



DIGITALISASI INFORMASI DAN PROMOSI WISATA MELALUI QR CODE SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA TARIK WISATA SUMBER PAKIS UCENG

Ika Rinawati^{1*}, Mochamad Farhan², Maya Okta Garini³, Wardatul Khusnia⁴
^{1,2,3,4}Universitas Islam Raden Rahmat, Malang, Indonesia

RIWAYAT ARTIKEL

Diterima:

04-09-2026

Disetujui:

05-09-2026

Dipublikasi:

06-09-2026

Kata Kunci:

*Pengabdian Masyarakat;
Digitalisasi Wisata; QR
Code; Promosi Wisata*

ABSTRAK

Transformasi digital telah mendorong sektor pariwisata untuk mengembangkan sistem pelayanan informasi yang lebih efektif dan mudah diakses oleh masyarakat. Objek Wisata Sumber Pakis Uceng (Suceng) yang berada di Desa Langlang, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang memiliki potensi wisata alam yang cukup besar, namun belum didukung oleh sistem informasi digital dan promosi yang optimal. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan kualitas pelayanan informasi wisata melalui penerapan teknologi QR Code serta memperkuat promosi digital menggunakan media sosial. Metode pelaksanaan meliputi observasi lapangan, identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan informasi wisata, pembuatan dan pemasangan papan QR Code, serta pembuatan konten promosi digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa papan QR Code berhasil dipasang dan dapat dimanfaatkan oleh pengunjung untuk memperoleh informasi wisata secara cepat melalui telepon pintar. Selain itu, dokumentasi foto dan video sebagai media promosi telah berhasil disusun sehingga menjadi dasar pengembangan promosi wisata melalui Instagram dan TikTok. Program ini memberikan manfaat awal berupa kemudahan akses informasi dan dukungan terhadap citra wisata yang lebih modern, serta membuka peluang peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang diharapkan mampu meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat sekitar kawasan wisata.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor pariwisata. Pemanfaatan teknologi digital tidak hanya memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi, tetapi juga menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata. Wisatawan saat ini cenderung memperoleh informasi mengenai lokasi wisata, fasilitas, hingga ulasan pengunjung melalui media digital sebelum memutuskan untuk melakukan perjalanan. Oleh karena itu, pengelolaan destinasi wisata perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar mampu memberikan pelayanan informasi yang cepat, akurat, dan mudah diakses. Desa Langlang, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang merupakan salah satu desa yang memiliki potensi wisata alam melalui Objek Wisata Sumber Pakis Uceng (Suceng). Kawasan wisata ini menawarkan keindahan mata air alami, lingkungan yang masih asri, udara yang sejuk, serta suasana pedesaan yang menjadi daya tarik bagi masyarakat lokal maupun wisatawan dari luar daerah (Winarni et al., 2025).

Potensi tersebut menjadi modal penting dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata berbasis masyarakat serta meningkatkan perekonomian desa. Namun demikian,

berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat, pengelolaan informasi wisata masih dilakukan secara konvensional sehingga wisatawan mengalami keterbatasan dalam memperoleh informasi mengenai lokasi, fasilitas, tata tertib, maupun media promosi resmi wisata. Kondisi tersebut menyebabkan potensi wisata belum dapat dipromosikan secara optimal kepada masyarakat luas (Gantina et al., 2025).

Selain keterbatasan sistem informasi, promosi digital kawasan wisata juga belum berjalan secara maksimal. Meskipun masyarakat telah memanfaatkan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, pengelolaan akun media sosial resmi wisata belum dilakukan secara berkelanjutan. Padahal, media sosial seperti Instagram dan TikTok memiliki peran penting dalam membangun citra destinasi wisata, meningkatkan interaksi dengan calon wisatawan, serta memperluas jangkauan promosi secara lebih efektif (Walinegoro et al., 2026). Kurangnya konten digital yang menarik menyebabkan potensi wisata Sumber Pakis Uceng belum banyak dikenal oleh masyarakat di luar wilayah Kecamatan Singosari (Prasetio et al., 2025).

Permasalahan tersebut menjadi dasar pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang ditujukan kepada para pengelola tempat wisata Sumber Pakis Uceng, dengan menawarkan solusi berupa digitalisasi informasi wisata melalui pemasangan papan informasi berbasis QR Code yang terintegrasi dengan informasi digital serta pengembangan media promosi melalui pembuatan konten kreatif pada platform Instagram dan TikTok (Najlilivia et al., 2026). Inovasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan informasi kepada wisatawan sekaligus memperkuat strategi promosi digital sehingga dapat mendukung peningkatan jangkauan promosi dan potensi kunjungan wisatawan serta memberikan peluang bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar kawasan wisata (Kadek et al., 2024).

