, 2025; Syafira & Rohman, 2024; Tjahyadi, 2006).

Kegiatan promosi pariwisata secara umum dilakukan melalui berbagai media dan strategi, seperti pemasangan iklan di media cetak maupun elektronik, publikasi bahan pemasaran seperti brosur, katalog, dan video promosi (Ariani Simabur, 2024; Istiqlal et al., 2024; Melati et al., 2021; Sangadji, 2021; Wisnujati et al., 2024). Selain itu, promosi juga dapat dilakukan melalui partisipasi dalam berbagai kegiatan seperti pameran, seminar, travel mart, serta pertukaran budaya baik di tingkat nasional maupun internasional (Endah, 2020).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, media sosial kini menjadi instrumen utama dalam promosi pariwisata. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, luas, dan interaktif melalui konten visual serta testimoni pengguna (Yanti et al., 2024). Dewi et al. (2023) menekankan bahwa keberhasilan promosi digital sangat ditentukan oleh kualitas konten, konsistensi identitas digital, serta responsivitas dalam berkomunikasi dengan audiens. Selain itu, keputusan wisatawan dalam memilih destinasi sangat dipengaruhi oleh ulasan pengguna dan kredibilitas informasi yang tersedia secara daring (Indah et al., 2019). Fenomena meningkatnya literasi digital pada generasi milenial semakin memperkuat urgensi penerapan strategi digital marketing dalam sektor pariwisata (Wilhelmina & Mistriani, 2025).

Potensi lokal desa atau kelurahan pada dasarnya merupakan daya, kekuatan, dan kemampuan yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Wulandari & Isyandi, 2022). Potensi tersebut dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu potensi fisik yang meliputi sumber daya alam seperti tanah, air, iklim, dan lingkungan geografis, serta potensi nonfisik yang mencakup aspek sosial seperti kelembagaan, pendidikan, organisasi masyarakat, dan kualitas sumber daya manusia (Abdurokhan & Pd, 2014; Lailiyah, 2024; Soleh, 2017; Tomisa & Oktayani, 2024).

Dalam pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal, masyarakat memiliki peran yang sangat strategis. Wibowo dan Belia (2023) menyatakan bahwa masyarakat lokal merupakan aktor utama dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan dan harus memperoleh manfaat langsung dari aktivitas tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Wulandari dan Isyandi (2022) yang menegaskan bahwa partisipasi aktif masyarakat mampu meningkatkan keberhasilan pengembangan ekonomi berbasis pariwisata. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa optimalisasi potensi wisata di Kelurahan Kalaodi memerlukan intervensi strategis berupa peningkatan kapasitas masyarakat, khususnya dalam aspek promosi digital. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan promosi digital menjadi penting untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengelola dan memasarkan potensi wisata secara efektif dan berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan, yaitu pada tanggal 12 Agustus hingga 18 September 2025, bertempat di Kelurahan Kalaodi, Kecamatan Tidore Timur, Kota Tidore Kepulauan. Kegiatan ini dilaksanakan oleh kelompok mahasiswa Praktik Kerja Lapangan (PKL) dengan melibatkan satu orang narasumber yang memiliki kompetensi di bidang promosi digital. Peserta kegiatan terdiri atas masyarakat umum, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta pemuda pelajar di Kelurahan Kalaodi yang menjadi sasaran utama dalam upaya peningkatan kapasitas pengelolaan dan promosi pariwisata lokal.

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif, yang menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa program yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan dan potensi lokal yang dimiliki masyarakat. Adapun tahapan kegiatan pengabdian ini meliputi beberapa langkah sebagai berikut:

1. Tahap Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara langsung dengan masyarakat setempat guna mengidentifikasi potensi dan permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan pariwisata. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa Kelurahan Kalaodi memiliki tiga potensi utama yang mendukung pengembangan pariwisata, yaitu potensi alam, potensi budaya, dan potensi sumber daya manusia. Ketiga potensi tersebut memiliki keterkaitan yang kuat dan berpeluang besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan. Namun demikian, permasalahan utama yang ditemukan adalah belum optimalnya kegiatan promosi, sehingga potensi yang ada belum dikenal secara luas oleh masyarakat.

