

## BAB 4

### KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

#### 4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah dipaparkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa pola interaksi komunitas dan pemangku kepentingan dalam aktivasi Kampung Wisata Kreatif Gedebage dapat digambarkan dalam 6 kategori, di antaranya rendahnya *sense of belonging*, inisiatif komunitas sebagai penggerak, konflik kepentingan disebabkan oleh kurangnya komunikasi, ketidaksiapan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, inisiasi komunitas kurang optimal, dan semangat kolektivitas karena legalitas komunitas.

Pola interaksi antara komunitas dan pemangku kepentingan di Kampung Wisata Kreatif Gedebage terdapat kerjasama dengan adanya inisiatif komunitas sebagai penggerak di beberapa Pokdarwis berupa menciptakan program Pokdarwis, misalnya produk unggulan, paket wisata, dan usaha. Kolektivitas terjadi antara masyarakat dengan komunitas dengan adanya legalitas lembaga wisata yang menciptakan pengembangan potensi seni budaya dengan kolaborasi pihak eksternal, namun di sisi lain interaksi disosiatif mendominasi di beberapa Pokdarwis (Rancanumpang dan Cisaranten Kidul) dengan melakukan inisiasi kurang optimal disebabkan adanya ketergantungan pada dominasi pemerintah dengan mengandalkan destinasi wisata buatan yang dimiliki di kelurahan setempat. Inisiatif warga bergantung pada satu orang, sehingga interaksi satu arah yang membuat Pokdarwis Cisaranten Kidul tidak dapat mengembangkan potensi

penunjang di Kampung Blekok. Hambatan interaksi (interaksi disosiatif) terjadi dari sisi masyarakat, diantaranya rendahnya rasa kepemilikan pada sebagian masyarakat yang berakibat mereka terlibat hanya berorientasi pada uang, ketidakpedulian saptapesona, dan melayani tamu dengan kurang baik.

Interaksi internal antara anggota komunitas terdapat hambatan karena adanya konflik kepentingan dari Pokdarwis dengan adanya kecemburuan sosial karena persaingan persiapan Pokdarwis (Cimincrang) dan berorientasi pada pola ekonomi dengan memanfaatkan program kerja bagi masyarakat. Keterbatasan regenerasi terjadi di anggota Pokdarwis memberikan hambatan dari ketidaksiapan kualitas anggota, sehingga peran dari komunitas dan keberlanjutannya terganggu.

Interaksi sosial terjadi antara komunitas dan pemangku kepentingan eksternal terdapat kolaborasi dan dukungan dalam mengembangkan potensi, namun di sisi lain terjadi satu arah karena adanya hambatan konflik kepentingan karena kurangnya komunikasi, salah satunya pedagang yang ada di beberapa kelurahan (Rancanumpang dan Cimincrang). Mereka memiliki pandangan berbeda terkait relokasi usaha. Interaksi dengan pemerintah juga memiliki hambatan akan kesiapan program KWK berorientasi *top down*, sehingga potensi unggulan di daerah tidak berkembang.

#### **4.2. Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti merekomendasikan secara praktis beberapa hal untuk memberikan masukan yang dapat diterapkan oleh komunitas dan pemangku kepentingan berkaitan dengan temuan sebagai berikut:

1. Mengadakan rapat atau pertemuan intensif, baik rapat skala besar terdiri dari 4 Pokdarwis maupun di tingkat kelurahan dalam meningkatkan komunikasi. Rapat dilakukan secara rutin dan terjadwal, misalnya rapat kelurahan diadakan 1 minggu sekali dan rapat 4 Pokdarwis secara keseluruhan diadakan 1 bulan sekali, di mana rapat kelurahan dan kecamatan saling berkaitan. Rapat tersebut membahas rekomendasi pengembangan, hambatan (konflik kepentingan) internal dan eksternal, dan pengembangan program 4 Pokdarwis. Adanya program ataupun perencanaan pengembangan yang terbaik akan mendapatkan apresiasi. Hal tersebut berkaitan dengan konflik kepentingan disebabkan oleh kurang komunikasi.
2. Pokdarwis dapat melakukan kolaborasi internal setiap kelurahan berbentuk program berkelanjutan dari inisiatif komunitas sebagai penggerak berupa acara yang menampilkan atraksi dan kuliner khas dari setiap kelurahan yang dapat meningkatkan kolektivitas. Acara diadakan bergiliran di setiap kelurahan yang berkolaborasi dengan menampilkan produk unggulan (kuliner dan kriya) dan tarian dari setiap kelurahan untuk memajukan perekonomian.
3. Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) dari saptapesona dapat efektif menerapkan perubahan karakteristik dalam meningkatkan kesadaran dan *sense of belonging* di Kampung Wisata Kreatif Gedebage. SOP ini didukung dengan penerapan sistem hukuman dan penghargaan bersifat sosial, misalnya diberi hukuman untuk kerja bakti membersihkan sampah sampai sanksi terberat, sedangkan penghargaan diberikan juga bukan berupa uang. Penerapan sistem

