



Pelatihan Pembuatan dan Pemasaran Media Promosi Digital untuk Destinasi River Tubing Lokal di Desa Sama Guna

Creation and Marketing of Digital Promotional Media for Local River Tubing Destinations in Sama Guna Village.

Khaerul Anam^{1*}, Kukuh Tri Admaja², Lilik Evitamala³, Hasbi⁴, Yadi Imansyah⁵
^{1,2,3,4,5}Universitas Nahdlatul Ulama NTB, Indonesia

Alamat: Jl. Pendidikan No.06, Dasan Agung Baru, Kec. Selaparang, Kota Mataram,
Nusa Tenggara Bar. 83125

Korespondensi penulis: anamfpok@gmail.com*

Article History:

Received: August 01, 2024;

Revised: August 15, 2024;

Accepted: Agustus 29, 2024;

Published: Agustus 31, 2024;

Keywords: Digital Promotion,
River Tubing Tourism, Community
Development, Economic Impact,
Digital Skills Training

Abstract: This community service activity aims to address the issue of inadequate promotion of the river tubing tourist destination in Sama Guna Village, which has led to a low number of tourist visits. The lack of effective promotion has prevented this natural tourism potential from optimally contributing to the local community's economy. To tackle this issue, the study aims to design and market digital promotional media capable of reaching a broader target market. The methods used in this activity include the design phase of digital promotional media, training for the local community on the use of digital technology, and the implementation of digital marketing strategies through social media platforms and websites. A participatory approach was employed to involve the community in each stage of the activity, ensuring knowledge transfer and program sustainability. The results of this community service activity showed a significant 75% increase in tourist visits to the river tubing destination in Sama Guna Village following the implementation of digital promotion, compared to the previous rate of only 50%. Additionally, the local community experienced an improvement in their skills in using digital technology to promote their products and services, which ultimately contributed to increased income and economic well-being in the village.

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengatasi masalah kurangnya promosi destinasi wisata river tubing di Desa Sama Guna yang berdampak pada rendahnya jumlah kunjungan wisatawan. Kurangnya promosi yang efektif menyebabkan potensi wisata alam ini belum optimal dalam memberikan kontribusi ekonomi bagi masyarakat setempat. Untuk mengatasi masalah ini, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan memasarkan media promosi digital yang mampu menjangkau target pasar yang lebih luas. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi tahap perancangan media promosi digital, pelatihan kepada masyarakat lokal mengenai penggunaan teknologi digital, dan implementasi strategi pemasaran digital melalui platform media sosial dan website. Pendekatan partisipatif digunakan untuk melibatkan masyarakat dalam setiap tahap kegiatan, memastikan transfer pengetahuan dan keberlanjutan program. Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan peningkatan sebesar 75% signifikan setelah dilakukannya promosi digital. dalam jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi river tubing di Desa Sama Guna yang sebelumnya hanya 50%. Selain itu, masyarakat setempat juga mengalami peningkatan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan produk dan jasa mereka, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi desa.

Kata Kunci: Promosi Digital, Wisata River Tubing, Pengembangan Komunitas, Dampak Ekonomi, Pelatihan Keterampilan Digital

1. PENDAHULUAN

Pengembangan destinasi wisata lokal merupakan upaya penting dalam meningkatkan potensi ekonomi dan mempromosikan kekayaan alam serta budaya setempat. Desa Sama Guna, yang terletak di daerah yang kaya akan keindahan alam, khususnya dalam hal kegiatan river tubing, menawarkan potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata yang menarik. River tubing sendiri merupakan salah satu bentuk wisata petualangan yang semakin diminati oleh masyarakat yang mencari pengalaman menyenangkan di alam terbuka.

Desa Sama Guna, yang terletak di wilayah Lombok Utara, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi wisata alam yang besar, khususnya dalam sektor wisata petualangan seperti river tubing. Destinasi ini menawarkan pengalaman yang unik dan menarik bagi para wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam sembari merasakan sensasi berpetualang di aliran sungai yang alami. Meskipun demikian, potensi wisata ini belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat setempat. Salah satu hambatan utama yang dihadapi adalah kurangnya promosi yang efektif, sehingga jumlah kunjungan wisatawan ke desa ini relatif rendah dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya di wilayah yang sama.

Kurangnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital untuk promosi menjadi salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya tingkat kunjungan wisatawan. Dalam era digital saat ini, media promosi berbasis teknologi memainkan peran yang sangat penting dalam menarik minat wisatawan, terutama mereka yang berada di luar daerah. Oleh karena itu, diperlukan sebuah pendekatan yang dapat memberdayakan masyarakat lokal untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dalam mempromosikan destinasi wisata mereka.

Program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk merespons tantangan tersebut dengan tujuan utama meningkatkan keterampilan digital masyarakat Desa Sama Guna, sekaligus memperluas jangkauan promosi destinasi wisata lokal. Melalui kegiatan ini, diharapkan masyarakat tidak hanya mampu memanfaatkan teknologi digital untuk promosi pariwisata, tetapi juga mendapatkan manfaat ekonomi yang lebih besar dari potensi wisata yang ada di desa mereka.

Pengabdian ini menggambarkan proses pembuatan dan pemasaran media promosi digital yang dirancang untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi river tubing di Desa Sama Guna. Media promosi digital dipilih sebagai strategi utama untuk mencapai audiens yang lebih luas dan mengikuti tren penggunaan teknologi informasi dalam industri

pariwisata saat ini. Melalui kombinasi inovasi teknologi dan pendekatan pemasaran yang efektif, diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan kontribusi ekonomi lokal.

Tidak hanya memaparkan langkah-langkah praktis dalam pembuatan konten media digital yang menarik, tetapi juga menganalisis strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keindahan alam dan potensi petualangan yang ditawarkan oleh destinasi river tubing di Desa Sama Guna. Diharapkan hasil dari pengabdian ini dapat memberikan panduan berharga bagi pemerintah daerah, pengelola destinasi wisata, dan pelaku industri pariwisata dalam upaya mengembangkan potensi wisata lokal secara berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

Program ini tidak hanya sekadar fokus pada promosi, tetapi juga melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap pelaksanaannya. Pendekatan partisipatif ini bertujuan untuk memastikan bahwa hasil yang dicapai bersifat berkelanjutan dan sesuai dengan kebutuhan serta aspirasi masyarakat setempat. Dengan mengedepankan prinsip-prinsip pemberdayaan komunitas dan adopsi teknologi, program ini diharapkan dapat menjadi model bagi pengembangan potensi wisata di desa-desa lain yang memiliki kondisi serupa.

2. METODE

Pembuatan Dan Pemasaran Media Promosi Digital Untuk Destinasi River Tubing Lokal Di Desa Sama Guna:

- a. Studi Pendahuluan dan Analisis Kebutuhan: Melakukan studi mendalam tentang potensi destinasi river tubing di Desa Sama Guna, termasuk aspek keindahan alam, aksesibilitas, infrastruktur, dan potensi pasar wisatawan yang dituju.
- b. Pengembangan Konten Media Digital: Membuat konten-konten media digital yang menarik dan informatif, seperti foto, video, dan artikel tentang kegiatan river tubing dan daya tarik Desa Sama Guna. Konten ini harus menggambarkan pengalaman positif dan keunikan destinasi wisata.
- c. Pengujian dan Evaluasi: Mengujikan efektivitas konten media digital dengan melakukan survei atau focus group discussion (FGD) dengan potensi pengunjung atau wisatawan potensial. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten dapat mempengaruhi minat dan keputusan calon wisatawan.
- d. Pelatihan dan Pendidikan Masyarakat: Mengadakan pelatihan kepada masyarakat setempat tentang penggunaan media digital dan pemasaran online. Ini mencakup

- pengajaran tentang pengambilan foto dan video yang baik, manajemen media sosial, dan cara memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan destinasi mereka.
- e. Implementasi Strategi Pemasaran: Menerapkan strategi pemasaran digital yang telah dirancang, termasuk penggunaan media sosial, iklan online, kampanye email, dan kerjasama dengan influencer atau pelaku industri pariwisata terkait.
 - f. Monitoring dan Pengukuran Kinerja: Melakukan monitoring secara rutin terhadap kinerja kampanye media digital, seperti jumlah impresi, engagement rate, dan konversi kunjungan ke destinasi river tubing Desa Sama Guna. Data ini penting untuk mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang telah diimplementasikan.
 - g. Pengembangan Kapasitas Lokal: Mengembangkan kapasitas masyarakat lokal dalam mengelola dan mempertahankan daya tarik destinasi wisata mereka. Ini termasuk pelatihan tentang keberlanjutan lingkungan, manajemen wisata, dan layanan pelanggan yang baik.
 - h. Pengukuran Dampak Sosial dan Ekonomi: Melakukan studi dampak sosial dan ekonomi dari peningkatan kunjungan wisata ke Desa Sama Guna akibat dari implementasi strategi media promosi digital. Dampak ini bisa meliputi peningkatan pendapatan lokal, kesadaran akan keberagaman budaya, dan pelestarian lingkungan.

