

PELATIHAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESA WISATA DI DESA NGARGOREJO, KECAMATAN NGEMPLAK, KABUPATEN BOYOLALI

Setyo Purwanto¹, Diana Sukorina², Aurora Luna Marsela³, Abdullah Zailani⁴
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Surakarta^{1,2,3}
Universitas Tunas Pembangunan⁴

E-mail: setyopurwanto001@gmail.com¹, dianasukorina@gmail.com²,
auroralunamarcela@gmail.com³, zailani.utp@gmail.com⁴

Abstract

This community service program aims to enhance digital literacy among the residents of Ngargorejo Village, Ngemplak Subdistrict, Boyolali Regency, by providing training on social media as a tool for promoting the village's tourism potential. Ngargorejo Village possesses significant tourism potential, including natural beauty, local culture, and distinctive products. However, the community's limited knowledge of social media utilization poses a major challenge in effectively promoting these assets. The training program was designed using a participatory workshop approach, involving ten participants from local tourism managers and small business owners (UMKM). The training materials covered the creation of social media accounts, content development, management strategies, and hands-on practice. Evaluation results indicate a significant improvement in participants' understanding of social media, with the average pre-test score of 49 increasing to 85 in the post-test. Additionally, the quality of participants uploaded content showed notable improvements in terms of visualization, narrative, and consistency. However, challenges remained, including low initial digital literacy, limited internet infrastructure, and inconsistency in content management after the training. To address these issues, the program provided solutions such as individualized mentoring, structured content guidelines, and the establishment of a village social media management team. This program has successfully provided the community with relevant digital skills, enabling them to independently promote their village's potential. Recommendations for program sustainability include advanced training, infrastructure improvements, and local government support for regular content management.

Keywords : Social Media, Promotion, Rural Tourism

PENDAHULUAN

Media sosial kini menjadi alat yang sangat penting dalam berbagai sektor, termasuk pariwisata. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi, membagikan pengalaman, dan mencari referensi. Dalam konteks promosi wisata, media sosial memiliki kekuatan besar untuk menjangkau audiens secara luas, efektif, dan efisien. Desa Ngargorejo, yang terletak di Kelurahan Ngemplak, Kabupaten Boyolali, memiliki potensi besar untuk memanfaatkan media sosial guna mengembangkan dirinya sebagai destinasi wisata unggulan. Artikel ini akan menjelaskan pentingnya media sosial dalam promosi wisata sekaligus menggali potensi yang dimiliki Desa Ngargorejo untuk berkembang sebagai desa wisata.

Media sosial, seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube, telah menjadi alat komunikasi yang sangat efektif untuk mempromosikan destinasi wisata (Popović, 2022). Beberapa alasan pentingnya media sosial dalam promosi wisata adalah sebagai berikut: 1) Media sosial memungkinkan

penyebaran informasi dengan jangkauan global dalam waktu yang singkat. Dengan satu unggahan foto atau video, keindahan alam atau aktivitas wisata di suatu lokasi dapat dilihat oleh ribuan hingga jutaan orang. Kecepatan ini tidak hanya meningkatkan visibilitas suatu destinasi, tetapi juga mampu menarik perhatian wisatawan secara instan (Marković et al., 2022). 2) Promosi melalui media sosial relatif lebih murah dibandingkan metode konvensional seperti iklan di televisi atau media cetak. Banyak *platform* menawarkan fitur promosi gratis, seperti membuat akun dan mengunggah konten, meskipun tersedia juga opsi berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih besar (Mardiansyah dkk., 2024). 3) Platform media sosial dilengkapi fitur segmentasi audiens yang memungkinkan pengelola destinasi wisata mengarahkan promosi kepada target yang spesifik, misalnya berdasarkan usia, minat, lokasi, atau perilaku online. Hal ini membuat strategi promosi lebih efektif karena langsung menyasar calon wisatawan yang relevan (Kapoor, 2022). 3) Wisatawan cenderung mempercayai rekomendasi atau ulasan dari pengguna lain dibandingkan informasi resmi. Konten yang dibuat oleh wisatawan, seperti ulasan, foto, atau video pengalaman mereka, memiliki pengaruh besar dalam menarik wisatawan baru (Marković et al., 2022). Dengan mendorong wisatawan untuk membagikan pengalaman mereka di media sosial, promosi desa wisata dapat berjalan secara organik.

