

“STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KALI WATU KODOK MELALUI PETA WISATA DAN MEDIA SOSIAL”

Zida Wahyuddin, S.Pd., M.Si
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Ariani Sabila¹
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
sabilaariani@gmail.com

Moch. Ryan Noor C²
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
mryandasilvaa@gmail.com

Bayu Winda Hadhi Wijaya³
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
bayuwanda17@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan potensi pariwisata di Dusun Sukorejo melalui perancangan peta wisata dan pembuatan media sosial sebagai strategi pemasaran khususnya untuk destinasi wisata Kali Watu Kodok. Wisata Kali Watu Kodok merupakan wisata alam yang dibangun dari hasil swadaya masyarakat Dusun Sukorejo. Objek atau mitra kegiatan pengabdian melibatkan Karang Taruna sebagai mitra lokal yang berperan aktif dalam pengembangan wisata di dusun tersebut. Alat yang digunakan dalam penelitian ini mencakup perangkat lunak desain grafis untuk perancangan peta wisata, perangkat keras komputer, kamera untuk dokumentasi visual, dan perangkat lunak media sosial untuk pembuatan dan manajemen konten. Proses kegiatan pengabdian melibatkan langkah-langkah perancangan peta wisata yang menonjolkan fasilitas dan potensi wisata Kali Watu Kodok serta pembuatan media sosial yang dapat digunakan sebagai saluran pemasaran. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pengembangan peta wisata dan media sosial dapat meningkatkan visibilitas destinasi wisata, dan menarik minat wisatawan. Dengan menerapkan strategi pemasaran berbasis media sosial dan peta wisata, Dusun Sukorejo diharapkan dapat meningkatkan daya tarik destinasi wisata Kali Watu Kodok, serta menciptakan kesadaran lingkungan untuk menjaga kelestarian objek wisata. Kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan kontribusi pada pengembangan pariwisata lokal dan dapat dijadikan acuan untuk pengembangan destinasi wisata serupa di daerah lain.

Kata Kunci: **wisata, pemasaran, potensi, peta wisata, media sosial**

Abstract

This community service activity aims to increase tourism potential in Sukorejo Hamlet through designing tourist maps and creating social media as a marketing strategy, especially for the Kali Watu Kodok tourist destination. Kali Watu Kodok Tourism is a natural tourist attraction built from the self help of the Sukorejo Hamlet community. The object or partner of the service activity involves Karang Taruna as a local partner who plays an active role in developing tourism in the hamlet. The tools used in this research include graphic design software for tourist map design, computer hardware, cameras for visual documentation, and social media software for content creation and management. The service activity process involves the steps of designing a tourist map that highlights the facilities and tourism potential of Kali Watu Kodok as well as creating social media that can be used as a marketing channel.

The results of service activities show that the development of tourist maps and social media can increase the visibility of tourist destinations and attract tourist interest. By implementing marketing strategies based on social media and tourist maps, Sukorejo Hamlet is expected to increase the attractiveness of the Kali Watu Kodok tourist destination, as well as create environmental awareness to preserve the tourist attraction. This community service activity contributes to the development of local tourism and can be used as a reference for developing similar tourist destinations in other areas.

Keywords: *tourism, marketing, potential, tourist maps, social media*

Pendahuluan

Pariwisata menjadi sorotan penting di Indonesia apalagi desa menjadi bagian utama terkecil sebelum ke ranah pemerintahan selanjutnya. Negara menjadikan desa sebagai awal bagi masyarakat untuk memperkenalkan pemerintahan. Di desa berlangsung kegiatan perpolitikan, perekonomian, kebudayaan hingga entitas yang tidak bisa dinilai dalam perspektif ilmu hukum seperti hukum adat yang mewarisi nilai-nilai ajaran moral leluhur[1]. Salah satu bagian yang penting bagi pembangunan kepariwisataan adalah destinasi pariwisata (UU no.10, 2009:7-8). Menurut Richardson dan Fluker (2004) destinasi wisata didefinisikan sebagai suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi selama perjalanan, dalam bentuk yang asli atau terbatas. Konsep destinasi wisata yang dikembangkan oleh Cooper et al (1998) paling tidak meliputi obyek dan daya tarik, fasilitas, mudah dicapai, layanan pendukung, kelembagaan[2]. Wisata Kali Watu Kodok bukanlah pengecualian. Salah satu aspek dalam menggali potensi pariwisata adalah penggunaan strategi pemasaran yang efektif, dan dalam konteks ini, perancangan peta wisata serta pemasaran melalui platform sosial media menjadi kunci pengembangan ini[3].

