

## PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA RELIGI NANGKA BEURIT

Wida Nurasyiah Jamilah<sup>1</sup>, Qonita Azmiana Somantri<sup>2</sup>, Irma Firnanda<sup>3</sup>, Wega Shopyani<sup>4</sup>,  
Debby Syachdilla<sup>5</sup>, Herna Mustika<sup>6</sup>, Susanti Susilawati Nurintan<sup>7</sup>, Adinda Kirana<sup>8</sup>,  
Refa Octavia<sup>9</sup>, Imas Dayant<sup>10</sup>, Ade Suparman<sup>11</sup>

<sup>1,2,3,6,7,11</sup>Administrasi Publik, Universitas Subang

<sup>4,5,8,9,10</sup>Administrasi Bisnis, Universitas Subang

*e-mail:* suparmanade09@gmail.com

### Abstrak

Indonesia adalah negara dengan beragam budaya dan pariwisata. Pesatnya perkembangan teknologi menyebabkan perubahan. Desa Sagalaherang Kaler memiliki potensi wisata religi yang belum dimanfaatkan secara optimal melalui media sosial. Situs Cagar Budaya Nangka Beurit beserta para pelaku UMKM merupakan salah satu daya tarik utama, tetapi belum memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan Twitter untuk promosi. Oleh karena itu, ada tiga tahap rencana kegiatan yang mencakup pelatihan pembuatan akun media sosial, seminar digitalisasi pariwisata dan UMKM, serta pengembangan konten Instagram dan Facebook. Ketiga tahap tersebut bertujuan untuk meningkatkan promosi pariwisata religi Nangka Beurit sehingga adanya peningkatan pengunjung. Hasil dari kegiatan ini dibuktikan dengan adanya peningkatan pengunjung mulai dari bulan Juli sampai September sebesar 38%. Selain itu, dengan meningkatnya pengunjung, para pelaku UMKM juga mengalami peningkatan pendapatan.

**Kata kunci:** Promosi, Media Sosial, Pengembangan, Desa Wisata, Wisata Religi.

### Abstract

Indonesia is a country with diverse culture and tourism. The rapid development of technology causes changes. Sagalaherang Kaler Village has religious tourism potential which has not been utilized optimally through social media. The Nangka Beurit Cultural Heritage Site and its MSME actors are one of the main attractions, but they have not utilized platforms such as Instagram, TikTok, Facebook and Twitter for promotion. Therefore, there are three stages of activity plans which include training on creating social media accounts, tourism and MSME digitalization seminars, as well as developing Instagram and Facebook content. These three stages aim to increase the promotion of Nangka Beurit religious tourism so that there will be an increase in visitors. The results of this activity are proven by an increase in visitors from July to September by 38%. Apart from that, with the increase in visitors, MSME players also experience an increase in income.

**Keywords:** Promotion, Social Media, Development, Village Tourism, Religious Tourism.

### PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan beragam budaya dan pariwisata. Pesatnya perkembangan teknologi menyebabkan perubahan. Salah satu perubahan yang terjadi mempengaruhi dunia pariwisata, karena penyebaran informasi yang mudah didapatkan.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah. Pada era globalisasi sekarang ini, pembangunan pariwisata dijadikan prioritas utama dalam menunjang pembangunan suatu daerah, selain mampu menjadi sektor potensial utama dalam sumber Pendapatan Asli Daerah (Putri, 2020) juga memperbesar penyerapan tenaga kerja (Rusyidi & Fedryansah, 2021)

Pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai *multiplier effect* dan multi dimension dari rangkaian suatu proses pembangunan, mulai dari aspek ekonomi, sosial budaya, bahkan kepada lingkungan hidup (Arliman S, 2018).

Menurut UU No. 10 Tahun 2009, Pariwisata ialah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Menurut World Tourism Organization (WTO), Pariwisata merupakan suatu kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya.

