



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

E-ISSN:XXXX-XXXX
P-ISSN: XXXX-XXXX
No.1 Vol.1 Mei 2025
<https://ojs.unublitar.ac.id/index.php/israfil>

Accepted: Maret 2025	Revised: April 2025	Published: Mei 2025
-------------------------	------------------------	------------------------

Penguatan Publikasi Wisata Lokal melalui Pendampingan Optimalisasi Media Digital di BUMDes Sri Rejeki Desa Nglurup Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung

Denny Rakhmad Widi Ashari ¹

¹ Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia
Email Korespondensi: drwashari@unublitar.ac.id

Abstract

The development of village tourism potential requires effective and sustainable promotion strategies. This community service program aims to assist BUMDes Sri Rejeki in Nglurup Village, Sendang District, Tulungagung Regency, in optimizing their digital media for local tourism promotion. The approach included initial surveys, content creation training, technical assistance in utilizing digital media, and the formation of a village tourism management working group. The results showed an increase in community capacity to utilize various digital media (websites, social media, communication platforms) for tourism promotion, as well as the formation of an active and optimization working group. This activity highlights the importance of collaboration and local capacity building in establishing a digital-based tourism ecosystem at the village level.

Keywords: Community service, digital media, village tourism, tourism promotion, BUMDes

Abstrak

Pengembangan potensi wisata desa membutuhkan strategi promosi yang efektif dan berkelanjutan. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk

mendampingi BUMDes Sri Rejeki Desa Nglurup Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung dalam mengoptimalkan media digital yang dimiliki untuk publikasi wisata lokal. Pendekatan yang dilakukan meliputi survei awal, pelatihan pembuatan konten, pendampingan teknis penggunaan media digital, hingga optimalisasi kelompok kerja pengelola wisata desa. Hasilnya, terjadi peningkatan kemampuan masyarakat dalam menggunakan berbagai media digital (website, media sosial, platform komunikasi) untuk promosi wisata, serta terbentuknya kelompok kerja yang aktif dan berkelanjutan. Kegiatan ini menunjukkan pentingnya kolaborasi dan penguatan kapasitas lokal dalam membangun ekosistem pariwisata berbasis digital di tingkat desa.

Kata Kunci: Pengabdian masyarakat, media digital, wisata desa, promosi wisata, BUMDes

Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan yang mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat, baik melalui peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, maupun pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Menurut World Tourism Organization (UNWTO), pariwisata berfungsi sebagai instrumen penting dalam upaya pengurangan kemiskinan, penciptaan lapangan kerja, dan mendukung pembangunan berkelanjutan (Jackson, 2025; Medina-Muñoz dkk., 2016). Dengan memanfaatkan potensi alam, budaya, dan kreativitas lokal, sektor ini membuka peluang ekonomi baru, memperluas jaringan produksi komunitas, dan mendorong inovasi berbasis kearifan lokal (Dangi & Jamal, 2016). Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan juga memperkuat identitas budaya lokal, meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya konservasi lingkungan, serta memperkuat daya saing desa wisata sebagai pilar ekonomi berbasis masyarakat (Abreu dkk., 2024; Zapata dkk., 2013). Oleh sebab itu, pemberdayaan sektor pariwisata di tingkat desa bukan hanya langkah strategis untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menjadi sarana penting dalam menjaga warisan budaya dan ekologi bagi generasi mendatang (Ngo & Creutz, 2022; Saayman & Giampiccoli, 2016).