Perancangan peta wisata yang informatif dapat memberikan gambaran yang jelas tentang rute, dan fasilitas yang tersedia di Wisata Kali Watu Kodok. Sementara itu, adanya sosial media memungkinkan wisata ini untuk terhubung langsung dengan wisatawan, dan membangun citra yang positif, dan memberikan informasi terkini. Sosial media sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi di manapun mereka berada dan berapapun jaraknya[4].

Kombinasi perancangan peta wisata dan sosial media sebagai strategi pemasaran diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan kunjungan wisata, memperluas jangkauan, serta mendukung keberlangsungan wisata. Melalui konten visual yang disediakan, media sosial yang dianggap cukup efektif dalam memperluas dan menarik perhatian masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjelaskan secara rinci bagaimana kedua strategi ini dapat diimplementasikan secara sinergis untuk meningkatkan daya tarik dan keberlangsungan pariwisata Kali Watu Kodok[5].

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian diawali dengan pencarian mitra karang taruna untuk melakukan wawancara mengenai hambatan-hambatan dan masalah yang terjadi pada tempat Wisata Watu Kodok, setelah melakukan wawancara dilanjutkan berdiskusi mengenai ide dan solusi terhadap permasalahan yang ada di wisata tersebut, kemudian setelah ide dan solusi ditemukan kita meminta persetujuan kepada Kepala Dusun sekitar untuk menjalankan program kerja yang telah dibuat, dan diakhiri dengan menjalankan program kerja yang telah di setujui.

Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 19 Januari 2024 dan tempat kegiatan dilaksanakan di Wisata Kali Watu Kodok di Dusun Sukorejo, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, dan bekerjasama dengan Karang Taruna sebagai mitra lokal kegiatan.

JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol... No... (2023)

Target atau Sasaran

Masyarakat Dusun Sukorejo dan anggota karang taruna.

Subjek Kegiatan

Melibatkan anggota karang taruna dalam kegiatan sosialisasi penempatan peta wisata dan pengelolaan media sosial, serta masyarakat Dusun Sukorejo yang terlibat dalam tahap kajian potensi dan observasi.

Prosedur

1. Identifikasi Potensi Wisata : Survei lapangan dan wawancara untuk mengidentifikasi potensi wisata Kali Watu Kodok.
2. Perancangan Peta Wisata: Penggunaan perangkat lunak desain grafis untuk merancang peta wisata yang strategis dan menarik.
3. Pembuatan Media Sosial: Membuat dan mengelola akun media sosial berupa Instagram untuk pemasaran destinasi wisata.

Instrumen

Perangkat lunak desain grafis untuk pembuatan peta wisata yang estetis dan kamera atau smartphone untuk dokumentasi visual destinasi wisata.

Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat adalah suatu bentuk kegiatan yang bertujuan untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, terutama dalam hal pengembangan dan pemberdayaan suatu destinasi atau wisata. Wisata Kali Watu Kodok merupakan salah satu destinasi wisata alam yang terletak di Dusun Sukorejo, Desa Kemiri, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Wisata ini memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan, antara lain keindahan alamnya, kejernihan airnya, dan banyaknya spot foto yang menarik.

Wisata Kali Watu Kodok di Desa Kemiri, Pacet, Mojokerto memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan. Untuk mencapai hal tersebut, perlu dirancang dan diimplementasikan strategi pengembangan yang komprehensif, dengan fokus utama pada pemanfaatan peta wisata dan media sosial sebagai alat promosi dan interaksi dengan wisatawan.

