



Pemanfaatan Instagram sebagai Informasi Wisata Religi

Maria Febiana Christanti^{1*}, Puri Bestari Mardani²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Jalan RS. Fatmawati Raya Pd. Labu, Depok, Jawa Barat, Indonesia, 12450

*Email koresponden: febiana@uprvj.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received: 3 Okt 2022

Accepted: 30 Nov 2022

Published: 31 Des 2022

Kata kunci:

Desa Baros;
Instagram;
Kearifan lokal,
Konten media;
Wisata religi.

Keyword:

Baros village;
Instagram;
Local wisdom;
Media content;
Religious tourism.

ABSTRAK

Background: Penelitian ini sebagai tindak lanjut kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Baros, Serang, Banten sejak tahun 2020. Berdasarkan keberhasilan dalam pembuatan Instagram Desa, tim meningkatkan level kegiatan pada pemanfaatan Instagram untuk menginformasikan kearifan lokal desa. Kegiatan ini bertujuan untuk memanfaatkan instagram sebagai informasi wisata religi dan budaya desa. **Metode:** Mitra pengabdian adalah pengelola media sosial berjumlah tiga orang. Tim menggunakan kombinasi metode ceramah, pendampingan pembuatan konten, diskusi dan refleksi. Pengumpulan data berdasarkan wawancara dan dokumentasi. **Hasil:** Hasil temuan utama kegiatan ini yaitu Desa Baros memiliki kearifan lokal berupa wisata religi makam kramat Syekh Tubagus Kholifah. Tiga temuan pendukung kegiatan ini: (1) peningkatan pengetahuan pentingnya informasi wisata religi dan budaya; (2) eksplorasi wisata religi; (3) alur produksi konten Instagram. **Kesimpulan:** Kegiatan ini mencapai target yaitu peserta memanfaatkan Instagram sebagai informasi wisata religi makam kramat Syekh Tubagus Kholifah dengan baik.

ABSTRACT

Background: This research is a follow-up to community service activities in Baros Village, Serang, Banten, since 2020. Based on the success of creating Village Instagram, the team increased the level of activities on the use of Instagram to inform the local wisdom of the village. This activity aims to use Instagram as information on religious and cultural tourism in the village. **Method:** A service partner is a three-person social media manager. The team uses lecture methods, content creation assistance, discussion, and reflection. Data collection is based on interviews and documentation. **Results:** The main finding of this activity is that Baros Village has local wisdom in the form of religious tourism of the tomb of Sheikh Tubagus Khalifah. Three findings support this activity: (1) increasing knowledge of the importance of religious and cultural tourism information; (2) exploration of religious tourism; (3) Instagram content production flow. **Conclusion:** This activity achieved the target; participants used Instagram for information on religious tourism of the tomb of kramat Sheikh Tubagus Kholifah well.



© 2022 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Baros, Serang, Banten merupakan program berkelanjutan sejak tahun 2020. Tim mulanya memberi edukasi penulisan jurnalistik (Christanti et al., 2021), kemudian pendampingan pembuatan konten Instagram (Christanti et al., 2022). Fokus permasalahan adalah pengelolaan media sosial yang belum berjalan dengan baik. Sedangkan, interaksi antar manusia saat ini tersaji secara virtual atau disebut media online (Raharja & Natari, 2021). Tim memiliki peta perjalanan selama tiga tahun untuk menghasilkan produk yaitu satu media sosial Instagram.

Tujuan kegiatan ini mendorong penggunaan media sosial yang bermanfaat untuk mengembangkan Desa agar dikenal oleh masyarakat luas. Dengan kata lain, adanya media sosial bermanfaat sebagai penyampai informasi kearifan lokal, wisata, produk unggulan desa, promosi usaha kecil menengah dan lain sebagainya (Christanti et al., 2021). Instagram dapat menjadi medium alternatif Desa menyajikan budaya lokal secara visual dan audiovisual untuk menumbuhkan kecintaan warga. Penggunaan media sosial memfasilitasi konten dan interaksi.

