

Pendampingan Pemetaan SDM dan *Branding Digital* Desa Wisata Berkelanjutan pada Desa Mandah Natar Lampung Selatan

Nova Mardiana¹, Zainnur M. Rusdi², Laili Fadhila Banuwa^{3*}, Dwi Nugroho⁴

^{1, 2,3,4}, Manajemen, Universitas Lampung

Email: ¹ Nova.mardiana@gmail.com, ² Zainnur.rusdi@feb.unila.ac.id, ^{3*} Laili.fadhila@feb.unila.ac.id,

⁴ Dwi.nugroho@feb.unila.ac.id

Received	Accepted	Publish
11-September-2025	17-September-2025	25-September-2025

Abstrak- Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Mandah, Kecamatan Natar, Lampung Selatan, melalui pendampingan pemetaan sumber daya manusia (SDM) dan branding digital sebagai upaya mewujudkan desa wisata berkelanjutan. Pemilihan topik didasarkan pada potensi alam dan budaya Desa Mandah yang besar, namun belum dimanfaatkan secara optimal. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui tiga tahapan utama, yaitu pemetaan potensi SDM, pelatihan pembuatan konten digital, serta pelatihan copywriting untuk narasi promosi. Evaluasi dilakukan dengan pre-test dan post-test kepada 28 peserta untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada seluruh aspek pelatihan: pemetaan SDM meningkat dari 55% menjadi 82%, pengetahuan media sosial dari 50% menjadi 85%, dan kemampuan copywriting dari 48% menjadi 80%. Data ini menegaskan bahwa kegiatan pendampingan mampu meningkatkan pemahaman peserta terhadap pengelolaan potensi desa serta pemanfaatan media digital. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi digital branding dan partisipasi masyarakat tidak hanya meningkatkan visibilitas daring dan memperluas jangkauan pasar, tetapi juga memperkuat citra Desa Mandah sebagai destinasi wisata berkelanjutan. Dengan demikian, program ini berpotensi memberikan dampak positif jangka panjang bagi lingkungan, masyarakat, dan perekonomian lokal.

Kata kunci: Pemetaan SDM, Branding Digital, Desa Wisata Berkelanjutan, Pariwisata Lampung.

Abstract- This community service program aims to enhance the capacity of Mandah Village residents, Natar District, South Lampung, through human resource (HR) mapping assistance and digital branding to develop a sustainable tourism village. The topic was chosen based on the village's significant natural and cultural potential, which has not been fully utilized. The method employed was a participatory approach consisting of three main stages: mapping HR potential, training in digital content creation, and copywriting workshops for promotional narratives. Evaluation was conducted through pre-test and post-test with 28 participants to measure knowledge and skill improvement. The results showed a significant increase in all training aspects: HR mapping improved from 55% to 82%, social media knowledge from 50% to 85%, and copywriting ability from 48% to 80%. These findings confirm that the program effectively enhanced participants' understanding of village potential management and digital media utilization. The outcomes highlight that digital branding strategies and community participation not only enhance online visibility and broaden market reach but also strengthen Mandah Village's image as a sustainable tourism destination. Thus, this program is expected to generate long-term positive impacts on the environment, the local community, and the village economy.

Keywords: Human Resource Mapping, Digital Branding, Sustainable Tourism Village, Lampung Tourism

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting yang berperan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pembangunan suatu negara (Lepp, 2007; Stetic, 2012). Di Indonesia, dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah, sektor pariwisata telah memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Data BPS (2023) menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara pada Desember 2023 mencapai 1,14 juta kunjungan atau meningkat 20,17% dari tahun sebelumnya, sedangkan wisatawan nusantara pada November 2023 mencapai 60,33 juta perjalanan. Kontribusi sektor pariwisata

