

## Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Desa Wulunggunung Melalui Pemetaan Potensi, Penciptaan Maskot, Dan Promosi Booklet

Mahawira Laksono Jati<sup>1</sup>, Ratri Niki Fadhilla<sup>2</sup>, Fatkha Nur Maulidia Bafakih<sup>3</sup>, Ike Yuliana<sup>4</sup>, Nasywa Hanunita Jayanti<sup>5</sup>, Muhammad Fauzaan Satrianto<sup>6</sup>, Miftah Aulia Rahman<sup>7</sup>, Ahmad Adi Setiawan<sup>8</sup>, Fadil Nurbekti<sup>9</sup>, Muhammad Rafi Putra Iryansyah<sup>10</sup>

<sup>1</sup> Manajemen, Universitas Tidar

<sup>2</sup> Ekonomi Pembangunan, Universitas Tidar

<sup>3</sup> Manajemen, Universitas Tidar

<sup>4</sup> Ekonomi Pembangunan, Universitas Tidar

<sup>5</sup> Manajemen, Universitas Tidar

<sup>6</sup> Ekonomi Pembangunan, Universitas Tidar

<sup>7</sup> Ekonomi Pembangunan, Universitas Tidar

<sup>8</sup> Teknik Mesin, Universitas Tidar

<sup>9</sup> Teknik Elektro, Universitas Tidar

<sup>10</sup> Manajemen, Universitas Tidar

<sup>1\*</sup> [mahawira.laksono.jati@students.untidar.ac.id](mailto:mahawira.laksono.jati@students.untidar.ac.id), <sup>2</sup> [ratri.niki.fadhilla@students.untidar.ac.id](mailto:ratri.niki.fadhilla@students.untidar.ac.id), <sup>3</sup>

[fatikha.nur.maulidia.bafakih@students.untidar.ac.id](mailto:fatikha.nur.maulidia.bafakih@students.untidar.ac.id),

<sup>4</sup> [ike.yuliana@students.untidar.ac.id](mailto:ike.yuliana@students.untidar.ac.id), <sup>5</sup> [nasywa.hanunita.jayanti@students.untidar.ac.id](mailto:nasywa.hanunita.jayanti@students.untidar.ac.id), <sup>6</sup>

[muhammad.fauzaan.satrianto@students.untidar.ac.id](mailto:muhammad.fauzaan.satrianto@students.untidar.ac.id), <sup>7</sup> [miftah.aulia.rahman@students.untidar.ac.id](mailto:miftah.aulia.rahman@students.untidar.ac.id), <sup>8</sup>

[ahmad.adi.setiawan@students.untidar.ac.id](mailto:ahmad.adi.setiawan@students.untidar.ac.id), <sup>9</sup> [fadil.nurbekti@students.untidar.ac.id](mailto:fadil.nurbekti@students.untidar.ac.id), <sup>10</sup>

[muhammad.rafi.putra.iryansyah@students.untidar.ac.id](mailto:muhammad.rafi.putra.iryansyah@students.untidar.ac.id)

### Abstrak

Pengembangan destinasi wisata desa merupakan salah satu strategi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal berbasis potensi wilayah. Desa Wulunggunung memiliki beragam potensi wisata alam dan budaya yang belum dikelola secara optimal akibat keterbatasan pemetaan potensi serta minimnya media promosi. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk mengembangkan strategi promosi wisata Desa Wulunggunung melalui pemetaan potensi, penciptaan maskot desa, dan penyusunan media promosi berupa *booklet*. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara dengan perangkat desa dan masyarakat, dokumentasi, serta pendekatan partisipatif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemetaan potensi mampu mengidentifikasi beberapa destinasi unggulan desa, sementara penciptaan maskot berfungsi sebagai identitas visual yang memperkuat citra wisata desa. Selain itu, *booklet* promosi menjadi media informasi yang efektif dalam memperkenalkan potensi wisata kepada masyarakat luas. Program ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisata Desa Wulunggunung serta mendukung pengembangan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** wisata desa, pemetaan potensi, maskot desa, *booklet* promosi, KKN

### PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan program wajib yang dilaksanakan oleh mahasiswa sebagai bagian dari implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang meliputi pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Melalui kegiatan ini, perguruan tinggi tidak hanya berperan sebagai pusat pendidikan dan penelitian, tapi juga menjadi agen transformasi sosial ditengah masyarakat (Zogara & Umiyati, 2025). Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh di bangku kuliah, tetapi juga belajar memahami realitas sosial, budaya, dan potensi lokal masyarakat setempat guna menciptakan solusi yang kontekstual dan berkelanjutan dalam pemberdayaan masyarakat (Abdullah et al., 2025)

Sejalan dengan tujuan tersebut, salah satu aspek penting yang dapat dikembangkan melalui kegiatan KKN adalah potensi desa. Potensi desa merupakan sebuah nilai atau kelebihan yang dimiliki oleh suatu desa yang nantinya dapat

dimanfaatkan menjadi berbagai keunggulan, salah satunya adalah pariwisata. Pariwisata dapat menjadi salah satu dari berbagai cara untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah ke arah yang lebih baik dan berkelanjutan. Hal tersebut tidak dapat terlepas dari masyarakat yang menjadi bagian penting dalam mengembangkan potensi daerah itu sendiri. Desa wisata yang menggabungkan potensi keindahan alam, budaya, dan tradisi masyarakat, dapat membuka peluang usaha, menciptakan lapangan pekerjaan, dan meningkatkan pendapatan masyarakat desa (Julianti Tou et al., 2020). Namun, tantangan utama masih terdapat pada kurangnya pemetaan potensi desa yang sistematis sebagai dasar perencanaan dan strategi pemasaran yang efektif (Desak et al., 2025). Selain itu, pengembangan desa wisata yang sukses sangat bergantung pada peran aktif masyarakat lokal sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan program tersebut (Yustakim et al., 2025).

Desa Wulunggunung merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Sawangan, Kabupaten Magelang. Desa Wulunggunung merupakan salah satu desa yang memiliki potensi wisata alam, kesenian dan budaya tradisional yang sangat baik untuk dikembangkan sebagai desa wisata. Potensi tersebut terlihat dari kondisi alam pedesaan yang masih asri, kehidupan masyarakat yang masih memegang nilai-nilai tradisi lokal, serta lingkungan desa yang alami dan terjaga. Potensi ini menjadi modal penting yang dapat dimanfaatkan, tidak hanya sebagai daya tarik wisata, tetapi juga sebagai sarana untuk mendorong pengembangan ekonomi desa yang berbasis kearifan lokal. Sayangnya hingga saat ini, potensi wisata Desa Wulunggunung belum banyak dikenal oleh masyarakat di luar desa. Permasalahan tersebut disebabkan karena belum maksimalnya dalam identifikasi dan pemetaan potensi wisata yang dilakukan, dan masih terdapat kurangnya media promosi yang digunakan untuk memperkenalkan Desa Wulunggunung sebagai destinasi wisata. Akibatnya, peran sektor pariwisata dalam mendukung peningkatan perekonomian masyarakat desa masih belum berjalan secara optimal.

Pada beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kegiatan pemetaan potensi wisata desa yang disertai dengan pemanfaatan media promosi kreatif, baik melalui media cetak maupun digital, dapat meningkatkan daya saing desa wisata dan membantu memperluas jangkauan informasi kepada wisatawan serta pihak-pihak terkait dalam pengembangan pariwisata pedesaan (Utomo et al., 2025). Selain itu, penguatan branding melalui perancangan identitas visual destinasi, seperti logo, maskot, atau elemen visual lainnya, juga memiliki peran penting dalam membangun citra desa wisata dan meningkatkan ketertarikan wisatawan terhadap karakter unik yang dimiliki desa tersebut (Permatasari, 2022). Namun demikian, kajian maupun kegiatan pengabdian masyarakat yang secara terpadu menggabungkan pemetaan potensi wisata, perancangan maskot atau identitas visual desa, serta penyusunan media promosi cetak dalam satu program pengabdian seperti KKN masih relatif terbatas dalam literatur nasional.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini mengarah kepada keterlibatan dalam membantu merumuskan strategi pengembangan destinasi wisata Desa Wulunggunung melalui pemetaan potensi wisata desa, perancangan maskot desa sebagai identitas visual, serta penyusunan media promosi berupa *booklet*. Pemetaan potensi dilakukan sebagai langkah awal untuk mengidentifikasi dan memaksimalkan potensi sumber daya alam dan budaya yang dimiliki desa, sedangkan perancangan identitas visual dan media promosi diharapkan mampu meningkatkan daya tarik serta memperluas penyebaran informasi mengenai Desa Wulunggunung sebagai desa wisata. Melalui pelaksanaan kegiatan KKN ini, diharapkan dapat tersusun strategi pengembangan pariwisata desa yang lebih terarah sekaligus memberikan kontribusi nyata dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Wulunggunung.