Menurut Meyers (2009), “Pariwisata ialah aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur dan tujuan-tujuan lainnya.”

Pariwisata harus dapat merangsang masyarakat untuk berpartisipasi aktif guna mencapai tujuan kesejahteraan yang diinginkan. Perkembangan pariwisata semakin mengalami perubahan, hal ini harus segera dilakukan untuk mampu memperkenalkan desa kita sebagai desa yang siap bersaing, untuk menyikapi perubahan minat wisata tersebut, salah satu pilihannya adalah desa wisata.

Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Nuryati, Wiendu, 1993. Concept, perspective and challenges, makalah bagian dari laporan konferensi internasional mengenai pariwisata budaya). Desa Wisata didefinisikan sebagai sebagian atau keseluruhan wilayah desa yang dimiliki potensi, produk dan aktivitas wisata yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pariwisata dan dikelola oleh kelompok masyarakat di desa secara berkelanjutan (Suryawan, 2015).

Tujuan dari pembentukan Desa Wisata adalah untuk meningkatkan posisi dan peran masyarakat sebagai subjek atau pelaku penting dalam pembangunan kepariwisataan, yang kemudian mampu bersinergi dan bermitra dengan pemangku kepentingan terkait dalam meningkatkan kualitas perkembangan kepariwisataan di daerah.

Hal ini dapat dilakukan dengan cara membangun dan menumbuhkan sikap dan dukungan positif masyarakat sebagai tuan rumah melalui perwujudan nilai - nilai Sapta Pesona yang penting bagi perkembangan kepariwisataan di daerah, selain juga dengan memperkenalkan, melestarikan dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada di masing - masing daerah sehingga memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di wilayahnya.

Fungsi Desa Wisata merupakan wadah langsung bagi masyarakat yang memiliki kesadaran mengenai adanya potensi wisata dan terciptanya unsur dari Sapta Pesona di lingkungan wilayah destinasi wisata. Desa wisata pula menjadi unsur kemitran baik bagi pemerintah provinsi maupun pemerintah daerah (kabupaten/kota) dalam upaya perwujudan dan pengembangan kepariwisataan di daerah.

Desa wisata memiliki ciri atau karakter tertentu yang memiliki daya jual berupa kekayaan alam, budaya atau lingkungan yang cukup bagi pengunjung untuk dinikmati, mengeksplorasi dan mempelajari keunikan desa dan segala daya tariknya.

Mariah dan Dara (2020) menyatakan bahwa desa wisata saat ini harus mulai beralih dari pemasaran konvensional menjadi pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial yang mendorong perilaku impulsif. Konten promosi yang diposting melalui media sosial ini dapat memengaruhi keinginan wisatawan untuk berkunjung (Susanto et al., 2020; Isman et al., 2020; Khokhar & Ellahi, 2020; Gaffar et al., 2022).

Selain itu, calon wisatawan biasanya akan mencari informasi mengenai destinasi wisata melalui media sosial untuk mendapatkan informasi yang detail dan terbaru. Sesuai dengan pendapat Wahyudin et al. (2021) apabila media sosial telah dijadikan media untuk memberikan informasi mengenai daya tarik yang dimiliki oleh desa wisata. Media sosial ini juga sebagai media untuk dapat menjangkau seluruh target pasar dengan biaya yang terjangkau (Ritchi et al., 2018). Desa wisata mampu mengelola media sosial akan mendapatkan citra kekinian dari para wisatawan (Astuti & Nurdin, 2022).

Damayanti et al., (2022) berpendapat bahwa pemasaran desa wisata menggunakan media sosial dapat optimal apabila disertai dengan peningkatan kapasitas pengetahuan dari para pelaku usaha wisata. Selain itu, keterampilan pelaku usaha wisata dalam pembuatan konten promosi yang akan diposting di media sosial Instagram dan WhatsApp bisnis juga mendukung keberhasilan pemasaran digital (Astuti dan Nurdin, 2022). Zulaikha et al. (2022) dan Raharjana & Putra (2020) menyatakan jika seminar mengenai pengelolaan media sosial dapat meningkatkan konsistensi pelaku usaha dalam melakukan promosi dengan media sosial.