Melalui media sosial, pengelola destinasi wisata dapat berinteraksi langsung dengan calon wisatawan, baik melalui kolom komentar, pesan langsung, maupun sesi tanya jawab. Hal ini membantu memberikan informasi yang lebih personal dan menjalin hubungan baik dengan wisatawan. Media sosial sangat efektif untuk menampilkan visualisasi keindahan alam, budaya, dan aktivitas di destinasi wisata. Foto dan video berkualitas tinggi dapat menjadi daya tarik utama untuk memikat calon wisatawan (Ranjan Tripathi, 2017). Dengan mengikuti tren digital seperti tantangan video atau tagar populer, desa wisata dapat meningkatkan jangkauan promosi. Misalnya, membuat tantangan fotografi atau video pendek tentang aktivitas wisata tertentu dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas. Platform media sosial menyediakan data analitik yang memungkinkan pengelola mengevaluasi efektivitas promosi mereka. Informasi seperti jumlah *likes*, *shares*, dan komentar memberikan gambaran tentang bagaimana konten diterima oleh audiens. Melalui pemanfaatan media sosial, destinasi wisata tidak hanya dapat meningkatkan visibilitasnya, tetapi juga memperkuat interaksi dengan wisatawan dan membangun citra positif.

Desa Ngargorejo memiliki berbagai potensi untuk dikembangkan sebagai desa wisata yang unggul (Sarwoprasodjo dkk., 2023). Berikut adalah aspek-aspek utama yang menjadikan Desa Ngargorejo layak dijadikan destinasi wisata: 1) Keindahan alam yang menakjubkan, Bentangan air di Waduk Cengklik, Desa Ngargorejo menawarkan keindahan sunset yang menarik, menjadi spot foto populer dan suasana yang tenang. Udara segar dan suasana pedesaan yang asri menjadikannya tempat yang ideal bagi wisatawan yang ingin beristirahat dari hiruk-pikuk kota. 2) Kaya akan budaya lokal, Desa Ngargorejo memiliki tradisi dan budaya lokal yang masih terjaga, seperti cerita mitos “tumbal”

atau “pajak” yang dipercaya warga sebagai imbalan atas pengambilan ikan di waduk, pencarian ikan menggunakan *gethek* (perahu kecil) merupakan pemandangan yang tradisional 3) Wisata pemancingan, para wisatawan juga dapat memancing di waduk cengklik dengan menggunakan perahu *gethek* (perahu kecil) atau di tepi waduk. 4) Produk lokal yang unik, Desa Ngargorejo menjual ikan segar hasil penangkapan ikan di Waduk Cengklik, selain itu menghasilkan berbagai produk lokal, seperti makanan olahan yaitu krupuk puli, sale pisang dan hasil kerajinan. Produk-produk ini dapat dijadikan oleh-oleh khas desa wisata, sekaligus mendukung perekonomian lokal. 5) Aksesibilitas yang Mudah. Lokasi Desa Ngargorejo yang tidak jauh dari pusat Kabupaten Boyolali dan destinasi wisata lainnya menjadikannya mudah diakses oleh wisatawan. Lokasi strategis ini memungkinkan desa ini menjadi pilihan destinasi bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.

Menggabungkan kekuatan media sosial dengan potensi Desa Ngargorejo dapat menjadi strategi yang sangat efektif untuk mengembangkan desa ini sebagai destinasi wisata. Promosi melalui konten visual, seperti foto pemandangan alam atau video aktivitas wisata, dapat menarik perhatian calon wisatawan. Selain itu, interaksi langsung dengan pengunjung melalui media sosial dapat membantu membangun hubungan yang kuat dan meningkatkan kepercayaan wisatawan.