## METODE

Pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) metode yang dipilih dalam melaksanakan program kerja ini dengan menggunakan pendekatan deskriptif-partisipatif, yaitu pendekatan yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat desa dalam seluruh tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan kondisi riil desa secara menyeluruh sekaligus mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan (Sulistyowati et al., 2023). Dalam pelaksanaannya, mahasiswa sebagai tim KKN tidak hanya berperan sebagai pengamat, mahasiswa juga berperan aktif sebagai fasilitator yang mendampingi masyarakat dalam mengidentifikasi potensi serta merumuskan strategi alternatif pengembangan pariwisata desa.

Tahap awal pada kegiatan ini yaitu pelaksanaan wawancara semi-terstruktur dengan perangkat desa, tokoh masyarakat. Wawancara dilakukan guna menggali informasi terkait potensi wisata yang dimiliki desa, kendala dalam pengelolaannya, serta aspirasi dan harapan masyarakat terhadap pengembangan desa wisata. Data yang diperoleh dari wawancara dimanfaatkan sebagai data pendukung dalam analisis potensi dan penyusunan strategi pengembangan destinasi wisata (Febrian et al., 2023).

Tahapan selanjutnya dilakukan melalui observasi lapangan untuk mengidentifikasi kondisi geografis, sosial, dan budaya Desa Wulunggunung. Observasi dilaksanakan melalui dua metode, yaitu daring dan luring. Observasi daring dilakukan dengan menghimpun dan mengolah dokumentasi potensi desa yang telah tersedia sebagai bahan awal penyusunan peta potensi. Sementara itu, observasi luring dilakukan secara langsung di lapangan untuk

mendokumentasikan berbagai lokasi yang berpotensi menjadi daya tarik wisata, seperti kawasan alam dan lingkungan permukiman masyarakat. Kegiatan ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi eksisting desa yang kemudian digunakan sebagai dasar dalam proses pemetaan potensi wisata desa (Temalagi & Kalorbobir, 2024)

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, dilakukan pemetaan potensi desa melalui proses pengelompokan potensi wisata ke dalam kategori wisata alam, kesenian, budaya dan keagamaan.. Hasil pemetaan kemudian disajikan dalam bentuk visual berupa peta potensi desa yang menunjukkan sebaran lokasi potensi wisata. Peta tersebut berfungsi sebagai dasar perencanaan pengembangan destinasi wisata sekaligus sebagai media informasi bagi masyarakat dan wisatawan (Temalagi & Kalorbobir, 2024).

Tahap akhir kegiatan berupa penyusunan media promosi dalam bentuk booklet wisata. Booklet ini memuat berbagai macam informasi singkat mengenai destinasi wisata, beragam kesenian yang ada di desa, hingga berbagai macam kebudayaan dan aktivitas keagamaan. Penyusunan media promosi dilakukan dengan memperhatikan kejelasan informasi dan daya tarik visual agar dapat dimanfaatkan secara optimal oleh pemerintah desa dan masyarakat sebagai sarana promosi wisata (Hasna, 2024)

Tahap berikutnya adalah perancangan identitas visual desa yang diwujudkan melalui pembuatan maskot desa sebagai bagian dari strategi *destination branding*. Maskot dirancang untuk merepresentasikan karakter, nilai, dan kearifan lokal Desa Wulunggunung. Proses perancangan dilakukan melalui diskusi bersama perangkat desa dan masyarakat agar identitas visual yang dihasilkan selaras dengan budaya setempat serta mampu memperkuat citra desa wisata (Juriah, 2025).