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, media digital telah menjadi elemen krusial dalam strategi promosi pariwisata. Media digital seperti website resmi, media sosial, dan platform berbagi konten mampu memperluas jangkauan promosi ke skala nasional hingga internasional dengan biaya yang relatif efisien. Penggunaan website dan media sosial, seperti Instagram dan Facebook, terbukti efektif dalam memperkenalkan destinasi wisata ke khalayak

yang lebih luas, baik domestik maupun internasional, serta memberikan dampak positif terhadap peningkatan kunjungan wisatawan dan perekonomian lokal (Susanti & Amelia, 2021). Optimalisasi media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media untuk membangun citra (branding) destinasi, mempererat hubungan emosional dengan wisatawan, serta menciptakan pengalaman wisata yang menarik melalui integrasi teknologi seperti augmented reality, virtual reality, dan konten interaktif (Deb dkk., 2024; Feng & Wang, 2020; Khotimah dkk., 2023; Mishra, 2024). Selain itu, strategi digital marketing yang efektif dapat meningkatkan engagement, memperkuat kolaborasi antara pelaku pariwisata, pemerintah, dan komunitas lokal, serta memberdayakan masyarakat dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (Deb dkk., 2024; Haedar, 2023; Susanti & Amelia, 2021). Oleh karena itu, kemampuan dalam mengelola media digital secara efektif menjadi kebutuhan utama dalam pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas, termasuk dalam konteks desa wisata, agar mampu bersaing dan beradaptasi dengan perubahan perilaku wisatawan di era digital (Deb dkk., 2024; Kumar & Barua, 2024; Susanti & Amelia, 2021).

Desa Nglurup, yang terletak di Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung, merupakan salah satu desa dengan potensi wisata yang cukup besar. Destinasi wisata seperti Bumi Perkemahan & Jurang Senggani, Kedung Minten, dan Embung Pandan Wangi menawarkan daya tarik alam dan budaya yang khas. Bumi Perkemahan & Jurang Senggani menawarkan pengalaman berkemah di tengah alam dengan pemandangan jurang yang indah. Kedung Minten dikenal dengan keindahan alamnya yang masih asri, lengkap dengan sungai dan pepohonan rindang, serta fasilitas kafe tepi sungai (Khoirunissa & Sari, 2023). Sementara itu, Embung Pandan Wangi merupakan air terjun tersembunyi yang menawarkan suasana tenang dan alami. Namun demikian, potensi besar ini belum dimanfaatkan secara optimal akibat keterbatasan dalam hal publikasi dan promosi berbasis digital. Minimnya keterampilan teknis dalam penggunaan media digital serta kurangnya kesadaran akan pentingnya promosi yang efektif menjadi kendala utama yang menghambat perkembangan sektor pariwisata desa (Fasya dkk., 2023; Suyatno & Hastuti, 2022).

Guna menjawab tantangan tersebut, diperlukan langkah strategis melalui program pendampingan yang terstruktur dan berkelanjutan. Upaya ini meliputi pelatihan keterampilan pembuatan konten digital, optimalisasi penggunaan media digital yang sudah dimiliki oleh masing-masing obyek wisata, pendampingan langsung dalam pengelolaan platform digital seperti website dan media sosial, serta pembentukan kelompok kerja pengelola wisata desa.

Program ini dirancang tidak hanya untuk mengatasi permasalahan teknis, tetapi juga untuk membangun pola pikir kreatif, meningkatkan literasi digital, dan mendorong pemberdayaan masyarakat desa secara mandiri dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan menjadi langkah awal dalam membangun ekosistem promosi wisata digital di Desa Nglurup. Untuk mencapai hasil yang maksimal dan berkelanjutan, perlu adanya penelitian lebih lanjut dan program pengabdian lanjutan di masa depan. Melalui kolaborasi berbagai pihak, inovasi yang berkelanjutan, serta peningkatan kapasitas masyarakat secara terus menerus, diharapkan potensi wisata Desa Nglurup dapat berkembang optimal, memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya yang lebih luas bagi masyarakat setempat.