Pada tahun 2020, tim pengabdian telah melaksanakan edukasi penulisan jurnalistik sebagai dasar teknik menulis di media sosial. Pada kegiatan tersebut, karang taruna telah memiliki pengetahuan tentang (1) pentingnya penyebaran informasi melalui media baru; (2) teknik penulisan jurnalistik dan (3) prinsip menulis berita (Christanti et al., 2021). Tim menekankan pada perbedaan media tradisional dengan media baru. Pentingnya pengetahuan yakni membuka kesadaran karang taruna untuk menyesuaikan perkembangan era digital yang secara utopis membantu penyebaran informasi Desa. Pada tahun 2021, tim berupaya membentuk pengelola media sosial Desa. Oleh karena itu, tim memelaksanakan pendampingan pembuatan konten Instagram kepada Karang Taruna Desa Baros. Dasar dari pembuatan konten adalah teknik penulisan berita. Konten-konten tersebut seputar hard news seperti kegiatan pengecekan protokol kesehatan pada acara pernikahan. Keberhasilan kegiatan pengabdian ini dengan melihat tercapainya target jumlah unggahan, bentuk konten, desain dan penulisan keterangan gambar (Christanti et al., 2022).

Celah yang masih perlu diperbaiki oleh tim pengelola media sosial Desa adalah meningkatkan pemilihan jenis konten selain informasi dan berita. Tim pengelola Instagram telah berupaya mengelola konten untuk memberi informasi kegiatan-kegiatan di Desa Baros. Berdasarkan evaluasi yang telah dilaksanakan pada dua tahun sebelumnya, tim pengabdian menemukan permasalahan yang belum terselesaikan yaitu pengenalan kearifan lokal seperti identitas dan nilai-nilai Desa Baros. Tim menilai belum ada publikasi resmi tentang wisata, kesenian atau produk unggulan. Permasalahan ini sebenarnya dapat terselesaikan karena peserta telah mendapat pelatihan teknik jurnalistik dan pengelolaan Instagram. Dengan bekal pengetahuan konten informasi dengan teknik soft news, peserta dapat membuat konten kearifan lokal.



Gambar 1. Konten Instagram Desa Baros

Tim pengabdian menilai kegiatan ini penting dilakukan karena Desa Baros secara geografis dekat dengan pusat kota yang menjadi pusat perekonomian masyarakat. Dengan kata lain, Desa Baros perlu didorong menggunakan teknologi untuk menginformasikan cerminan kearifan lokal Desa. Hakikatnya kearifan lokal adalah komponen yang mengkonstruksi jati diri warga yang khusus dan berbeda di antara budaya-budaya lokal lain. Oleh karena itu, tim perlu melakukan langkah strategis dengan mendata kearifan lokal yang ada, serta mengajarkan cara penjadwalkan publikasi konten kearifan lokal sesuai kategori-kategori. Salah satu kegiatan pengabdian yang berupaya mengaktifkan Desa untuk menggunakan media sosial adalah peningkatan eksistensi kelompok tani di Desa Bengkal (Fauziyyah et al., 2020).

Tantangan kegiatan ini yaitu melihat peluang pengembangan kearifan lokal desa Baros. Hal yang menonjol dari kehidupan sosial budaya masyarakat Desa Baros yaitu kegiatan perayaan agama yang menjadi potensi kearifan lokal. Kegiatan-kegiatan tersebut telah diagendakan secara rutin dan dapat optimal sebagai tujuan wisata religi (Iskandar et al., 2020), yang berpotensi mendatangkan wisatawan yang dapat didekati dengan nilai religius. Secara praktis, berziarah merupakan ritual yang membangun spiritualitas manusia menjadibaik (Washil, 2022). Kearifan lokal dalam bentuk religi merupakan hal yang patut digali Sartini, (2004) sebagai wujud eksistensi Desa. Kegiatan pengabdian yang mengeksplorasi kearifan lokal Desa dapat berupa misalnya melihat potensi cinderamata di lokasi wisata religi di Jawa Tengah (Dhian et al., 2019) dan potensi pariwisata desa (Priyanto & Safitri, 2016). Kegiatan tersebut bertujuan membandingkan potensi-potensi kearifan lokal yang dapat menjadi produk unggulan.