### Timeline Kegiatan

Tabel 1 Timeline kegiatan Pemetaan Potensi, Penciptaan Maskot, dan Media Promosi Booklet

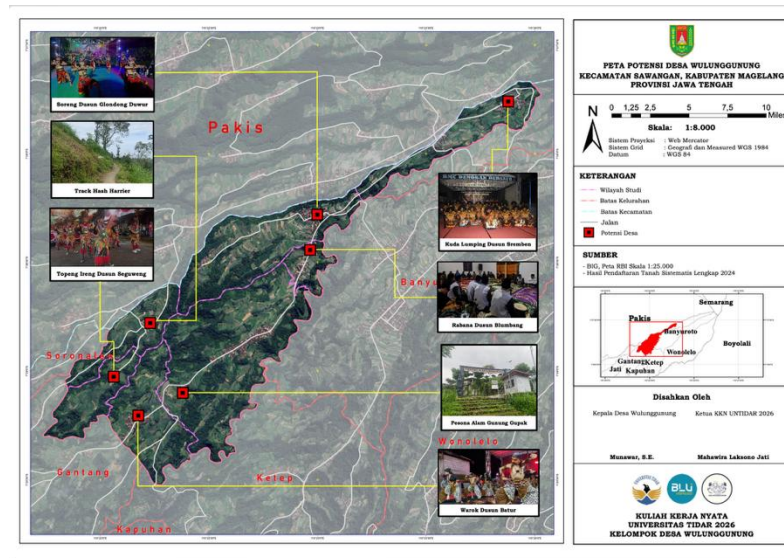
Tabel 1. Jenis Jenis Database

Januari					
No.	Tahapan	Minggu ke-1	Minggu ke-2	Minggu ke-3	Minggu ke-4
1.	Diskusi dan Koordinasi				
2.	Observasi dan Pemetaan				
3.	Hasil				

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pemetaan Potensi Wisata Desa

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa Desa Wulunggunung memiliki potensi wisata alam yang cukup beragam, terutama berupa panorama perbukitan dengan kontur wilayah yang khas serta lingkungan pedesaan yang masih asri dan relatif terjaga. Kondisi geografis tersebut memberikan daya tarik visual sekaligus potensi pengembangan wisata berbasis alam dan pengalaman (*experience-based tourism*), seperti wisata jelajah alam, edukasi lingkungan, dan wisata pedesaan. Selain potensi alam, Desa Wulunggunung juga memiliki potensi kesenian yang masih lestari dan dilakukan secara turun temurun. Di sisi lain budaya dan aktivitas keagamaan yang kuat tercermin dari keberlangsungan tradisi masyarakat, aktivitas sosial, serta kearifan lokal yang masih dilestarikan dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat desa. Kombinasi antara potensi alam, kesenian budaya dan aktivitas keagamaan ini menjadikan Desa Wulunggunung memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata terpadu yang menawarkan pengalaman autentik kepada wisatawan.



Gambar 1 Peta Potensi Desa

Berdasarkan hasil pemetaan wilayah, Desa Wulunggunung terbagi ke dalam beberapa dusun, yaitu Dusun Glondong Duwur, Glondong Tengah, Blumbang, Batusari, Seguweng, Wulung, dan Sremben. Setiap dusun memiliki karakteristik wilayah dan potensi yang berbeda, baik dari aspek alam, sosial, maupun budaya. Pembagian wilayah per dusun ini penting dalam perencanaan pengembangan wisata desa, karena memungkinkan pengelolaan potensi dilakukan secara lebih terfokus dan sesuai dengan karakteristik masing-masing wilayah. Dengan pemetaan yang terstruktur per dusun, pengembangan potensi wisata dapat diarahkan secara merata dan berkelanjutan, sekaligus mendorong partisipasi aktif masyarakat di setiap dusun dalam mendukung pengembangan Desa Wulunggunung sebagai destinasi wisata berbasis potensi lokal.