Pelaksanaan program pengabdian ini juga merupakan bentuk implementasi dalam mendukung pembangunan desa melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kegiatan tidak hanya berfokus pada penyelesaian permasalahan jangka pendek, tetapi juga diarahkan untuk menciptakan sistem informasi wisata yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh pengelola wisata. Dengan demikian, keberadaan QR Code dan media promosi digital diharapkan menjadi langkah awal menuju pengelolaan destinasi wisata yang lebih modern, informatif, dan mampu bersaing dengan destinasi wisata lainnya di Kabupaten Malang (Yudanto, 2023).

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 25 Juli 2026 di kawasan Objek Wisata Sumber Pakis Uceng (Suceng), Desa Langlang, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang. Kegiatan ini berfokus pada pengembangan potensi wisata melalui penerapan teknologi digital. Sasaran kegiatan meliputi pengelola wisata Sumber Pakis Uceng. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan secara kolaboratif, yaitu tim Pengabdian kepada Masyarakat sebagai pelaksana utama dan pengelola wisata sebagai mitra dalam proses implementasi.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan proses observasi lapangan untuk mengidentifikasi kondisi eksisting kawasan wisata (Nugroho & Rahmadi, 2025). Pada tahap ini, tim Pengabdian kepada Masyarakat melakukan survei secara langsung terhadap kondisi fisik kawasan wisata, fasilitas pendukung, aksesibilitas, potensi daya tarik wisata, serta sistem penyampaian informasi kepada pengunjung. Selain melakukan observasi, tim juga melakukan diskusi dengan pengelola wisata guna mengetahui kendala yang dihadapi dalam pengelolaan informasi maupun promosi wisata. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa informasi mengenai objek wisata masih disampaikan secara konvensional dan belum tersedia media informasi digital yang dapat diakses secara mandiri oleh wisatawan. Selain itu, promosi melalui media sosial belum dilakukan secara optimal sehingga jangkauan pemasaran wisata masih terbatas.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim Pengabdian kepada Masyarakat merancang solusi berupa digitalisasi informasi wisata melalui pemanfaatan teknologi Quick Response Code (QR Code). QR Code dipilih karena merupakan media informasi yang mudah diakses menggunakan telepon pintar tanpa memerlukan perangkat tambahan (Rolobessy et al., 2026). Informasi yang diintegrasikan ke dalam QR Code meliputi profil objek wisata, lokasi wisata, petunjuk arah, fasilitas yang tersedia, tata tertib kawasan wisata, serta informasi mengenai akun media sosial resmi. Selanjutnya, QR Code dicetak dalam bentuk papan informasi yang ditempatkan pada titik strategis sehingga dapat dijangkau oleh setiap pengunjung.

Selain pengembangan media informasi digital, kegiatan juga difokuskan pada penyusunan strategi promosi wisata berbasis media sosial. Tim Pengabdian kepada Masyarakat melakukan dokumentasi kawasan wisata berupa pengambilan foto dan video yang menampilkan keindahan alam, kejernihan sumber mata air, fasilitas wisata, serta aktivitas pengunjung. Dokumentasi tersebut kemudian diolah menjadi konten digital yang dirancang untuk dipublikasikan melalui platform Instagram dan TikTok sebagai media promosi wisata. Langkah ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik wisata sekaligus memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat di luar wilayah Desa Langlang.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian terdiri atas beberapa tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu:

1. Observasi dan Identifikasi Permasalahan

Tahap awal dilakukan melalui survei lapangan dan wawancara dengan pengelola wisata untuk memperoleh informasi mengenai kondisi objek wisata, potensi yang dimiliki, serta permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan informasi dan promosi.

2. Perancangan Solusi Digital

Berdasarkan hasil observasi, tim menyusun konsep digitalisasi informasi melalui QR Code dan merancang struktur informasi yang akan disajikan kepada pengunjung. Pada tahap ini juga dilakukan penyusunan konsep promosi digital yang disesuaikan dengan karakteristik media sosial.

3. Implementasi Program

Implementasi dilakukan melalui pembuatan papan QR Code, pengujian fungsi pemindaian, pemasangan papan informasi di lokasi wisata, serta pembuatan konten digital berupa foto dan video promosi (Nursaida et al., 2024).

4. Monitoring dan Evaluasi

Tahap akhir dilakukan dengan menguji keberfungsian QR Code yang telah dipasang, mengevaluasi ketercapaian program berdasarkan indikator yang telah ditetapkan, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan faktor penghambat selama pelaksanaan kegiatan (Rejeki et al., 2024).

Untuk mengetahui tingkat keberhasilan program, evaluasi dilakukan menggunakan metode observasi langsung terhadap implementasi QR Code, dokumentasi hasil kegiatan, serta penilaian ketercapaian target program. Indikator keberhasilan ditentukan berdasarkan persentase penyelesaian setiap kegiatan yang meliputi observasi dan penyusunan ulasan wisata, implementasi QR Code, serta promosi melalui media sosial. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa implementasi QR Code telah selesai sepenuhnya, sedangkan pengembangan promosi digital dan penyusunan ulasan wisata masih memerlukan pengembangan lanjutan oleh pengelola wisata setelah kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berakhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kualitas pengelolaan informasi



dan promosi digital Objek Wisata Sumber Pakis Uceng (Suceng), Desa Langlang, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang. Kegiatan ini dilaksanakan melalui tiga kegiatan utama, yaitu observasi dan penyusunan informasi wisata, digitalisasi informasi menggunakan QR Code, serta pengembangan promosi wisata melalui media sosial. Ketiga kegiatan tersebut saling mendukung dalam menciptakan sistem informasi wisata yang lebih modern, mudah diakses, dan berkelanjutan (Abidin et al., 2024).

