

PEMBERDAYAAN KETERAMPILAN KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA DI KAWASAN CAGAR BUDAYA NASIONAL CANDI MUARO JAMBI

Musnaini¹
Sylvia Kartika Wulan B²
Andang Fazri³
Sry Rosita⁴
Ida Masriani⁵
Zulnaidi Yacoob⁶
Azzam Ali Mohammed Hazea Al-Shehari⁷
Firadao Waehama⁸
Omar Korta⁹
Neda Wiliya Nesa¹⁰
Sintia Aminart¹¹
Azia Seftiani¹²
Eriko Fedrick Bastian¹³
Hendryaldi¹⁴

^{1,2,3,4,5,7,8,9,10,11,12,13,14} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi-Indonesia

⁶School of Distance Education, Universiti Sains Malaysia-Malaysia

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 02 April 2025

Revised : 20 April 2025

Accepted : 25 April 2025

Key words:

Budaya, Candi Muaro Jambi,
Komunikasi Pemasaran Pariwisata,
UMKM KUBE

DOI: 10.62335

ABSTRACT

The empowerment of tourism marketing communication skills in the Muaro Jambi Temple National Cultural Heritage area aims to improve the knowledge and skills of the local community in promoting existing tourism potential. Muaro Jambi Temple, as one of the valuable cultural heritages, is still not known by the wider community and tourists. Through this training program, the public, tour guides, especially the Bersama Putri Mahliagi business group who are participants are trained in effective marketing communication techniques, including the use of social media and digital marketing strategies. The program involves intensive training that includes theory, workshops, workshops and practices in tourism marketing, as well as an introduction to local cultural values that can be used as tourist attractions. By involving the community in the promotion process, it is hoped that a sense of ownership and responsibility for the preservation of cultural heritage will be created. The results of this activity are expected to increase the number of tourist visits to Muaro Jambi Temple, as well as have a positive impact on the local economy. In addition, improving marketing communication skills is expected to strengthen KUBE Putri Maghligai as a strategic partner to strengthen the position of Muaro Jambi Temple as an attractive and sustainable tourist destination.

ABSTRAK

¹ Corresponding author: musnaini@unja.ac.id

Pemberdayaan keterampilan komunikasi pemasaran pariwisata di kawasan Cagar Budaya Nasional Candi Muaro Jambi bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat setempat dalam mempromosikan potensi wisata yang ada. Candi Muaro Jambi, sebagai salah satu warisan budaya yang berharga, masih kurang dikenal oleh masyarakat luas dan wisatawan. Melalui program pelatihan ini, masyarakat, pemandu wisata, khususnya kelompok usaha Bersama Putri mahligai yang merupakan peserta dilatih dalam teknik komunikasi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial dan strategi pemasaran digital. Program ini melibatkan pelatihan intensif yang mencakup teori, workshop, lokakarya dan praktik dalam pemasaran pariwisata, serta pengenalan terhadap nilai-nilai budaya lokal yang dapat dijadikan daya tarik wisata. Dengan melibatkan masyarakat dalam proses promosi, diharapkan akan tercipta rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap pelestarian cagar budaya. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Candi Muaro Jambi, serta memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal. Selain itu, peningkatan keterampilan komunikasi pemasaran diharapkan dapat memperkuat KUBE putri mahligai sebagai mitra strategi untuk memperkuat posisi Candi Muaro Jambi sebagai destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Analisis Situasi terkait Revitalisasi Kawasan Cagar Budaya Nasional (KCBN) Candi Muaro Jambi menuju wasrisan dunia perlu melibatkan banyak pihak, termasuk masyarakat setempat. Hal ini penting agar warga mengoptimalkan pemanfaatan kawasan itu untuk meningkatkan kesejahteraan dan masyarakat sadar wisata. Kawasan candi Muaro jambi terdapat UMKM-Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Putri Mahligai yang beranggotakan wargawarga dari desa penyangga yaitu Desa Muara Jambi, Danau Lamo, Dusun Baru, Desa Kemingking Luar, Kemingking Dalam, Dusun Mudo, Teluk Jambu, dan Tebat Patah. KUBE tersebut memiliki peran penting mendukung keberhasilan revitalisasi Kawasan karena anggota KUBE ini bersentuhan langsung dengan wisatawan asing maupun local. Anggota kube memiliki usaha dari usaha kuliner, souvenir, usaha penginapan (homestay), moda transportasi bentor, dan pemandu wisata. KUBE yang berlokasi di desa Muaro Jambi Kawasan Candi Mauro Jambi dibentuk pada tahun 2022. Namun, Kube putri mahligai tersebut belum optimal memanfaatkan KCBN candi Muaro Jambi untuk memasarkan produk dan jasa pendukung kawasan wisata. Sehingga berdampak pada kemampuan menjual pariwisata Candi Muaro Jambi kepada wisatawan asing maupun lokal. Padahal dengan peran aktif UMKM yang berada dkawasn wisata tersebutlah yang mampu mempromosikan, dan menjual kawsan wisata tersebut kepada pengunjung. Aktifitas UMKM mengkomunikasikan pariwisata terkait komunikasi pemasaran lintas budaya. Sehingga terdapat beberapa kendala yang sering dihadapi oleh KUBE ini.