3. HASIL

Proses pengabdian masyarakat dimulai dengan fase identifikasi masalah dan kebutuhan yang ada di Desa Sama Guna. Melalui observasi lapangan dan diskusi bersama pemangku kepentingan lokal, tim pendamping menemukan bahwa kurangnya promosi wisata merupakan salah satu hambatan utama dalam pengembangan destinasi river tubing lokal. Selain itu, keterbatasan kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital turut mempengaruhi efektivitas promosi. Gambar 1. Identifikasi



Gambar 1. Identifikasi dan konsolidasi ke pengelola

Setelah identifikasi masalah, tim merancang program pendampingan yang berfokus pada peningkatan keterampilan digital dan pengembangan media promosi yang efektif. Program ini dirancang untuk memberdayakan masyarakat dalam mengelola dan memasarkan potensi wisata lokal mereka melalui platform digital, sehingga dapat menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.[1]–[3]



Gambar 2. Perencanaan Pendampingan

Salah satu kegiatan utama dalam program ini adalah pelatihan penggunaan teknologi digital. Tim pendamping memberikan pelatihan kepada masyarakat setempat tentang cara membuat dan mengelola konten digital, seperti foto, video, dan tulisan yang dapat digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata. Pelatihan ini juga mencakup penggunaan media sosial dan pembuatan website sederhana sebagai sarana promosi.[4]–[6]



Gambar 3. Pengambilan gambar dan video

Bersamaan dengan pelatihan, tim juga membantu masyarakat dalam merancang dan mengembangkan media promosi digital. Kegiatan ini melibatkan pembuatan konten visual dan naratif yang menarik, yang kemudian diintegrasikan ke dalam platform digital

seperti media sosial, blog, dan situs web resmi desa. Proses ini dilakukan secara kolaboratif dengan melibatkan masyarakat, sehingga mereka dapat memiliki dan mengelola media promosi tersebut secara mandiri di masa depan.[7]–[9]



Gambar 4. pengarahan pembuatan video

Setelah media promosi digital siap, langkah selanjutnya adalah implementasi strategi pemasaran digital. Tim pendamping bersama masyarakat mengatur kampanye promosi di berbagai platform, termasuk penggunaan iklan berbayar di media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, mereka juga memanfaatkan teknik optimasi mesin pencari (SEO) untuk meningkatkan visibilitas website desa.[6], [9], [10]



Gambar 4. Pengambilan Vidio

Selama proses pendampingan, evaluasi dan pemantauan dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas kegiatan yang telah dilaksanakan. Tim mengumpulkan data tentang jumlah kunjungan wisatawan, interaksi di media sosial, dan respon masyarakat terhadap program yang berjalan. Feedback dari masyarakat digunakan untuk melakukan penyesuaian dan perbaikan program agar lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.[1], [3], [4], [11]

Selain fokus pada aspek teknis, program ini juga berupaya untuk memperkuat kelembagaan lokal, seperti kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Tim pendamping memberikan bimbingan tentang pengelolaan

organisasi, perencanaan bisnis, dan strategi pengembangan usaha, sehingga kelembagaan ini dapat berperan lebih aktif dalam memajukan sektor pariwisata di desa.

Salah satu hasil yang signifikan dari proses pendampingan ini adalah peningkatan kapasitas masyarakat dalam menggunakan teknologi digital. Mereka tidak hanya belajar bagaimana mempromosikan destinasi wisata, tetapi juga memperoleh keterampilan baru yang dapat diaplikasikan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti pemasaran produk lokal dan komunikasi dengan pihak eksternal.[12]

Implementasi program ini memberikan dampak positif terhadap ekonomi dan sosial masyarakat desa. Dengan meningkatnya jumlah wisatawan, pendapatan dari sektor pariwisata juga mengalami kenaikan, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, masyarakat juga menjadi lebih mandiri dalam mengelola dan mempromosikan potensi lokal mereka.[13]

Untuk memastikan keberlanjutan program ini, tim pendamping membekali masyarakat dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk melanjutkan inisiatif ini secara mandiri. Dukungan berkelanjutan dari pemerintah desa dan keterlibatan aktif masyarakat menjadi kunci utama dalam menjaga agar hasil yang telah dicapai dapat terus berkembang di masa depan.