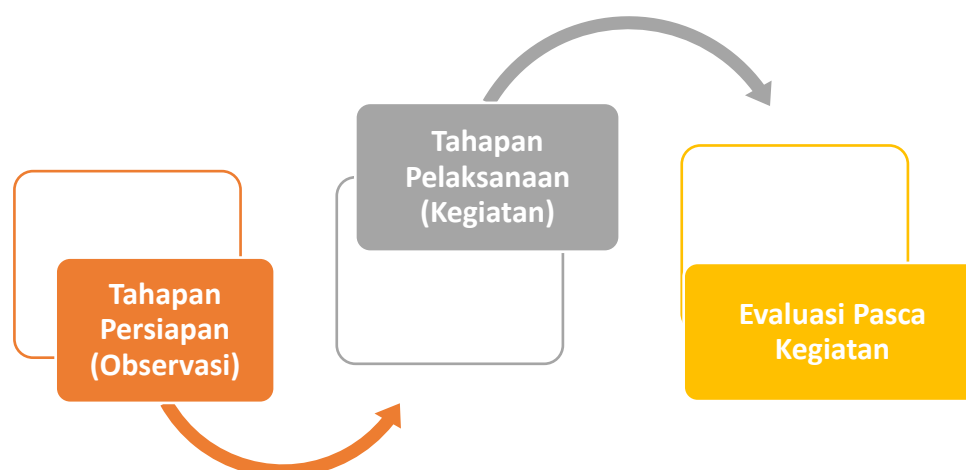
terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tercatat sebesar 4,01%, sekaligus berperan dalam meningkatkan mata pencaharian penduduk lokal serta memperkuat interaksi sosial masyarakat (Biddulph, 2015; Lepp, 2007; Stetic, 2012).

Provinsi Lampung menjadi salah satu wilayah yang memiliki daya tarik pariwisata cukup besar. Dengan letak strategis dekat Pelabuhan Bakauheni dan Bandara Radin Inten, akses menuju berbagai objek wisata mulai dari pantai, pegunungan, hingga wisata budaya sangat mudah dijangkau. Selain destinasi populer, terdapat pula desa-desa yang menyimpan potensi wisata alam maupun budaya yang dapat dikembangkan sebagai desa wisata berkelanjutan. Salah satunya adalah Desa Mandah, Kecamatan Natar, Lampung Selatan, yang memiliki keindahan pedesaan serta kekayaan budaya lokal, namun potensinya belum dikelola secara optimal.

Berdasarkan hasil pra-survei, Desa Mandah memiliki objek wisata Batu Indah yang sebelumnya ramai pengunjung, tetapi kini mengalami penurunan drastis. Permasalahan yang dihadapi antara lain keterbatasan biaya pengelolaan, belum adanya pemetaan SDM sesuai keahlian, serta rendahnya pemanfaatan media sosial untuk promosi wisata. Padahal, di era digital, branding desa melalui konten kreatif di media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas destinasi wisata (Santosa & Suharjo, 2020). Tanpa strategi pemasaran digital yang terarah, potensi wisata desa sulit dikenal secara luas, meski memiliki daya tarik yang tinggi.

Sejalan dengan hal tersebut, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung melalui program pengabdian masyarakat berupaya memberikan pendampingan berupa pemetaan SDM dan edukasi branding digital bagi Desa Mandah. Pendampingan ini meliputi pelatihan pembuatan konten digital, copywriting, serta pembentukan kelompok sadar wisata dan pengelola media sosial desa. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola potensi wisata sekaligus membangun citra positif Desa Mandah sebagai desa wisata berkelanjutan. Dengan sinergi antara SDM yang berdaya dan strategi branding digital, pengembangan pariwisata di Desa Mandah diharapkan mampu memberikan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat.

2. METODE PELAKSANAAN



Gambar 1 Tahapan Kegiatan Pengabdian

Langkah pertama yang dilakukan adalah observasi lapangan di Desa Mandah, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan, yang didukung oleh dokumentasi serta data hasil wawancara dengan Kepala Desa dan masyarakat setempat. Observasi ini bertujuan untuk memahami kondisi riil pariwisata desa, keadaan UMKM, termasuk potensi yang ada, kendala yang dihadapi, serta kondisi terkini destinasi Batu Indah yang mengalami penurunan kunjungan.

Percakapan dengan tokoh masyarakat juga menjadi sarana untuk menggali pemahaman awal mengenai kebutuhan pengembangan pariwisata berkelanjutan di desa tersebut.



