

Edukasi Media Sosial dalam Mewujudkan Pariwisata Humanis di Desa Polengan Kecamatan Srumbung Kabupaten Magelang

Rr.Yunita Puspendari^{1*}, Suwandoko², Rizza Arge Winanta³

^{1,2}Jurusan Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tidar, Indonesia

³Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tidar, Indonesia

Email: ¹yunitapuspa@untidar.ac.id, ²suwandoko@untidar.ac.id, ³rizza_arge@untidar.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Data artikel:

Naskah masuk, 25 Oktober 2022

Direvisi, 15 Desember 2022

Diterima, 10 Januari 2023

ABSTRAK

Abstract- *Social media is one of the means to convey electronic information in the form of images, videos, music and so on. Social media that are often found around us are Instagram, WhatsApp, Twitter, and so on. Social media can be an effective and efficient means of delivering electronic information if it is used properly and correctly in accordance with the rules, but if it is used incorrectly or contains negative content, it can cause problems for both the users themselves and other parties involved in it. Community sites such as twitter, whatsapp, telegram, instagram, facebook and so on are created for promotion and increase interest in visiting tourism locations. However, these social media users have very little information about the existence of Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions Jo. Law Number 19 of 2016 concerning Amendments to Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions. The legal basis contains various articles that regulate a person to be wise in using social media in this case the delivery of electronic information. In this case, education is needed related to understanding the laws and regulations governing the delivery of information through social media and providing education on the noble values that exist in society in order to increase the potential of humanist tourism. The stages of educational activities carried out are 1). study of social media and tourism law, 2). village regulation policies on humanist tourism, 3). traditional games in realizing humanist tourism, 4). Humanist creation and use of social media. The existence of social media education activities in realizing humanist tourism has provided a lot of knowledge for the community in the partner environment to maintain and preserve humanist tourism.*

Kata Kunci:

Edukasi
Media Sosial
Pariwisata Humanis

Abstrak- Media sosial merupakan salah satu sarana untuk menyampaikan informasi elektronik baik dalam bentuk gambar, video, musik dan lain sebagainya. Media sosial yang sering ditemui di sekitar kita yaitu, *instagram*, *whatsapp*, *twitter*, dan lain sebagainya. Media sosial bisa menjadi sarana penyampaian informasi elektronik yang efektif dan efisien jika digunakan dengan baik dan benar sesuai dengan aturan, tetapi jika penggunaannya salah ataupun mengandung konten yang negatif, maka bisa menimbulkan masalah baik bagi pengguna sendiri ataupun pihak-pihak lain yang terkait di dalamnya. Situs komunitas seperti *twitter*, *whatsapp*, *telegram*, *instagram*, *facebook* dan lain sebagainya dibuat untuk promosi dan meningkatkan minat untuk berkunjung ke lokasi pariwisata. Dasar hukum Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik *Jo.* Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik tersebut memuat berbagai pasal yang mengatur seseorang untuk bijak dalam menggunakan media sosial dalam hal ini penyampaian informasi elektronik. Dalam hal ini, diperlukan edukasi berkaitan dengan pemahaman peraturan perundangan yang mengatur tentang penyampaian informasi melalui media sosial serta memberikan edukasi nilai-nilai luhur yang ada dalam masyarakat demi meningkatkan potensi pariwisata yang humanis. Tahapan kegiatan edukasi yang dilaksanakan yakni 1). kajian hukum media sosial dan pariwisata, 2). kebijakan peraturan desa tentang pariwisata humanis, 3). permainan tradisional dalam mewujudkan pariwisata humanis, 4). Pembuatan dan penggunaan media sosial yang humanis. Adanya kegiatan edukasi media sosial dalam mewujudkan pariwisata yang humanis ini telah memberikan banyak pengetahuan bagi masyarakat di lingkungan mitra untuk tetap menjaga dan melestarikan pariwisata yang humanis.

Korespondensi:

Rr. Yunita Puspendari, S.H.,M.H.