Kegiatan wisata yang berjenis religi adalah sebuah kunjungan atau perjalanan yang dilakukan secara individu atau kelompok ke tempat yang menyimpan sejarah, yang dianggap penting dalam penyebaran dakwah dalam penyebaran agama Islam dan pendidikan Islam. wisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, kepuasan serta pengetahuan. Jadi, wisata religi adalah perjalanan yang dilakukan untuk meningkatkan amalan agama sehingga strategi

dakwah yang diinginkan akan dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat yang menjalani wisata religi (Fatimah, 2015).

Islam meninggalkan berbagai peninggalan sejarah penting dalam penyebaran agama Islam, seperti makam keramat para wali atau syeh yang telah berjasa dalam penyebaran agama Islam, masjid keramat, gedung atau bangunan yang menyimpan sejarah penyebaran agama Islam dan lain sebagainya yang dapat dijadikan sebagai potensi wisata religi dan merupakan salah satu daya tarik wisata daerah itu sendiri. Potensi dan daya tarik wisata tersebut adalah dalam bentuk wisata religi (ziarah) di peruntukan untuk umat Islam. Dimana lebih mempetegas bahwa “atraksi wisata yang dinikmati wisatawan adalah simbol simbol keagamaan pada masyarakat primitif (Wicaksono & Idajati, 2020).

Terdapat beberapa tempat wisata religi yang menggambarkan proses perjalanan penyebaran agama Islam di wilayah Sagalaherang dan sekitarnya. Salah satunya kawasan Cagar Budaya Makom Aria Wangsa Goparana yakni sebuah makam wali Allah yang berada di Kabupaten Subang. Makam ini terletak di Kelurahan Sagalaherang Kaler, tepatnya di Cileungsing Nangka Berit. Makam Aria Wangsa Goparana ini sangat ramai dikunjungi oleh para peziarah pada setiap harinya, yang sudah menjadi wisata religi. Ziarah makam sudah menjadi kebiasaan atau tradisi yang turun temurun di Indonesia. Sementara menurut tokoh, kharismatik makamnya dikeramatkan untuk dipuja, dihormati, dikagumi dan dapat diperindah dengan bentuk dan hiasan penanda makam yang beraneka ragam. Sehingga makam tokoh keagamaan, maupun tokoh raja, mendapat perilaku yang berlebihan seperti diberi cungkup, kelambu, tembok keliling dan mendapat penghormatan berlebihan dari masyarakat dengan sering di ziarah (Mainnatul, 2020).

Namun, agar penggunaan media sosial efektif dalam promosi pariwisata, maka diperlukan strategi dan persiapan untuk membuat konten yang menarik wisatawan untuk melihat keunikan destinasi wisata. Untuk mengembangkan potensi desa wisata di desa sagalaherang kaler membutuhkan media yang lebih dari sekedar mendorong kunjungan langsung wisatawan. Media elektronik seperti facebook, instagram, website, WA dan lain-lain merupakan media periklanan yang efektif, murah dan berprestasi. Perkembangan desa wisata di era digital ini membutuhkan sistem komunikasi yang konvergen yang meliputi komunikasi *interpersonal*, komunikasi massa dan *hybrid* media. Penggunaan teknologi ini membantu masyarakat desa untuk mendapatkan informasi dan dapat dijadikan dasar melakukan pengembangan wisata di Desa sagalaherang kaler terutama pengembangan potensi wisata religi nagka beurit di Dusun cileungsing, Kabupaten Subang.

Penelitian ini merupakan upaya dalam arahan pengembangan, pengelolaan, serta pelestarian pada kawasan situs cagar budaya. Dengan memberikan arahan tindakan pelestarian guna mensupport aspek pengelolaan obyek wisata religinya.