4. DISKUSI

Hasil dari proses pengabdian masyarakat di Desa Sama Guna menunjukkan bahwa pendekatan berbasis teknologi digital memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan promosi destinasi wisata lokal. Sebelum intervensi, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan teknologi digital oleh masyarakat setempat menjadi salah satu hambatan utama dalam mengoptimalkan potensi wisata alam yang dimiliki desa. Dengan dilakukannya pelatihan dan pendampingan intensif, terjadi peningkatan signifikan dalam kemampuan masyarakat untuk memanfaatkan teknologi digital, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.

Peningkatan 75% dalam jumlah kunjungan wisatawan setelah penerapan promosi digital menunjukkan bahwa strategi ini efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik minat wisatawan. Selain itu, keterampilan baru yang diperoleh masyarakat tidak hanya bermanfaat untuk promosi pariwisata, tetapi juga memiliki potensi aplikasi yang lebih luas, seperti dalam pemasaran produk lokal lainnya dan pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM).

Secara teoritik, temuan dari pengabdian masyarakat ini sejalan dengan konsep **teori pemberdayaan masyarakat** (community empowerment theory) yang menekankan pentingnya peningkatan kapasitas individu dan kelompok dalam masyarakat untuk mengontrol dan mengelola sumber daya mereka secara mandiri. Dalam konteks ini, pemberdayaan melalui pelatihan teknologi digital memungkinkan masyarakat Desa Sama Guna untuk lebih proaktif dalam mengelola potensi pariwisata lokal dan meningkatkan kesejahteraan mereka.[14]–[19]

Teori **adopsi inovasi** (diffusion of innovations theory) yang dikemukakan oleh Everett Rogers juga relevan dalam memahami dinamika perubahan yang terjadi di desa tersebut. Menurut teori ini, adopsi teknologi baru di masyarakat terjadi melalui proses yang melibatkan pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Dalam pengabdian ini, proses tersebut terlihat jelas ketika masyarakat pertama kali diperkenalkan dengan teknologi digital, diikuti dengan pelatihan dan akhirnya penerapan teknologi dalam promosi pariwisata.

Temuan juga mendukung **teori pengembangan komunitas** (community development theory) yang berfokus pada peningkatan kapasitas dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan ekonomi lokal. Dalam kasus ini, pendampingan yang dilakukan mengedepankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap program, dari perencanaan hingga implementasi. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan program pengabdian masyarakat sangat bergantung pada keterlibatan aktif komunitas dan relevansi program dengan kebutuhan nyata mereka.[2], [20]–[22]

Dari perspektif **teori pembangunan ekonomi lokal** (local economic development theory), program pengabdian ini berhasil meningkatkan ekonomi lokal melalui sektor pariwisata yang sebelumnya kurang berkembang. Peningkatan jumlah wisatawan tidak hanya meningkatkan pendapatan dari pariwisata tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat, seperti usaha kerajinan tangan, kuliner lokal, dan jasa pemandu wisata.

Teori **keberlanjutan pembangunan** (sustainable development theory) juga relevan dalam diskusi ini, khususnya dalam hal keberlanjutan program pengabdian masyarakat. Untuk mencapai keberlanjutan, penting bahwa pengetahuan dan keterampilan yang diberikan selama pendampingan terus diterapkan dan berkembang oleh masyarakat. Ini mencakup kemampuan untuk mengelola promosi digital secara mandiri dan keterampilan dalam mempertahankan infrastruktur digital yang telah dibangun.

Dari sudut pandang **teori modal sosial** (social capital theory), pengabdian ini memperlihatkan bagaimana modal sosial, yaitu jaringan, norma, dan kepercayaan yang ada di masyarakat, dapat dimobilisasi untuk mendukung pengembangan pariwisata. Penguatan jaringan antara anggota masyarakat, serta antara masyarakat dengan pihak eksternal seperti pemerintah dan pelaku industri pariwisata, berperan penting dalam keberhasilan program.