tersebut dilakukan untuk memicu kesadaran wisata masyarakat dan meningkatkan *sense of belonging*.

4. Adanya forum melakukan *focus group discussion*, baik antara masyarakat, organisasi, kelurahan, dan Pokdarwis yang berdiskusi mengenai keluhan kesah masyarakat, pengembangan berkelanjutan ke depan, dan cara Pokdarwis inisiasi dengan penyampaian edukasi wisata serta persiapan mental.
5. Adanya pelatihan maupun program kegiatan sosial yang berkolaborasi dengan pihak eksternal dalam mengedukasi generasi penerus dalam anggota Pokdarwis dan meningkatkan potensi dari anggota Pokdarwis yang sudah terbentuk, khususnya berkaitan dengan regenerasi dari komunitas.

#### **4.3. Implikasi**

Berdasarkan hasil rekomendasi yang dipaparkan, terdapat implikasi praktis yang diberikan peneliti:

1. Jika adanya rapat rutin secara intens di skala kecamatan dan kelurahan, maka Pokdarwis harus mengalokasikan waktunya untuk kepentingan bersama dan melibatkan dirinya dalam kegiatan pengembangan potensi masyarakat, di mana anggota distimulasi terlibat aktif meningkatkan program kerja. Rapat kolaborasi 4 Pokdarwis dapat memunculkan interaksi langsung dan meningkatkan komunikasi setiap Pokdarwis dengan menyampaikan ide dan memberikan masukan, sehingga mereka diharuskan evaluasi. Selain itu, adanya penghargaan memberikan motivasi setiap Pokdarwis dalam memberikan ide dan saran.

2. Jika Pokdarwis melakukan program kerja berupa acara kolaborasi 4 Pokdarwis yang mempromosikan atraksi budaya dan produk unggulan khas setiap kelurahan, maka 4 Pokdarwis sebagai komunitas harus inisiatif secara menyeluruh dan harus mengalokasikan waktu mereka menyiapkan kegiatan tersebut, sumber dana (tergolong rendah), dan perwakilan warga untuk terlibat menjual produk unggulan, serta mereka juga harus bekerja sama dengan sanggar di wilayah. Anggota komunitas serta warga perlu melakukan tindakan kolektif untuk berdiskusi menampilkan penampilan dan meningkatkan keuntungan ekonomi.
3. Jika adanya SOP saptapesona didukung sistem penghargaan dan hukuman, maka Pokdarwis berperan untuk memastikan mereka melakukan dengan baik atau tidak. Mereka perlu menciptakan strategi pemberian sanksi dan penghargaan, sehingga Pokdarwis perlu wawasan lebih tentang saptapesona dan mengembangkan potensi, sedangkan masyarakat memiliki rasa tanggung jawab sadar wisata, sehingga mengubah sikapnya untuk peduli pada wisata dan meminimalkan gesekan oknum.
4. Jika adanya forum melakukan *focus group discussion* bersama warga dan kelurahan, maka adanya pendekatan sosial untuk memberikan bentuk inisiasi pada masyarakat. Adanya kegiatan tersebut, 3 pihak memiliki kewajiban masing-masing terlibat, baik kelurahan sebagai fasilitator, Pokdarwis sebagai pembicara yang memberikan awalan diskusi dan menyampaikan perkembangan program, sedangkan masyarakat dapat menyampaikan

hambatan dan inisiatif berupa ide. Kegiatan ini harus mengalokasikan waktu dan tenaga untuk melakukan pendekatan personal dan mengadakan forum.