Gambar 2 Pra-Survey dan Observasi

Berdasarkan hasil pengamatan dan diskusi, beberapa permasalahan utama berhasil diidentifikasi, yaitu:

1. Belum adanya pemetaan SDM secara terstruktur sesuai minat dan keahlian masyarakat.
2. Strategi branding digital desa wisata belum berjalan optimal sehingga potensi wisata kurang dikenal.
3. Rendahnya pemahaman masyarakat terkait konsep pariwisata berkelanjutan.

Langkah selanjutnya adalah menyusun solusi melalui program pendampingan berbasis partisipatif. Kegiatan ini mencakup pelatihan pemetaan SDM, pembuatan konten digital, serta pelatihan copywriting untuk narasi promosi. Proses pelatihan dilakukan secara interaktif, di mana masyarakat tidak hanya menjadi peserta tetapi juga berperan sebagai pengelola konten digital desa. Tim pengabdian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung bertindak sebagai fasilitator utama, mendampingi masyarakat dan perangkat Desa dalam merancang strategi promosi digital.

Program ini melibatkan masyarakat Desa Mandah secara langsung, termasuk karang taruna dan pelaku UMKM, untuk menghasilkan konten digital yang menampilkan potensi wisata lokal. Selain itu, evaluasi dilakukan dengan pre-test dan post-test guna mengukur peningkatan pengetahuan, serta monitoring pasca kegiatan untuk memastikan keberlanjutan program. Dengan demikian, pendampingan ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas SDM desa dalam mengelola pariwisata, meningkatkan citra digital Desa Mandah, dan mendorong keberlanjutan ekonomi masyarakat melalui sektor wisata.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Mandah, Kecamatan Natar, Lampung Selatan adalah salah satu desa yang memiliki potensi pariwisata yaitu wisata batu indah dan UMKM yang terus berkembang. Oleh karena itu tim berfokus pada Pendampingan Pemetaan SDM dan Branding Digital. Kegiatan ini direncanakan dan dilaksanakan secara bertahap, diawali dengan proses observasi lapangan sebelum program berlangsung. Observasi dilakukan untuk memetakan potensi wisata, menilai kondisi sumber daya manusia, serta mengidentifikasi kendala utama dalam pengembangan destinasi wisata dan kemajuan UMKM yang menjadi ikon desa.



Gambar 3 Koordinasi Pra Kegiatan

Tahap persiapan dimulai dengan koordinasi antara tim pengabdian dan pemerintah Desa Mandah untuk memastikan seluruh agenda kegiatan dapat berjalan sesuai rencana. Koordinasi ini juga membahas pembagian peran, baik dari pihak tim, perangkat desa, maupun kelompok masyarakat yang akan menjadi peserta pelatihan. Setelah itu, dilakukan pemetaan SDM yang berfokus pada kemampuan warga di bidang pengelolaan pariwisata dan pemanfaatan teknologi digital. Dari hasil identifikasi, ditentukan peserta yang memiliki minat di bidang fotografi, penulisan narasi, serta pengelolaan media sosial. Tim kemudian menyusun konsep kegiatan yang mencakup tema branding desa wisata, rencana pelatihan, serta strategi segmentasi, target, dan positioning (STP) bagi Desa Mandah di pasar pariwisata digital.

Tahap selanjutnya adalah promosi pra-kegiatan. Tim mengedukasi masyarakat melalui pertemuan awal mengenai pentingnya branding digital bagi pariwisata dan UMKM Desa Mandah. Branding didefinisikan sebagai usaha membangun citra melalui konsistensi narasi, identitas visual, dan keterlibatan audiens (Santosa & Suharjo, 2020). Masyarakat diperkenalkan pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang dapat memperluas jangkauan informasi serta meningkatkan kesadaran wisatawan terhadap potensi desa.