Diskusi juga menyentuh **teori penguatan kelembagaan** (institutional strengthening theory), di mana pengembangan organisasi lokal seperti Pokdarwis dan BUMDes menjadi penting dalam mendukung keberlanjutan program. Penguatan kelembagaan ini memastikan bahwa ada struktur yang mendukung dan mengarahkan kegiatan pariwisata, serta menyediakan mekanisme untuk mempertahankan dan mengembangkan inisiatif yang telah ada.[23]–[26]

Program ini juga dapat dianalisis melalui **teori pendidikan orang dewasa** (adult learning theory), khususnya konsep pembelajaran partisipatif di mana orang dewasa belajar melalui pengalaman langsung dan penerapan praktis. Dalam hal ini, masyarakat tidak hanya belajar melalui pelatihan formal, tetapi juga melalui praktik langsung dalam penggunaan teknologi digital, yang memperkuat pemahaman dan keterampilan mereka.

Teori **kolaborasi multistakeholder** (multi-stakeholder collaboration theory) relevan untuk membahas keterlibatan berbagai pihak dalam program pengabdian ini. Kerja sama antara pemerintah desa, lembaga pendidikan, masyarakat, dan pelaku industri pariwisata menunjukkan bagaimana kolaborasi ini dapat meningkatkan efektivitas program dan memastikan hasil yang berkelanjutan.

5. KESIMPULAN

Hasil pengabdian masyarakat di Desa Sama Guna memberikan wawasan yang mendalam mengenai pentingnya pemberdayaan komunitas melalui pendekatan berbasis teknologi digital. Secara teoritis, program ini membuktikan relevansi teori pemberdayaan masyarakat (community empowerment theory) dalam konteks pembangunan ekonomi lokal. Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan teknologi digital tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga memperkuat modal sosial dan kelembagaan lokal, yang merupakan komponen penting dalam pembangunan berkelanjutan.

Temuan ini juga menegaskan validitas teori adopsi inovasi (diffusion of innovations theory), yang menunjukkan bahwa keberhasilan adopsi teknologi baru di masyarakat sangat bergantung pada proses edukasi, partisipasi, dan adaptasi oleh

komunitas. Proses pembelajaran yang terjadi selama program ini sesuai dengan prinsip teori pendidikan orang dewasa (*adult learning theory*), di mana pembelajaran berbasis pengalaman langsung dan partisipasi aktif terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan dan pemahaman masyarakat.

Selanjutnya, dari perspektif teori pengembangan komunitas (*community development theory*), program ini menunjukkan bahwa keterlibatan aktif masyarakat dalam perencanaan dan implementasi kegiatan adalah kunci untuk menciptakan dampak yang berkelanjutan. Masyarakat yang terlibat secara langsung dalam proses promosi dan pengelolaan destinasi wisata menunjukkan peningkatan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap pengembangan potensi lokal mereka.

Rekomendasi Berdasarkan refleksi teoritis di atas, ada beberapa rekomendasi yang dapat disampaikan untuk pengembangan program pengabdian masyarakat di masa depan. Penguatan Keterampilan Digital secara Berkelanjutan: Penting untuk memastikan bahwa pelatihan keterampilan digital dilanjutkan secara berkala untuk menjaga dan meningkatkan kemampuan masyarakat. Ini dapat dilakukan melalui program pelatihan lanjutan atau mentoring yang melibatkan ahli di bidang teknologi digital.

Pengembangan Kelembagaan Lokal: Penguatan kelembagaan seperti Pokdarwis dan BUMDes harus terus didorong, dengan memberikan dukungan berupa pelatihan manajemen, akses permodalan, dan koneksi dengan jaringan pemasaran yang lebih luas. Kelembagaan yang kuat akan memastikan keberlanjutan program dan memungkinkan diversifikasi ekonomi desa.

Kolaborasi Multistakeholder: Penting untuk memperkuat kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, sektor swasta, dan masyarakat lokal. Kerja sama yang erat antara pihak-pihak ini akan memastikan bahwa program pengabdian masyarakat dapat berjalan dengan efektif dan memberikan manfaat yang maksimal bagi komunitas.

Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan: Proses monitoring dan evaluasi harus menjadi bagian integral dari setiap program pengabdian masyarakat. Evaluasi berkelanjutan akan membantu dalam mengidentifikasi tantangan dan peluang baru serta memastikan bahwa program terus relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Pengembangan Potensi Wisata Lainnya Selain river tubing, potensi wisata lain di Desa Sama Guna, seperti budaya lokal, kerajinan tangan, atau kuliner khas, juga harus dieksplorasi dan dipromosikan. Diversifikasi ini akan membantu menciptakan destinasi wisata yang lebih menarik dan berkelanjutan, serta memberikan peluang ekonomi yang

lebih luas bagi masyarakat.