Metode

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Nglurup, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung. Fokus utama kegiatan ini adalah pendampingan optimalisasi media digital untuk mempromosikan tiga destinasi wisata favorit, yaitu Bumi Perkemahan & Jurang Senggani, Kedung Minten, dan Embung Pandan Wangi. Seluruh tahapan kegiatan dirancang secara partisipatif dan kolaboratif, dengan melibatkan pengurus BUMDes Sri Rejeki, pengelola wisata, serta masyarakat lokal sebagai subjek utama penguatan kapasitas.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi beberapa tahapan terstruktur sebagai berikut:

1. **Survei Awal:** Pada tahap awal, dilakukan identifikasi potensi wisata serta permasalahan dalam publikasi dan promosi yang dihadapi oleh masing-masing obyek wisata. Survei dilakukan melalui observasi langsung ke lokasi, dokumentasi lapangan, serta diskusi dan wawancara mendalam dengan stakeholder terkait, termasuk pengelola wisata dan perangkat desa. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai kondisi eksisting, kendala, serta peluang yang dapat dikembangkan melalui optimalisasi media digital.
2. **Pelatihan:** Berdasarkan hasil identifikasi, dilaksanakan pelatihan intensif mengenai teknik pembuatan konten digital dan manajemen media digital untuk masing-masing obyek wisata. Materi pelatihan meliputi teknik fotografi dan videografi destinasi wisata, penulisan

narasi promosi yang menarik, optimalisasi penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta pengelolaan Google Maps untuk memperkuat eksistensi obyek wisata secara daring. Selain itu, diberikan juga pelatihan pembuatan sistem rating instan melalui Google Review agar mempermudah pengunjung dalam memberikan penilaian terhadap destinasi yang dikunjungi. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknis masyarakat dalam menghasilkan konten yang kreatif, menarik, konsisten, serta meningkatkan visibilitas digital destinasi wisata di berbagai platform.

3. **Pendampingan Langsung:** Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan intensif terhadap pengelola setiap obyek wisata dalam implementasi hasil pelatihan. Kegiatan ini mencakup asistensi pembuatan dan pengunggahan konten digital secara rutin, monitoring performa media digital, serta pemberian umpan balik untuk perbaikan berkelanjutan. Pendampingan ini juga memastikan bahwa setiap obyek wisata mampu mengelola media digital secara mandiri dan profesional.
4. **Sosialisasi:** Sebagai bagian dari upaya membangun kesadaran kolektif, dilaksanakan sosialisasi kepada masyarakat umum tentang pentingnya peran media digital dalam mendukung promosi wisata desa. Sosialisasi ini dilakukan melalui pertemuan desa dan forum komunitas untuk mendorong keterlibatan aktif seluruh elemen masyarakat dalam menjaga, mempromosikan, dan mengembangkan destinasi wisata lokal.
5. **Optimalisasi Kelompok Kerja:** Karena tim pengelola wisata di Desa Nglurup sudah terbentuk sebelumnya, maka langkah yang diambil adalah optimalisasi kelompok kerja tersebut. Tim yang terdiri dari pengelola Bumi Perkemahan & Jurang Senggani, Kedung Minten, dan Embung Pandan Wangi dioptimalkan melalui pembagian tugas lebih jelas, pelatihan lanjutan, serta penguatan peran dalam manajemen media digital. Optimalisasi ini bertujuan untuk memperkuat keberlanjutan program pendampingan agar promosi wisata dapat terus berjalan secara efektif dan independen.

Obyek wisata utama yang menjadi fokus dalam kegiatan ini adalah Bumi Perkemahan dan Jurang Senggani dengan keindahan alamnya yang memesona, Kedung Minten yang menawarkan suasana sungai alami dan fasilitas wisata alam, serta Embung Pandan Wangi yang menampilkan keindahan air terjun tersembunyi dengan suasana menenangkan.

Melalui metode-metode tersebut, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Nglurup dalam mengelola media digital untuk promosi wisata secara profesional, kreatif, dan berkelanjutan, sehingga berdampak langsung terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

Hasil dan Pembahasan

Program pendampingan dilaksanakan pada tanggal 6 Februari 2023 di Desa Nglurup, Kecamatan Sendang, Kabupaten Tulungagung. Seluruh rangkaian kegiatan berfokus pada survei potensi wisata, pelatihan pembuatan konten digital, pendampingan penggunaan media digital, sosialisasi pentingnya promosi digital, serta optimalisasi kelompok kerja yang telah terbentuk sebelumnya. Kegiatan ini melibatkan pengurus BUMDes Sri Rejeki, pengelola wisata, serta masyarakat desa sebagai bagian aktif dalam pengembangan potensi wisata.