Gambar 4 Edukasi *Branding Digital*



Gambar 5 Edukasi *Copywriting*

Pada tahap pelaksanaan, tim memfokuskan kegiatan pada pelatihan dan praktik produksi konten digital. Peserta diberikan penyuluhan mengenai teknik menulis narasi promosi (*copywriting*), penyusunan pesan yang persuasif, serta pembuatan konten yang mampu menggugah minat wisatawan. Selain itu, pelatihan juga mencakup pengenalan dasar fotografi dan pengolahan konten agar hasil dokumentasi dapat digunakan secara konsisten di berbagai platform media sosial. Pelatihan ini menekankan bahwa konten digital yang efektif harus mampu menampilkan *unique selling point* desa, seperti keindahan alam Batu Indah, budaya lokal, UMKM warga dan suasana pedesaan yang ramah.

Strategi branding digital yang diperkenalkan menekankan penggunaan media sosial sebagai kanal utama promosi. Peserta diajak untuk memahami pentingnya konsistensi publikasi, mulai dari pemilihan gaya visual, penggunaan hashtag populer, hingga interaksi aktif dengan audiens. Selain itu, tim juga memperkenalkan konsep kalender unggahan (*content planning*)

agar masyarakat dapat menjaga keteraturan dalam promosi digital. Menurut Widiastuti & Mulyono (2024), perencanaan konten yang baik dapat meningkatkan jangkauan audiens sekaligus menciptakan kesan profesional yang memperkuat citra destinasi wisata.



Gambar 6 Praktik Produksi Gambar

Pendekatan yang digunakan dalam pendampingan ini mencakup tiga metode utama, yaitu:

1. Difusi ipteks, yaitu penyebaran ilmu pengetahuan dan teknologi kepada masyarakat melalui pelatihan praktis (Dewi & Arnandi, 2019). Melalui metode ini, masyarakat dibekali pengetahuan baru yang lebih modern dalam mempromosikan pariwisata.
2. Penyuluhan dan pelatihan praktis, yang berfungsi untuk meningkatkan pengetahuan sekaligus keterampilan masyarakat dalam membuat konten promosi digital (Koraag et al., 2024). Penyuluhan ini mencakup materi tentang perilaku konsumen digital, strategi komunikasi visual, dan cara mengukur efektivitas promosi.
3. Pendekatan kolaboratif, di mana tim, perangkat desa, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), dan masyarakat bekerja sama untuk membangun narasi desa yang autentik. Kolaborasi ini bertujuan memperkuat daya tarik desa serta memperluas jangkauan promosi melalui sinergi antar-stakeholder (Saleh, 2022).

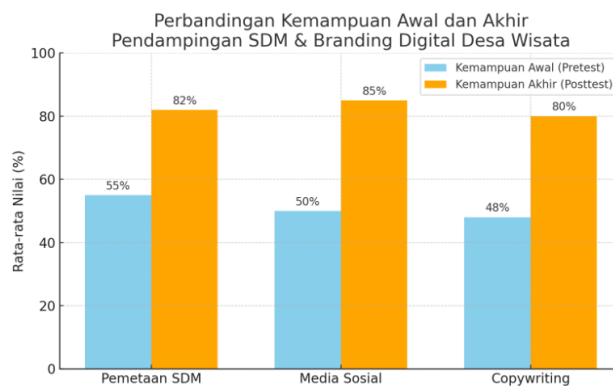
Selama kegiatan berlangsung, masyarakat terlibat aktif dalam praktik pembuatan konten dan penyusunan narasi branding. Tim berperan sebagai fasilitator yang mendampingi proses produksi konten serta memberi masukan terhadap hasil kerja masyarakat. Proses ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri untuk mengelola media sosial desa secara mandiri.



Gambar 7 Pre-test dan Post test

Setelah kegiatan berakhir, tahap evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan program. Evaluasi dilakukan dengan dua cara, yaitu pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta, serta monitoring pasca kegiatan untuk melihat konsistensi pengelolaan media sosial desa. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman branding digital dan kemampuan peserta menyusun narasi promosi. Monitoring pasca kegiatan juga memperlihatkan bahwa masyarakat Desa Mandah mulai konsisten

mengunggah konten pariwisata di media sosial, sehingga eksistensi desa sebagai destinasi wisata berkelanjutan semakin dikenal.



Gambar 8 Hasil Pre-Test dan Post-Test.

