

## **Edukasi Duta Wisata Dalam Mempromosikan Dusun Adat Segunung, Carawulung, Wonosalam, Jombang**

**Pravinska Aldino**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Jalan Semolowaru 45, Surabaya, Indonesia

e-mail: pravinska@untag-sby.ac.id

### **Abstrak**

Dusun Adat Segunung dikenal sebagai kampung adat yang masih menyelenggarakan upacara tradisi. Selain itu komoditas utamanya adalah kopi (80 Hektar Robusta dan Excelsa). Desa Carangwulung adalah desa dengan penghasil kopi terbaik di Kabupaten Jombang dengan kopi unggulan berjenis excelsa yang terbaik nomor 2 di Jawa Timur. Sayangnya Dusun Adat Segunung belum mempunyai duta wisata yang mampu mempromosikan potensi wisata kepada masyarakat luas. Apabila Dusun Adat Segunung mempunyai duta wisata maka perekonomian penduduk Dusun Adat Segunung akan mengalami peningkatan. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan pelatihan, pada tahap ini tim pengusul akan bertindak sebagai narasumber atau penyedia narasumber untuk dapat memberikan pemahaman dan materi tentang edukasi duta wisata dalam mempromosikan Dusun Adat Segunung, Wonosalam, Jombang. Secara garis besar, edukasi mengenai duta wisata pada masyarakat Dusun Adat Segunung ini berjalan dengan lancar. Masyarakat disana merespon positif terkait materi yang diberikan oleh tim pengabdian dan dapat mengikuti dengan baik. Setelah penyuluhan selesai, tim pengabdian juga membagikan materi-materi yang digunakan pada saat penyuluhan. Dengan penyuluhan ini diharapkan masyarakat Dusun Adat Segunung bisa membentuk Duta Wisata yang dapat diandalkan dalam rangka mempromosikan kekayaan seni, budaya dan pariwisata Dusun Adat Segunung kepada wisatawan. Para peserta sudah mengetahui tentang duta wisata Dusun Adat Segunung setelah mengikuti sosialisasi. Selain itu para peserta juga mulai mengetahui bagaimana peran duta wisata dalam mempromosikan Dusun Adat Segunung.

**Kata Kunci:** *Pariwisata, Duta Wisata, Dusun Adat Segunung*

### **Abstract**

*Dusun Adat Segunung is known as a traditional village that still holds traditional ceremonies. In addition, the main commodities are coffee (80 hectares of Robusta and Excelsa). Carangwulung Village is the village with the best coffee producers in Jombang Regency with the best excelsa type superior coffee number 2 in East Java. Unfortunately, Dusun Adat Segunung does not yet have a tourism ambassador who is able to promote tourism potential to the wider community. If Dusun Adat Segunung has tourism ambassadors, the economy of the residents of Dusun Adat Segunung will increase. The implementation of community service begins with training, at this stage the proposing team will act as resource persons or resource providers to be able to provide understanding and material about tourism ambassador education in promoting Dusun Adat Segunung, Wonosalam, Jombang. According to, education about tourism ambassadors in the Dusun Adat Segunung community runs smoothly. The community there responded positively regarding the material provided by the service team and was able to follow well. After the counseling was completed, the service team also distributed*



*the materials used during the counseling. With this counseling, it is hoped that the people of Dusun Adat Segunung can form reliable Tourism Ambassadors in order to promote the richness of art, culture and tourism of Dusun Adat Segunung to tourists. The participants already knew about the tourism ambassadors of Dusun Adat Segunung after participating in the socialization. In addition, the participants also began to know how the role of tourism ambassadors in promoting Dusun Adat Segunung.*