Penting untuk menciptakan peta wisata yang informatif dan menarik. Peta ini harus mencakup seluruh potensi wisata di sekitar Kali Watu Kodok, seperti tempat-tempat indah, rute pendakian, area berkemah, dan titik-titik menarik lainnya. Informasi yang diberikan di peta harus lengkap, termasuk fasilitas umum, aksesibilitas, dan aturan-aturan yang berlaku di kawasan tersebut. Peta tersebut dapat dicetak dan didistribusikan kepada pengunjung, dan versi digitalnya dapat diakses melalui situs web resmi dan aplikasi ponsel. Peta ini dapat menjadi panduan yang sangat berguna bagi wisatawan yang ingin menjelajahi Kali Watu Kodok dengan lebih baik.

Media sosial menjadi alat yang sangat efektif untuk mempromosikan dan mengembangkan destinasi wisata. Pembuatan dan pengelolaan akun resmi Kali Watu Kodok di platform-platform media sosial utama, seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, dapat meningkatkan eksposur dan daya tarik destinasi tersebut. Postingan reguler tentang keindahan alam, kegiatan-kegiatan wisata, dan cerita pengalaman wisatawan akan membangun citra positif dan mendekatkan destinasi ini kepada audiens yang lebih luas.

Selain itu, pemasaran melalui media sosial dapat melibatkan penggunaan tagar (hashtag) khusus, seperti #KaliWatuKodok dan #ExploreNature, untuk membangun komunitas penggemar dan meningkatkan visibilitas di platform tersebut. Interaksi aktif dengan pengikut, seperti menyapa komentar, menjawab pertanyaan, dan mengadakan kontes atau tantangan kreatif, dapat membangun keterlibatan dan meningkatkan loyalitas pengikut.

Teknologi Augmented Reality (AR) atau Virtual Reality (VR) juga dapat menjadi strategi inovatif untuk memanfaatkan media sosial. Misalnya, pengguna dapat mengakses konten-konten virtual yang memungkinkan mereka "mengunjungi" Kali Watu Kodok melalui pengalaman berbasis VR atau AR. Hal ini dapat meningkatkan ketertarikan dan rasa penasaran wisatawan, memotivasi mereka untuk mengunjungi destinasi secara langsung.

Selain pemasaran, media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk mendapatkan umpan balik dan evaluasi dari wisatawan. Survei online, polling, atau tanya-jawab interaktif dapat membantu mengumpulkan informasi tentang pengalaman wisatawan, kebutuhan mereka, dan area-area yang perlu ditingkatkan. Pengelola destinasi dapat memanfaatkan informasi ini untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisata.

No	Rencana Kegiatan	Indikator
1	Survey Mitra dan Penemuan Masalah	Melakukan survey untuk mencari mitra dan kemudian melakukan wawancara kepada mitra karang taruna mengenai hambatan hambatan dan masalah yang terjadi pada Tempat Wisata Kali Watu Kodok.
2	Penemuan Ide dan Solusi	Berdiskusi dengan anggota kelompok mengenai ide dan solusi terhadap permasalahan mitra karang taruna dan membahas mengenai program kerja yang akan dilaksanakan.
3	Koordinasi	Menghubungi pihak mitra karang taruna untuk berkoordinasi mengenai ide dan solusi yang ditawarkan dan diskusi lebih lanjut mengenai program kerja.
4	Persetujuan	Menemui ketua karang taruna untuk melakukan persetujuan mengenai program kerja yang akan dilakukan di lokasi kegiatan.
5	Pelaksanaan Kegiatan	Pelaksanaan program kerja yang sudah dibuat.

Strategi pengembangan Wisata Kali Watu Kodok di Desa Kemiri, Pacet, Mojokerto, tidak hanya terfokus pada peta wisata dan media sosial, tetapi juga melibatkan aspek keberlanjutan dan pengelolaan lingkungan. Keberlanjutan adalah kunci untuk menjaga daya tarik destinasi ini dan memastikan manfaat jangka panjang bagi lingkungan dan komunitas lokal. Dalam konteks keberlanjutan, program edukasi dan kesadaran lingkungan dapat diintegrasikan melalui media sosial. Kampanye online tentang pentingnya menjaga

JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol... No... (2023)

kelestarian alam, perilaku ramah lingkungan, dan prinsip bertanggung jawab selama berkunjung dapat meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab wisatawan. Penggunaan hashtag seperti #EcoFriendlyTravel dapat memotivasi wisatawan untuk mengadopsi praktik berkelanjutan selama perjalanan mereka.