Pemikiran ini sejalan dengan program pemerintah yang mendorong sektor wisata (Dhian et al., 2019). Di Indonesia terdapat tempat bersejarah dan nilai spiritualitas yang mengundang orang berziarah (Washil, 2022). Artinya, Desa Baros perlu mengembangkan potensi wisata religi ini dengan optimal. Supaya tradisi budaya Desa Baros memiliki distingsi dari daerah atau wisata religi lain. Tantangan lain yaitu mendorong pemanfaatan media sosial yang memiliki kekuatan seperti memudahkan khalayak mendapat informasi terkini dan penyebaran yang luas. Kehadiran media sosial menggeser arah penggunaan informasi, terutama media Instagram yang pun sudah banyak terbukti dari pemanfaatan pemasaran digital (Raharja & Natari, 2021).

METODE

Tim menggunakan kombinasi metode yaitu ceramah, pendampingan pembuatan konten, diskusi dan refleksi sebagai cara untuk menyelesaikan masalah. Pelaksanaan ceramah dilaksanakan dalam jaringan melalui *zoom*. Tim menyajikan materi mengenai pentingnya Instagram sebagai media pengenalan kearifan lokal. Metode ini berfungsi untuk mengatasi perbedaan persepsi tentang konten *hard news* dengan *soft news* dalam penulisan konten. Sebab, peserta lebih dahulu mengenal teknik penulisan jurnalistik yang lebih fokus pada penulisan *hard news* atau berita. Sedangkan, jenis konten kearifan lokal lebih sesuai apabila menggunakan teknik penulisan *soft news* atau *feature* dan *human interest*. Tujuan lain tim menggunakan metode ceramah adalah mengendalikan situasi serta memotivasi peserta supaya memiliki luaran produk konten yang lebih baik.

Metode pendampingan pembuatan konten dilakukan oleh tim sampai menghasilkan unggahan konten di Instagram @desa_baros. Pendampingan ini bertujuan untuk melatih peserta

dalam penulisan konten media sosial. Dalam proses pendampingan, tim memberi contoh-contoh konten Instagram yang dapat menjadi referensi peserta. Pada awal pendampingan, tim membantu menyajikan kategori-kategori kearifan lokal. Sehingga, peserta dapat memilih kearifan lokal utama yang dapat mengkonstruksi identitas Desa Baros. Pendampingan ini dilakukan melalui media *WhatsApp Group*. Tim membangun interaksi dengan membantu pembuatan jadwal untuk mencari informasi serta memberi alternatif desain menarik. Tim juga membantu penulisan apabila ada tata kata dan kalimat yang kurang relevan terpublikasi di Instagram.

Metode terakhir yang digunakan adalah diskusi dan refleksi. Metode ini merupakan bagian dari evaluasi kegiatan yang bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terkait dengan materi. Tim melontarkan pertanyaan kepada peserta terkait dengan rangkaian pelaksanaan kegiatan berkaitan dengan kesan dan pesan terhadap pelaksanaan. Tim juga melakukan diskusi untuk elaborasi budaya lokal yang ada di Desa Baros. Pengumpulan data dan informasi menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Tim menyarankan peserta menggunakan teknik memilih sampel foto secara purposif, yaitu memilih foto yang berkaitan dengan wisata religi makam kramat di Desa Baros. Kegiatan ini berlangsung mulai Agustus 2022 sampai November 2022. Lokasi kegiatan dilaksanakan di Desa Baros, Serang, Banten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini menyajikan temuan utama yaitu Desa Baros memiliki kearifan lokal berupa wisata religi makam kramat Syekh Tubagus Kholifah, serta tiga temuan hasil kegiatan pengabdian pemanfaatan instagram antara lain pertama, adanya peningkatan pengetahuan pentingnya informasi wisata religi dan budaya; kedua, eksplorasi wisata religi dan ketiga, alur produksi konten Instagram. Pendampingan tim sejak tahun 2020 membuahkan hasil baik dalam pemanfaatan Instagram, mengingat Desa Baros mulanya belum memiliki akun sosial media. Pendampingan kedua pada tahun 2021, pengelola Desa Baros membatasi informasi yang diunggah di Instagram pada aktivitas perangkat Desa. Mereka belum mendalami variasi konten yang dapat menguatkan identitas Desa. Kini, pengelola Desa Baros tercatat memiliki peningkatan pengetahuan tentang pentingnya informasi wisata religi dan budaya. Tim memberikan post-test setelah penyajian materi dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Tingkat Pengetahuan Peserta