2. Tahap Perencanaan

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, diketahui bahwa kendala utama dalam pengembangan pariwisata di Kelurahan Kalaodi terletak pada aspek promosi. Keterbatasan tersebut meliputi kurangnya pemahaman mengenai strategi promosi, keterbatasan dalam pemanfaatan media digital, serta rendahnya keterampilan teknis masyarakat dalam menyajikan informasi wisata secara menarik dan kreatif. Oleh karena itu, dirumuskan solusi berupa kegiatan pelatihan promosi digital dengan judul “Pelatihan Promosi Potensi Pariwisata Guna Meningkatkan Kemampuan Masyarakat dalam Mengelola Wisata Secara Kreatif”. Kegiatan ini dirancang sebagai langkah strategis untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mempromosikan potensi wisata lokal secara efektif dan berkelanjutan.

3. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan pelatihan yang bersifat edukatif dan interaktif. Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi, diskusi kelompok, serta praktik langsung. Materi pelatihan difokuskan pada peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam promosi digital, yang mencakup:

- a) pemahaman dasar algoritma media sosial; dan

b) indikator keberhasilan promosi melalui media sosial.

Selain itu, peserta juga diberikan pendampingan dalam menyusun konten promosi wisata yang menarik dan sesuai dengan karakteristik platform digital, seperti TikTok dan Instagram.

4. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan setelah seluruh rangkaian kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan. Evaluasi bertujuan untuk mengukur tingkat pemahaman dan keterampilan peserta serta menilai efektivitas pelaksanaan kegiatan. Evaluasi dilakukan secara kualitatif melalui observasi partisipatif dan umpan balik dari peserta selama kegiatan berlangsung. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman terkait strategi promosi digital serta kemampuan dalam mengelola dan mempromosikan potensi wisata secara kreatif.

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan masyarakat Kelurahan Kalaodi mampu mengoptimalkan pemanfaatan media digital dalam mempromosikan potensi wisata lokal secara berkelanjutan, serta memperluas jangkauan promosi hingga ke tingkat yang lebih luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Kalaodi, Kota Tidore Kepulauan, bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mempromosikan potensi pariwisata secara kreatif dan berbasis digital. Berdasarkan hasil observasi awal, Kelurahan Kalaodi memiliki tiga potensi utama yang mendukung pengembangan sektor pariwisata, yaitu potensi alam, potensi budaya, dan potensi sumber daya manusia. Potensi alam meliputi keindahan wisata air terjun dan ekowisata yang memiliki daya tarik bagi wisatawan berbasis petualangan. Potensi budaya tercermin dalam keberadaan ritual adat *paca goya* serta tradisi gotong royong seperti *bari*, *marong*, dan *galasi*, serta kerajinan tangan berupa *saloi* (anyaman bambu) dan produk berbahan batok kelapa seperti cangkir, teko, dan asbak. Sementara itu, potensi sumber daya manusia ditunjukkan oleh karakter masyarakat yang memiliki semangat kerja tinggi, menjunjung nilai kebersamaan, serta kuat dalam praktik gotong royong, yang menjadi modal penting dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*).

Meskipun memiliki potensi yang signifikan, hasil identifikasi menunjukkan bahwa upaya promosi wisata di Kelurahan Kalaodi masih belum optimal. Keterbatasan dalam pemanfaatan media digital, rendahnya keterampilan dalam pembuatan konten promosi, serta kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran menjadi faktor utama yang menyebabkan potensi wisata belum dikenal secara luas. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan “Pelatihan Promosi Potensi Pariwisata Guna Meningkatkan Kemampuan Masyarakat dalam Mengelola Wisata Secara Kreatif” dilaksanakan sebagai solusi untuk menjawab permasalahan tersebut.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan difokuskan pada satu topik utama, yaitu promosi konten media sosial. Materi disampaikan secara interaktif dan diskursif melalui metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab, sehingga memungkinkan peserta untuk terlibat aktif dalam proses pembelajaran. Materi yang diberikan meliputi pemahaman mengenai algoritma media sosial serta indikator keberhasilan promosi digital. Peserta diberikan pemahaman tentang bagaimana konten dapat menjangkau audiens yang lebih luas melalui optimalisasi algoritma, serta bagaimana mengukur efektivitas promosi melalui indikator seperti *engagement rate*, jangkauan (*reach*), dan interaksi pengguna.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya promosi digital dalam pengembangan pariwisata. Peserta mulai memahami cara menyusun konten yang menarik dan informatif, serta pentingnya konsistensi dalam membangun identitas digital destinasi wisata. Selain itu, peserta juga memperoleh keterampilan dasar dalam memanfaatkan platform media sosial seperti TikTok dan Instagram sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien. Hal ini sejalan dengan kebutuhan masyarakat di era digital, di mana media sosial menjadi salah satu alat utama dalam memperkenalkan destinasi wisata kepada khalayak luas.