## Penciptaan Maskot Desa



Gambar 2 'Mas Wul' Sebagai Maskot Desa

Maskot desa dirancang sebagai representasi visual yang berfungsi sebagai simbol identitas dan karakteristik khas Desa Wulunggunung. Keberadaan maskot ini tidak hanya berperan sebagai elemen visual semata, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam membangun *branding* desa wisata yang kuat dan mudah dikenali oleh masyarakat luas. Melalui desain yang komunikatif dan persuasif, maskot diharapkan mampu menyampaikan nilai-nilai lokal, potensi desa, serta citra positif Desa Wulunggunung secara efektif. Maskot ini dapat diaplikasikan dalam berbagai media promosi, baik media cetak seperti poster, dan spanduk, maupun media digital seperti media sosial dan konten promosi daring, sehingga berfungsi sebagai alat pendukung promosi yang berkelanjutan serta mampu meningkatkan daya ingat (*brand recall*) dan



ketertarikan wisatawan terhadap Desa Wulunggunung sebagai destinasi wisata berbasis potensi lokal. Adanya maskot desa juga diharapkan menjadi salah satu alat pendorong ekonomi yang dapat diaplikasikan pada *merchandise* atau buah tangan asli Desa Wulunggunung.

Secara filosofis, maskot diberi nama ‘Mas Wul’ yang diambil dari tiga huruf awal Desa Wulunggunung. Mas Wul digambarkan sebagai sosok laki-laki dengan karakter yang ramah, detail ikat kepala bermotif daun yang melambangkan kekayaan alam, kesuburan wilayah, serta kedekatan masyarakat desa dengan lingkungan sekitarnya. Dominasi warna hijau mencerminkan identitas desa yang asri, lestari, dan berorientasi pada pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan, sementara ekspresi wajah yang ceria merepresentasikan karakter masyarakat yang terbuka, ramah, dan menjunjung tinggi semangat gotong royong.

Atribut cangkul yang dibawa oleh maskot tidak hanya berfungsi sebagai elemen visual, tetapi juga merepresentasikan mata pencaharian utama masyarakat yang bertumpu pada sektor pertanian. Cangkul menjadi simbol aktivitas sehari-hari warga dalam mengolah lahan, menanam, hingga memanen hasil bumi. Selain itu, keberadaan atribut tersebut mencerminkan nilai kerja keras, ketekunan, dan kemandirian masyarakat lokal dalam mempertahankan keberlanjutan ekonomi desa. Melalui simbol ini, ditunjukkan bahwa pembangunan desa wisata berakar pada potensi dan budaya kerja masyarakat setempat yang telah terbentuk secara turun-temurun.

Sementara itu, buku yang ditampilkan pada maskot menggambarkan semangat pembelajaran yang terus berkembang di tengah masyarakat. Buku melambangkan keterbukaan terhadap pengetahuan baru, inovasi, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam pengelolaan desa wisata. Dengan mengusung buku sebagai atribut, desa wisata diposisikan tidak hanya sebagai ruang rekreasi, tetapi juga sebagai ruang edukasi yang mendorong kreativitas, adaptasi, dan kemajuan masyarakat dalam menghadapi perubahan.

Selain itu, sabuk berwarna biru yang dikenakan oleh maskot memiliki makna simbolis sebagai identitas pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang sedang berlangsung di Desa Wulunggunung. Warna biru merepresentasikan nilai kebersamaan, kepercayaan, dan tanggung jawab sosial yang menjadi landasan utama kegiatan KKN sebagai bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat. Sabuk tersebut melambangkan keterikatan dan kolaborasi antara mahasiswa KKN dan masyarakat desa dalam proses pembangunan dan pengembangan potensi lokal, sehingga maskot tidak hanya merepresentasikan identitas desa, tetapi juga menjadi simbol kehadiran serta kontribusi nyata mahasiswa KKN dalam mendukung pengembangan Desa Wulunggunung secara berkelanjutan.