Jurusan Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tidar
Jl. Kapten Suparman 39 Magelang 56116 Jawa Tengah

1. PENDAHULUAN

Sebuah desa mempunyai berbagai keunikan dan karakteristik serta unik yang bisa membedakan kondisi wilayah satu desa dengan yang lainnya seperti dari sisi politik, ekonomi, sosial serta budaya dan kondisi masyarakat serta lingkungan. Desa Polengan terletak di Kabupaten Magelang yang mempunyai luasasan kurang lebih 4 km², terutama memiliki komoditas hasil pertanian yang baik dan didominasi oleh lahan pertanian [1].

Selain potensi pertanian tadi, juga ditemukan potensi lain di Desa Polengan yaitu mempunyai potensi besar dibidang perikanan air tawar sehingga mempunyai peluang besar dalam meningkatkan perekonomian daerah dengan menggerakkan potensi alam yang ada melalui usaha budidaya ikan [2]. Melihat potensi yang besar yang dimiliki oleh Desa Polengan dari sumber daya alam yang tersedia serta didukung dengan kondisi wilayah yang sejuk dan subur, memungkinkan untuk

pengembangan desa polengan menjadi prospek desa wisata. Desa memiliki potensi yang dapat dikembangkan menjadi desa wisata, yakni potensi alam, potensi sumber daya manusia maupun potensi budaya [3], [4]. Desa wisata dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk integrasi antara atraksi yang menarik wisatawan, serta didukung dengan akomodasi dan fasilitas pendukung pariwisata yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku dimasyarakat, istilah desa wisata dan istilah wisata desa populer dimasyarakat meskipun keduanya nampak sama tapi memiliki pengertian yang berbeda [5]. Pariwisata sebagai penggerak sektor ekonomi dapat menjadi solusi bagi pemerintah dalam meningkatkan pembangunan ekonomi [6]. Mahyudin, dkk., menyatakan pembangunan desa wisata secara berkelanjutan dapat dilaksanakan dengan pengembangan wisata alternatif [7]. Hal ini perlunya peran serta dari pemerintah, masyarakat, dan pihak ketiga baik swasta atau dari dunia pendidikan salah satunya universitas tidak dalam pengembangan wisata di Desa Polengan. Pengembangan desa wisata memiliki tujuan utama untuk membangun masyarakat desa agar memiliki ketahanan budaya dan ekonomi [8]. Dunia pariwisata merupakan bagian yang tak terpisahkan dari pembangunan nasional yang pelaksanaannya harus dilakukan secara terintegrasi, sistematis, terpadu, berkelanjutan serta bertanggung jawab, sehingga pengelolaan dari kepariwisataan perlu dukungan dari pemerintah pusat yang menggandeng pemerintah daerah yang memiliki destinasi-destinasi wisata dan budaya, menurut asas-asas pembagian kewenangan pengelolaan [9]. Perlunya hubungan kerjasama yang saling mengisi satu sama lain dalam pengembangan pariwisata, tentunya juga perlu edukasi dalam memberikan informasi ke masyarakat Desa Polengan, baik secara langsung melalui sosialisasi, ataupun melalui media sosial.

Media sosial merupakan media *online* yang oleh para penggunanya dengan memberikan kontribusi dan memberi *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi [10]. Media sosial tidak hanya sebagai sarana berbagi informasi saja, melainkan juga digunakan sebagai media untuk bisnis bagi penggunanya [11].

Media sosial merupakan daya tarik utama pengguna yang dapat mempengaruhi pola hidup masyarakat. Pengguna media sosial dari seluruh penjuru dunia, baik kalangan tua maupun muda. Berbagai macam media sosial yang muncul dapat berupa akun *instagram*, *twitter*, *facebook* dan media komunikasi dan informasi elektronik lainnya. Media sosial juga bisa digunakan sebagai sarana promosi salah satunya adalah pariwisata. Dalam pengelolaan potensi sumber daya alam yang ada di desa, Undang-Undang (UU) Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang disahkan tanggal 15 Januari 2014 merupakan landasan dan payung hukum dan mengatur hal baru dalam tatanan pemerintahan di Indonesia yang memberikan kewenangan dan kepercayaan lebih besar kepada pemerintahan desa dalam melaksanakan pembangunan [12].