Pengetahuan	Tahu (%)	Tidak Tahu (%)
Kearifan lokal	100	0
Wisata & budaya desa	100	0
Instagram sebagai media informasi	100	0

(Sumber: Olahan Peneliti, 2022)

Tabel di atas merepresentasikan bahwa pengelola desa mengetahui urgensi dari konten kearifan lokal. Budaya Indonesia yang majemuk melahirkan ragam kearifan lokal. Setiap budaya atau daerah berbeda memiliki keunikan kearifan lokal. Peserta memahami pentingnya mempertahankan kearifan lokal desa yang sudah turun-menurun. Apabila tidak dijaga oleh masyarakat desa, maka lambat laun akan tergerus oleh globalisasi. Pengetahuan tentang wisata

budaya desa berkaitan dengan kearifan lokal. Peserta meyakini bahwa aspek religi merupakan kearifan lokal Desa, seperti pada makna kearifan lokal yaitu sesuatu yang sudah ada dan dilanjutkan dari generasi ke generasi (Sartini, 2004). Pengetahuan peserta tentang wisata dan budaya desa sangat kuat. Mereka menilai asal usul budaya desa baros dalam aspek religi yaitu makam kramat sebagai tempat ziarah. Penjelasan di atas menekankan bahwa peserta mengetahui adanya kearifan lokal yang berbeda dari desa lain yakni wisata religi makam kramat. Selain itu, peserta mengetahui peran media sosial Instagram sebagai media informasi.

Konten Instagram: Wisata Religi Makam Kramat Syekh Tubagus Kholifah

Desa baros memiliki kearifan lokal yaitu wisata religi makan keramat yang kerap dikunjungi oleh para wisatawan dan peziarah. Wisata religi dalam beberapa kajian dimaknai sebagai wisata ziarah (tempat kramat atau mulia) (Washil, 2022). Dalam arti luas, wisata religi melingkupi tempat yang memiliki nilai spiritualitas (Washil, 2022). Tim membantu peserta untuk berupaya mengumpulkan data serta membuat konten di akun Instagram bernama @desa_baros. Informasi utama telah dibuat oleh peserta dengan menjelaskan histori Syekh Tubagus Kholifah sebagai ulama mahsyur. Informasi wisata religi ini belum pernah tersampaikan kepada publik secara resmi melalui platform media sosial Desa. Informasi makam kramat hanya ditemui pada akun-akun influencer atau vlogger. Sementara, masyarakat setempat yang seharusnya merawat budaya tersebut karena budaya suatu masyarakat merupakan sebuah sistem nilai yang menjadi tradisi, menyatu di masyarakat (Eptiana et al., 2021).

Makam Syekh Tubagus Khalifah merupakan wisata religi di Desa Baros, Serang, Banten yang berlokasi di Kampung Combong. Wisata Religi berbasis agama patut dilestarikan karena nilai religi islam di Indonesia berkarakter dinamis, elastis dan akomodatif dengan budaya lokal (Sartini, 2004). Ketika Islam menyebar ke Indoensia tidak dapat dapat terlepas dari budaya lokal masyarakat (Widiana, 2017). Dengan kata lain, baik Islam dan wisata religi dapat berjalan beriringan dengan memberi corak yang kuat. Faktanya, budaya lokal ini tetap ada di tengah arus globalisasi. Setiap daerah memiliki ciri khas kebudayaan yang perlu dipertahankan agar menumbuhkan relasi sosial yang saling bergantung antar manusia. Mempertahankan nilai tradisional dan kuno bukan hal yang mudah (Irhandayaningsih, 2018) di era digital saat ini, sama halnya dengan melestarikan wisata religi di Desa Baros ini.