Dukungan Pemerintah dan Kebijakan: Pemerintah daerah harus memberikan dukungan yang lebih besar terhadap inisiatif pengembangan pariwisata berbasis komunitas. Dukungan ini bisa berupa kebijakan yang memfasilitasi akses pasar, insentif bagi usaha kecil, dan bantuan teknis untuk pengembangan infrastruktur pariwisata.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah turut serta dalam menyukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat di Desa Sama Guna. Pertama-tama, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada **masyarakat Desa Sama Guna** yang telah menyambut kami dengan antusias dan berpartisipasi aktif dalam setiap tahap program ini. Tanpa keterlibatan dan komitmen masyarakat, program ini tidak akan dapat berjalan dengan baik dan mencapai hasil yang diharapkan.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada **pemerintah desa dan perangkat Desa Sama Guna** yang telah memberikan dukungan penuh, baik dalam bentuk fasilitasi, koordinasi, maupun bimbingan selama pelaksanaan kegiatan. Peran aktif pemerintah desa dalam mendukung program ini sangat berharga dalam memastikan kelancaran dan kesuksesan setiap kegiatan yang dilaksanakan.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada **tim pelaksana dan Dosen Pembimbing** yang telah bekerja dengan dedikasi tinggi untuk merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi program ini. Kerja keras, kreativitas, dan komitmen dari tim pelaksana menjadi fondasi utama dalam keberhasilan program ini. Pengabdian mereka dalam membangun kapasitas masyarakat dan mengembangkan potensi lokal patut diapresiasi.

Tak lupa, kami ingin memberikan penghargaan kepada **LP2M Universitas Nahdlatul Ulama NTB**, khususnya kepada fakultas dan program studi yang telah memberikan dukungan akademik dan sumber daya selama program ini berlangsung. Dukungan dari dunia akademik sangat membantu dalam memastikan bahwa pendekatan yang digunakan dalam program ini berbasis pada penelitian yang kuat dan teori yang relevan.

Kami juga berterima kasih kepada **mitra-mitra industri dan sektor swasta** yang telah memberikan kontribusi, baik dalam bentuk materiil, pelatihan, maupun dukungan teknis. Kolaborasi dengan mitra-mitra ini telah membuka peluang baru bagi masyarakat dalam memasarkan produk dan jasa mereka, serta memperluas jaringan promosi destinasi wisata Desa Sama Guna.

Selain itu, kami menghargai dukungan dari **lembaga pemerintah dan non-pemerintah** yang telah memberikan dukungan finansial, bimbingan, dan advokasi untuk memastikan bahwa program ini dapat dilaksanakan dengan sukses. Bantuan dari lembaga-lembaga ini sangat penting dalam memperkuat struktur program dan memastikan keberlanjutannya.

Terakhir, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada **seluruh pihak lain yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu** namun telah memberikan kontribusi yang berarti, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam mewujudkan keberhasilan program pengabdian masyarakat ini. Partisipasi, dukungan, dan kerjasama dari semua pihak telah membuat program ini menjadi sebuah inisiatif yang berdampak positif dan berkelanjutan bagi masyarakat Desa Sama Guna. Semoga kolaborasi yang telah terjalin dalam program ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat.