Manusia sebagai pihak yang berperan aktif dan mampu menciptakan berbagai hal, salah satunya yaitu ruang interaksi dan komunikasi dunia maya. Media sosial tersebut dibuat untuk promosi dan meningkatkan minat untuk berkunjung ke lokasi pariwisata. Tak jarang jejaring sosial kerap berpotensi mempengaruhi pola berpikir seseorang dan membentuk kepribadian individu yang akan berpengaruh kepada pengelolaan pariwisata. Namun para pengguna media sosial tersebut sangat minim mendapat informasi mengenai keberadaan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik *Jo*. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang merupakan salah satu produk hukum yang membatasi kebebasan dari para pengguna media sosial agar lebih bijak dalam penggunaannya khususnya pada kalangan pemuda/pemudi dan pengelola wisata.

Media sosial memiliki dampak positif dalam hal menjalin komunikasi sebab tidak dibatasi adanya tempat dan waktu. Namun dilain sisi memiliki dampak negatif yakni adanya penyebaran *hoax* [13]. Maka etika berkomunikasi dalam menggunakan media sosial harus diterapkan sebagai sarana berinteraksi [14].

Berdasarkan hal tersebut, diperlukan edukasi berkaitan dengan pemahaman peraturan perundangan yang mengatur tentang

penyampaian informasi melalui media sosial serta memberikan edukasi nilai-nilai luhur yang ada dalam masyarakat demi meningkatkan potensi pariwisata yang humanis. Sehingga dirasakan penting untuk memberikan edukasi media sosial kepada pemuda/pemudi dan pengelola pariwisata bijak dalam menggunakan media sosial serta edukasi nilai-nilai luhur di masyarakat. Tujuannya untuk mewujudkan desa wisata yang humanis.

Oleh karena itu, kami dengan latar belakang akademisi, merasa perlu ambil bagian dalam menciptakan desa wisata yang humanis dan edukasi kepada warga terkait bijak dalam menggunakan media sosial. Sasaran kami melakukan kegiatan ini adalah pemuda/pemudi serta pengelola wisata yang mempunyai *gadget* dan media sosial sebagai sarana promosi mereka [15]. Perlu kerjasama antara kami selaku pemateri, pemuda/pemudi serta pengelola desa wisata guna mensukseskan program kami ini.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode penelitian yang penulis gunakan untuk kegiatan kemitraan kepada masyarakat adalah dimulai dari tahap sosialisasi hingga pada tahap *monitoring* dan evaluasi. Metode yang digunakan lebih jelas adalah sebagai berikut:

1) Observasi lapangan.

Tim pengabdian melakukan survei lapangan atau menentukan tempat yang akan digunakan melaksanakan program pengabdian.

2) Pemetaan masalah.

Tim melakukan dialog dengan perwakilan perangkat desa, perwakilan beberapa kelompok Pelaku UMKM, Pokdarwis dan tokoh masyarakat untuk melakukan dialog awal sebagai bentuk pemetaan masalah sosial apa saja yang sering terjadi pada Masyarakat Desa Polengan, Kecamatan Srumbung, Kabupaten Magelang.

3) Perencanaan kegiatan.

Tim pengabdian merancang kegiatan pengabdian kepada masyarakat sekaligus mencari materi yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

4) Pelaksanaan kegiatan.

Kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan melalui dialog dua arah dengan teknis pelaksanaannya mengundang

Pemerintah Desa, Kelompok Masyarakat pelaku UMKM dan Pokdarwis, warga masyarakat Desa Polengan, Kecamatan Srumbung, Kabupaten Magelang pada suatu tempat dan memberikan penyuluhan atau sosialisasi pentingnya aturan dan dasar hukum menggunakan media sosial, kebijakan pendukung perdes terkait peran masyarakat dalam mewujudkan pariwisata humanis, penggunaan media sosial dalam mewujudkan pariwisata yang humanis. Sosialisasi rencana program pengabdian dan setelah materi dipresentasikan dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab untuk lebih memperdalam materi. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, tim juga melibatkan mahasiswa dengan tujuan memperlancar kegiatan pengabdian sekaligus memberikan ilmu langsung kepada mahasiswa mengenai edukasi media sosial dalam mewujudkan pariwisata yang humanis.