Selain itu, pengelola destinasi dapat menggunakan media sosial sebagai saluran untuk berbagi informasi tentang program keberlanjutan yang diimplementasikan di Wisata Kali Watu Kodok. Misalnya, penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah, dan proyek-proyek restorasi alam dapat menjadi sorotan positif yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan.

Pemantauan dan pengelolaan kunjungan wisatawan juga dapat dilakukan melalui media sosial. Penggunaan peta wisata digital dapat membantu dalam mengarahkan lalu lintas wisatawan dan mencegah kerusakan lingkungan yang tidak terkendali. Informasi tentang kapasitas maksimal, jam kunjungan, dan aturan-aturan lainnya dapat diakses melalui media sosial untuk memastikan pengalaman yang lebih terkontrol dan berkelanjutan.

Keterlibatan masyarakat lokal juga merupakan aspek penting dalam strategi pengembangan ini. Melibatkan mereka dalam pengelolaan destinasi, pelibatan dalam kegiatan wisata, dan promosi melalui media sosial dapat memperkuat ikatan antara wisatawan dan komunitas lokal. Penggunaan media sosial untuk memperkenalkan wajah wajah di balik destinasi, seperti petani lokal, pengrajin, dan tokoh masyarakat, dapat memberikan nuansa personal dan autentik kepada pengalaman wisata. Pengembangan infrastruktur yang mendukung keberlanjutan dan kenyamanan wisatawan perlu menjadi fokus. Peningkatan aksesibilitas, fasilitas umum, dan prasarana pendukung lainnya dapat diumumkan melalui media sosial untuk menarik perhatian calon wisatawan. Selain itu, kolaborasi dengan stakeholder bisnis lokal, seperti agen perjalanan, penyedia transportasi, dan pedagang lokal, dapat memperkuat daya tarik destinasi ini. Program kemitraan yang saling menguntungkan dapat diiklankan melalui media sosial, menciptakan sinergi yang positif dan memberikan dampak ekonomi yang lebih besar kepada masyarakat lokal.

Dalam mengembangkan destinasi wisata, keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat adalah kunci. Strategi pengembangan yang mencakup peta wisata, media sosial, keberlanjutan, dan keterlibatan masyarakat dapat menciptakan ekosistem yang seimbang dan berkelanjutan. Dengan terus mengelola dan meningkatkan strategi ini, Wisata Kali Watu Kodok Desa Kemiri, Pacet, Mojokerto, dapat menjadi contoh bagi destinasi wisata lainnya yang mengedepankan kelestarian dan pengalaman wisata yang berarti.

Pelaksanaan program kerja yang dilakukan oleh Sub Kelompok 3 strategi pengembangan Wisata Kali Watu Kodok melalui pembuatan ulang dan peletakan peta wisata serta pemasaran melalui media sosial yang didampingi mitra Karang Taruna Dusun Sukorejo memberikan hasil yang positif. Peta yang diletakkan di sekitar wilayah wisata menciptakan panduan yang informatif mengenai fasilitas dan meningkatkan navigabilitas wisata. Kemudian, pemanfaatan media sosial Instagram menjadi platform efektif untuk mempromosikan keunikan dan potensi Wisata Kali Watu Kodok., konten – konten menarik,

termasuk foto, dan video diharapkan dapat menarik perhatian dan minat calon wisatawan. Interaksi langsung dengan wisatawan melalui platform sosial dapat menciptakan komunikasi yang lebih erat antara masyarakat dan pengunjung. Program kerja yang melibatkan mitra Karang Taruna juga membawa dampak positif, yang dimana mereka ikut terlibat dalam pemeliharaan lingkungan, penyediaan fasilitas, dan penyelenggaraan berbagai kegiatan yang mungkin akan dilakukan di wisata tersebut. Kolaborasi ini mendorong tanggung jawab bersama dalam menjaga kelestarian dan kebersihan destinasi wisata.