## METODE

### a. Pemanfaatan Media Sosial

Yaitu dengan membuat akun resmi sebagai media promosi untuk Wisata Religi Nangka Beurit. Seperti : Instagram, tiktok, Youtube, Facebook, dan Twiter

### b. Pengelolaan Sampah dan Kebersihan

Dengan menambahkan alat kebersihan seperti sapu dan pengki, dan menambahkan alat kebersihan pengelola atau pihak yang bertanggungjawab atas area Makom Aria Wangsa Goparana dapat menunjukkan perhatian terhadap kebersihan dan kenyamanan pengunjung. Selain itu, langkah ini juga dapat membantu mempromosikan kesadaran tentang pentingnya menjaga lingkungan dan cagar budaya agar tetap terjaga dengan baik.

### c. Petunjuk Arah yang Jelas

Dengan menambahkan petunjuk arah di setiap pertigaan

### d. Pengelolaan Catatan Jumlah Pengunjung

Memberikan pelatihan kepada pengurus dalam manajemen buku tamu agar lebih terorganisir

### e. Pengembangan Desa Wisata

Dengan melaksanakan sosialisasi pelatihan UMKM dan Kepariwisataaan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan KKN M3D dilaksanakan bersamaan dengan pelaksanaan KKN Reguler. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata M3D dengan skema Desa Wisata dilaksanakan pada tanggal 18 Juli 2023 – 18 November 2023 di Desa Sagalaherang Kaler, Kecamatan Sagalaherang, Kabupaten Subang. KKN

M3D bertujuan untuk menggali, mengembangkan, dan mempromosikan Wisata yang ada agar tercipta Desa Wisata. Melalui program kerja yang telah disusun sebagai strategi pengembangan Potensi Desa. Berikut program kerja yang telah dilakukan :

Kegiatan diawali dengan mengadakan pertemuan dengan pihak kelurahan dan pengurus karang taruna (Taruna Karya) desa wisata religi Nangka Beurit. Hasil dari diskusi didapatkan bahwa dari pihak desa wisata religi Nangka Beurit masih mengalami kendala dalam hal digital marketing, yaitu bagaimana menata Instagram, Tiktok, Youtube, Twiter dan Facebook yang menarik dan informatif, dilanjutkan dengan pelatihan bagaimana cara membuat media sosial yang menarik sebagai promosi pariwisata di wisata religi Nangka Beurit yang dilakukan secara offline.

Fungsi media sosial sebagai pemanfaatan promosi pariwisata diantaranya adalah :

1. Sebagai sumber informasi bagi khalayak mengenai daerah wisata yang akan dikunjungi.
2. Sebagai media komunikasi atau interaktif pelaku usaha wisata dengan para wisatawan.
3. Membentuk persepsi dan emosi. Media sosial dapat mempengaruhi persepsi dan emosi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata dan membuat wisatawan merasa perjalanan wisatanya menjadi lebih berwarna.
4. Branding. Media sosial dapat meningkatkan brand awareness destinasi wisata yaitu mengenalkan destinasi wisata agar dapat dengan mudah dicari orang yang gemar atau aktif di dunia maya. Branding pada destinasi wisata akan membuat pengguna media sosial untuk menjadi pengikut dan memperoleh informasi terbaru terkait destinasi wisata. Selain itu branding juga dapat mengenalkan destinasi wisata ke masyarakat yang lebih luas lagi.
5. Sebagai media pemasaran pelaku bisnis pariwisata melalui online marketing.
6. Sebagai sarana untuk penyebaran luasan informasi dari mulut ke mulut secara daring.

Kegiatan kedua adalah pelaksanaan sosialisasi digitalisasi dengan mengundang narasumber yakni ibu Ida Erlinda SE, M.Si dan Bapak BudiYana Yusuf S.TP.