5. Jika adanya pelatihan maupun program sosial untuk meningkatkan anggota komunitas dan regenerasi, maka harus adanya alokasi waktu dan pendanaan yang didapat melalui kolaborasi dengan pihak eksternal berupa dana CSR yang memanfaatkan aksesibilitas sebagai legalitas lembaga wisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- aljabbar\_bandung. (2023, June 19). *Home Instagram*. Retrieved from aljabbar\_bandung Instagram:  
[https://instagram.com/aljabbar\\_bandung?igshid=MzRIODBiNWFIZA==](https://instagram.com/aljabbar_bandung?igshid=MzRIODBiNWFIZA==)
- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Adnan, R. S., Prasetyo, B., Muzammil, M., & Santosa, A. (2019). *Pemasaran Sosial*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Afriza, L., Riyanti, A., & Indrianty, S. (2017). Pengembangan Pariwisata Kawasan Gede Bage Berbasis Ekowisata. *The Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 7(2), 53-64.
- Andini, N. (2013). Pengorganisasian komunitas dalam pengembangan agrowisata di desa wisata studi. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 24(3), 173-188.
- Asmoro, B. T., & Da'awi, M. M. (2020). Revitalisasi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Sukodono, Kecamatan Dampit, Kabupaten Malang Dalam Pengelolaan Obyek Wisata Coban Pandawa. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(1), 373-379.
- Badan Pemeriksa Keuangan Daerah Kota Bandung. (2019, Maret 20). *Peraturan Perundang-Undangan*. Retrieved from Peraturan Daerah (PERDA) Kota Bandung Nomor 3 Tahun 2019 tentang RENCANA PEMBANGUNAN JANGKA MENENGAH DAERAH (RPJMD) TAHUN 2018 - 2023:  
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/136661/perda-kota-bandung-no-3-tahun-2019>
- Bandung, K. B. (2023, May 2). *Home Instagram*. Retrieved from @kampungblekokbandung Instagram:  
<https://instagram.com/kampungblekokbandung?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- BPK RI. (2020, Maret). Retrieved from PERATURAN GUBERNUR JAWA BARAT TENTANG PEDOMAN PEMBENTUKAN KELOMPOK SADAR WISATA:  
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Download/167024/2020pg00320090.pdf>

- Buyucek, N., Kubacki, K., Rundle-Thiele, S., & Pang, B. (2016). A Systematic Review of Stakeholder Involvement in Social Marketing Interventions. *Australasian Marketing Journal*, 24(1), 8-19.
- Cantik.art\_. (2023, July 20). *Home Instagram*. Retrieved from Cantik.art Instagram: [https://instagram.com/cantik.art\\_?igshid=MzRIODBiNWFIZA==](https://instagram.com/cantik.art_?igshid=MzRIODBiNWFIZA==)
- Charmaz, K., & Thornberg, R. (2021). The Pursuit of Quality in Grounded Theory. *Qualitative research in psychology*, 18(3), 305-327.
- Chasanah, S. U. (2015). *Pemasaran Sosial Kesehatan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Cimincrang, K. W. (2023, July 21). *Home Instagram*. Retrieved from @kampungwisatacimincrang Instagram: <https://instagram.com/kampungwisatacimincrang?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). Second Edition Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches. *Sage Publications*, 67.
- Dewi, R. A., Dewi, N. P., & Rizqayanti, D. (2023). Interaksi Sosial Dalam Konteks Ekonomi: Dampaknya Terhadap Pembangunan Berkelanjutan. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5).
- Disbudpar Bandung, A. (2023, 6 July Kamis). *Launching Aktivasi Kampung Wisata Kreatif Terpadu Kecamatan Gedebage*. Retrieved from Disbudpar.Bandung.go.id: [https://disbudpar.bandung.go.id/c\\_home/news\\_detail/281?fbclid=PA\\_AarJtOHg8-giHOZi9tE1R1LZAZgSY4NGQwrXUMLT1LbGwo0Fi9CagiSa0A](https://disbudpar.bandung.go.id/c_home/news_detail/281?fbclid=PA_AarJtOHg8-giHOZi9tE1R1LZAZgSY4NGQwrXUMLT1LbGwo0Fi9CagiSa0A)
- DPRD Bandung . (2023, Juli 8). *Warta* . Retrieved from Tedy Rusman Sambut Baik Hadirnya kampung Wisata Kreatif Terpadu Gedebage: <https://dprd.bandung.go.id/warta/tedy-rusmawan-sambut-baik-hadirnya-kampung-wisata-kreatif-terpadu-gedebage>
- Dwiyanti, R. G., & Purnaningsih, N. (2022). Persepsi terhadap Proses Pengorganisasian Komunitas dalam Pengelolaan Kampung Wisata Cinangneng. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 6(2), 233-245.
- Elwani, R. S., & Kurniawan, F. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 64-80.
- Fajri, K., Tsaniah, I., & Labora, E. L. (2022). *Laporan Akhir Pendampingan Kecamatan Gedebage*. Bandung: Disbudpar Kota Bandung.