**Keywords:** *Pariwisata, Duta Wisata, Dusun Adat Segunung*

## **Pendahuluan**

Indonesia dari Sabang sampai Merauke dalam setiap jajaran pulau-pulau tersirat beragam potensi wisata. Salah satu ikon yang melekat pada Indonesia adalah potensi wisatanya. Hal inilah yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan, baik lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia dengan tujuan ingin menikmati keindahan alam dan kekayaan wisata. Beragam budaya serta potensi yang ada di setiap provinsi di Indonesia menjadi ciri khas masing-masing dari provinsi tersebut (Melasari et al., 2018). Sektor pariwisata kini ditetapkan menjadi *leading sector* karena pencapaiannya yang melesat dibawah pemerintahan Presiden Joko Widodo. Selain itu sektor pariwisata yang awalnya belum terlalu dieksplorasi, telah bertransformasi menembus peringkat tiga besar dalam menyumbang devisa negara (Octabelina, 2021).

Dengan adanya kegiatan pariwisata disuatu daerah maka daerah tersebut akan lebih mudah berkembang dan maju. Selain itu daerah yang memiliki potensi wisata akan menarik wisatawan dalam jumlah besar. Menurut (Istiyanti, 2020) desa pariwisata adalah suatu kawasan pedesaan yang memiliki kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, bangunan dan struktur desa yang khas serta memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Keberadaan desa wisata dalam pembangunan pariwisata di Indonesia semakin penting. Desa wisata mampu mewarnai variasi destinasi yang lebih dinamis dalam suatu kawasan pariwisata. Seperti yang dikatakan Damanik (dalam Istiyanti, 2020) pengembangan desa wisata didorong oleh 3 faktor yaitu faktor pertama yaitu potensi alam dan budaya relatif lebih otentik. Faktor kedua yaitu masyarakat pedesaan masih menjalani tradisi/ritual budaya leluhur. Faktor ketiga yaitu masyarakat pedesaan cenderung relatif lambat dalam menghadapi perkembangan zaman. Masyarakat lokal pada pengembangan desa wisata memiliki peranan yang cukup besar, dimana masyarakat dapat mengontrol jalannya pengembangan desa wisata hingga manfaat yang diterimanya.

Penguatan sektor pariwisata merupakan salah satu bagian dari penguatan nasional yang bertujuan untuk penguatan suatu daerah. Hal tersebut sejalan dengan Peraturan Menteri Republik Indonesia Nomor 29 tahun 2015 tentang rencana strategis Kementerian Pariwisata bahwa sektor pariwisata harus memiliki posisi yang strategis dalam bentuk kebijakan pembangunan khususnya bagi negara Indonesia yang memiliki aset kepariwisataan untuk diperkuat dan diberdayakan sebagai pilar ekonomi negara (Ingga Purwanti, 2019). Kemunculan desa wisata di sektor pariwisata memberikan alternatif baru kepada wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata.

Desa wisata tidak hanya mengajak wisatawan menikmati keindahan alam tetapi mempelajari dan mengenalkan kehidupan masyarakat pedesaan secara langsung (Masitah, 2019). Pengembangan desa wisata sebagai aset kepariwisataan dan aset ekonomi perlu memegang tiga prinsip, yaitu : (1) tidak bertentangan dengan budaya setempat, (2) pembangunan fasilitas ditunjukkan untuk meningkatkan kualitas lingkungan desa wisata, (3) pemberdayaan masyarakat (Saepudin et al. 2019). Pengembangan desa sebagai daya tarik

wisata didasarkan pada keinginan yang kuat dari wisatawan untuk mendapat pengalaman baru sehingga menjadi motivasi bagi wisatawan untuk berwisata. Sumberdaya dikawasan pedesaan dapat dikembangkan dengan konsep wisata yang terintegrasi antara aspek alam, sosial, budaya dan kualitas lingkungan sekitar kawasan desa wisata (Kusuma & Salindri, 2022).