Dengan perencanaan yang baik dan dukungan dari masyarakat serta pemerintah, Desa Ngargorejo berpotensi menjadi desa wisata unggulan di wilayah Boyolali. Promosi melalui media sosial tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan, tetapi juga membantu melestarikan budaya lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan pendekatan yang inovatif dan kolaboratif, Desa Ngargorejo dapat menjadi contoh sukses pengembangan desa wisata di era digital.

Di era digital, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi dan promosi yang paling efektif. Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua masyarakat, terutama di daerah pedesaan seperti Desa Ngargorejo, memiliki pengetahuan yang memadai tentang cara memanfaatkan media sosial untuk tujuan yang produktif, seperti promosi wisata. Keterbatasan pengetahuan ini menjadi salah satu hambatan utama dalam mengembangkan potensi desa wisata. Masalah ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti tingkat literasi digital masyarakat, akses terhadap pelatihan teknologi, serta pemahaman terhadap strategi promosi yang sesuai di era digital.

Salah satu penyebab keterbatasan ini adalah rendahnya literasi digital di kalangan masyarakat pedesaan. Media sosial mungkin telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, namun penggunaannya sering kali hanya sebatas konsumsi hiburan atau komunikasi sederhana, seperti berbagi foto atau mengirim pesan. Banyak masyarakat belum memahami potensi besar media sosial sebagai alat untuk memperkenalkan dan mempromosikan keunikan desa mereka kepada audiens yang lebih luas. Sebagai contoh, fitur-fitur yang dirancang untuk promosi, seperti penggunaan tagar (#) yang relevan, fitur analitik, atau iklan berbayar, sering kali belum dimanfaatkan karena kurangnya pemahaman teknis.

Selain itu, kurangnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan menjadi faktor lain yang memperparah keterbatasan ini. Sebagian besar masyarakat pedesaan tidak memiliki kesempatan untuk mengikuti pelatihan yang relevan dengan pemanfaatan teknologi, termasuk media sosial. Keterbatasan ini bukan hanya terkait dengan ketersediaan pelatihan, tetapi juga rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menguasai keterampilan digital. Bagi sebagian masyarakat, penggunaan media sosial mungkin dianggap tidak terlalu relevan dengan kebutuhan sehari-hari mereka, sehingga mereka tidak termotivasi untuk mempelajari lebih lanjut tentang pemanfaatannya.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan kepada masyarakat Desa Ngargorejo tentang pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi potensi wisata desa. Pelatihan ini dirancang untuk meningkatkan literasi digital masyarakat, khususnya dalam mengelola *platform* media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Melalui pelatihan ini, peserta diharapkan mampu membuat konten kreatif dan menarik, memahami strategi pemasaran digital, serta memanfaatkan fitur-fitur media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan demikian, potensi wisata Desa Ngargorejo, seperti keindahan alam, budaya lokal, dan produk unggulan, dapat lebih dikenal dan menarik minat wisatawan, baik lokal maupun internasional. Kegiatan ini juga bertujuan untuk memberdayakan masyarakat desa agar lebih mandiri dalam mengelola promosi wisata, sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan mendukung perekonomian lokal.

METODE PELAKSANAAN

Desain program pelatihan ini menggunakan format lokakarya yang interaktif dengan pendekatan partisipatif. Peserta, yang terdiri dari masyarakat Desa Ngargorejo, akan dilibatkan secara aktif dalam setiap tahap pelatihan, mulai dari diskusi, simulasi, hingga praktik langsung. Materi pelatihan mencakup pengenalan *platform* media sosial, strategi pembuatan konten kreatif, dan pemanfaatan fitur media sosial untuk promosi wisata. Pendekatan partisipatif memungkinkan peserta untuk berbagi pengalaman dan tantangan yang mereka hadapi, sehingga solusi yang dihasilkan lebih relevan dengan kebutuhan lokal. Dengan format ini, pelatihan diharapkan dapat meningkatkan keterampilan digital masyarakat dan mendorong rasa kepemilikan terhadap upaya promosi desa wisata. Langkah-langkah sebagai berikut:

1. Analisis Kebutuhan Masyarakat.

Langkah pertama adalah mengidentifikasi kebutuhan masyarakat Desa Ngargorejo terkait literasi digital dan media sosial. Analisis ini dilakukan melalui survei, wawancara, atau diskusi kelompok terfokus (FGD) untuk memahami tingkat pengetahuan awal dan kebutuhan spesifik mereka dalam promosi wisata.

2. Penyusunan Materi Pelatihan.

Materi pelatihan disusun berdasarkan hasil analisis kebutuhan. Materi meliputi panduan pembuatan akun media sosial, teknik pembuatan konten yang menarik (foto, video, dan narasi), serta strategi pengelolaan akun media sosial untuk promosi yang efektif, termasuk pemanfaatan tagar (#) dan fitur analitik.

3. Pelaksanaan Pelatihan.

Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk lokakarya interaktif. Peserta akan mengikuti sesi teori singkat dan praktik langsung, seperti membuat konten, mengunggahnya di media sosial, dan menggunakan fitur promosi yang tersedia.

4. Evaluasi dan Monitoring Dampak.

Setelah pelaksanaan pelatihan selesai, selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap pemahaman peserta melalui tes singkat atau observasi hasil praktik. *Monitoring* dampak dilakukan secara berkala untuk melihat sejauh mana peningkatan keterampilan peserta memengaruhi promosi wisata Desa Ngargorejo.

Peserta pelatihan berasal dari warga Desa Ngargorejo, dengan prioritas pada pengelola wisata dan pelaku UMKM yang memiliki keterkaitan dengan sektor pariwisata. Kelompok ini dipilih karena mereka memiliki peran strategis dalam mempromosikan potensi desa wisata. Peserta yang terlibat terdiri dari 10 orang laki-laki, yang akan berpartisipasi aktif dalam pelatihan berbasis praktik langsung.

Peserta pelatihan terdiri dari 10 orang laki-laki dan perempuan warga Desa Ngargorejo, dengan fokus pada pengelola wisata dan pelaku UMKM yang terlibat dalam kegiatan pariwisata desa. Mereka memiliki beragam latar belakang, mulai dari pengelola *homestay*, pemandu wisata, hingga produsen kerajinan tangan dan makanan khas. Peserta dipilih berdasarkan peran strategis mereka dalam promosi dan pengelolaan potensi wisata desa. Dengan rentang usia 25 hingga 40 tahun, peserta memiliki motivasi untuk meningkatkan keterampilan digital guna memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Melalui pelatihan ini, mereka diharapkan mampu berkontribusi dalam meningkatkan visibilitas Desa Ngargorejo sebagai destinasi wisata unggulan.

Pelatihan ini akan memanfaatkan media dan alat yang relevan dengan promosi digital. *Smartphone* menjadi perangkat utama yang digunakan peserta untuk membuat, mengedit, dan mengunggah konten promosi. Koneksi akses internet diperlukan untuk mendukung aktivitas seperti mengunggah konten dan menggunakan fitur analitik media sosial. *Platform* yang digunakan meliputi Instagram, Facebook, dan TikTok, karena ketiga *platform* ini memiliki jangkauan luas dan mendukung format konten berbasis visual yang sangat sesuai untuk promosi wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta mengalami peningkatan yang signifikan setelah pelatihan. Rata-rata skor *pre-test* adalah 49, yang menunjukkan pemahaman awal yang cukup rendah. Setelah pelatihan, rata-rata skor *post-test* meningkat menjadi 85, mencerminkan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan literasi digital masyarakat terkait media sosial.