- Febrianti, D., & Suprojo, A. (2019). Analisis Dampak Wisata terhadap Pemberdayaan Masyarakat. *urnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 8(3), 75-82.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Fifiyanti, D., & Damanik, J. (2021). Pemetaan Peran Dan Kontribusi Pemangku Kepentingan Dalam Pengembangan Ekowisata Desa Burai. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(3), 448-462.
- Florence, E. S., Fleischman, D., Mulcahy, R., & Wynder, M. (2022). Message Framing Effects on Sustainable Consumer Behaviour: A Systematic Review and Future Research Directions for Social Marketing. *Journal of Social Marketing*, 12(4), 623-652.
- GeGe, T. A. (2023, August 10). *Home Instagram*. Retrieved from @telorasinrempah\_gege Instagram: [https://instagram.com/telorasinrempah\\_gege?igshid=MzRIODBiNWFIZA](https://instagram.com/telorasinrempah_gege?igshid=MzRIODBiNWFIZA)  
==
- Glennardo, Y. (2016). Viral Marketing sebagai Media Pemasaran Sosial dalam Mendongkrak Kesadaran Masyarakat untuk Berperan Aktif dan Bergabung dengan Organisasi Non Profit/Nirlaba. *Competence: Journal of Management Studies*, 10(2).
- Hardani, S. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Hermawan, D., & dkk. (2023). *Pemasaran Sosial Berbasis Komunitas dalam Aktivasi Kampung Wisata Kreatif*. Bandung: CV Budi Utama.
- Ira, W. S., & Muhamad, M. (2020). Partisipasi Masyarakat pada Penerapan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan (Studi Kasus Desa Wisata Pujon Kidul, Kabupaten Malang. *Jurnal Parawisata Terapan*, 3(2), 124-135.
- Isnangingtyas, Y. (2017). Analisis Kemitraan dalam Pengelolaan Desa Wisata Kandri Kecamatan . *Journal of Politic and Government Studies*, 6(3):1-15.
- Junaid, I., & Salim, M. A. (2019). Peran Organisasi Tata Kelola dalam Pengelolaan Desa Wisata Nglanggeran, Yogyakarta. *PUSAKA: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event.*, 1 (1), 1-7.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021, Desember 8). *Publikasi: Siaran Pers*. Retrieved from Pembangunan Kepariwisata Melalui Pengembangan Desa Wisata Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi:

<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3520/pembangunan-kepariwisataan-melalui-pengembangan-desa-wisata-untuk-meningkatkan-pertumbuhan-ekonomi#:~:text=Jakarta%2C%20Desember%202021,sumber%20da ya%2C%20serta%20memajukan%20kebudayaan>