5) *Monitoring* dan Evaluasi.

Tim pengabdian bersama dengan tim monev (*monitoring* dan evaluasi) dari Universitas akan melakukan *monitoring* sekaligus evaluasi terhadap manfaat dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan kepada masyarakat apakah sudah tepat sasaran atau belum.

6) Pembuatan laporan.

Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat selesai, tim menyusun laporan perihal berjalannya seluruh kegiatan pengabdian dan manfaat yang telah dirasakan oleh masyarakat terhadap kegiatan pengabdian ini. Laporan ini sekaligus sebagai bentuk pertanggung jawaban terhadap dana yang telah dimanfaatkan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yang ditujukan kepada Universitas. Kegiatan pengabdian ini tidak akan dapat berjalan lancar tanpa adanya partisipasi dan kerjasama dengan perwakilan perangkat desa, perwakilan beberapa kelompok Pelaku UMKM, Pokdarwis dan warga masyarakat Desa Polengan, Kecamatan Srumbung, Kabupaten Magelang. Besar harapan kami sebagai tim pengabdian masyarakat agar seluruh warga yang menjadi sasaran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat mendukung dan benar-benar terlibat dalam kegiatan ini sehingga output dari kegiatan ini dapat benar-benar bermanfaat bagi warga.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa wisata menempatkan komunitas atau masyarakat sebagai subjek atau pelaku utama dalam pembangunan kepariwisataan, yang selanjutnya memanfaatkannya bagi kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh [16]. Selanjutnya promosi diperlukan untuk mengkomunikasikan suatu objek wisata untuk menarik wisatawan untuk berkunjung [17].

Pengelolaan pariwisata diperlukannya suatu promosi. Salah satu sarana untuk promosi pariwisata yakni melalui media sosial. Untuk itu pengelola pariwisata dalam promosi lewat media masa harus berlandaskan pada Pasal 3 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi, yang menyatakan pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi. Selanjutnya Pasal 5 huruf b Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang menyatakan menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal.

Berdasarkan hal tersebut, diperlukannya peningkatan edukasi media sosial dalam mewujudkan pariwisata yang humanis yang dilaksanakan oleh tim pengabdian, dengan hasil yang dicapai adalah sebagai berikut:

1) Tim pengabdian telah melakukan edukasi kepada mitra dengan mengundang beberapa perwakilan masyarakat dilingkungan mitra, edukasi terbagi menjadi 4, yakni:

- a. Kajian hukum media sosial dan pariwisata.
Masyarakat di wilayah mitra disosialisasikan mengenai konsep kajian hukum media sosial dan pariwisata. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman bahwa perlunya dalam pengelolaan informasi dan transaksi elektronik sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik *Jo.* Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Serta perlunya pemahaman konsep pariwisata yang punya dasar untuk dikembangkan sesuai dengan potensi dan kemampuan daerah yang sesuai dengan

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.



Gambar 1. Sosialisasi Aturan Desa Wisata

- b. Kebijakan peraturan desa tentang pariwisata humanis.

Masyarakat memiliki peran penting dalam pengembangan desa wisata [6]. Masyarakat di wilayah mitra perlu tahu akan kebutuhan terkait dasar pelaksanaan wisata yang humanis. Terbentuknya kebijakan yang bisa mendukung dasar dalam membangun sistem yang ada di desa, baik sumber daya manusia ataupun sumber daya alam yang ada di wilayah desa untuk mendukung terciptanya wisata yang humanis.



Gambar 2. Sosialisasi Kebijakan Peraturan Pariwisata Humanis

- c. Permainan tradisional dalam mewujudkan pariwisata humanis.

Partisipasi masyarakat diperlukan untuk mengelolala desa wisata yang berbasis kearifan lokal, dengan senantiasa berinovasi dan kreatif dalam mengembangkan desa wisata [18]. Terciptanya pariwisata yang humanis. salah satunya pengenalan pada generasi muda atau anak-anak yang mampu bisa memahami bagaimana dalam belajar tidak hanya menggunakan sistem teknologi yang terbaru tetapi juga bisa menggunakan sistem permainan tradisional. Dalam sistem permainan tradisional yang dapat membantu perwujudan wisata humanis yaitu peningkatan kreatifitas, kekompakan, kerjasama, gotong royong dalam lingkup masyarakat sosial yang lebih luas.