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi tujuan wisata di Indonesia yang populer karena memiliki karakteristik menarik. Pada tahun 2011, Jawa Timur mendapat kesempatan untuk dipromosikan sebagai daerah tujuan wisata dalam program Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata yaitu Visit East Java. Dusun Adat Segunung dikenal sebagai kampung adat yang masih menyelenggarakan upacara tradisi. Selain itu komoditas utamanya adalah kopi (80 Hektar Robusta dan Excelsa). Desa Carangwulung adalah desa dengan penghasil kopi terbaik di Kabupaten Jombang dengan kopi unggulan berjenis excelsa yang terbaik nomor 2 di Jawa Timur. Sedangkan hasil ternak berupa susu sapi dan kambing menghasilkan 1000-1500 liter/hari yang biasanya dijual ke luar dusun, bahkan hingga ke luar desa.

Dusun Adat Segunung banyak dikenal sebagai kampung yang masih memegang teguh budaya gotong royong dan kekeluargaan serta memiliki kepedulian terhadap alam dan lingkungan. Dusun Adat Segunung juga memberlakukan larangan untuk menebang pohon bambu tujuannya agar mata air tersebut masih terjaga. Dusun Adat Segunung juga masih menjaga budaya *wiwitan* yang menjadi tradisi pada saat musim panen akan datang. Dengan adanya acara adat yang masih melekat, keindahan alam dan berbagai hasil pertanian maupun peternakan seharusnya mampu mendatangkan jumlah wisatawan yang lebih banyak sehingga Dusun Adat Segunung bisa dikenal luas oleh masyarakat. Sedangkan menurut (Junaid et al., 2022) bahwa dalam upaya pembangunan pariwisata Dusun Adat Segunung dibutuhkan sebuah kesadaran dan perubahan pola pikir oleh seluruh pemangku kepentingan. Perwujudan pariwisata berkelanjutan akan sangat berkaitan dengan cara pandang dan berpikir masyarakat Dusun Adat Segunung dalam memahami pariwisata secara positif.

Fasilitas yang dimiliki oleh Kampung Adat Segunung mulai dari kebun kopi, kedai kopi, serta sumber mata air seharusnya dapat menjadikan potensi ekonomi dan potensi edukasi wisata yang dapat ditawarkan dan menjadikan Kampung Adat Segunung menjadi Kampung yang memiliki kemandirian dalam hal ekonomi kreatif. Kampung Adat Segunung sejauh ini diklaim sebagai salah satu destinasi wisata desa, dan telah ada siswa-siswa mulai dari SD-SMA bahkan dari lingkungan Universitas yang datang ke Kampung tersebut untuk melakukan aktivitas atau kegiatan. Sayangnya Dusun Adat Segunung belum mempunyai duta wisata yang mampu mempromosikan potensi wisata kepada masyarakat luas. Apabila Dusun Adat Segunung mempunyai duta wisata maka perekonomian penduduk Dusun Adat Segunung akan mengalami peningkatan.

Duta wisata adalah citra teladan generasi muda yang dinamis, kreatif dan cerdas yang memiliki jiwa serta semangat yang positif dalam menjalankan tugasnya. Duta wisata sebagai icon harus mencerminkan muda-mudi daerah yang turut aktif untuk terjun langsung ke masyarakat dalam mengembangkan pariwisata dan menjaga kebudayaan lokal, dimana duta wisata juga harus mewujudkan sapta pesona sebagai langkah untuk menamamkan sadar wisata sehingga bukan hanya sekedar suka terhadap apa yang dilakukan namun sudah menjadi bagian dalam diri seorang duta wisata untuk selalu meneriakkan tentang kekayaan pariwisata yang ada di daerahnya (Mandalia et al., 2022). Randa (2019) juga menjelaskan bahwa duta wisata adalah pemuda-pemudi yang mempunyai kepedulian terhadap lingkungan terutama potensi kepariwisataan di daerahnya. Fungsi lain dari adanya duta wisata adalah untuk meningkatkan daya tarik wisatawan yang awalnya tidak tahu Dusun Adat Segunung menjadi tahu. Selain itu dengan adanya duta wisata produk-produk yang dibuat oleh penduduk Dusun Adat Segunung akan lebih laku dan dapat dikenal juga oleh masyarakat.