Berikut diagram hasil pretest dan posttest kegiatan pengabdian "Pendampingan Pemetaan SDM dan Branding Digital Desa Wisata Berkelanjutan pada Desa Mandah Natar Lampung Selatan" dengan 28 peserta:

- Pemetaan SDM: meningkat dari rata-rata 55% (pretest) menjadi 82% (posttest).
- Pengetahuan Media Sosial: meningkat dari 50% menjadi 85%.
- *Copywriting*: meningkat dari 48% menjadi 80%.

Hasil ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada seluruh tema pelatihan.

- Pada aspek pemetaan SDM, peserta menjadi lebih paham dalam mengidentifikasi potensi dan peran sumber daya manusia di desa wisata.
- Pada aspek media sosial, peningkatan terbesar terlihat karena peserta memperoleh keterampilan praktis dalam mengelola platform digital untuk promosi.
- Pada aspek *copywriting*, meskipun awalnya relatif rendah, setelah pendampingan peserta mampu membuat konten promosi yang lebih menarik dan efektif.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan kompetensi peserta dalam pemberdayaan SDM dan branding digital desa wisata berkelanjutan.

Keberhasilan program dapat dilihat dari dua aspek utama, yaitu:

1. Jangka pendek, yaitu meningkatnya kapasitas masyarakat dalam memahami dan mempraktikkan teknik branding digital untuk memperkenalkan potensi wisata lokal melalui media sosial.
2. Jangka panjang, yaitu terbentuknya kelompok pengelola media sosial desa dan Pokdarwis yang berkomitmen menjaga keberlanjutan branding digital. Hal ini diyakini akan memperkuat citra Desa Mandah sebagai desa wisata berkelanjutan, menarik lebih banyak wisatawan, serta menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat lokal.

Dengan adanya program ini, branding digital bukan hanya dipahami sebagai strategi promosi semata, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan desa berbasis pariwisata berkelanjutan. Partisipasi masyarakat, konsistensi strategi digital, serta kolaborasi antar-stakeholder menjadi kunci keberhasilan untuk meningkatkan daya tarik Desa Mandah dan memperkuat identitasnya di era digital.



Gambar 9 Pasca kegiatan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi, kegiatan pendampingan pemetaan SDM dan branding digital di Desa Mandah berhasil meningkatkan keterampilan masyarakat dalam memproduksi konten dan mengelola media sosial untuk promosi wisata. Dalam jangka pendek, masyarakat mampu memahami pentingnya branding digital, sedangkan dalam jangka panjang terbentuk kelompok pengelola media sosial dan Pokdarwis yang siap menjaga keberlanjutan promosi Desa Mandah sebagai desa wisata berkelanjutan.

Untuk mendukung keberlanjutan program, diperlukan pelatihan lanjutan tentang strategi digital dan manajemen media sosial. Kolaborasi dengan pemerintah dan pihak swasta juga penting untuk dukungan fasilitas dan promosi. Desa Mandah disarankan menyusun kalender promosi wisata tahunan agar branding digital berjalan konsisten dan mampu menarik wisatawan secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Kepala Desa dan masyarakat Desa Mandah, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan atas izin, dukungan, serta partisipasi aktif selama pelaksanaan program Pendampingan Pemetaan SDM dan Branding Digital Desa Wisata Berkelanjutan.

Apresiasi yang tulus kami berikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Lampung dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Lampung atas dukungan dan fasilitas yang diberikan dalam penyelenggaraan kegiatan ini.

Kami juga menyampaikan terima kasih kepada para dosen Program Studi Manajemen FEB Universitas Lampung selaku tim pelaksana, serta mahasiswa yang turut berpartisipasi secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan.