Foto 1 Bersama dengan Tokoh Masyarakat Desa Nglurup (2023)

Pada tahap awal kegiatan, dilakukan survei dan observasi lapangan untuk mengidentifikasi potensi, kendala, serta peluang pengembangan media digital destinasi wisata. Dalam diskusi awal, Bapak Suji, Kepala Desa Nglurup, menyampaikan, "Potensi wisata kami besar, tapi kami akui kurang bisa mengelola promosi di dunia maya." Hal ini memperlihatkan bahwa permasalahan utama terletak pada minimnya pemanfaatan teknologi informasi,

ISRAFIL: Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol. 1, No. 1, Mei 2025

sehingga upaya intervensi pendampingan menjadi sangat relevan dan penting untuk dilakukan (Suji, komunikasi pribadi, 6 Februari 2023).

Pelatihan teknik pembuatan konten digital yang diselenggarakan mendapat sambutan antusias dari peserta. Materi yang diberikan meliputi teknik penulisan narasi promosi, optimalisasi media sosial Instagram dan Facebook, serta pengelolaan Google Maps dan sistem rating instan melalui Google Review. Bapak Guntoro, Sekretaris Desa, menyatakan, "Pelatihan ini membuka wawasan baru bagi kami tentang pentingnya narasi menarik dan visual yang estetik dalam menarik minat wisatawan." Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan penguatan kapasitas teknis yang berkelanjutan (Guntoro, komunikasi pribadi, 6 Februari 2023).

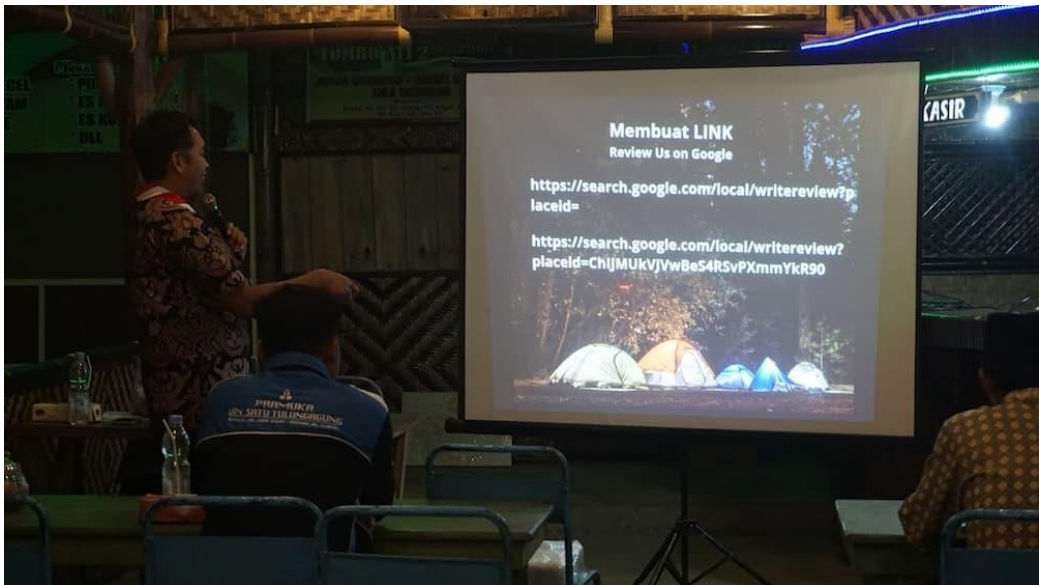


Foto 2 Pendampingan Optimalisasi Media Digital Desa Nglurup (2023)

Dalam sesi pendampingan langsung, para pengelola wisata diajak untuk mempraktikkan pembuatan konten digital secara mandiri. Salah satu pengelola Kedung Minten mampu membuat video pendek promosi yang diunggah di Instagram, memperoleh respons positif dari masyarakat lokal. Menurut Bapak Badi, Ketua Pokdarwis sekaligus Ketua BPD, "Kami merasa lebih percaya diri sekarang untuk mengelola promosi wisata sendiri, apalagi dengan adanya pendampingan teknis seperti ini." Hal ini menjadi indikator bahwa program ini efektif meningkatkan kepercayaan diri dan kompetensi pengelola (Badi, komunikasi pribadi, 6 Februari 2023).