Gambar 1. Foto Dokumentasi

Digitalisasi merupakan sebuah terminologi yang digunakan untuk menjelaskan sebuah proses peralihan media, yaitu peralihan dari media cetak ataupun video kedalam bentuk digital. Digitalisasi pariwisata merupakan salah satu bentuk dari adanya revolusi 4.0 yang dicirikan dengan adanya penggabungan antara teknologi dan komunikasi ke dalam bidang industri. Adapun alasan kenapa perlu adanya digitalisasi pariwisata adalah adanya penyerapan manfaat teknologi sebagai peningkatan pendapatan destinasi wisata.

Tujuan dari pelatihan ini untuk mengoptimalkan pemasaran Desa Wisata Religi Nangka Beurit melalui platform digital dengan menggunakan Instagram, Tiktok, Youtube, Twiter dan Facebook. Pelatihan ini memunculkan kreatifitas masyarakat Desa Wisata Religi Nangka Beurit.

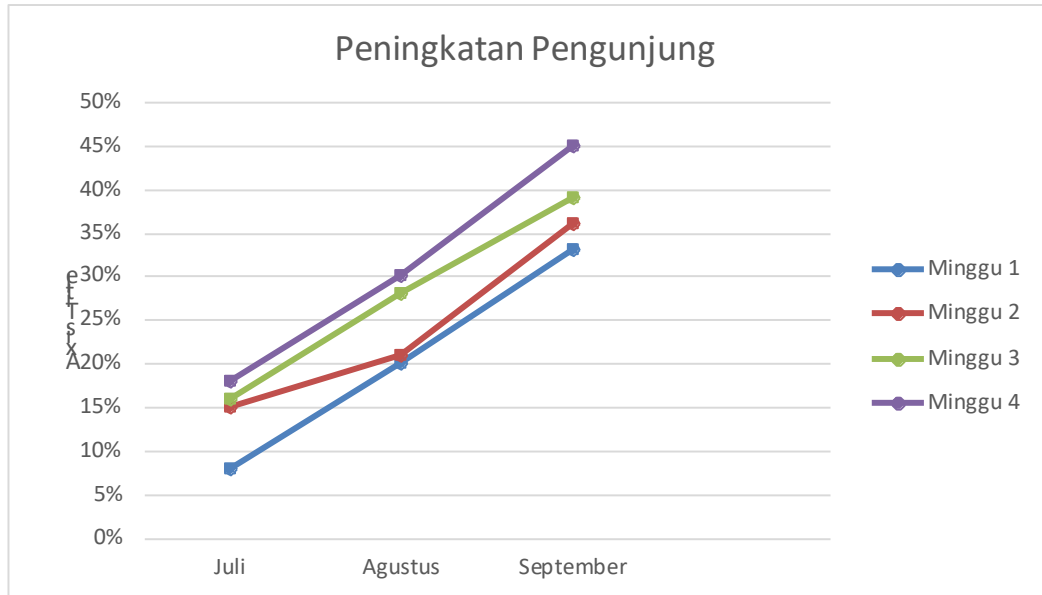
Digitalisasi pariwisata merupakan digitalisasi semua proses dan rantai nilai dan rantai industri pariwisata, hospitality, dan catering yang memungkinkan organisasi pariwisata tersebut untuk memaksimalkan potensinya secara efektif dan efisien. Adapun alasan kenapa perlu adanya digitalisasi pariwisata adalah adanya penyerapan manfaat teknologi sebagai peningkatan pendapatan destinasi wisata.

Program pengabdian masyarakat di Desa Wisata Religi Nangka Beurit memiliki luaran yaitu adanya Instagram, Tiktok, Youtube, Twiter dan facebook dari Desa Wisata Religi Nangka Beurit yang menarik dan informatif kepada masyarakat khususnya calon wisatawan yang akan berkunjung

ke Desa Wisata Religi Nangka Beurit. Adapun akun instagram Desa Wisata Religi Nangka Beurit adalah @situscagarbudaya\_nangkabeurit.