DAFTAR REFERENSI

- Abidin, J., Fedrina, R., & Agustin, R. (2022). Penguatan kelembagaan desa wisata melalui promosi digital marketing di Desa Cisaat, Kecamatan Ciater, Kabupaten Subang. *Jurnal Abdimas Pariwisata*. <https://doi.org/10.36276/jap.v3i1.292>
- Anam, K., Evitamala, L., & Hariadi, H. (2021). Rehabilitas pasca COVID-19 dari segi fisik. *Jurnal Porkes*, 4(2), 76-80. <https://doi.org/10.29408/porkes.v4i2.4151>
- Anam, K., Hidayatullah, M. R., & Nurrisqi, A. (2023). Training to improve achievement at Aceh-Sumut PON 2024 the International Boxing Association standard referee. *Asian Journal of Community Service*, 2(4), 383-388. <https://doi.org/10.55927/ajcs.v2i4.3881>
- Anam, K., Sadli, M., & Wijaya, H. (2024). Analysis of artificial intelligence (AI) utilization for improving motor skills learning outcomes among elementary school teacher education (PGSD) students. *[Journal Name]*, 3(2), 202-209. <https://doi.org/10.54259/diajar.v3i2.2492>
- Aplirina, G. N. (2019). Pengaruh tari kreasi terhadap perkembangan motorik kasar anak usia 5-6 tahun di RA Perwanida II Bandar Lampung. *[Journal Name]*, 53(9).
- Ayuningtyas, A. F., Widyatmaja, I. G. N., & Sulistyawati, A. S. (2019). Strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat penjualan produk di Sang Spa Ubud Bali. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitality*, 3(1), 195-210.
- Damanik, F. (2019). *Analisis potensi sport tourism di wilayah Kabupaten Simalungun* (pp. 1-107). [PDF file]. Retrieved from <http://lib.unnes.ac.id/40172/1/UPLOAD%20FUAD%20DAMANIK.pdf>
- Dirseciu, P. (2017). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title (pp. 1-14).
- Eksistensi, U. M., Kridha, T., Di, J., Hayu, S., Kelurahan, B., & Jepara, P. (2012). *Jurnal seni tari*, 1(1), 9-21.

- Evitamala, L., Anam, K., & Hidayatulloh, M. R. (2022). Word Champion Superbike (WSBK Mandalika) Kuta Lombok Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Porkes*, 5(1), 73-78. <https://doi.org/10.29408/porkes.v5i1.5364>
- Fahrianoor, F., & Hidayat, M. N. (2022). Pelatihan peningkatan literasi digital kepada Pokdarwis Panyuluhan Indah di Desa Paau Kecamatan Aranio Kabupaten Banjar. *Plakat Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.30872/plakat.v4i2.8714>
- Hendrayana, Y., et al. (2022). *Untuk wisata river tubing di desa Tambakbaya*, 05, 62-67.
- Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2023). *No title*, 9(6), 58-62.
- Janah, R. (2017). Analisis tingkat kebugaran jasmani pada anak usia 10-12 tahun di Roudhotul Janah Noortje Anita Kumaat. [*Journal Name*], 07, 90-96.
- Juhanis. (2013). Analisis tingkat kesegaran jasmani pada siswa SMA Negeri 2 Sinjai Utara. *Jurnal Ilmu*, IV(1), 25-34.
- Mulyaningsih, E., et al. (n.d.). Sport massage training and development in district Pelatihan dan Pengembangan Sport Massage dan kelenjar getah bening. [*Jurnal*], (no. 1), 88-98.
- Ngabalin, T., Habibie, A. F., & Darmawan, E. (2023). Strategi pengembangan ekosistem ekonomi kreatif dalam mendukung kebijakan pariwisata di Kota Tanjungpinang. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*. <https://doi.org/10.31629/juan.v11i01.5839>
- Nurhayati, N., Masdinarsyah, I., & [Other Authors]. (2023). Improving the quality of Islamic holistic adolescent reproductive health in adolescent Posyandu cadres. *ABDIMAS Journal*. Retrieved from <https://journal.umtas.ac.id/index.php/ABDIMAS/article/view/2777>
- Pranoto, B., Utami, T., & Sunesti, Y. (2023). Pengembangan desa wisata Berjo menuju SDGs desa mandiri dan berkelanjutan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i2.61185>
- Purnamasari, I., & Novian, G. (2021). *Jurnal Patriot*. *Jurnal Patriot*, 3(March), 71-81. <https://doi.org/10.24036/patriot.v>
- Purnomo, M., Pd, S., & Kes, M. (n.d.). Ridwan Susanto.
- Putu Herawati, S. H., Adisasmita, S. A., & Ramli, M. I. (2018). Waktu tempuh perjalanan wisatawan mancanegara di destinasi berbasis multidaya tarik wisata Bali. *Jurnal Transportasi*, 18(1), 49-58.
- Rahima, P., Suriyati, S., & Ibrahim, I. D. K. (2023). Analisis strategi promosi dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan di kawasan wisata Pusuk Sembalun Kabupaten Lombok Utara. *Target Jurnal Manajemen dan Bisnis*. <https://doi.org/10.30812/target.v5i1.3052>
- Sirait, J., & Noer, K. U. (2021). Implementasi kebijakan keolahragaan dan peran pemangku kepentingan dalam peningkatan prestasi atlet. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*. <https://doi.org/10.21831/jorpres.v17i1.30492>