Pemilihan duta wisata yang menasar pemuda-pemuda ini bukanlah sekedar ajang yang berhenti pada satu titik saja, melainkan suatu langkah berkelanjutan untuk kepentingan pembangunan pariwisata. Duta wisata adalah ikon atau figur pariwisata dan kebudayaan yang terpilih untuk menjadi promotor aktif bagi daerahnya maupun sebagai kepanjangan tangan pemerintah. Dengan adanya ajang pemilihan duta wisata di setiap daerah di Indonesia diharapkan lahir suatu generasi muda yang kreatif dan inovatif sehingga mampu menjadi promotor untuk mempromosikan potensi wisata yang ada di daerah tersebut. Oleh sebab itu, ajang pemilihan duta wisata daerah sampai saat ini masih menjadi strategi utama pemerintah pusat, provinsi, hingga kabupaten/kota untuk melibatkan pemuda dan mengadap mereka guna memajukan industri pariwisata daerah (Dwi Anggraeni & Hidayat, 2019).

Duta wisata adalah salah satu sarana bagi suatu daerah untuk mempromosikan apa saja potensi wisata yang dimiliki oleh setiap daerah khususnya di Dusun Adat Segunung. Dengan hadirnya duta wisata, diharapkan adanya figure ataupun peran yang mampu menjadi seorang promotor dan mampu mempromosikan potensi wisata yang ada di daerah tersebut dengan baik (Alfiani Pradika Dita et al., 2022).

Duta Wisata didefinisikan sebagai remaja berusia 17 sampai dengan 25 tahun yang bisa diikuti oleh Warga Negara Indonesia. Mereka diharapkan menjadi citra teladan generasi muda yang dinamis, kreatif dan cerdas. Sekaligus berperan sebagai ujung tombak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan potensi pariwisata yang ada (Melumpi, 2018).

Daerah wisata yang mampu bertahan di tengah perubahan zaman adalah yang mampu berkreasi serta berinovasi dalam pengembangan wisata. Kondisi ini hanya bisa digali jika kesadaran dan kepedulian masyarakat Dusun Adat Segunung bahwa pariwisata mampu menggerakkan sektor ekonomi rakyat yang berkelanjutan. Artinya, masyarakat setempat merupakan aktor yang paling memahami kondisi lingkungannya baik dalam melihat kelemahan, kelebihan, tantangan dan peluang (Marlina, 2019).

## **Metode**

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan pelatihan, pada tahap ini tim pengusul akan bertindak sebagai narasumber atau penyedia narasumber untuk dapat memberikan pemahaman dan materi tentang edukasi duta wisata dalam mempromosikan Dusun Adat Segunung, Wonosalam, Jombang. Tim pengabdian merasa membangun suasana kekeluargaan dengan mitra guna menyelesaikan masalah yang dihadapi. Hal tersebut dilakukan agar situasi menjadi nyaman dan terbuka sehingga dapat mendorong permasalahan agar dapat terselesaikan dengan baik.

Agar proses pelatihan berjalan dengan maksimal, maka tim pengabdian memberikan contoh-contoh duta wisata yang sudah ada, sehingga mitra memiliki gambaran mengenai apa itu duta wisata. Setelah diberikan pelatihan, selanjutnya adalah pendampingan, pada tahap ini pengusul akan bertindak sebagai pendamping yang juga mengikuti perkembangan mitra dari awal.