Pada Bumi Perkemahan & Jurang Senggani, terjadi lonjakan interaksi di media sosial sebesar 60% setelah konten promosi yang konsisten diunggah. Konten-konten yang menggambarkan aktivitas berkemah di tengah panorama alam berhasil menarik perhatian pengguna media sosial. Demikian juga, Kedung Minten memanfaatkan keindahan sungai dan fasilitas kafe untuk menarik wisatawan muda, sedangkan Embung Pandan Wangi mulai dikenal lebih luas setelah optimalisasi konten di Google Maps (Badi, komunikasi pribadi, 6 Februari 2023).

Optimalisasi kelompok kerja yang sudah ada menjadi langkah strategis untuk menjaga keberlanjutan program. Bapak Supadi, Ketua BUMDes Sri Rejeki, mengungkapkan, "Sekarang tim kerja lebih kompak, masing-masing sudah tahu tugasnya, baik dalam pembuatan konten maupun dalam promosi." Pembagian peran yang lebih jelas dan rutinitas komunikasi antaranggota memperkuat daya tahan dan konsistensi kerja kelompok dalam mengelola promosi wisata secara digital (Supadi, komunikasi pribadi, 6 Februari 2023).



Foto 3 Pendampingan Optimalisasi Media Digital Desa Nglurup (2023)

Sosialisasi kepada masyarakat umum tentang pentingnya media digital dalam promosi wisata juga membawa dampak positif. Dalam forum diskusi desa, muncul berbagai gagasan kreatif dari masyarakat, seperti pengembangan paket wisata edukatif, kuliner lokal, dan rencana pengembangan homestay sederhana. Partisipasi aktif warga dalam mendukung promosi wisata menjadi

modal sosial penting dalam membangun ekosistem pariwisata berbasis komunitas.

Secara umum, hasil dari program menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam pola pikir dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan media digital. Tidak hanya pengelola wisata, tetapi juga masyarakat umum mulai memahami pentingnya membangun citra positif desa melalui promosi daring. Dampak awal terlihat dari peningkatan jumlah pengunjung dan eksposur destinasi di media sosial dan platform digital.

Namun demikian, tantangan tetap ada, terutama dalam mempertahankan konsistensi produksi konten, monitoring performa media digital, serta pengembangan inovasi promosi yang kreatif. Oleh karena itu, dibutuhkan program pendampingan berkelanjutan dan pelatihan lanjutan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi dan kebutuhan wisatawan.

Dengan melihat potensi yang ada dan semangat masyarakat yang mulai tumbuh, Desa Nglurup memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi desa wisata berbasis digital yang mandiri dan berdaya saing tinggi. Diperlukan



Foto 4 Pendampingan Optimasi Media Digital Desa Nglurup (2023)

kolaborasi yang lebih luas dengan komunitas traveler, media, dan pemerintah daerah agar promosi wisata Desa Nglurup dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan teknis jangka pendek, tetapi juga membuka peluang besar dalam membangun pariwisata desa yang berkelanjutan, inklusif, dan berbasis pemberdayaan masyarakat secara aktif dan inovatif.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan program pengabdian, dapat disimpulkan bahwa pendampingan optimalisasi media digital untuk publikasi wisata lokal di Desa Nglurup membawa dampak positif yang nyata. Kegiatan ini berhasil meningkatkan keterampilan teknis pengelola wisata dalam pembuatan konten digital, penggunaan media sosial, pengelolaan Google Maps, serta membangun kesadaran kolektif tentang pentingnya promosi digital di tingkat masyarakat desa. Peningkatan eksistensi destinasi wisata di platform digital juga berdampak pada meningkatnya minat kunjungan wisatawan lokal.