## Media Promosi *Booklet*



Gambar 3

*Booklet* promosi disusun sebagai media informasi yang berfungsi untuk memperkenalkan dan mengkomunikasikan potensi wisata Desa Wulunggunung kepada masyarakat luas secara sistematis dan menarik. *Booklet* ini memuat deskripsi destinasi wisata, kesenian, budaya dan keagamaan, serta visualisasi potensi desa yang disajikan secara informatif guna memberikan gambaran menyeluruh mengenai daya tarik wisata yang dimiliki desa. Perancangan *booklet* dilakukan dengan memperhatikan aspek kebahasaan dan visual, sehingga menggunakan bahasa yang komunikatif,

sederhana, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan, khususnya calon wisatawan nantinya. Penggunaan desain visual yang menarik bertujuan untuk meningkatkan minat baca sekaligus membantu wisatawan memahami karakteristik dan keunikan Desa Wulunggunung secara lebih jelas, sehingga booklet dapat berfungsi sebagai sarana promosi awal yang efektif.

Potensi yang ditampilkan dalam *booklet* mencakup wisata alam, kesenian dan wisata budaya sebagai kekuatan utama Desa Wulunggunung. Potensi wisata alam meliputi Wisata Gunung Gupak yang menawarkan panorama alam perbukitan dan suasana pedesaan yang asri, serta jalur hash atau jalan petani yang merepresentasikan aktivitas keseharian masyarakat dalam mengelola lahan pertanian dan memiliki nilai wisata edukatif. Selain itu, *booklet* juga menampilkan kekayaan wisata budaya berupa kesenian tradisional seperti Topeng Ireng, Warok, Soreng, Kuda Lumping, yang menggambarkan berbagai jenis kesenian yang ada di Desa Wulunggunung. Rebana Jawa, Tayub, Nyadran sebagai bentuk budaya dan aktivitas keagamaan yang masih dilestarikan oleh masyarakat setempat.

Penyajian potensi alam dan budaya secara terpadu dalam *booklet* diharapkan mampu meningkatkan visibilitas Desa Wulunggunung, memperkuat citra desa wisata, serta mendukung pengembangan pariwisata desa yang berkelanjutan melalui kolaborasi antara masyarakat dan mahasiswa KKN.

## KESIMPULAN

Adanya gap antara masyarakat dan potensi desa dalam pemasaran wisata menjadi celah yang harus diperhatikan sebagai satu hal yang penting untuk desa. Kegiatan KKN ini diharapkan menjadi pengisi pada celah tersebut. Melalui strategi pemetaan potensi, penciptaan maskot, dan penyusunan *booklet* promosi diharapkan menjadi jembatan yang mampu mendukung pengembangan destinasi wisata Desa Wulunggunung. Pemetaan potensi nantinya memberikan gambaran komprehensif mengenai daya tarik desa baik wisata, kesenian, hingga budaya dan sosial keagamaan yang ada di Desa Wulunggunung. Sementara maskot desa berperan sebagai representasi dari Desa Wulunggunung dan kearifan lokalnya. Maskot juga dapat menjadi aspek ekonomi yang nantinya memiliki nilai jual sebagai produk atau buah tangan asli Desa Wulunggunung. Kemudian *booklet* promosi berperan penting dalam memperkuat branding dan penyebaran informasi wisata. *Booklet* nantinya merangkum lebih banyak dari peta potensi sehingga memberi lebih banyak informasi mengenai wisata, kesenian, hingga budaya dan keagamaan Desa Wulunggunung. Program ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam pengembangan pariwisata desa yang berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal

## UCAPAN TERIMA KASIH

Apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pemerintah Desa Wulunggunung yang telah memberikan kesempatan, dukungan, arahan, serta fasilitas selama pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Dukungan tersebut menjadi faktor penting dalam kelancaran setiap program kerja yang dilaksanakan, mulai dari tahap perencanaan hingga implementasi di lapangan. Tidak hanya itu, keterbukaan dan kerja sama dari pemerintah desa turut menciptakan suasana yang kondusif sehingga seluruh kegiatan dapat berjalan secara efektif dan tepat sasaran.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada masyarakat Desa Wulunggunung atas partisipasi, sambutan hangat, serta kerja sama yang diberikan selama kegiatan berlangsung. Peran aktif masyarakat menjadi pondasi utama keberhasilan program KKN, baik dalam bentuk keterlibatan langsung, pemberian masukan, maupun dukungan moral kepada mahasiswa. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak universitas yang telah memfasilitasi, membimbing, dan mengarahkan pelaksanaan KKN sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Sinergi antara pemerintah desa, masyarakat, dan universitas diharapkan mampu menjadi awal yang berkelanjutan dalam mendorong pengembangan potensi desa ke arah yang lebih maju.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Z., Anafi, S. W., & Agustina, S. E. (2025). Kuliah Kerja Nyata Sebagai Media Pengabdian dan Inovasi Sosial: Studi Pengalaman di Kelurahan Mekar sari dan Sumber rejo, Kota Balikpapan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI)*, 5(2), 351–361. <https://doi.org/10.55606/jpkmi.v5i2.8220>
- Desak, N., Santi Diwyarthi, M., Gede, N., Wiartha, M., Jata, W., Rozy, F. F., Masykuri, A. R., Perhotelan, P. P., & Bali, P. (2025). *Jurnal Abdimas ADPI Sosial Humaniora Pentingnya Pemetaan Potensi Desa Wisata dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*. 6(3), 47–54. <https://doi.org/10.47841/jsoshum.v6i3.522>
- Febrian, A. W., Sandi, D. M. N., Amalia, F. R., & Perdana, M. A. (2023). Mapping the tourism village potential at triangle of Diamond Banyuwangi. *Journal of Social and Policy Issues*, 34–40.
- Hasna, A. (2024). PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA: BRANDING DAN PROMOSI DESTINASI UNIK DI KUDU. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi*, 1(2).
- julianti Tou, H., Noer, M., & Lenggogeni, S. (2020). Pengembangan desa wisata yang berkearifan lokal sebagai bentuk pembangunan pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Rekayasa*, 10(2), 95–101.
- Juriah, S. (2025). The Application Of Branding Concepts In Tourism Villages: Building Local Destination Identity In Banyubiru Subdistrict, Semarang Regency. *Jurnal Multidisiplin Indonesia (JOURMI)*, 3(2), 1–07. <https://doi.org/10.62007/joumi.v3i2.458>
- Permatasari, D. N. C. (2022). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Bongan melalui Visual Branding dan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 2(1), 9–22. <https://doi.org/10.52352/makardhi.v2i1.794>
- Sulistiyowati, N., Fitriyani, N., Sasuwang, F. R., Darmawan, G., & Lestari, R. P. (2023). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Desa Bedono, Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak. *Jurnal Pendidikan, Bahasa Dan Budaya*, 2(1), 222–234.
- Temalagi, S., & Kalorbobir, Y. M. (2024). *Mapping Village Potential to Tourism Village in Tungu Village, Aru Islands Sub-District 1*. <https://doi.org/10.32815/jpm.v5i1.21>
- Utomo, B. S., Setiawan, V., Pradana, Y., Amalia, N. R., Manshuri, M. F., Widagdho, A., & Marantika, N. (2025). Pendampingan Kelompok Sadar Wisata Desa Pager dalam Pengembangan Wisata Alam Melalui Social Media Marketing. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.46576/rjpkkm.v6i1.4183>
- Yustakim, A., Hos, J., & Oleo, U. H. (2025). *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy KAJIAN LITERATUR STRATEGI PEMBERDAYAAN KOMUNITAS PENGELOLA WISATA DALAM MENDUKUNG KEBERHASILAN DESA WISATA*. 5(1), 2776–7434. <https://doi.org/10.21274>
- Zogara, L. U., & Umiyati, H. (2025). Kolaborasi Trisektor dalam Pengabdian Masyarakat: Mahasiswa, Kampus, dan Perusahaan Berbagi untuk Anak Yatim. *Jurnal KKN Kuliah Kerja Nyata Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 20–25.