Tim berhasil mendorong peserta mengimplementasikan komunikasi global melalui Instagram, mengingat Instagram merupakan media populer di Indonesia. Jumlah penggunanya terbesar keempat di dunia (www.dataindonesia.id). Tim meyakinkan peserta bahwa inovasi dalam pelestarian wisata religi harus terus dikembangkan menggunakan media online. Unggah konten wisata religi membantu dalam pemeliharaan identitas lokal, karena unggahan konten akan dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Seperti contoh kalaigrafi dipasarkkan di internet, kuda lumping diletarikan di youtube (Irhandayaningsih, 2018).

Ketika masyarakat mengenal identitas religius dengan pendekatan agama islam, maka menguatkan budaya Desa Baros. Dampak baiknya, masyarakat Desa Baros tidak akan terseret arus globalisasi yang meleburkan bahkan menghanguskan kekhasan budaya lokal (Sartini, 2004; Setyaningrum & Diah, 2018). Tim juga memberi solusi kepada peserta untuk memasarkan kearifan lokal ini dengan memanfaatkan sosial media (Nurrohimah et al., 2022) secara bertahap dan

berkelanjutan. Dalam praktiknya, peserta mampu membuat beberapa konten dengan gambar dan keterangan gambar yang baik.



Gambar 2. Contoh Konten Makam Kramat Syekh Tubagus Kholifah

Berdasarkan pengetahuan dan pengalaman menulis teknik jurnalistik (Christanti et al., 2021), peserta berhasil membuat konten yang informatif. Teknik sederhana ini bertujuan untuk membangun interaksi dengan pengikut Instagram. Hal ini sejalan dengan pemikiran bahwa Instagram merupakan media sosial yang mendukung interaksi sosial (Karim Syahputra et al., 2019). Peserta membuat narasi konten yang menjelaskan tujuan melakukan wisata religi selain berdoa yaitu melakukan silaturahmi serta menambah wawasan agama dan sejarah. Fakta lainnya adalah bukan hanya ada makam Syekh Tubagus Kholifah, melainkan terdapat beberapa makam para pejuang islam lainnya. Informasi ini tepat tertulis sebagai keterangan gambar. Sebab, masyarakat luar Desa Baros belum tentu memahami situasi ini. Keluwesan media sosial yang digunakan memudahkan manusia untuk mencari, memperoleh dan memanfaatkan beragam informasi (Sari & Basit, 2020), yang dapat diakses dengan mudah melalui telepon pintar kapan saja dan diman saja (Haikal et al., 2021).

Tahapan Unggah Konten di Instagram

Capaian terakhir dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu menghasilkan tahapan unggah konten dalam upaya pemanfaatan instagram @desa_baros. Tim merancang alur ini sebagai sebuah solusi supaya tetap terjaga kebenaran sebuah informasi. Tim dan peserta memutuskan lima tahapan mengunggah konten, antara lain (1) pengumpulan informasi, (2) seleksi gambar, (3) penulisan keterangan gambar, (4) unggah konten, (5) evaluasi. Pada tahap awal, peserta mengumpulkan informasi kearifan lokal dengan mewawancari perangkat Desa Baros. Peserta mendatangi makan kramat untuk mengumpulkan cerita asal-usulnya. Hasil pengumpulan informasi menunjukkan adanya satu kekuatan kearifan lokal yaitu wisata religi dengan ziarah ke makam kramat.

Langkah kedua, peserta mengumpulkan beberapa gambar dari dokumen yang ada, serta mengambil beberapa gambar menggunakan telepon genggam. Aset berupa dokumen-dokumen yang tersedia dari masa ke masa Desa Baros merupakan hal penting untuk merekam peristiwa. Tim menyarankan optimalisasi dokumentasi kegiatan dan wisata religi. Tim mengarahkan peserta untuk mencari dan membuka kembali dokumentasi berupa foto, video, naskah, dokumenter dan lain-lain. Peserta sepakat untuk memilih foto atau gambar sebagai pembelajaran unggah konten di Instagram. Peserta menyeleksi gambar yang relevan dengan informasi yang diperoleh peserta. Tim memberi rekomendasi agar gambar yang dipilih dapat menceritakan histori dan kondisi terkini. Peserta memilih delapan gambar yang diunggah di Instagram.