Peningkatan kualitas fasilitas wisata perlu dilakukan secara berkelanjutan. Hal ini bertujuan untuk memberikan pengalaman wisata yang lebih baik bagi wisatawan dan untuk menambah daya tarik Wisata Kali Watu Kodok. Peningkatan promosi wisata juga perlu dilakukan secara lebih luas, dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti media sosial, media cetak, dan media elektronik. Dengan melakukan berbagai upaya tersebut, diharapkan Wisata Kali Watu Kodok dapat menjadi destinasi wisata yang lebih populer dan lebih berdaya saing.



Gambar 1 : Peletakan Peta Wisata dan Penyerahan Media Sosial Wisata Kali Watu Kodok

Peletakan peta wisata dan penyerahan media sosial Wisata Kali Watu Kodok yang didampingi mitra Karang Taruna Dusun Sukorejo. Peta fasilitas yang dibuat untuk menunjukkan fasilitas yang ada di destinasi Wisata Kali Watu Kodok. Media sosial berupa Instagram yang dibuat untuk pemasaran wisata sudah diserahkan kepada mitra guna menginformasikan bahwa media sosial telah dibuat dan sudah melakukan promosi melalui platform tersebut.

JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol... No... (2023)



Gambar 2 : Peta Fasilitas Wisata Kali Watu Kodok

Peta fasilitas Wisata Kali Watu Kodok yang dibuat menarik dan informatif menunjukkan keterangan fasilitas – fasilitas di area wisata. Terdapat keterangan sungai, memberikan informasi kepada pengunjung tentang keindahan alam yang bisa mereka nikmati, kemudian jembatan yang terhubung untuk memudahkan akses menuju sungai dan air terjun, sementara loket sebagai titik informasi utama untuk pengunjung, kantin dan musholla yang memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk bersantai dan beribadah. Area parkir dan tempat duduk yang terlihat strategis untuk memastikan kenyamanan pengunjung, dan yang terakhir camp ground yang menunjukkan tempat yang disediakan bagi yang ingin berkemah dan menikmati malam di Wisata Kali Watu Kodok.



Gambar 2 : Sosialisasi Bersama Mitra Karang Taruna Dusun Sukorejo

Sosialisasi Bersama mitra Karang Taruna Dusun Sukorejo terkait peletakan peta wisata, para anggota Karang Taruna terlibat aktif dalam acara sosialisasi dan menunjukkan antusias mereka untuk mendukung pengembangan Wisata Kali Watu Kodok.



Gambar 3 : Sosialisasi Bersama Mitra Karang Taruna Dusun Sukorejo

Sosialisasi terkait sejarah Wisata Kali Watu Kodok dan rencana terkait pemasaran wisata. Karang Taruna membagikan informasi mengenai Sejarah yang melandasi daya tarik dari destinasi tersebut. Kemudian, Karang Taruna menunjukkan keterlibatan aktif dalam merencanakan langkah – langkah selanjutnya untuk membantu mencari ide dalam memasarkan destinasi.



Gambar 4 : Membersihkan Kawasan Wisata Kali Watu Kodok

Aksi nyata dalam menjaga kelestarian lingkungan sekitar Wisata Kali Watu Kodok membersihkan kawasan di sekitar destinasi. Dimulai dari membersihkan sampah – sampah disekitar pendopo yang digunakan untuk camp ground dengan menyapu dan mengambil sampah – sampah plastik dan kertas dan dibuang ke dalam trashbag.

JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol... No... (2023)



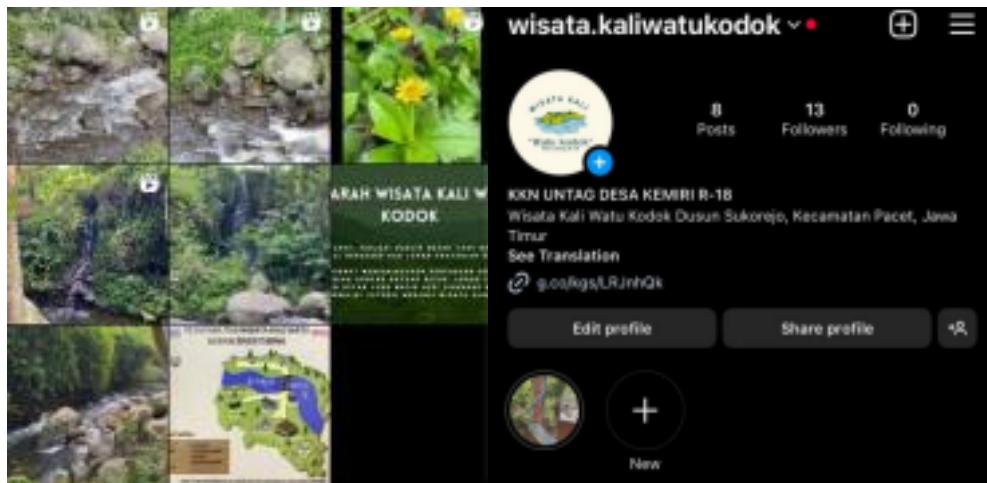
Gambar 5 : Membersihkan Kawasan Jembatan Wisata Kali Watu Kodok

Dedikasi kegiatan pengabdian Masyarakat untuk melestarikan lingkungan, aksi dengan membersihkan Kawasan Wisata Kali Watu Kodok bukan hanya tentang kebersihan fisik, tetapi juga komitmen untuk menjaga keindahan alam dan keberlanjutan destinasi wisata ini.



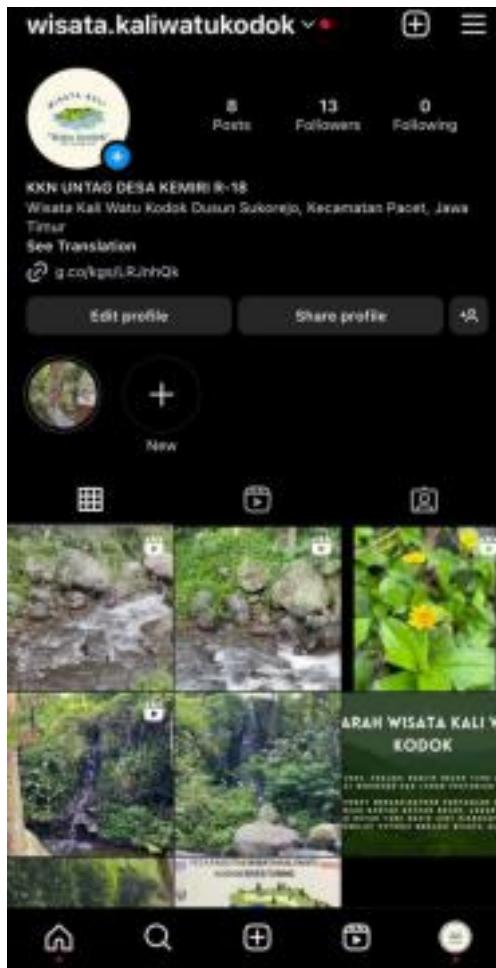
Gambar 6 : Membersihkan Kawasan Jembatan Wisata Kali Watu Kodok

Kesungguhan dalam menjaga kelestarian lingkungan sekitar jembatan Wisata Kali Watu Kodok, dimulai dengan membersihkan Kawasan sekitar dan memastikan kebersihan dan estetika tempat tersebut. Pengumpulan sampah – sampah dedaunan dan ranting pohon yang sudah lama tidak dibersihkan di area sekitar jembatan dan membuangnya kedalam bak sampah. Aksi ini menggambarkan peran aktif dalam kegiatan pengabdian dalam menjaga keindahan dan keberlanjutan destinasi, dan sebagai contoh bagaimana gotong royong dapat merawat dan mempertahankan keindahan alam yang dinikmati.