## **Hasil dan Pembahasan**

Pada kegiatan pengabdian masyarakat mengenai edukasi duta wisata Dusun Adat Segunung berfokus pada dua tahapan yaitu pada tahap pertama, pengkondisian situasi di lapangan agar mitra maupun pengabdian dapat membangun situasi yang nyaman dan kekeluargaan. Pada tahap kedua yaitu memberikan sosialisasi apa itu duta wisata. Harapan yang diinginkan dari tim pengabdian adalah masyarakat Dusun Adat Segunung dapat memahami dan mengimplementasikan materi serta pembinaan yang diberikan oleh tim pengabdian. Kegiatan

pengabdian masyarakat diikuti oleh 7 orang perwakilan dari anggota masyarakat Dusun Adat Segunung berusia 17-35 tahun yang belum menikah.

Perlunya sebuah sikap sadar wisata yang harus dimiliki oleh Masyarakat Adat Segunung sebagai suatu daerah destinasi wisata. Konsep sadar wisata masyarakat dibagi menjadi dua yaitu sebagai tuan rumah dan sebagai tamu/wisatawan. Dimana partisipasi dan dukungan kedua elemen ini sama-sama diperlukan untuk mewujudkan sebuah destinasi yang berdaya saing, serta tumbuh kembangnya iklim kegiatan kepariwisataan pada suatu destinasi wisata.

Sebelum melakukan pelaksanaan materi tentang edukasi duta wisata Dusun Adat Segunung, tim pengabdian melakukan pra test dengan tujuan agar tim pengabdian memiliki data dan mengetahui seberapa jauh pengetahuan mitra tentang duta wisata. Dari beberapa pertanyaan yang diberikan oleh tim pengabdian mendapatkan data sebagai berikut :

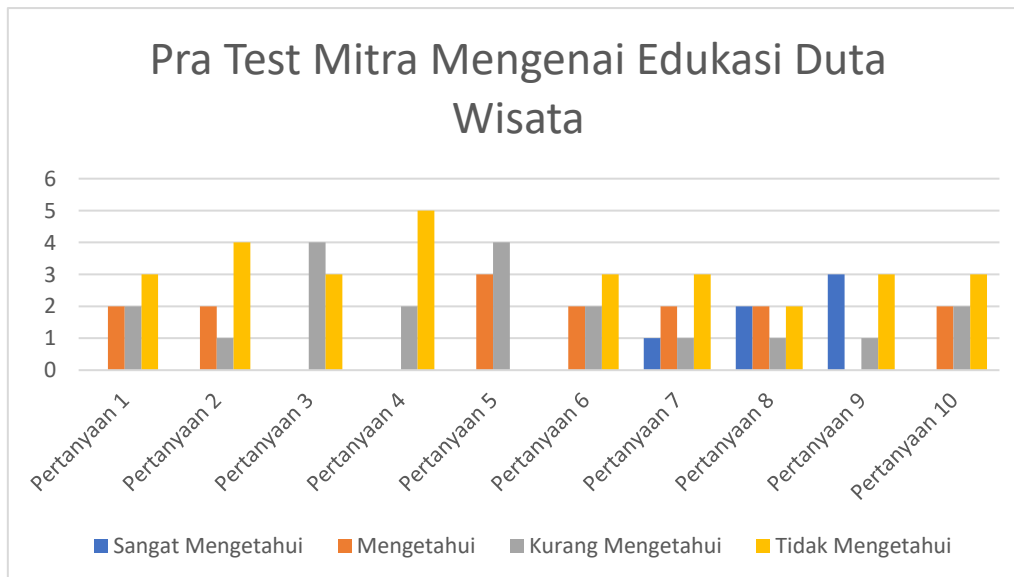
Tabel 1.1 Hasil Pra Test Mitra tentang Duta Wisata