Secara substantif, kegiatan pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap kesiapan masyarakat dalam mengelola promosi wisata berbasis digital. Masyarakat tidak hanya memperoleh pengetahuan teoretis, tetapi juga pengalaman praktis dalam merancang strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik potensi lokal. Dengan demikian, pelatihan ini menjadi langkah awal dalam membangun ekosistem promosi wisata yang berkelanjutan di Kelurahan Kalaodi.



Gambar 1. Pembukaan kegiatan “pelatihan Promosi Potensi Pariwisata”



Gambar 2. Pemaparan materi indikator promosi media sosial, oleh narasumber bapak Asrul



Gambar 3. Peserta kegiatan pelatihan

Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini juga menghadapi kendala teknis, yaitu perubahan lokasi akibat kondisi cuaca yang tidak mendukung. Kegiatan yang semula direncanakan dilaksanakan di area terbuka (outdoor) Café Folila harus dipindahkan ke dalam ruangan. Namun demikian, kendala tersebut tidak mengurangi antusiasme peserta dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan hingga selesai.

Dokumentasi kegiatan meliputi: (1) pembukaan kegiatan pelatihan promosi potensi pariwisata, (2) pemaparan materi indikator promosi media sosial oleh narasumber, dan (3) partisipasi aktif peserta selama kegiatan berlangsung. Dokumentasi ini menunjukkan bahwa kegiatan terlaksana dengan baik serta mendapat respons positif dari masyarakat. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam promosi digital pariwisata. Ke depan, diperlukan pendampingan lanjutan agar kemampuan yang telah diperoleh dapat diimplementasikan secara konsisten dan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kunjungan wisata di Kelurahan Kalaodi.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan promosi digital di Kelurahan Kalaodi memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mempromosikan potensi pariwisata lokal. Masyarakat menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya promosi di era digital, khususnya melalui pemanfaatan platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook sebagai sarana efektif dalam memperkenalkan potensi alam, budaya, serta produk lokal. Selain itu, pemahaman mengenai algoritma media sosial dan indikator keberhasilan konten turut meningkatkan kesiapan masyarakat dalam menyusun materi promosi yang lebih menarik, informatif, dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas.

Pada dasarnya, pelatihan ini menjadi langkah strategis dalam memperkuat peran masyarakat sebagai aktor utama dalam pengembangan pariwisata berbasis lokal. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas teknis dalam promosi digital, tetapi juga mendorong tumbuhnya rasa percaya diri, kreativitas, dan inovasi masyarakat dalam mengelola potensi wisata secara berkelanjutan. Selain itu, kesadaran akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan budaya lokal sebagai daya tarik utama wisata juga semakin meningkat. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam memperkuat implementasi konsep pariwisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*) melalui partisipasi aktif warga serta sinergi dengan pemangku kepentingan terkait.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dosen Pembimbing Lapangan atas arahan, bimbingan, serta dukungan yang diberikan selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan, sehingga seluruh rangkaian kegiatan pengabdian dapat berjalan dengan baik.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lurah beserta seluruh staf Kelurahan Kalaodi yang telah memberikan izin, fasilitas, serta dukungan selama kegiatan berlangsung, sehingga program pengabdian dapat terlaksana secara tertib dan lancar.

Apresiasi yang setinggi-tingginya turut penulis sampaikan kepada masyarakat dan pemuda Kelurahan Kalaodi atas partisipasi aktif, kerja sama, serta keterbukaan dalam menerima dan mendukung pelaksanaan kegiatan pelatihan ini.

Secara khusus, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada narasumber, Bapak Asrul Sani, serta pengelola Café Folila atas kontribusi dan dukungan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan, terutama dalam penyediaan materi edukasi dan fasilitas pendukung.

Penulis berharap kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan serta menjadi awal dari kolaborasi yang positif antara perguruan tinggi, pemerintah kelurahan, dan masyarakat dalam pengembangan potensi pariwisata lokal.