Pengembangan ekonomi kreatif KUBE ini sangat penting sebagai penggerak industry pariwisata (1) Berdasarkan Analisa survey awal menunjukkan UMKM KUBE di daerah wisata Candi Muaro Jambi ini seringkali menghadapi tantangan dalam hal komunikasi pemasaran lintas budaya. Ini disebabkan oleh perbedaan budaya, bahasa, dan preferensi konsumen dari berbagai latar belakang yang berkunjung ke destinasi tersebut. Adapun idnetifikasi permasalahan UMKM di Kawasan wisata Candi Muaro Jambi berakar dari satu hambatan utama dalam memasarkan produk, jasa dan destinasi wisata yaitu hambatan terkait komunikasi pemasaran lintas budaya. Adapun hambatan tersebut yaitu perbedaan Bahasa[1], selain itu, setiap budaya memiliki preferensi dan kebiasaan konsumen yang berbeda. UMKM perlu memahami dan menyesuaikan produk dan layanan mereka dengan preferensi konsumen yang beragam[2].

Keterbatasan Pengetahuan dan kesadaran tentang isu-isu Budaya Lokal, tidak semua anggota KUBE memahami budaya local maupun asing, sehingga sulit bagi mereka untuk menyusun pesan pemasaran yang relevan dan menarik bagi pengunjung. Kurangnya pemahaman tentang budaya lokal juga dapat menyebabkan kesalahan dalam interaksi atau komunikasi dengan wisatawan. Kurangnya Sumber Daya, UMKM mungkin memiliki keterbatasan sumber daya, termasuk anggaran dan personel yang berkualitas, untuk mengembangkan strategi pemasaran lintas budaya yang efektif. Hal ini dapat menghambat kemampuan untuk menciptakan kampanye pemasaran yang menarik bagi beragam pengunjung. Anggota KUBE mengalami kesulitan dalam menyampaikan pesan pemasaran karena bahasa yang digunakan oleh wisatawan asing atau dari budaya yang berbeda[3].Terkait permasalahan krusial UMKM KUBE Putri Mahligai tersebut menunjukkan bahwa kondisi Kelompok masyarakat ini perlu disupport melalui program yang khusus membantu mereka mampu meningkatkan kemampuan komunikasi lintas budaya. Sehingga dalam proses pelatihan PPM ini akan terkait dengan program MBKM, IKU, dan fokus pengabdian untuk pemberdayaan di lakukan secara komprehensif dan berkelanjutan. Karena Menurut [3], [4] bahwa kemampuan komunikasi lintas budaya tidaklah timbul secara instan, melainkan berkembang seiring waktu. Konsep komunikasi pemasaran lintas budaya melibatkan kesadaran dan sensitivitas terhadap perbedaan budaya [4], [5].