Gambar 3. Edukasi Permainan Tradisional yang Humanis

d. Pembuatan dan penggunaan media sosial yang humanis.

Kegiatan promosi merupakan merupakan usaha untuk menarik daya tarik wisatawan [19]. Masyarakat di wilayah mitra disosialisasikan mengenai pembuatan dan penggunaan media sosial yang tentunya dalam mewujudkan edukasi wisata humanis. Dalam pembuatan dan penggunaan media sosial yang tentunya mendukung dalam sumber daya masyarakat dalam edukasi media sosial dalam mewujudkan pariwisata yang humanis (informasi, promosi, pemasaran, dll).



Gambar 4. Workshop Pemanfaatan dan Pembuatan Media Sosial sebagai Media Promosi pariwisata Humanis

Dampak kegiatan pengabdian masyarakat terhadap mitra kegiatan pengabdian masyarakat, adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat di lingkungan mitra yang mendapatkan sosialisasi atau penyuluhan tersebut secara merata sudah mengetahui tentang nilai-nilai yang terkandung edukasi media sosial dalam mewujudkan pariwisata yang humanis
2. Peningkatan pemahaman nilai-nilai yang terkandung edukasi media sosial dalam mewujudkan pariwisata yang humanis yang dilakukan oleh tim pengabdian berguna bagi kehidupan bermasyarakat.
3. Masyarakat yang mendapatkan sosialisasi tentang peningkatan pemahaman nilai-nilai edukasi media sosial dalam mewujudkan pariwisata yang humanis yang dilakukan oleh tim pengabdian, mengetahui peran serta masyarakat dalam edukasi media sosial dalam mewujudkan pariwisata yang humanis.
4. Setelah pengabdian ini dilaksanakan memunculkan kelompok masyarakat yang mengimplementasikan nilai-nilai dalam edukasi media sosial dalam mewujudkan pariwisata yang humanis.

4. KESIMPULAN

Pengabdian dengan kegiatan peningkatan pemahaman edukasi media sosial dalam mewujudkan pariwisata yang humanis ini telah memberikan banyak pengetahuan bagi masyarakat di lingkungan mitra untuk tetap menjaga dan melestarikan wisata yang humanis. Selain itu kegiatan pengabdian juga memunculkan kelompok masyarakat yang mengimplementasikan nilai-nilai edukasi media sosial sehingga masyarakat lain yang belum mendapatkan sosialisasi dari pengabdian ini juga mendapatkan edukasi dan dapat mengimplementasikan nilai-nilai tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan untuk seluruh pimpinan dan jajaran terkait di Lembaga Penelitian, Pengabdian Masyarakat, dan Penjaminan Mutu Pendidikan (LPPM-PMP) Universitas Tidar yang telah mempercayakn kepada kami untuk pengelolaan dana DIPA pengabdian tahun 2022 untuk kami terapkan dan manfaatkan kepada masyarakat. Selain itu, kami juga sampaikan terima kasih kepada seluruh Perangkat dan jajaran Desa Polengan Kecamatan Srumbung Kabupaten Magelang dan Masyarakat Desa Polengan, khususnya pemuda/pemudi serta pengelola pariwisata atas kesediaan kerja samanya sehingga terlaksananya pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. Supangkat Samidjo, S. Wibowo, and S. Sutrisno, "Pengembangan Desa Wisata Belajar Berbasis Potensi Alam dan Pertanian di Polengan, Srumbung, Magelang," *BERDIKARI J. Inov. dan Penerapan Ipteks*, vol. 4, no. 1, pp. 44–53, 2016, doi: 10.18196/bdr.415.
- [2] H. Lutfiyati and F. Yuliastuti, "Pemberdayaan Karang Taruna Melalui Budidaya Lele Di Desa Polengan Srumbung, Magelang," *Senadimas*, pp. 69–74, 2018.
- [3] L. E. Suranny, "Pengembangan Potensi Desa Wisata Dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Perdesaan Di Kabupaten

Wonogiri," *J. Litbang Sukowati Media Penelit. dan Pengemb.*, vol. 5, no. 1, pp. 49–62, 2020, doi: 10.32630/sukowati.v5i1.212.