Kami berharap kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata dalam penguatan kapasitas sumber daya manusia serta peningkatan citra digital Desa Mandah sebagai destinasi wisata berkelanjutan. Sinergi dan kolaborasi seluruh pihak menjadi kunci utama dalam mewujudkan keberhasilan dan keberlanjutan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Faizan, Kisang Ryu, and Kashif Hussain. 2016. "Influence of Experiences on Memories, Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Creative Tourism." *Journal of Travel and Tourism Marketing*. doi: 10.1080/10548408.2015.1038418.
- Bielański, Mikołaj, Karolina Korbiel, Karolina Taczanowska, Alberto Pardo-Ibañez, and Luis Millán González. 2022. "How Tourism Research Integrates Environmental Issues? A Keyword Network Analysis." *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* 37. doi: 10.1016/j.jort.2022.100503.
- Biddulph, R. (2015) 'Annals of Tourism Research Limits to mass tourism ' s effects in rural peripheries', *Annals of Tourism Research*. Elsevier Ltd, 50, pp. 98–112.
- Campón-Cerro, Ana María, José Antonio Folgado-Fernández, and José Manuel HernándezMogollón. 2017. "Rural Destination Development Based on Olive Oil Tourism: The Impact of Residents' Community

- Attachment and Quality of Life on Their Support for Tourism Development." *Sustainability (Switzerland)* 9(9). doi: 10.3390/su9091624.
- Confetto, Maria Giovanna, Francesca Conte, Maria Palazzo, and Alfonso Siano. 2023. "Digital Destination Branding: A Framework to Define and Assess European DMOs Practices." *Journal of Destination Marketing and Management*. doi: 10.1016/j.jdmm.2023.100804.
- Gao, Jing, and Bihu Wu. 2017. "Revitalizing Traditional Villages through Rural Tourism: A Case Study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China." *Tourism Management*. doi: 10.1016/j.tourman.2017.04.003.
- García-Lillo, Francisco, Enrique Claver-Cortés, Mercedes Úbeda-García, Bartolomé MarcoLajara, and Patrocinio Carmen Zaragoza-Sáez. 2018. "Mapping the 'Intellectual Structure' of Research on Human Resources in the 'Tourism and Hospitality Management Scientific Domain': Reviewing the Field and Shedding Light on Future Directions." *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. doi: 10.1108/IJCHM-04-2017-0187.
- Gursoy, Dogan, Christina G. Chi, and Pam Dyer. 2010. "Locals' Attitudes toward Mass and Alternative Tourism: The Case of Sunshine Coast, Australia." *Journal of Travel Research*. doi: 10.1177/0047287509346853.
- Hallak, Rob, Guy Assaker, and Rania El-Haddad. 2018. "Re-Examining the Relationships among Perceived Quality, Value, Satisfaction, and Destination Loyalty: A Higher-Order Structural Model." *Journal of Vacation Marketing*. doi: 10.1177/1356766717690572.
- Higgins-Desbiolles, Freya. 2010. "The Elusiveness of Sustainability in Tourism: The CultureIdeology of Consumerism and Its Implications." *Tourism and Hospitality Research*. doi: 10.1057/thr.2009.31.
- Huang, C. Derrick, Jahyun Goo, Kichan Nam, and Chul Woo Yoo. 2017. "Smart Tourism Technologies in Travel Planning: The Role of Exploration and Exploitation." *Information and Management* 54(6). doi: 10.1016/j.im.2016.11.010.