Tabel 1. Skor Penilaian *Pre Test* dan *Post Test*

No.	ID Peserta	Jenis Kelamin	Skor Pre- Test (0-100)	Skor Post- Test (0-100)	Peningkatan (100%)
1	Partisipan 1	L	50	85	70%
2	Partisipan 2	L	45	80	78%
3	Partisipan 3	L	40	75	88%
4	Partisipan 4	L	45	90	100%
5	Partisipan 5	L	50	85	70%
6	Partisipan 6	L	60	95	58%
7	Partisipan 7	L	50	85	70%
8	Partisipan 8	L	50	85	70%
9	Partisipan 9	L	45	85	89%
10	Partisipan 10	L	55	88	60%

Rata-rata Skor

- *Pre-Test*: 49
- *Post-Test*: 85
- Rata-rata Peningkatan: 75%

Data menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta mengalami peningkatan yang signifikan setelah pelatihan. Rata-rata skor *pre-test* adalah 49, yang menunjukkan pemahaman awal yang cukup rendah. Setelah pelatihan, rata-rata skor *post-test* meningkat menjadi 85,3 mencerminkan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan literasi digital masyarakat terkait media sosial.

Setelah pelatihan, peserta mampu menghasilkan konten yang lebih berkualitas dan menarik di media sosial. Peningkatan kualitas konten terlihat dari beberapa aspek:

1. Visualisasi yang Lebih Menarik. Peserta belajar tentang dasar-dasar fotografi dan videografi, termasuk teknik pengambilan gambar, pencahayaan, dan komposisi. Hasilnya, konten yang diunggah memiliki visualisasi yang lebih menarik dan estetis.
2. Narasi yang Lebih Informatif. Konten yang diunggah tidak hanya berupa gambar atau video, tetapi dilengkapi dengan deskripsi atau narasi yang informatif, seperti cerita tentang tradisi lokal atau keunikan destinasi wisata Desa Ngargorejo.
3. Pemanfaatan Fitur Media Sosial. Peserta mulai memanfaatkan fitur-fitur seperti Instagram Stories, Reels, dan hashtag yang relevan untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
4. Konsistensi dalam Unggahan. Peserta memahami pentingnya konsistensi dalam memposting konten untuk menjaga interaksi dengan audiens. Akun media sosial yang dikelola menunjukkan peningkatan aktivitas, seperti jadwal unggahan mingguan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelatihan media sosial untuk masyarakat Desa Ngargorejo menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan literasi digital dan kualitas konten promosi wisata. Berdasarkan hasil evaluasi, pemahaman peserta mengenai penggunaan media sosial untuk promosi mengalami peningkatan signifikan, dengan skor rata-rata *post-test* mencapai 85 dibandingkan *pre-test* sebesar 49. Ini mencerminkan bahwa pelatihan telah berhasil memberikan pengetahuan dasar dan keterampilan praktis yang relevan bagi masyarakat. Selain itu, kualitas konten yang dihasilkan oleh peserta menunjukkan perbaikan yang nyata. Konten yang sebelumnya kurang menarik, seperti foto dengan pencahayaan buruk dan tanpa narasi, kini menjadi lebih menarik dengan visual yang estetik, narasi informatif, dan penggunaan fitur media sosial yang relevan. Peserta mampu memanfaatkan *platform* seperti Instagram dan Facebook untuk menghasilkan unggahan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan promosi. Namun, pelaksanaan program ini juga menghadapi sejumlah kendala. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan infrastruktur, seperti koneksi internet yang tidak stabil di beberapa wilayah desa, yang menyulitkan peserta dalam praktik langsung. Selain itu, rendahnya literasi digital awal peserta menjadi hambatan dalam menyerap materi pelatihan, terutama pada tahap-tahap awal. Ketidakkonsistenan dalam pengelolaan konten setelah pelatihan juga menjadi isu yang memerlukan perhatian lebih lanjut.