No	Pertanyaan	SM	M	KM	TM
1	Saya mengetahui apa yang dimaksud dengan duta wisata		2	2	3
2	Saya mengetahui duta wisata mampu menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Dusun Adat Segunung Desa Carangwulung, Wonosalam, Jombang		2	1	4
3	Saya mengetahui duta wisata harus memiliki kepribadian yang baik			4	3
4	Apakah anda mengetahui duta wisata memiliki keterampilan dalam berbicara			2	5
5	Apakah anda mengetahui duta wisata memiliki penampilan yang menarik		3	4	
6	Duta wisata dapat membawa dampak positif terhadap potensi wisata Dusun Adat Segunung Desa Carangwulung, Wonosalam, Jombang		2	2	3
7	Apakah anda mengetahui bahwa duta wisata adalah icon pariwisata	1	2	1	3
8	Apakah anda mengetahui bahwa duta	2	2	1	2

	wisata harus memiliki pengetahuan mengenai potensi wisata daerahnya				
9	Saya mengetahui bahwa duta wisata bisa menjadi insiprasi bagi generasi muda untuk mengenalkan potensi wisatanya	3		1	3
10	Saya mengetahui bahwa duta wisata harus memiliki kemampuan dalam menggunakan sosial media untuk mempromosikan potensi wisata daerahnya		2	2	3

Sumber : Hasil olahan peneliti

Berdasarkan data diatas, menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan mitra dalam hal ini adalah masyarakat Dusun Adat Segunung memiliki informasi dan pengetahuan yang sangat minim mengenai duta wisata. Melalui data diatas jika digambarkan dalam bagan adalah sebagai berikut :



Sumber : Hasil olahan peneliti

Setelah melakukan survei, tim pengabdian kemudian melakukan sosialisasi terkait edukasi duta wisata kepada masyarakat Dusun Adat Segunung. Pada kegiatan tersebut, tim pengabdian berupaya memberikan pemahaman tentang apa saja yang harus dipersiapkan sebelum menjadi duta wisata, apa yang harus dilakukan sebagai duta wisata dan apa saja pengaruh yang ditimbulkan apabila suatu daerah memiliki seorang duta wisata. Pemaparan materi tidak hanya disampaikan secara lisan, namun masyarakat Dusun Adat Segunung juga diberikan materi yang

sudah disiapkan oleh tim pengabdian untuk disampaikan kepada peserta pelatihan. Berikut beberapa materi yang akan tim pengabdian berikan pada masyarakat Dusun Adat Segunung, Jombang.

Dengan menggunakan media powerpoint untuk memberikan materi memudahkan tim pengabdian untuk melakukan pendekatan kepada masyarakat Dusun Adat Segunung. Pada tahap pemaparan materi ini diawali dengan pengertian dari duta wisata itu sendiri kemudian memberikan contoh-contoh daerah di Indonesia yang memiliki potensi wisata cukup baik untuk menarik wisatawan dengan duta wisata sebagai iconnya. Setelah materi yang disampaikan oleh tim pengabdian mengenai pengertian dari duta wisata, tim pengabdian kemudian memaparkan materi tentang duta wisata mampu menarik minat wisatawan. Dalam proses diskusi, terdapat beberapa pertanyaan yang dialami oleh mitra tentang bagaimana cara yang dilakukan agar wisatawan tertarik untuk berlibur ke Dusun Adat Segunung. Melalui hasil diskusi, solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian adalah masyarakat Dusun Adat Segunung harus gencar melakukan promosi sebagai destinasi wisata yang menarik dengan menggunakan sosial media instagram ataupun membuat brosur dengan mencantumkan nama dan petunjuk arah yang tepat. Kemudian, dengan mengupdate spot-spot yang ada di Dusun Adat Segunung dengan menggunakan tulisan yang menarik sehingga wisatawan akan semakin penasaran untuk berkunjung ke Dusun Adat Segunung.