- Kusumastuti, K., Miladan, N., Istanabi, T., Suminar, L., Yudana, G., Aliyah, I., & ... & Putra, R. P. (2021). Peran Kelompok Swadaya Masyarakat Dalam Mewujudkan Penataan Kampung Yang Berkelanjutan (Studi Kasus: Kampung Ngemplak, Jebres, Kota Surakarta. *Desa-Kota: Jurnal Perencanaan Wilayah, Kota, dan Permukiman*, 3(2), 171-178.
- Lahtinen, V., Dietrich, T., & Rundle-Thiele, S. (2020). Long Live The Marketing Mix. Testing The Effectiveness of The Commercial Marketing Mix in A Social Marketing Context. *Journal of Social Marketing*, 10(3), 357-375.
- Laraswati, L., Pradipta, M. P., & Wahyuningsih, H. (2021). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pokdarwis untuk Mengembangkan Desa Wisata Sumberbulu Di Desa Pendem Mojogedang Karanganyar. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 16(1), 58-68.
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2019). *Social Marketing: Behavior Change for Social Good*. America: Sage Publications.
- Lee, N. R.; Kotler, P. (2016). *Social marketing: Changing Behaviors for Good*. Los Angeles: SAGE.
- Lynes, J., Whitney, S., & Murray, D. (2014). Developing Benchmark Criteria for Assessing Community-Based Social Marketing Programs: A look into Jack Johnson's "All at Once" Campaign. *Journal of Social Marketing*, 4(2), 111-132.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145-151.
- Mulyadi, Y. Y., & Liauw, F. (2020). Wadah Interaksi Sosial. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 2(1), 37-44.
- Murianto, M., Putra, I. N., & Kurniansah, R. (2020). Peranan Pokdarwis Batu Rejeng untuk Mengembangkan Desa Sentiling Lombok Tengah. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(1), 21-26.
- Mustofa, A. N., Kustiwan, I., & Putra, R. R. (2022). Potensi dan Prospek Kampung SAE Cibiru dalam Mewujudkan Kampung Wisata. *Journal of Science, Technology, and Visual Culture*, 1(3), 170-183.

- Nasdian, F. T. (2014). *Pengembangan masyarakat*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Harva Creative.
- Nasution, D. E., & Setianingrum, V. M. (2022). IMPLEMENTASI COMMUNITY BASED SOCIAL MARKETING DALAM PROGRAM PENINGKATAN DISABILITY AWARENESS OLEH KOMUNITAS PEDULI INKLUSI NUSANTARA DI BLITAR. *The Commercium*, 5(3), 43-56.
- Odigbo, B. E., Aniebiet, E., & Akpam, V. A. (2021). SOCIAL MARKETING-MIX ELEMENTS AND DRUG ABUSE DEMARKETING IN NIGERIAN UNIVERSITIES. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(14), 241-276.
- Parkinson, J., Schuster, L., & Russell-Bennett, R. (2016). Insights into the Complexity of Behaviours: the MOAB Framework. *Journal of Social Marketing*, 6(4), 412-427.
- Prafitri, G. R., & Damayanti, M. (2016). Kapasitas Kelembagaan Dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus: Desa Wisata Ketenger, Banyumas). *Jurnal Pengembangan Kota*, 4(1), 76-86.
- Prafitri, G., & Damayanti. (2016). Kapasitas Kelembagaan dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus: Desa Wisata Ketenger, Banyumas). . *Jurnal Pengembangan Kota*, Vol 4 (1), 76-86.
- Prananta, R., & Rofiqi, H. (2022). Penerapan Community based Tourism: Upaya Pendampingan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Karangpakel Bersatu dalam Mengemas Produk Wisata di Desa Badean Jember. *Electronical Journal of Social and Political Sciences (E-SOSPOL)*, 120-131.
- Prasetya, D. B., & Ansar, Z. (2017). Pengembangan desa wisata berbasis community based tourism pada kawasan Danau Ranau Lumbok Seminung Lampung Barat. *Plano Madani: Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 6(1), 60-72.
- Pudjiastuti, W. (2016). *Social marketing: Strategi jitu mengatasi masalah sosial di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Purmada, D. K. (2016). Pengelolaan desa wisata dalam Perspektif Community Based Tourism (Studi Kasus pada Desa Wisata Gubugklakah, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang). *Jurnal Adminstrasi Bisnis*, 32(2):15-22.