Kegiatan ketiga adalah pemenuhan dan perbaikan fasilitas, setelah dilakukan observasi di Wisata Religi Nangka Beurit terdapat beberapa fasilitas yang perlu di perbaiki seperti tembok pembatas atara jalan ke Cagar Budaya dengan pesawahan warga sekitar yang sudah terlihat berlumut, warna cat sudah memudar, dan ada beberapa tembok yang retak, juga terdapat di beberapa titik jalan menuju Cagar Budaya berserakan sampah dan kurangnya tempat sampah pagi penjarah.

Maka dari itu kami KKN M3D melaksanakan program pemenuhan alat-alat kebersihan seperti : sapu lidi, sapu injuk, pel lantai, ember, gayung, tempat sampah, rak susun, keset, pengki dan plang (petunjuk arah). Sedangkan untuk perbaikan fasilitas kami mealakuakan pengecatan tembok di jalan menuju Cagar Budaya Nangka Beurit.



Gambar 2. Data Peningkatan Pengunjung Setelah Dilakukan Promosi Bulan Juli – September 2023

**SIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan terdapat keunggulan potensi wisata yang dimiliki oleh Desa sagalaherang kaler yaitu wisata yang indentik dengan pengembangan potensi wisata minat khusus ( wisata religi), salah satunya yaitu Situs Cagar Budaya Nangka Beurit.

Namun wisata religi Nangka Beurit dalam usahanya untuk mempromosikan pariwisata, belum memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana promosi. Hal ini dapat terlihat dari belum dibuatnya akun media sosial resmi seperti Instagram, tiktok, facebook, twitter yang berisikan berita dan informasi dalam lingkup Wisata religi nangka beurit. Para pelaku UMKM yang berjualan di sekitar tempat wisata juga belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan dagangannya. Oleh karena itu, perlu adanya pembuatan dan pengembangan dengan cara penyampaian pesan promosi pariwisata yang lebih efektif melalui media sosial, dengan isi konten yang lebih informatif dan menarik.

Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut terdapat tiga tahap rancangan kegiatan untuk permasalahan tersebut diantaranya: Pelatihan pembuatan akun instagram, tiktok, facebook, twitter dengan tampilan yang menarik dan informatif dengan tujuan untuk memberikan gambaran kepada pengurus makom dan Taruna Karya setempat terkait bagaimana pembuatan dan mengisi akun media sosial dengan konten-konten yang menarik dan informatif, Pelatihan digitalisasi pariwisata dan UMKM yang dilakukan melalui seminar sosialisasi yang bertujuan untuk membekali masyarakat dan Karang Taruna (Taruna Karya) Wisata religi nangka beurit terkait pentingnya digitalisasi serta pentingnya promosi melalui media sosial bagi pelaku UMKM di zaman serba digital saat ini, Mengembangkan Instagram dan facebook milik Desa Wisata Religi Nangka Beurit berupa penataan ulang isi konten-konten yang ada di Instagram @situscagarbudaya\_nangkabeurit serta membuat

facebook baru sebagai sarana penunjang promosi. Penataan isi konten juga mencantumkan berbagai paket

## SARAN

Saran untuk mahasiswa KKN selanjutnya :

- a. Perlu adanya usaha dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk aktif dalam kegiatan kemasyarakatan guna menambah pengetahuan dan keterampilan masyarakat.
- b. Melakukan survei kepada masyarakat sebaik-baiknya dan mendapatkan informasi tentang lingkungan dan masyarakat sebanyak-banyaknya, agar dapat merancang program kerja yang tepat untuk diberikan kepada masyarakat, dalam memajukan masyarakat.
- c. Tujuan dan sasaran program kerja dirancang sebaik-baiknya sesuai dengan permasalahan masyarakat yang sudah ada, agar dapat memberikan jalan keluar yang tepat kepada masyarakat atas permasalahan tersebut.
- d. Diharapkan selama menjadi mahasiswa KKN, untuk tetap terbuka dan sopan dalam menerima kritik dan saran dari masyarakat untuk memudahkan mahasiswa KKN berbaur dan memahami karakter masyarakat.