Meskipun demikian, program ini berhasil memberikan fondasi yang kuat bagi masyarakat untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi wisata. Peningkatan pemahaman dan keterampilan yang diperoleh diharapkan dapat terus dikembangkan untuk mendukung pengelolaan desa wisata secara lebih efektif dan berkelanjutan. Program pelatihan media sosial untuk promosi wisata Desa Ngargorejo memberikan dampak positif yang signifikan terhadap upaya pengembangan desa sebagai destinasi wisata unggulan. Pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat tentang media sosial, terutama dalam hal penggunaannya untuk tujuan promosi. Berdasarkan data, rata-rata skor pemahaman peserta meningkat dari 49 sebelum pelatihan menjadi 85 setelah pelatihan, menunjukkan peningkatan literasi digital yang substansial. Selain itu, kualitas konten yang dihasilkan oleh peserta juga menunjukkan peningkatan.

Sebelum pelatihan, konten yang diunggah oleh masyarakat cenderung sederhana, dengan visualisasi yang kurang menarik dan minim narasi. Setelah pelatihan, konten yang dihasilkan lebih profesional, dengan visual yang lebih estetik, narasi yang informatif, dan pemanfaatan fitur-fitur media sosial seperti *hashtag* dan fitur analitik. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan digital masyarakat, tetapi juga membuka peluang yang lebih besar untuk mempromosikan potensi wisata Desa Ngargorejo. Dengan strategi promosi yang lebih efektif, desa ini dapat bersaing dengan destinasi wisata lainnya, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Saran

Untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan hasil pelatihan, diperlukan program pelatihan lanjutan yang lebih mendalam. Pelatihan ini dapat difokuskan pada pengembangan keterampilan spesifik, seperti strategi *storytelling*, manajemen media sosial, dan pembuatan video promosi pendek yang sesuai dengan tren terkini. Selain itu, pendampingan secara berkala juga menjadi aspek penting agar peserta pelatihan dapat terus mengasah keterampilan yang telah diperoleh serta mengatasi berbagai kendala yang mungkin muncul dalam praktiknya. Dalam rangka meningkatkan konsistensi unggahan, peserta pelatihan juga perlu dibekali dengan panduan penyusunan konten dan kalender konten (content calendar). Panduan ini akan membantu peserta dalam merencanakan jenis konten yang akan dipublikasikan, menentukan waktu unggahan yang optimal, serta memilih tema-tema yang relevan untuk promosi wisata. Dengan adanya pedoman yang jelas, pengelolaan akun media sosial dapat lebih terorganisasi dan konsisten dalam menyampaikan pesan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Kapoor, K. (2022). Impact of social media-based user-generated content on online reputation of tourist destinations. In *Handbook on Tourism and Social Media*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800371415.00013>
- Mardiansyah, I., Adrie, W. A., & Syahlendra, R. (2024). Pemanfaatan Media Sosial untuk Peningkatan Promosi UMKM di Kelurahan Lengkong Karya Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ilmu Komunikasi*, 1(2), 52–62.
- Marković, I., Rabasović, B., & Janković Perić, M. (2022). Influence of the Social Media on Choosing the Destination. *Proceedings of the 27th International Scientific Conference Strategic Management and Decision Support Systems in Strategic Management*, 235–241. https://doi.org/10.46541/978-86-7233-406-7_222
- Popović, M. (2022). The usage of social media marketing in tourism. *Turisticko Poslovanje*, 29, 5–13. <https://doi.org/10.5937/turpos0-36831>
- Ranjan Tripathi, D. (2017). Role of Social Media Marketing in the Tourism Industry. In *Tourism Marketing* (pp. 261–276). Apple Academic Press. <https://doi.org/10.1201/9781315365862-15>
- Sarwoprasodjo, S., Muljono, P., Purnamadewi, Y. L., Hidayati, R. K., Mardiansyah, I., Putri, A. R., & Cinara, L. A. (2023). Peningkatan Kapasitas Pokdarwis Desa Ngargorejo melalui Lokakarya dan Pelatihan Community based Tourism. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(3), 343–354. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.9.3.343-354>