Gambar 7

(Postingan, Pengikut) Gambar 8 (Feeds)



Gambar 9 : Media Sosial Instagram Wisata Kali Watu Kodok

JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol... No.... (2023)

Gambar menampilkan sebuah tampilan layar Instagram yang penuh dengan keindahan dan keunikan destinasi wisata Kali Watu Kodok. Postingan ini memikat pengguna dengan gambar yang menampilkan pesona alam yang memesona, dengan sungai yang mengalir tenang di antara hamparan hijau pepohonan.

Di sepanjang feeds wisata Kali Watu Kodok, pengguna dapat menemukan berbagai

postingan yang menggambarkan momen-momen seru dan petualangan di sekitar lokasi tersebut. Ada pula postingan yang menampilkan kegiatan seru yang menambah daya tarik destinasi ini. Selain itu, hashtag khusus seperti #KaliWatuKodok dan #DusunSukorejo menjadi saksi betapa pentingnya peran media sosial dalam mempromosikan pariwisata. Gambar ini tidak hanya menjadi ajang berbagi pengalaman, tetapi juga menjadi sarana untuk mempererat komunitas penggemar alam dan petualangan

Strategi pengembangan wisata yang dilakukan dalam program kerja membantu menciptakan pengalaman lebih terstruktur dan alat pemasaran yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Mitra Karang Taruna juga memberikan dimensi keberlanjutan dengan memfokuskan pada pelestarian lingkungan dan keterlibatan masyarakat sekitar. Pemanfaatan teknologi dan promosi wisata memberikan keuntungan dan memberikan informasi yang mudah diakses karena dapat memudahkan wisatawan lebih terhubung dengan destinasi wisata melalui interaksi digital.

Kesimpulan

Penerapan program kerja kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Sub Kelompok 3 mengenai strategi pengembangan Wisata Kali Watu Kodok melalui pembuatan ulang dan peletakan peta wisata serta pemasaran melalui media sosial yang didampingi mitra Karang Taruna Dusun Sukorejo memberikan hasil yang positif, menciptakan panduan yang informatif mengenai fasilitas dan meningkatkan navigabilitas wisata. Kemudian, pemanfaatan media sosial Instagram menjadi platform efektif untuk mempromosikan keunikan dan potensi Wisata Kali Watu Kodok, konten – konten menarik, termasuk foto, dan video diharapkan dapat menarik perhatian dan minat calon wisatawan. Keterlibatan mitra Karang Taruna juga membawa dampak positif, yang dimana mereka ikut terlibat dalam pemeliharaan lingkungan, penyediaan fasilitas, dan penyelenggaraan berbagai kegiatan yang mungkin akan dilakukan di wisata tersebut.

Secara keseluruhan, program kerja yang dilaksanakan ini bukan hanya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi Dusun Sukorejo dalam mencerminkan contoh sukses untuk mengembangkan destinasi wisata berbasis komunitas.

Daftar Pustaka

- [1] T. Michael and A. F. Rosando, "Memaksimalkan Pariwisata Berdasarkan Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10," *J. Has. Penelit.*, vol. 8, no. 2, pp. 42–48, 2023. [2] I. A. BrahmaSari, A. Eliyana, F. Teknik, F. Ekonomi, and J. M. Surabaya, "STRATEGI DAYA TARIK WISATA MEMORIAL," pp. 178–189, 2020.
- [3] T. Arestu, D. Purworini, I. Komunikasi, and U. Muhammadiyah, "PENGARUH KOMUNIKASI KRISIS PUBLIC RELATIONS PEMERINTAH KOTA SURAKARTA TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA OLEH MASYARAKAT MENGENAI PANDEMI COVID-19," *J. Represent.*, vol. 9, no. 02, pp. 101–112, 2023.
- [4] P. Satvikadewi, F. I. Sosial, and P. Universitas, "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK," *J. Penelit. dan Pengabdi. Masy.*, pp. 102–120, 2016.
- [5] W. D. Octavia, N. Made, and I. Pratiwi, "Pengaruh Konten Instagram Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas," *J. Din. Adm. Bisnis*, vol. 9, no. 1, pp. 60–69, 2021.