METODE PELAKSANAAN

Berikut adalah metode pelatihan yang akan dilakukan untuk pemberdayaan komunikasi pemasaran lintas budaya bagi UMKM KUBE di sektor pariwisata Candi Muaro Jambi:

1. Menyelenggarakan Workshop Interaktif, yaitu mengadakan workshop interaktif yang melibatkan karyawan UMKM dalam diskusi, permainan peran, dan studi kasus tentang situasi komunikasi lintas budaya. Workshop ini dapat membantu meningkatkan pemahaman anggota KUBE tentang perbedaan budaya dan cara terbaik untuk berkomunikasi dengan audiens yang beragam.
2. 2.Pelatihan Keterampilan Bahasa: Menyelenggarakan pelatihan keterampilan bahasa untuk mengenalkan dan memperluas kosakata dan meningkatkan kefasihan peserta dalam bahasaasing yang sering digunakan oleh wisatawan. Pelatihan ini dapat mencakup penggunaan frasa dan kosakata yang relevan dengan konteks pariwisata.
3. 3.Permainan Peran: Melakukan permainan peran di mana peserta KUBE dapat berlatih berinteraksi dengan simulasi wisatawan dari berbagai budaya. Permainan peran ini dapat membantu mereka merasakan pengalaman langsung dan mempraktikkan keterampilan komunikasi lintas budaya dalam lingkungan yang aman dan mendukung.
4. FGD Pemberian materi oleh Anggota PPM Dari Universitas Saains Malaysia dan FEB UNJA terkait komunikasi pemasaran lintas budaya, materi mencakup strategi komunikasi pemasaran yang efektif dalam konteks pariwisata. Ini dapat memberikan wawasan yang berharga dan memperluas pemahaman Anggota KUBE sebagai UMKM yang berkontribusi memasarkan dan sebagai pelaku UMKM dalam kawasan pariwisata Candi Muaro Jambi.
5. Pendampingan Personal: Menyediakan pelatihan pendampingan personal di mana Anggota KUBE dapat bekerja satu-satu dengan pelatih untuk memperbaiki keterampilan komunikasi pemasaran lintas budaya. Pendampingan personal ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat keterampilan individu.
6. Simulasi Situasi Nyata: Mengadakan simulasi situasi nyata di mana anggota KUBE harus berinteraksi dengan wisatawan (mahasiswa Internasional) dari berbagai budaya dalam lingkungan yang mirip dengan situasi sebenarnya. Ini dapat membantu peserta mempraktikkan keterampilan komunikasi pemasaran lintas budaya secara langsung dan menghadapi tantangan yang mungkin timbul.

7. Umpan Balik dan Evaluasi, memberikan umpan balik konstruktif secara teratur kepada peserta pelatihan setelah terlibat dalam praktik komunikasi pemasaran lintas budaya. Evaluasi ini dapat membantu peserta melihat area di mana anggota KUBE telah berhasil dan keterampilan apa yang perlu ditingkatkan. Melalui kombinasi metode-metode pelatihan ini, KUBE Putri Mahligai sebagai salah satu UMKM di kawasan pariwisata Candi Muaro Jambi dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam berkomunikasi pemasaran lintas budaya, sehingga akan meningkatkan daya tarik dan keberhasilan Usaha bersama tersebut dalam menarik wisatawan dari berbagai budaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah beberapa analisis tentang kendala-kendala yang dihadapi terkait dengan komunikasi pemasaran lintas budaya di daerah wisata antara lain: (1) Komunikasi pemasaran terkendala terkait dengan (1) Perbedaan Bahasa. Sehingga promosi tidak tersampaikan dengan baik. (2) Perbedaan Preferensi Konsumen. Setiap budaya memiliki preferensi dan kebiasaan konsumen yang berbeda. UMKM perlu memahami dan menyesuaikan produk dan layanan mereka dengan preferensi konsumen yang beragam. (3) Keterbatasan Pengetahuan dan kesadaran tentang isu-isu Budaya Lokal, tidak semua anggota KUBE memahami budaya local maupun asing, sehingga sulit bagi peserta untuk menyusun pesan pemasaran yang relevan dan menarik bagi pengunjung[6]. Kurangnya pemahaman tentang budaya lokal juga dapat menyebabkan kesalahan dalam interaksi atau komunikasi dengan wisatawan. (4) Kurangnya Sumber Daya, UMKM mungkin memiliki keterbatasan sumber daya, termasuk anggaran dan personel yang berkualitas, untuk mengembangkan strategi pemasaran lintas budaya yang efektif. Hal ini dapat menghambat kemampuan untuk menciptakan kampanye pemasaran yang menarik bagi beragam pengunjung.