Melalui kegiatan ini diharapkan memberikan solusi yang sesuai dengan permasalahan yang sedang dialami oleh mitra. Setelah dilakukan kegiatan pengabdian tentang edukasi duta wisata Dusun Adat Segunung kemudian diberikan peningkatan dalam hal pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh mitra. Peningkatan tersebut ditunjukkan melalui tabel dibawah ini :

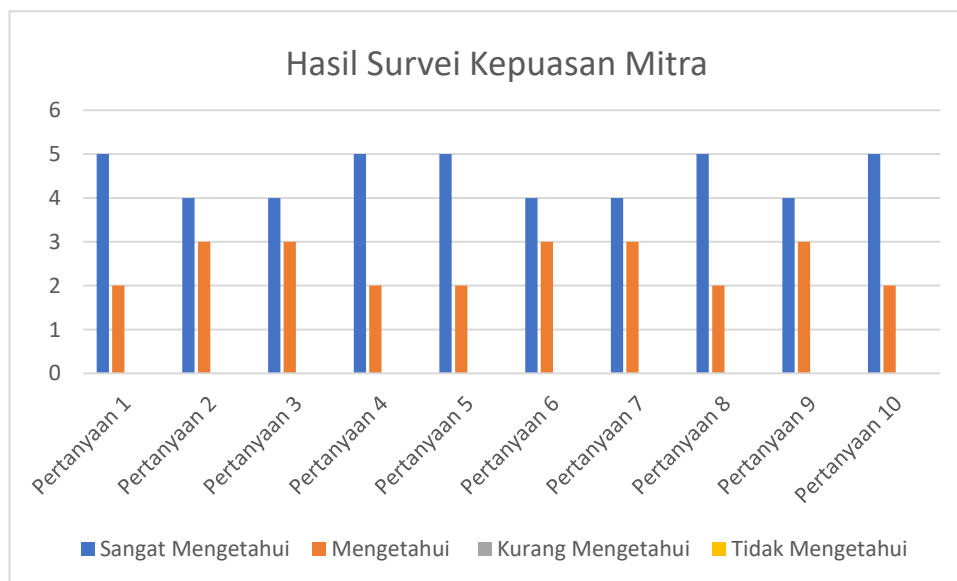
Tabel 1.2 Hasil Survei Pemahaman Mitra

No	Pertanyaan	SM	M	KM	TM
1	Saya mengetahui apa yang dimaksud dengan duta wisata	5	2		
2	Saya mengetahui duta wisata mampu menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Dusun Adat Segunung Desa Carangwulung, Wonosalam, Jombang	4	3		
3	Saya mengetahui duta wisata harus memiliki kepribadian yang baik	4	3		
4	Apakah anda mengetahui duta wisata memiliki keterampilan dalam berbicara	5	2		
5	Apakah anda mengetahui duta wisata memiliki penampilan yang menarik	5	2		
6	Duta wisata dapat membawa dampak positif terhadap potensi wisata Dusun Adat Segunung Desa Carangwulung, Wonosalam, Jombang	4	3		
7	Apakah anda mengetahui bahwa duta wisata adalah icon pariwisata	4	3		
8	Apakah anda mengetahui bahwa duta wisata harus memiliki pengetahuan mengenai potensi wisata daerahnya	5	2		
9	Saya mengetahui bahwa duta wisata bisa menjadi inspirasi bagi generasi	4	3		

	muda untuk mengenalkan potensi wisatanya				
10	Saya mengetahui bahwa duta wisata harus memiliki kemampuan dalam menggunakan sosial media untuk mempromosikan potensi wisata daerahnya	5	2		

Sumber : Hasil olahan peneliti

Berdasarkan hasil survei diatas, menunjukkan peningkatan masyarakat Dusun Adat Segunung mengenai duta wisata. Melalui hal tersebut dapat dikatakan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan lancar dan berhasil. Data diatas jika digambarkan dalam bagan adalah sebagai berikut :