Keberhasilan program ini tidak terlepas dari partisipasi aktif pengurus BUMDes, Pokdarwis, dan masyarakat Desa Nglurup yang menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Pembentukan dan optimalisasi kelompok kerja pengelola wisata terbukti efektif dalam memperkuat kolaborasi antar pengelola dan menjaga keberlanjutan promosi digital secara mandiri. Selain itu, forum sosialisasi juga berkontribusi dalam menumbuhkan ide-ide kreatif untuk pengembangan wisata berbasis komunitas.

Namun demikian, keberhasilan ini masih memerlukan tindak lanjut yang berkelanjutan. Untuk itu, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut, Pertama, perlu dilakukan pendampingan lanjutan secara periodik untuk memastikan keberlangsungan dan konsistensi pengelolaan media digital. Kedua, perlu adanya pelatihan lanjutan terkait strategi pemasaran digital tingkat lanjut, termasuk pemanfaatan iklan berbayar, analisis data pengunjung, dan storytelling branding destinasi. Ketiga, dibutuhkan pengembangan jejaring promosi melalui kerja sama dengan komunitas traveler, influencer lokal, media massa, serta platform wisata nasional. Keempat, diperlukan dukungan dari pemerintah desa dalam bentuk kebijakan yang mendukung pengembangan desa wisata digital, termasuk penyediaan infrastruktur teknologi seperti jaringan internet yang memadai di area wisata. Kelima, penting untuk mengintegrasikan pengelolaan media digital dengan pengembangan kualitas layanan wisata, seperti perbaikan fasilitas umum, peningkatan kapasitas pelayanan wisatawan, serta pengembangan produk wisata berbasis potensi lokal.

Dengan langkah-langkah ini, diharapkan Desa Nglurup tidak hanya mampu mempertahankan eksistensi digitalnya, tetapi juga berkembang menjadi desa wisata mandiri yang mampu berkontribusi signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, program pengabdian ini diharapkan menjadi fondasi awal dalam membangun ekosistem pariwisata berbasis teknologi digital di Desa Nglurup, serta menjadi model pengembangan desa wisata lainnya di Kabupaten Tulungagung maupun daerah lain di Indonesia.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pemerintah Desa Nglurup, khususnya kepada Bapak Suji selaku Kepala Desa Nglurup, Bapak Guntoro selaku Sekretaris Desa, Bapak Badi selaku Ketua Pokdarwis dan Ketua BPD Desa Nglurup, serta Bapak Supadi selaku Ketua BUMDes Sri Rejeki, atas dukungan penuh dan kerja sama yang luar biasa selama pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh masyarakat Desa Nglurup yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari survei, pelatihan, hingga sosialisasi. Semangat, antusiasme, dan komitmen yang ditunjukkan oleh semua pihak menjadi kunci keberhasilan program ini.

Tak lupa, penulis juga berterima kasih kepada rekan sejawat dan para pimpinan Universitas Nahdlatul Ulama Blitar atas dukungan moral dan fasilitas yang diberikan dalam mewujudkan program pengabdian ini. Semoga sinergi dan kolaborasi yang telah terjalin dapat terus berkembang untuk mendukung kemajuan Desa Nglurup sebagai desa wisata berbasis teknologi digital yang berdaya saing tinggi.

Daftar Pustaka

- Abreu, L. A. de, Walkowski, M. da C., Perinotto, A. R. C., & Fonseca, J. F. da. (2024). Community-based tourism and best practices with the sustainable development goals. *Administrative Sciences*, 14(2), 36.
- Badi. (2023, Februari 6). *Ketua Pokdarwis, Ketua BPD Desa Nglurup* [Komunikasi pribadi].