Solusi yang ditawarkan fokus pengabdian pada masyarakat (PPM) ini yaitu pemberian workshop, pelatihan keterampilan bahasa, pemberian materi dan transfer knowledge terkait (1) pengayaan bahasa untuk mengatasi Perbedaan Bahasa, demonstrasi video dan komunikasi langsung dengan pemateri yaitu anggota PPM dari Universitas Sain Malaysia dan Mahasiswa Internasional. (2) Pemberdayaan preferensi konsumen dari negara Gambia, Malaysia, Myanmar, Philipina dan Pakistan. Diskusi terkait preferensi dan kebiasaan konsumen yang berbeda. (3) Dan sharing seasion tentang isu-isu Budaya Lokal, dan isu budaya dari negara-negara dari narasumber yaitu Malaysia, Gambia, Yaman, Egypt, Thailand dan Pakistan.

Pentingnya pemberayaan komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan mengoptimalkan potensi pariwisata di Candi Muaro Jambi, pentinglah untuk melibatkan masyarakat setempat dalam proses promosi dan pengembangan. Masyarakat Desa Muaro Jambi memiliki peran sentral dalam melestarikan situs cagar budaya ini, namun mereka juga butuh dilatih dan diasah agar dapat berpartisipasi aktif dalam upaya promosi dan pengembangan pariwisata[7]. Meski Candi Muaro Jambi memiliki nilai sejarah dan budaya yang mendalam, tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya promosi yang efektif dan strategi pemasaran yang optimal. Selain itu, infrastruktur dan fasilitas yang tersedia juga belum sepenuhnya memadai untuk menjamin kenyamanan pengunjung. Namun, hal ini juga membuka peluang bagi implementasi strategi pemasaran yang inovatif dan partisipatif bersama masyarakat setempat [8].

Melalui pemberdayaan keterampilan komunikasi pemasaran pariwisata, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat Desa Muaro Jambi dalam mempromosikan potensi wisata yang ada di Candi Muaro Jambi. Tujuannya adalah untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, memperbaiki image pariwisata, serta memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal. Dengan demikian, PPM ini tidak hanya akan memberikan kontribusi pada literatur akademik tetapi juga menawarkan solusi

nyata bagi komunitas setempat dalam mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan dan berorientasi pada masyarakat [9].

Sangat penting memasarkan wisata Candi Muaro Jambi sebagai salah satu situs warisan budaya yang kaya akan sejarah, pendidikan dan potensi wisata pendukung lainnya yang di Kabupaten Muaro Jambi, Sumatera. Untuk memasarkan destinasi wisata tersebut maka perlu dukungan masyarakat sekitar Kawasan candi. Maka perlu pemberdayaan *communication skill*, terutama meningkatkan keterampilan komunikasi pemasaran destinasi maupun produk UMKM pendukung pariwisata di kawasan Cagar Budaya Nasional Candi Muaro Jambi tersebut.

Urgensinya pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) untuk memberdayakan masyarakat dan kelompok pelaku usaha untuk konsisten memasarkan destinasi pariwisata maupun produk UMKM yang dikembangkan di sekitar kawasan Candi. Program ini dilaksanakan melalui serangkaian pelatihan dan workshop atau lokakarya yang dirancang khusus untuk meningkatkan kemampuan komunikasi efektif dalam memasarkan potensi UMKM yang mendukung pariwisata Candi MA. Jambi berbasis teknologi. Dengan pelatihan ini banyak pelaku usaha pariwisata lokal yang belum memanfaatkan digitalisasi pemasaran dapat memiliki kemampuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam komunikasi pemasaran wisata dengan menggunakan media digital dan teknik komunikasi pemasaran yang efektif [10], [11], [12], [13]. Peserta pelatihan dan workshop ini melibatkan peserta dari unsur masyarakat, UMKM, Kelompok Usaha Bersama di kawasan Candi Muaro Jambi, beserta dosen dan mahasiswa Internasional. Setelah Pengabdian Pada Masyarakat ini peserta dapat meningkatkan keterampilan komunikasi pemasaran berbasis digital. Tim juga memberikan pelatihan tentang teknik komunikasi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial dan platform digital. Program ini mencakup pelatihan Digital Marketing dilaksanakan pada tanggal 16 September 2024. Kegiatan ini memberikan pelatihan dan mengajarkan cara memanfaatkan media digital untuk promosi. Selain itu, peserta dapat melakukan pengembangan Strategi Pemasaran, dengan upaya mengembangkan strategi pemasaran yang dapat menarik lebih banyak wisatawan ke Candi Muaro Jambi. Rangkaian kegiatan mencakup Workshop Komunikasi Efektif dilaksanakan pada tanggal 26 Juli 2024 mengajarkan teknik komunikasi yang dapat digunakan dalam interaksi dengan pengunjung. Pemberdayaan komunikasi pemasaran dengan melakukan forum Diskusi dan Tanya Jawab pada tanggal 11 Juli 2024 Memberikan kesempatan bagi peserta untuk berbagi pengalaman dan berdiskusi langsung kepada para narasumber (Tarek Ahmed Fathy Mohamed Mahmoud (Egypt-Mesir); Jamshaid Ahmed (Pakistan), Rudziah Binti Mohd Darus., SC.ME (Malaysia), Ade Erma Suryani (DPRD Ma, Jambi), Asrini (KADIN Prov Jambi), Musnaini dan Sry Rosita (FEB UNJA). Sehingga, pemberdayaan Masyarakat ini dapat mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam mempromosikan potensi wisata dan UMKM di Kawasan Candi Muaro Jambi berkelanjutan.