Tahap ketiga, penulisan keterangan gambar tidak dilaksanakan secara langsung. Peserta mulanya mencocokkan informasi dengan pilihan gambar. Setelah menemukan kecocokan, peserta mulai menulis keterangan gambar. Peserta siap mengunggah konten setelah seluruh bahan mentah siap (informasi, gambar dan keterangan gambar). Tahap terakhir yaitu evaluasi yang berfokus pada kolom komentar, jumlah like serta daya tarik visual konten. Evaluasi ini bertujuan untuk memperbaiki kesalahan atau kekurangan yang terjadi. Pada tahap ini, tim pengabdian mengingatkan dampak negatif yang mungkin terjadi di Instagram seperti akun yang rentan dipalsukan dan diretas (Fauziyyah et al., 2020), serta kemungkinan pembuatan berita hoax (Fadlisyah et al., 2022). Sehingga, akun @desa_baros sebaiknya dioperasikan oleh satu orang yang mumpuni dan bertanggungjawab mengelola Instagram.

Berdasarkan semua aktivitas yang telah dilaksanakan, tim menilai keunggulan dari kegiatan ini adalah kemajuan dalam pembuatan unggahan konten. Kelemahan dari pembuatan konten yaitu peserta belum memperhatikan desain visual yang menarik. Tim telah melatih peserta untuk membuat desain menggunakan aplikasi canva, namun peserta belum maksimal menggunakan karena keterbatasan sumber daya manusia. Tim mengalami kesulitan pada proses pengumpulan informasi karena membutuhkan wawancara mendalam. Selain itu, tim menilai peserta belum maksimal mengimplementasikan teknik visual. Harapan tim adalah pengelola media sosial beserta perangkat desa membaca peluang penggunaan Instagram sebagai media yang memfasilitasi pembentukan identitas budaya desa melalui kearifan lokal.

KESIMPULAN

Pengabdian kepada Desa Baros, Serang, Banten telah mencapai target luaran yaitu peserta memanfaatkan Instagram sebagai informasi wisata religi makam kramat Syekh Tubagus Kholifah. Metode ceramah, pendampingan penulisan konten serta diskusi dan refleksi mendukung tercapainya kegiatan ini. Implikasi kegiatan yaitu adanya peningkatan pengetahuan peserta tentang kearifan lokal, wisata dan budaya desa, serta pemanfaatan Instagram. Kegiatan ini menghasilkan tahapan pemanfaatan Instagram antara lain pengumpulan informasi, seleksi gambar, penulisan keterangan gambar, unggah konten dan evaluasi. Manfaat kegiatan ini adalah memberi soulsi kepada peserta untuk memanfaatkan Instagram @desa_baros sebagai upaya pelestarian wisata religi di Desa Baros, Serang, Banten. Rekomendasi kegiatan berikutnya adalah eksplorasi kearifan lokal selain wisata religi dan pendampingan pembuatan desain audio visual media sosial Instagram.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim menyampaikan terima kasih kepada mitra Desa Baros Serang, Banten yang telah bersedia meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola media sosial untuk menginformasikan wisata religi sebagai budaya lokal Desa