Sumber : Hasil olahan peneliti

**Kesimpulan**

Pemahaman mengenai edukasi duta wisata Dusun Adat Segunung merupakan hal yang penting. Ditengah laju pariwisata yang semakin masif duta wisata haruslah berperan aktif untuk tetap mempromosikan potensi wisata daerahnya. Melalui hal tersebut tim pengabdian melakukan edukasi mengenai duta wisata kepada masyarakat Dusun Adat Segunung tentang apa yang harus dilakukan sebagai duta wisata dan apa saja pengaruh yang ditimbulkan apabila suatu daerah memiliki seorang duta wisata. Berdasarkan hasil kegiatan diatas, tim pengabdian memberikan kesimpulan bahwa masyarakat Dusun Adat Segunung belum memiliki duta wisata untuk mempromosikan potensi wisatanya. Maka dari itu, harapan tim pengabdian tentang adanya edukasi duta wisata dapat memberikan masukan positif serta pemahaman yang mendalam tentang pentingnya duta wisata sebagai bagian dari ekosistem pariwisata untuk meningkatkan keunggulan sektor pariwisata serta nilai-nilai seni dan budaya Dusun Adat Segunung.

**Daftar Pustaka**

Agung, D.P., & Wijaya, A. (2019). The Role of “Sekargading” Tourism Ambassador Association in Tourism Development of Kabupaten Batang. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 1(1), 60-70.



- Alfiani Pradika Dita, C., Astuti Hasibuan, N., & Putro Utomo, D. (2022). Penerapan Metode Promethee pada Sistem Pendukung Keputusan dalam Pemilihan Duta Wisata Kabupaten Deli Serdang (Studi Kasus: Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Serta Pariwisata). *KOMIK (Konferensi Nasional Teknologi Informasi dan Komputer)*, 6(1) 108-118.
- El Zuhri, I. & Purnaningsih, N. (2021). Pengaruh Kompetensi Duta Wisata terhadap Akselerasi Promosi Agrowisata Sawah Solok. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat (JSKPM)*, 5 (5), 697-714.
- Ingga Purwanti. (2019). Strategi Kelompok Sadar Wisata dalam Penguatan Desa Wisata. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(3), 25–27.
- Istiyanti, D. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata di Desa Sukawening. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(1), 53-62.
- Junaid, I., Dewi, W. O., Said, A., & Hanafi, H. (2022). Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan: Studi Kasus di Desa Paccekke, Kabupaten Barru, Indonesia. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 6(3), 287–301.
- Kusuma, P. A., & Salindri, Y. A. (2022). Pengembangan Potensi Wisata Di Desa Wisata Sidorejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 46–62.
- Mandalia, S., & Santosa, H. (2022). Analisis Peran Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Dharmasraya. *Journal of Tourism Sciences, Technology and Industry*, 1(2), 12-19.
- Marlina, N. (2019). Kemandirian masyarakat desa wisata dalam perspektif *Community Based Tourism*: Studi kasus Desa Ketengger, Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 17.
- Masitah, I. (2019). Pengembangan Desa Wisata oleh Pemerintah Desa Babakan Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 6(3), 46-48.
- Melasari, K., Yuriewaty, P., Grace, P., Waleleng, J. (2018). Peranan Duta Pariwisata Randa Kabilasa Dalam Mempromosikan Potensi Wisata Kota Palu. In *Acta Diurna* : 6 (1), 1-19.
- Melumpi, M. H. (2018). Peran Duta Wisata Ongga Bale Kabupaten Poso Dalam Memajukan Edukasi Pariwisata Di Era Globalisasi. *Jurnal Akademia*, 1(2), 7-18.
- Octabelina, R. (2021). Peran Promosi dan Pemerintah Provinsi Jawa Barat Bagi Perkembangan Bisnis Pariwisata. *MANNERS (Management Entrepreneurship Journal)*, 4(2), 142-154.
- Randa. (2019). Peran Duta Wisata Dalam Mempromosian Pariwisata Kabupaten Solok. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 2(2), 2-3.
- Saepudin, E., Budiono, A., & Halimah, M. (2019). Pengembangan Desa Wisata Pendidikan di Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat. *Sosiohumaniora*, 21 (1), 1-3.