Dukungan dan Kerjasama pihak pemerintah daerah kabupaten yaitu Dinas Pariwisata dan Dinas disperindag dan UMKM. Untuk kegiatan berkelanjutan perlu sinergitas semua pihak, termasuk pemerintah daerah, lembaga pendidikan, serta komunitas lokal untuk berkolaborasi dalam program ini. Dukungan dari berbagai pihak sangat penting untuk keberhasilan inisiatif ini. Penutup, dengan adanya program PPM ini, diharapkan masyarakat sekitar Candi Muaro Jambi dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam komunikasi pemasaran, sehingga mampu menarik lebih banyak wisatawan dan pada akhirnya meningkatkan perekonomian lokal. Mari bersama-sama kita lestarikan warisan budaya yaitu Candi Muaro Jambi dan terus memajukan sektor pariwisata maupun UMKM di kawasan cagar budaya ini. Ucapan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Universitas Jambi yang telah mendanai kegiatan PPM ini, semoga penyelenggara PPM terus

didukung oleh berbagai pihak terkait dalam pengembangan pariwisata di kawasan Cagar Budaya Nasional Candi Muaro Jambi berkelanjutan.

Terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat dan Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Jambi yang telah memberikan pendanaan pelaksanaan pengabdian pada masyarakat melalui kegiatan Pemberdayaan Keterampilan Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Kawasan Cagar Budaya Nasional Candi Muaro Jambi.



Gambar 1: Peserta FGD Pemberdayaan Keterampilan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Di Kawasan Cagar Budaya Nasional Candi Muaro Jambi

Gambar 1 menampilkan peserta Forum Diskusi Grup (FGD) Pemberdayaan Keterampilan Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Kawasan Cagar Budaya Nasional Candi Muaro Jambi. Foto ini mendokumentasikan salah satu kegiatan dalam program pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi pemasaran masyarakat dan UMKM di sekitar Candi Muaro Jambi



Gambar 2. Kegiatan peran dan Simulasi Pemberdayaan Keterampilan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Di Kawasan Cagar Budaya Nasional Candi Muaro Jambi

Gambar diatas dokumentasi kegiatan peran dan simulasi dalam program Pemberdayaan Keterampilan Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Kawasan Cagar Budaya Nasional Candi Muaro Jambi. Foto ini menggambarkan metode pelatihan interaktif yang digunakan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi lintas budaya peserta, di mana mereka mempraktikkan interaksi dengan wisatawan dalam lingkungan yang disimulasikan.



Gambar 3. Workshop Pemberdayaan Keterampilan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Di Kawasan Cagar Budaya Nasional Candi Muaro Jambi

Gambar 3 menunjukkan suasana Workshop Pemberdayaan Keterampilan Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Kawasan Cagar Budaya Nasional Candi Muaro Jambi. Foto ini memperlihatkan kegiatan pemberian materi dan diskusi dalam workshop yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memasarkan potensi pariwisata Candi Muaro Jambi.