DAFTAR PUSTAKA

- Christanti, M. F., Mardani, P. B., & Sembada, W. Y. (2022). Pendampingan Pembuatan Konten Instagram Desa Baros, Serang, Banten. *Ikra-Ith Abdimas*, 5(2), 116–121.
- Christanti, M. F., Mardani, P. B., & Silalahi, R. Ri. (2021). Edukasi Penulisan Jurnalistik Bagi Karang Taruna Desa Baros, Serang, Banten. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(1), 95–103.
- Dhian, N., Wiyadi, Wujoso, H., & Chuzaimah. (2019). Pengaruh Anemia, Status Gizi, Diabetes Melitus, dan Hipertensi terhadap Kelelahan Kerja. *Seminar Nasional & Call For Paper Seminar Bisnis Magister Manajemen (SAMBIS-2019)*, 32, 336–351.
- Eptiana, R., Amir, A., Akhiruddin, & Sriwahyuni. (2021). Pola Perilaku Sosial Masyarakat Dalam Mempertahankan Budaya Lokal (Studi Kasus Pembuatan Rumah Di Desa Minanga Kecamatan Bambang Kabupaten Mamasa). *Edulec: Education, Language And Culture*, 1(1), 20–27. <https://doi.org/10.56314/edulec.v1i1.3>
- Fadlisyah, Abdullah, D., Nurdin, Barus, M. F. A., & Riansyah, M. (2022). Bijak Dalam Menggunakan Media Sosial Serta Implementasi UU-ITE Terhadap Pencegahan Hoax. *Jurnal SOLMA*, 10(3), 612–621. <https://doi.org/10.22236/solma.v10i3.9451>
- Fauziyyah, S. A., Pangestika, K. W., & Fitriyani, E. (2020). Strategi Peningkatan Eksistensi Gabungan Kelompok Tani (GAPOKTAN) melalui Jejaring Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Bengkal. *ABDIPRAJA: Jjurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 92–107. <https://doi.org/10.31002/abdipraja.v1i1.3152>
- Haikal, H., Ridwan, A., Andrianto, I., Afif, W., Rusli, R., & Sunarsi, D. (2021). Penyuluhan Pemanfaatan Media Sosial Bagi Perkembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Pada Masyarakat Desa. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(3). <https://doi.org/10.32493/jpdm.v1i3.11440>
- Irhandayaningsih, A. (2018). Pelestarian Kesenian Tradisional sebagai Upaya dalam Menumbuhkan Kecintaan Budaya Lokal di Masyarakat Jurang Blimbing Tembalang. *Anuva*, 2(1), 19. <https://doi.org/10.14710/anuva.2.1.19-27>
- Iskandar, H., Ritonga, R. M., Marta, R. F., Supina, S., & Kurniawan, J. (2020). Peningkatan Sumber Daya Manusia dan Optimalisasi Promosi Desa Pabuaran Menjadi Destinasi Wisata Religi. *Journal Community Development and Society*, 2(1). <https://doi.org/10.25139/cds.v2i1.2498>
- Karim Syahputra, A., Kurniawan, E., & Nofriadi, N. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Upt. Puskesmas Porsea. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 2(2), 115–120. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v2i2.370>
- Nurrohimah, B., Rikah, Zudhianshah, M. K., & Lukiarti, M. M. (2022). Pengembangan Usaha Desa Wisata Religi di Desa Tuyuhan Kecamatan Pancur Kabupaten Rembang. *Buletin Abdi Masyarakat*, 3(1), 41–47.
- Priyanto, & Safitri, D. (2016). Potential Development of Culture-Based Tourism Villages Overview of Tourism Villages in Central Java. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1).
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4428>

- Sartini. (2004). Menggali Kearifan Lokal Nusantara: Sebuah Kajian Filsafat. *Jurnal Filsafat*, 37(2), 111–120. <https://doi.org/10.22146/jf.33910>
- Setyaningrum, B., & Diah, N. (2018). Budaya Lokal Di Era Global. *Ekspresi Seni*, 20(2), 102. <https://doi.org/10.26887/ekse.v20i2.392>
- Washil, S. (2022). Wisata Religi dalam Bingkai Eco Wisata (Studi Survey Destinasi Wisata Religi di Bondowoso). *SALWATUNA: Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam*, 2(1), 35–44.
- Widiana, N. (2017). Budaya Lokal Dalam Tradisi “Nyumpet” Di Desa Sekuro Kecamatan Mlonggo Kabupaten Jepara. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 35(2), 286. <https://doi.org/10.21580/jid.v35i2.1611>