- Kaushal, Neelam, Rahul Pratap Singh Kaurav, Manish Kumar Jha, Suman Ghalawat, and Mahender Singh Kaswan. 2025. "Mapping Journey of Human Resource Management Practices and Service Quality: A Systematic Review and Bibliometric Analysis." *Benchmarking*. doi: 10.1108/BIJ-01-2024-0063.
- Kyara, Valensi Corbinian, Mohammad Mafizur Rahman, and Rasheda Khanam. 2021. "Tourism Expansion and Economic Growth in Tanzania: A Causality Analysis." *Heliyon* 7(5). doi: 10.1016/j.heliyon.2021.e06966.
- Lee, Hyunae, and Sunyoung Hlee. 2021. "The Intra-and Inter-Regional Economic Effects of Smart Tourism City Seoul: Analysis Using an Input-Output Model." *Sustainability (Switzerland)* 13(7). doi: 10.3390/su13074031.
- Lepp, A. (2007) 'Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda', *Tourism Management*, 28(3), pp. 876–885. doi: 10.1016/j.tourman.2006.03.004.
- Liang, Feng, Yu Pan, Meilong Gu, Weihua Guan, and Fusheng Tsai. 2021. "Cultural Tourism Resource Perceptions: Analyses Based on Tourists' Online Travel Notes." *Sustainability (Switzerland)* 13(2). doi: 10.3390/su13020519.
- Muresan, Iulia C., Camelia F. Oroian, Rezhen Harun, Felix H. Arion, Andra Porutiu, Gabriela O. Chiciudean, Alexandru Todea, and Ramona Lile. 2016. "Local Residents' Attitude toward Sustainable Rural Tourism Development." *Sustainability (Switzerland)* 8(1). doi: 10.3390/su8010100.
- Mustika, Putu Liza Kusuma, Muhammad Ichsan, and Hollie Booth. 2020. "The Economic Value of Shark and Ray Tourism in Indonesia and Its Role in Delivering Conservation Outcomes." *Frontiers in Marine Science* 7. doi: 10.3389/fmars.2020.00261.
- Nunkoo, Robin, and Kevin Kam Fung So. 2016. "Residents' Support for Tourism: Testing Alternative Structural Models." *Journal of Travel Research*. doi: 10.1177/0047287515592972.
- de Oliveira, Ana Cristina Rempel, Glauber Eduardo de Oliveira Santos, and Heros Augusto Santos Lobo. 2021. "Environmental Attitudes and Tourist Satisfaction in Overloaded Natural Protected Areas." *Journal of Travel Research*. doi: 10.1177/0047287520957419.
- Olya, Hossein G. T., and Yaqub Gavilyan. 2017. "Configurational Models to Predict Residents' Support for Tourism Development." *Journal of Travel Research*. doi: 10.1177/0047287516667850.
- Parga Dans, Eva, and Pablo Alonso González. 2019. "Sustainable Tourism and Social Value at World Heritage Sites: Towards a Conservation Plan for Altamira, Spain." *Annals of Tourism Research* 74. doi: 10.1016/j.annals.2018.10.011.
- Paskova, Martina, and Josef Zelenka. 2019. "How Crucial Is the Social Responsibility for Tourism Sustainability?" *Social Responsibility Journal* 15(4). doi: 10.1108/SRJ-03-2018-0057.
- Peña-Sánchez, Antonio Rafael, José Ruiz-Chico, Mercedes Jiménez-García, and José Antonio López-Sánchez. 2020. "Tourism and the SDGs: An Analysis of Economic Growth, Decent Employment, and Gender Equality in the European Union (2009-2018)." *Sustainability (Switzerland)* 12(13). doi: 10.3390/su12135480.
- Richards, Greg. 2020. "Culture and Tourism: Natural Partners or Reluctant Bedfellows? A Perspective Paper." *Tourism Review* 75(1). doi: 10.1108/TR-04-2019-0139.