SIMPULAN

Berikut kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi pemasaran pariwisata di kawasan Cagar Budaya Nasional Candi Muaro Jambi: (1) Program ini melibatkan pelatihan intensif yang mencakup teori, workshop, dan praktik pemasaran pariwisata, dengan fokus pada komunikasi lintas budaya dan pemanfaatan media digital, (2) Kegiatan ini menargetkan masyarakat setempat, pemandu wisata, dan UMKM di sekitar Candi Muaro Jambi, khususnya KUBE Putri Mahligai, (3) Program ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, memberikan dampak positif pada ekonomi lokal, dan memperkuat posisi Candi Muaro Jambi sebagai destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan, (4) Terdapat kendala dalam komunikasi pemasaran lintas budaya yang dihadapi UMKM, seperti perbedaan bahasa, preferensi konsumen, keterbatasan pengetahuan budaya, dan sumber daya.

Saran

Kegiatan pengabdian pada masyarakat terkait Pemberdayaan Keterampilan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Di Kawasan Cagar Budaya Nasional Candi Muaro Jambi memberikan kontribusi terkait: (1) Perlu adanya strategi keberlanjutan setelah program pengabdian masyarakat selesai, termasuk dukungan dari pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal untuk memastikan dampak jangka Panjang, (2) Disarankan untuk terus melakukan evaluasi dan monitoring terhadap efektivitas program dalam meningkatkan keterampilan komunikasi pemasaran dan dampaknya terhadap kunjungan wisatawan serta perekonomian local, (3) Perlu adanya pengembangan materi pelatihan yang

lebih mendalam terkait dengan strategi pemasaran digital yang inovatif dan pemanfaatan teknologi untuk promosi pariwisata, (4) Penting untuk terus memperkuat kerjasama antara UMKM, pemerintah, Universitas dan pihak terkait lainnya dalam mengembangkan pariwisata Candi Muaro Jambi secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. I. Sulaiman, B. Kuncoro, E. D. Sulistyoningsih, H. Nuraeni, And F. S. Djawahir, "Pengembangan Agrowisata Berbasis Ketahanan Pangan Melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Di Desa Serang Purbalingga," *Jurnal The Messenger*, Vol. 9, No. 1, 2017, Doi: 10.26623/TheMessenger.V9i1.423.
- A. Sujoko, A. Muwafik Saleh, M. Azzuhri, And F. Yuniar Rakhmawati, "Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Q-Zulal Berbasis Pemberdayaan Masyarakat," *Journal of Innovation and Applied Technology*, Vol. 6, No. 1, 2020.
- Agustin R, Widayatmoko W. Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kepuasan Komunikasi Karyawan Sekretariat Jenderal Kementerian Komunikasi Dan Informatika. *Koneksi*. 2019;3(1).
- B. Purba, R. Hidayat, And M. S. I. Lubis, "Sosialisasi Sadar Wisata Dengan Pendekatan Komunikasi Pemasaran Di Desa Namu Sialang Kecamatan Batang Serangan," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 27, No. 4, 2021.
- B. Z. Rahmat, E. Nurhasanah, And Q. S. A. Zahra, "Pelatihan Pengembangan Komunikasi Pemasaran Pada Produk Usaha Kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga Desa Cukangkawung, Kabupaten Tasikmalaya," *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, Vol. 6, No. 2, 2021.
- D. M. Azima, W. Suadnya, And D. Indiyati, "Aplikasi Digital Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Madu Trigona Desa Salut Melalui Php2d," *Journal of New Media and Communication*, Vol. 1, No. 1, 2022, Doi: 10.55985/Jnmc.V1i1.4.
- Dr. Riyanto, Dr. Djon Hartono, Dr. Uka Wikarya, Mohamad D. Revindo, Ph.D., Usman, M.Si., Setya A. Riyadi, M.Si., Natanael W. G. Massie, S.E., Nanda Puspita Ssia. Dampak Pariwisata Terhadap Distribusi Pendapatan Dan Penurunan Kemiskinan Di Indonesia Research Brief No.2, Juli 2019. 2019;(2).
- Dwinarko, T. Sjafrizal, And P. Muhamad, "Pemberdayaan Petani Manggis Generasi Milenial Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Komunikasi Pemasaran Di Desa Ponggang Serangpanjang Subang," *Intelektiva*, Vol. 4, No. 10, 2023.
- G. Priyowidodo, Y. D. Sari, And I. Inggrit I., "Pemberdayaan Perempuan Dalam Memahami Komunikasi Pemasaran Pada Media Online (Konsep E-Commerce) Di Gpdi Sejahtera Junrejo Batu Malang," *Share "Sharing - Action - Reflection"*, Vol. 5, No. 1, 2019, Doi: 10.9744/Share.5.1.1-8.
- [Http://Scholar.Unand.Ac.Id/3643/17/Bab%20i%20heldadev.Pdf](http://Scholar.Unand.Ac.Id/3643/17/Bab%20i%20heldadev.Pdf)
- [Https://Iam-Indonesia.Org/Index.Php/Dkv/Article/Download/8/7](https://Iam-Indonesia.Org/Index.Php/Dkv/Article/Download/8/7)
- [Https://Ojs.Unud.Ac.Id/Index.Php/Destinasipar/Article/Download/53217/31485](https://Ojs.Unud.Ac.Id/Index.Php/Destinasipar/Article/Download/53217/31485)
- [Https://Repository.Unja.Ac.Id/11226/1/Artikel_M%20junit%20i_I1a114016.Pdf](https://Repository.Unja.Ac.Id/11226/1/Artikel_M%20junit%20i_I1a114016.Pdf)
- [Https://Repository.Unja.Ac.Id/View/Subjects/H1.Html](https://Repository.Unja.Ac.Id/View/Subjects/H1.Html)
- [Https://Repository.Unja.Ac.Id/View/Year/Null.Type.Html](https://Repository.Unja.Ac.Id/View/Year/Null.Type.Html)
- [Https://Scholarhub.Ui.Ac.Id/Cgi/Viewcontent.Cgi?Article=1212&Context=Jbb](https://Scholarhub.Ui.Ac.Id/Cgi/Viewcontent.Cgi?Article=1212&Context=Jbb)
- Kurnianti Aw, Tidar U. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai. *Jurnal Riset Komunikasi*. 2018;1(1):180–90.
- N. A. Romli, D. Safitri, And P. Yustitia, "Strategi Komunikasi Pemasaran Hijau Dalam Pemberdayaan Kewirausahaan Masyarakat Mat Peci," *Ikra-Ith Humaniora : Jurnal*