- [4] L. P. Wanti *et al.*, "Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Pengembangan Desa Wisata Widarapayung Wetan melalui Pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)," *Din. J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 1, pp. 128–135, 2022, doi: 10.31849/dinamisia.v6i1.8385.
- [5] A. A. I. Eka Krisna Yanti, "Community Based Tourism dalam Menyongsong New Normal Desa Wisata Bali," *J. Komun. Huk.*, vol. 7, no. 1, p. 72, 2021, doi: 10.23887/jkh.v7i1.31458.
- [6] I. Masitah, "Itah Masitah," vol. 6, pp. 45–56, 2019.
- [7] M. Mahyudin, H. Hidayat, A. Midu, and H. Hasriana, "Pariwisata Menjadi Kekuatan Baru Ekonomi di Desa Wawoangi," *Humanism J. Pengabdi. Masy.*, vol. 1, no. 3, pp. 183–189, 2020, doi: 10.30651/hm.v1i3.5633.
- [8] I. N. S. Arida and L. K. Pujani, "Kajian Penyusunan Kriteria-Kriteria Desa Wisata Sebagai Instrumen Dasar Pengembangan Desawisata," *J. Anal. Pariwisata*, vol. 17, no. 1, pp. 1–9, 2017.
- [9] I. Ariesta and I. Widiantara, "Identifikasi Aspek Hukum Dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus Di Kabupaten Badung Bali)," *J. Manaj. Pelayanan ...*, vol. 4, no. 1, pp. 27–32, 2020.
- [10] M. Mulawarman and A. D. Nurfitri, "Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan," *Bul. Psikol.*, vol. 25, no. 1, pp. 36–44, 2017, doi: 10.22146/buletinpsikologi.22759.
- [11] W. Widayati and F. Augustinah, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang," *Dialekt. J. Ekon. dan Ilmu Sos.*, vol. 4, no. 2, pp. 1–20, 2019, doi: 10.36636/dialektika.v4i2.345.
- [12] A. B. Santoso, "Tinjauan Yuridis Peranan BUM Desa Dalam Strategi Pengembangan Desa Wisata," *Amnesti J. Huk.*, 2019.
- [13] S. Eniyati, R. C. NS, E. Zuliarso, and D.

- Wisnarini, “Edukasi Penggunaan Media Sosial Dan Literasi Internet Untuk Memfiltrasi Berita Hoax Dan Fakta,” *J. Pengabd. Masy. Intimas (Jurnal INTIMAS) Inov. Teknol. Inf. Dan Komput. Untuk Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 7–12, 2021, doi: 10.35315/intimas.v1i1.8515.
- [14] S. D. P. R. I. S. RadjaGukguk, “Etika Komunikasi dalam Penggunaan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Media Interaksi,” *Ikon*, vol. XXVI, no. 3, pp. 246–267, 2020.
- [15] Y. Purwati and L. Perdanawanti, “Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Anggota Komunitas Ibu Profesional Banyumas Raya,” vol. 1, no. 1, 2019.
- [16] B. Monograf, *Desa Wisata Berbasis Eko-Humanis. .*
- [17] N. A. Setiawan and F. H. U., “Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong,” *Trikonomika*, vol. 13, no. 2, p. 184, 2014, doi: 10.23969/trikononika.v13i2.613.
- [18] A. E. Trisnawati, H. Wahyono, and C. Wardoyo, “Pengembangan Desa Wisata dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal,” *J. Pendidik. Teor. Penelitian, dan Pengemb.*, vol. 3, no. 1, pp. 29–33, 2018, [Online]. Available: <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/>.
- [19] N. Komariah, E. Saepudin, and P. M. Yusup, “Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal,” *J. Pariwisata Pesona*, vol. 3, no. 2, pp. 158–174, 2018, doi: 10.26905/jpp.v3i2.2340.