Saran untuk masyarakat

- a. Masyarakat harus lebih giat dan berusaha dalam meningkatkan kesejahteraan hidup keluarga dengan mengembangkan potensi yang ada di Desa sagalaherang Kaler.
- b. Diperlukan kerjasama antara masyarakat dengan berbagai pihak terkait dengan pengembangan Desa Wisata Religi Nangka Beurit.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan Rahmat-Nya, kami dapat menyelesaikan jurnal ini. Penulisan jurnal ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam Progam KKN M3D Universitas Subang.

Kami tim Mahasiswa KKN M3D Universitas Subang kelompok 2, dengan rendah hati ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tulus kepada berbagai pihak yang telah memberi dukungan dan kontribusi berharga dalam penulisan jurnal ini yang berjudul “Peran Media Sosial dalam Pengembangan Wisata Religi Nangka Beurit”.

Pertama-tama, kami mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing kami bapak ADE SUPARMAN, S.SI, M.Kom atas panduan, dukungan, dan bimbingan sepanjang penelitian ini.

Kami juga ingin mengungkapkan rasa terimakasih yang tulus kepada pihak Desa Sagalaherang Kaler atas kerahaman dan partisipasinya dalam penelitian ini. Tanpa dukungan mereka, penelitian ini tidak akan mungkin terwujud.

Terima kasih kami sampaikan kepada Pengelola wisata Situs Cagar Budaya Nangka Beurit yang telah memberikan izin dan dukungan untuk melaksanakan penelitian ini di Situs Cagar Budaya Nangka Beurit. Dukungan ini telah menjadi landasan yang kuat dalam menjalankan penelitian kami.

Kami juga berterima kasih kepada seluruh anggota tim Mahasiswa KKN yang telah bekerja keras dan penuh semangat dalam mengumpulkan data, menganalisis hasil, dan Menyusun jurnal ini.

Akhirnya kami ingin berterima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan moral, ilmu pengetahuan, dan semangat kepada kami sepanjang perjalanan penelitian ini. Semua kontribusi dan dukungan dari berbagai pihak telah membantu kami dalam menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih atas segala Upaya dan harapan agar penelitian ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan Wisata Religi Nangka Beurit dan masyarakat sekitarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ais Tsurayya Mumtaz, M. (2021). Digitalisasi Wisata Di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 15
- Cahyadi Saputra Akasse, R. (2023, June 30). Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Pengunjung Di Desa Wisata. *Jurnal Socius*, Volume 10 Nomor 1 2023, Pp 52-60 (Desa Wisata, Kepariwisataaan, Media Sosial, Promosi), 9.
- Jawelery Wahyu Ninda Ariesta, B.S., & Muhammad Rizky Awwalul Ramdhan, I. (2023, Juli 03). Peran Mahasiswa Kkn-T Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Desa Losari, Kec. Gondang, Kab. Nganjuk. [Pbmi] *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, Vol.1, No. 3 Juli 2023, Juli.

<https://doi.org/10.59031/jpbmi.V1i3.179>

Syaifudin, R. (2021, Desember). Pengembangan Digital Marketing Melalui Media Sosial : Kampung Wisata Pipitan, Kota Serang. *Jurnal Wisata Desa*, Vol. 3, No. 3, Desember 2021, Pp. 165-171, 7. Doi:10.29303/Jwd.V3i3.151

Tri Sakti Maharani, A. N. (2022, Mei 25). Peran Pokdarwis Dewi Arum Pulosari Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Wisata Pandean Berbasis Bisnis Kreatif. *Junal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, Volume 4, Number 10, 2022.7.