REFERENSI

- Abdurokhman, D., & Pd, M. (2014). Pengembangan Potensi Desa. Widyaiswara Pada Kantor Diklat Kabupaten Banyumas.
- Amarta Dwi Wulandari, B Isyandi, H. E. (2022). Analisis Tingkat Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa Di Kabupaten Indragiri Hulu. *Jurnal Niara*, 12(1), 72–87.
- Ariani Simabur, L. (2024). Exploring Local Wisdom-Based Marketing Communication Models in Tomalou Fishermen's Village Festival. *Procuratio: Jurnal Manajemen & Bisnis*, 3(1), 22–29. <https://doi.org/10.62394/projmb.v3i1.90>
- Indah, N., Dewi, K., Siwantara, I. W., Astawa, I. P., & Bagus, I. G. A. (2019). Peranan Sosial Media dalam Menentukan Daerah Tujuan Wisata. *Jurnal Bisnis dan*

- Kewirausahaan, 15(3), 127–136.
- Istiqlal, I., Irsyad, Z., & Iswanto, D. (2024). Utilization of Virtual Reality Technology in Tourism Destination Promotion Strategy to Increase Tourist Attraction. *Aurora: Journal of Emerging Business Paradigms*, 1(2), 75–87. <https://doi.org/10.62394/aurora.v1i2.148>
- Kemala Dewi, I Gusti Kade Heryadi Angligan, (2023). Strategi Meningkatkan Peran Media Sosial dalam Membranding Destinasi Wisata Sebagai Media. *Waisya : Jurnal Ekonomi*, 2(1), 1–11.
- Kiki Endah. (2020). Pemberdayaan Masyarakat: Menggali Potensi Lokal Desa. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 06(1), 135–143.
- Lailiyah, K. (2024). Strategi Pengembangan Potensi Desa dalam Kerangka Otonomi Daerah. *Ristek: Jurnal Riset, Inovasi Dan Teknologi Kabupaten Batang*, 9(1), 24–32.
- Melati, Sari, D. C., Wardhana, A., Darwin, M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., Ridwan, M., Hastutik, S., Poltak, H., & Sangadji, S. S. (2021). *Manajemen Pemasaran. Media Sains Indonesia*.
- Parawita, F., Salas, H. J., & Marini, M. (2025). Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran (Café Maknyus) Dalam Meningkatkan Branding. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 12(1), 341–352.
- Purnomo, E. C. (2025). *Manajemen Promosi Dan Komunikasi Pemasaran. CV. AZKA PUSTAKA*.
- Riptiono, S. (2025). Pemasaran Digital dan Customer Relationship Management: Upaya Meningkatkan Kemampuan UMKM dalam Membangun Relasi Pelanggan. *JCSE: Journal of Community Service and Empowerment*, 6(1), 65–73.
- Sangadji, S. S. (2021). Book Chapter Manajemen Pemasaran. <https://osf.io/preprints/6crjs/>
- Soleh, A. (2017). Strategi pengembangan potensi desa. *Jurnal Sungkai*, 5(1), 32–52.
- Syafira, A., & Rohman, A. (2024). Penerapan strategi promosi media sosial terhadap loyalitas konsumen di Mie Marlina, Banyu Sangkah Tanjung Bumi Bangkalan. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6).
- Tjahyadi, R. A. (2006). Membangun Hubungan Jangka Panjang Pelanggan Melalui Relationship Marketing. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 5(2), 35–45.
- Tomisa, M. E., & Oktayani, D. (2024). Potensi Komoditas sebagai Peningkatan Ekonomi Desa. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1(4), 428–439.
- Wibowo, M. S., & Belia, L. A. (2023). Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 25–32. <https://doi.org/10.46730/jiana.v21i1.8083>
- Wilhelmina, N., & Mistriani, N. (2025). Transformasi Digital Pariwisata: Efektivitas Media Sosial Strategi Promosi Menarik Generasi Milenial ke Grand Maerakaca Semarang. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 19(1), 46–60.

-
- Wisnujati, N. S., Sangadji, S. S., & Handriana, T. (2024). Assessing the Role of Marketing Communication in Shaping Tourist Intentions to Morotai Island. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 19(5), 1845–1854. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.190522>
- Yanti, D., Ramadhan, I., Yunita, D., Lubis, M. R. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Pariwisata di Desa Perkebunan Bukit Lawang. 11(1), 1–13.