- Rodrigues, Sónia, Ricardo Correia, Ramiro Gonçalves, Frederico Branco, and José Martins. 2023. "Digital Marketing's Impact on Rural Destinations' Image, Intention to Visit, and Destination Sustainability." *Sustainability (Switzerland)*. doi: 10.3390/su15032683.
- Sharpley, Richard. 2014. "Host Perceptions of Tourism: A Review of the Research." *Tourism Management*.
- Sinclair-Maragh, Gaunette, and Dogan Gursoy. 2016. "A Conceptual Model of Residents' Support for Tourism Development in Developing Countries." *Tourism Planning and Development*. doi: 10.1080/21568316.2015.1047531.
- Stetic, S. (2012) 'Specific features of rural tourism destinations management', *Journal of Settlements and Spatial Planning*. Available at: <http://search.proquest.com/openview/7598cfd5d1d5e224abd168de3cbae627/1?pqorigsite=gscholar>.
- Stylidis, Dimitrios, Avital Biran, Jason Sit, and Edith M. Szivas. 2014. "Residents' Support for Tourism Development: The Role of Residents' Place Image and Perceived Tourism Impacts." *Tourism Management*. doi: 10.1016/j.tourman.2014.05.006.
- Santikul, Wantanee, Stephen Pratt, Wallace I. Kuan, Chao In Wong, Choi Cheng Chan, Wai Leng Choi, and Oi Fong Chong. 2016. "Impacts of Tourism on the Quality of Life of Local Residents in Hue, Vietnam." *Anatolia*. doi: 10.1080/13032917.2016.1138234.
- Teerakapibal, Surat. 2016. "From Sustainable Tourism to Economic Development." *Journal of Promotion Management* 22(2). doi: 10.1080/10496491.2016.1121733.
- Tran, Nguyet Luong, and Wawrzyniec Rudolf. 2022. "Social Media and Destination Branding in Tourism: A Systematic Review of the Literature." *Sustainability (Switzerland)*.
- Tussyadiah, Iis P., and Florian J. Zach. 2012. "The Role of Geo-Based Technology in Place Experiences." *Annals of Tourism Research* 39(2). doi: 10.1016/j.annals.2011.10.003.
- Usui, Rie, Xinyu Wei, and Carolin Funck. 2018. "The Power of Social Media in Regional Tourism Development: A Case Study from Ōkunoshima Island in Hiroshima, Japan." *Current Issues in Tourism*.
- Wang, Dan, Sangwon Park, and Daniel R. Fesenmaier. 2012. "The Role of Smartphones in Mediating the Touristic Experience." *Journal of Travel Research* 51(4). doi: 10.1177/0047287511426341.
- Wang, Jun. 2022. "Deep LSTM Network for Word-of-Mouth Management of Rural Tourism." *Scientific Programming*. doi: 10.1155/2022/2511825.
- Wang, Yasong, and Robert E. Pfister. 2008. "Residents' Attitudes toward Tourism and Perceived Personal Benefits in a Rural Community." *Journal of Travel Research*. doi: 10.1177/0047287507312402.
- Weaver, David Bruce. 2013. "Protected Area Visitor Willingness to Participate in Site Enhancement Activities." *Journal of Travel Research*. doi: 10.1177/0047287512467704.
- Wijijayanti, Trisetia, Yuli Agustina, Agung Winarno, Lulu Nurul Istanti, and Buyung Adi Dharma. 2020. "Rural Tourism: A Local Economic Development." *Australasian Accounting, Business and Finance Journal* 14(1 Special Issue). doi: 10.14453/aabfj.v14i1.2.
- Yang, Qin, Jian Li, and Youlin Tang. 2022. "The Dilemma of the Great Development of Rural Tourism from the Sustainable Environment Perspective." *Journal of Environmental and Public Health*. doi: 10.1155/2022/7195813.
- Yuan, Yulan Y. 2013. "Adding Environmental Sustainability to the Management of Event Tourism." *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research* 7(2). doi: 10.1108/IJCTHR-04-2013-0024.
- Zhang, Jie, and Zhisheng Chen. 2024. "Exploring Human Resource Management Digital Transformation in the Digital Age." *Journal of the Knowledge Economy*. doi: 10.1007/s13132-023-01214-y.
- Rolando, B., & Mulyono, H. (2025). *Digital marketing strategies for sales growth in Indonesian home industries*. *Journal of Trends in Economics and Accounting Research*, 5(3), 278-292. <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i3.1852> journal.fkpt.org
- Santosa, B., & Suharjo, R. (2020). *Strategi branding digital dalam pengembangan desa wisata*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 55-67.
- Widiastuti, A., & Mulyono, S. (2024). *Digital marketing untuk UMKM dan desa wisata: Strategi menghadapi era ekonomi digital*. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 6(2), 89-103.
- Dewi, S. R., & Arnandi, A. (2019). *Difusi ilmu pengetahuan dan teknologi dalam pemberdayaan masyarakat*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 112-120.
- Koraag, M. A., Tumbel, T. M., & Pontoh, N. A. (2024). *Penyuluhan sebagai pendidikan nonformal dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 8(1), 45-53.
- Saleh, A. (2022). *Kolaborasi sebagai strategi pengembangan masyarakat: Konsep dan praktik*. *Jurnal Pembangunan Sosial*, 10(2), 211-225.