- Rahmadani, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2018). Fungsi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat. *Social Work Journal*, 8(2), 203-210.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Riyanti, A., & Afriza, L. (2020). Kemenarikan dalam Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Wisata Cibunut Kota Bandung. *JURNAL EKBIS*, 21(2), 159-177.
- Rofiq, M. R. (2021). Jenis-Jenis Objek Ekowisata dan Peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Nglanggeran dalam Pengelolaan Ekowisata di Desa Wisata Nglanggeran Kabupaten Gunungkidul. *Journal of Tourism and Creativity*, 5(1), 14-27.
- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. G., Anisah, H. U., Siahaan, A. L., Islamiati, S. H., & Fasa, M. I. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Roy, P. S., & Goswami, P. (2020). Integrating Social Enterprise and Social Marketing with Shadow Framework: A Case for Peacebuilding. *Journal of Social Marketing*, 10(2), 153-178.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Sleman, Yogyakarta: Deepublish (CV Budi Utama).
- Sa'dudin, I., Chamadi, M. R., Munasib, M. A., & Zayyadi, A. (2019). Interaksi Sosial Komunitas Islam Aboge Dengan Masyarakat Desa Cikakak Kecamatan Wangon Kabupaten Banyumas. *Jurnal Tarbiyatuna*, 10(1), 103-113.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Schuster, L; Kubacki, K; Rundle-Thiele, S. (2016). Community Based Social Marketing: Effects on Social Norms. *Journal of Social Marketing*, 6(2), 193-210.
- Sigit Hermawan, S. E., & Amirullah, S. E. (2021). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Sipatan, M. A., Thalib, T., & Arsana, I. K. (2023). Peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam Pengelolaan Objek Wisata Pasir Panjang di Desa Abason Kecamatan Totikum Kabupaten Banggai Kepulauan. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 1(4), 351-356.
- Streimikiene, D; Vveinhardt, J. (2015). Community Based Social Marketing for Implementation of Energy Saving Targets at Local Level. *Amfiteatru Economic Journal*, 17(39), 723-734.

- Suandi, H., Yasmine, D. I., Widya, D., & Indiwira, M. (2021). *Ilmu Sosial Budaya Dasar Edisi 2*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Sugiarto, I. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suherlan, H., Adriani, Y., Pah, D., Fauziyyah, I., Evangelin, B., Wibowo, L., & Rahmatika, C. (2022). Keterlibatan Masyarakat dalam Mendukung Program Desa Wisata: Studi Deskriptif Kualitatif pada Desa Wisata Melung, Kabupaten Banyumas. *BARISTA: Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 9(1), 99-111.
- Sumarto, R. H., & Dwiantara, L. (2020). Pemberdayaan Masyarakat dalam Tata Kelola Pariwisata di Kampung Wisata Dewo Bronto Yogyakarta. *Journal Publicuho*, 2(4), 111-127.
- Sutresna, A. (2018). Analisis Perencanaan Kampanye Pemasaran Sosial "Kobarkan Kebaikan" Pertamina. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 176-190.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Pustaka Larasan.
- Syahrah, I., Mustadjar, M., & Agustang, A. (2020). Pergeseran Pola Interaksi Sosial (Studi Pada Masyarakat Banggae Kabupaten Majene). *Phinisi Integr. Rev.*, 3(2), 140.
- Utami, N. N., Daulay, M., & Harahap, N. (2023). INTERAKSI KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA MASYARAKAT LOKAL DAN TRANSMIGRAN (Di Desa Ambalutu Kecamatan Buntu Pane Kabupaten Asahan). *JISOS: JURNAL ILMU SOSIAL*, 2(6), 1833-1844.
- Wahyuni, D. (2019). Pengembangan Desa Wisata Pentingsari, Kabupaten Sleman dalam Perspektif Partisipasi Masyarakat. *Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 10(2), 91-106.
- Warto, W., & Sriyanto, A. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Lidi Kelapa Di Desa Grogolpenatus Kecamatan Petanahan Kabupaten Kebumen. *Solidaritas: Jurnal Pengabdian*, 1(1), 55-65.
- Warul, W., & Tabrani, S. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. Aceh: FTK Ar-Raniry Press.
- Wasan, P. G., & Tripathi, G. (2014). Revisiting Social Marketing Mix: A Socio-Cultural Perspective. *Journal of Services Research*, 14(2), 127.
- Wilkinson, L. E., Sanders, M. R., & Mazzucchelli, T. G. (2018). *Using Social Marketing Strategies to Enhance Program Reach. The Power of Positive*

*Parenting: Transforming the Lives of Children, Parents and Communities Using the Triple P System.* New York: Oxford University Press.

Yuliani, W. (2018). Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling. *Quanta*, 2(2), 83-91.

Zavaleta Chavez Arroyo, F. O., Sánchez Pantaleón, A. J., Navarro-Mendoza, Y. P., & Esparza-Huamanchumo, R. M. (2023). Community Tourism Conditions and Sustainable Management of a Community Tourism Association: The Case of Cruz Pata, Peru. *Journal Sustainability*, 15(5), 4401.