- Dangi, T. B., & Jamal, T. (2016). An integrated approach to “sustainable community-based tourism.” *Sustainability*, 8(5), 475.
- Deb, S. K., Nafi, S. Md., & Valeri, M. (2024). Promoting tourism business through digital marketing in the new normal era: A sustainable approach. *European Journal of Innovation Management*, 27(3), 775–799. <https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2022-0218>
- Fasya, Z., Yatunnisak, Z., Nikmah, A. F. B. M., & Putri, S. R. (2023). Pendampingan Publikasi Objek Wisata D’Capin Melalui Optimalisasi Media Sosial Desa Nglurup Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(5), 1345–1360.
- Feng, W., & Wang, P. (2020). Research Upon the Relativity Between Digital Media and Tourism. Dalam A. Marcus & E. Rosenzweig (Ed.), *Design, User Experience, and Usability. Case Studies in Public and Personal Interactive Systems* (Vol. 12202, hlm. 594–607). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-49757-6_43
- Guntoro. (2023, Februari 6). *Sekretaris Desa Nglurup* [Komunikasi pribadi].
- Haedar, A. W. (2023). Digital Marketing Strategies in the Public Sector of Tourism: Enhancing Promotion and Engagement in the Tourism Industry. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 13(1), 343. <https://doi.org/10.26858/jiap.v13i1.47689>
- Jackson, L. A. (2025). Community-Based Tourism: A Catalyst for Achieving the United Nations Sustainable Development Goals One and Eight. *Tourism and Hospitality*, 6(1), 29.
- Khoirunissa, S., & Sari, C. M. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Wisata Alam Kedung Minten Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Desa Nglurup. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(5), 910–917.
- Khotimah, K., Fitriyah, L., Yuniarti, R. A., Khowatim, K., & Wahyuningtyas, N. (2023). Promosi Wisata Alam Melalui Pengembangan Virtual Reality Tour Di Wisata Jurang Senggani Kecamatan Sendang. *WIDYA LAKSANA*, 12(2), 348–358.
- Kumar, A., & Barua, Dr. C. S. (2024). Leveraging Digital Innovations in Tourism Marketing: A Study of Destination Promotion Strategies. *ISRAFIL: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 1, No. 1, Mei 2025

- International Journal of Business and Management Research*, 12(1), 08–12. <https://doi.org/10.37391/IJBMR.120102>
- Medina-Muñoz, D. R., Medina-Muñoz, R. D., & Gutiérrez-Pérez, F. J. (2016). A sustainable development approach to assessing the engagement of tourism enterprises in poverty alleviation. *Sustainable Development*, 24(4), 220–236.
- Mishra, G. (2024). Exploring Innovative Social Media Strategies for Tourism Promotion: A Case Study of Rajasthan. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 6(4), 24849. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i04.24849>
- Ngo, T. H., & Creutz, S. (2022). Assessing the sustainability of community-based tourism: A case study in rural areas of Hoi An, Vietnam. *Cogent Social Sciences*, 8(1), 2116812.
- Saayman, M., & Giampiccoli, A. (2016). Community-based and pro-poor tourism: Initial assessment of their relation to community development. *European Journal of Tourism Research*, 12(2), 145–190.
- Suji. (2023, Februari 6). *Kepala Desa Nglurup* [Komunikasi pribadi].
- Supadi. (2023, Februari 6). *Ketua BUMDes Sri Rejeki* [Komunikasi pribadi].
- Susanti, E., & Amelia, D. (2021). *The Digital Promotion Strategy of Tourism Sector Towards Sustainable Tourism Development: 2nd Annual Conference on Social Science and Humanities (ANCOSH 2020)*, Malang, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210413.009>
- Suyatno, R., & Hastuti, M. A. S. W. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (studi Pada Wisata Jurang Senggani (buper) Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Edueco*, 5(2), 133–142.
- Zapata, M. J., Hall, C. M., Lindo, P., & Vanderschaeghe, M. (2013). Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? Lessons from Nicaragua. Dalam *Tourism and the millennium development goals* (hlm. 98–122). Routledge.