- Sosial Dan Humaniora*, Vol. 7, No. 3, 2023, Doi: 10.37817/Ikraith-Humaniora.V7i3.3328.
- N. Hudaningsih, M. Miftahul, And R. Suarantalla, "Pemberdayaan Pemuda Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Peningkatan Pemasaran Produk Desa Semamung, Kabupaten Sumbawa," *Jurnal Abdimas Bsi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 3, No. 2, 2020, Doi: 10.31294/Jabdimas.V3i2.7125.
- Ni Wayan Giri Adnyani And Marlinda Irwanti, "Pemberdayaan Perempuan Melalui Peningkatan Kemampuan Komunikasi Pemasaran Di Desa Wisata," *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk)*, Vol. 2, 2023, Doi: 10.36441/Snpk.Vol2.2023.107
- P. T. Prasetyanin, "Penerapan Integrated Marketing Communication (Imc) Berbasis Teknologi Media Online Untuk Meningkatkan Daya Saing Potensi Wisata di Bukit Mojo Gumelem, Mangunan Yogyakarta," *Charity*, Vol. 2, No. 1, 2019, Doi: 10.25124/Charity.V2i2.2195.
- Prabawa. Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Budaya Organisasi Sebagai Variabel Intervening (. Skripsi. 2013;
- Putri Nd, Ardhanariswari Ka. Sinergitas Marketing Dan Promotional Mix Dalam Konsep Sustainable Tourism Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*
- R. S. A. Suteja *Et Al.*, "Pelatihan Komunikasi Pemasaran Dalam Rangka Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Petani Menteng Desa Soket Laok, Kabupaten Bangkalan, Madura," *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, Vol. 4, No. 2, 2020, Doi: 10.20473/Jlm.V4i2.2020.312-317.
- S. Kancana, P. Lestari, And F. Nurfichayanti, "Model Komunikasi Pemasaran Untuk Pemberdayaan Perempuan Pada Sektor Informal di Yogyakarta," *Jurnal Aspikom*, Vol. 2, No. 6, 2017, Doi: 10.24329/Aspikom.V2i6.94.
- s://Repository.Unja.Ac.Id/44808/1/Buku%20pengembangan%20wisata%20final%20terbit.Pdf
- Setiawan Ab. Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. 2018;9(1).