Salah satu luaran utama kegiatan pengabdian adalah pembuatan papan informasi berbasis QR Code. QR Code dirancang sebagai media yang menghubungkan pengunjung dengan informasi digital mengenai objek wisata tanpa harus memperoleh penjelasan secara langsung dari pengelola. Informasi yang tersedia meliputi profil wisata, petunjuk lokasi, tata tertib kawasan, fasilitas pendukung, serta informasi mengenai media sosial resmi wisata. Tahap implementasi dimulai dengan tim Pengabdian kepada Masyarakat bersama-sama dengan pengelola wisata Sumber Pakis Uceng (Suceng), Desa Langlang, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang, bekerja sama dalam menyusun informasi digital yang akan diakses oleh pengunjung. Kegiatan tersebut dikemas secara nonformal antara tim Pengabdian kepada Masyarakat dengan pengelola wisata, sebagaimana ditunjukkan pada gambar berikut ini.



Gambar 1. Tim Bekerja Sama dengan Pengelola Wisata untuk Pembuatan QR Code

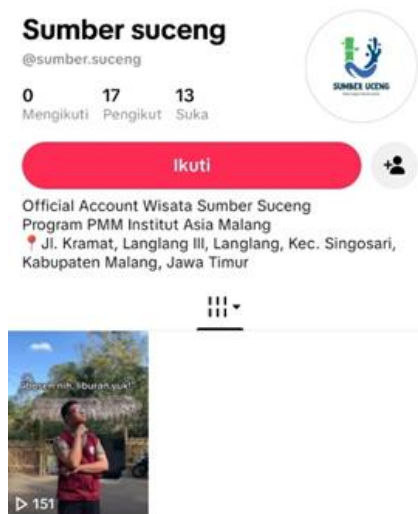
Selain pembuatan QR Code menggunakan platform digital, kegiatan juga meliputi pengujian fungsi pemindaian, pencetakan media informasi, dan pemasangan pada titik strategis kawasan wisata. Setelah dilakukan uji coba, QR Code dapat dipindai dengan baik menggunakan telepon pintar berbasis Android maupun iOS sehingga informasi dapat diakses secara langsung oleh wisatawan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi informasi telah berhasil diterapkan sesuai dengan tujuan kegiatan. Adapun contoh QR Code yang telah berhasil dibuat dan telah diuji coba untuk implementasinya adalah sebagai berikut.



Gambar 2. QR Code Wisata Sumber Pakis Uceng

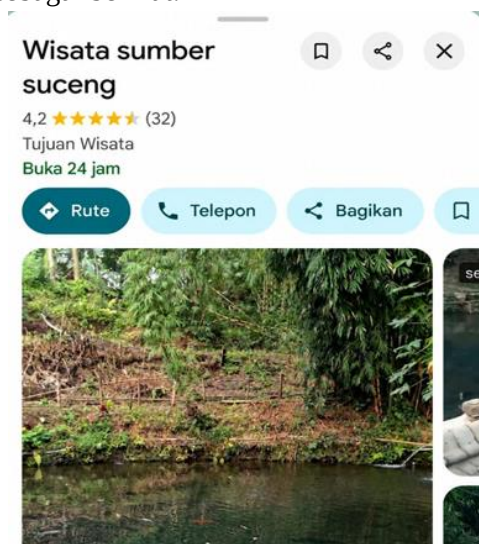
Keberadaan QR Code memberikan beberapa manfaat bagi pengelola maupun wisatawan. Bagi wisatawan, informasi dapat diperoleh secara cepat, praktis, dan mandiri tanpa harus bertanya

kepada petugas (Setyawan et al., 2022). Sementara bagi pengelola, penyampaian informasi menjadi lebih efisien karena seluruh informasi dapat diperbarui secara digital apabila terdapat perubahan fasilitas maupun kebijakan pengelolaan wisata. Selain digitalisasi informasi, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat juga bertujuan pada penguatan promosi digital melalui media sosial (Mardiansyah et al., 2025). Kegiatan ini diawali dengan pengambilan dokumentasi berupa foto dan video yang menampilkan kondisi alam, kejernihan sumber mata air, fasilitas wisata, serta aktivitas pengunjung. Dokumentasi tersebut kemudian diolah menjadi konten promosi yang dirancang sesuai karakteristik media sosial, khususnya Instagram dan TikTok. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, akun media sosial wisata telah tersedia dan sebagian konten promosi telah dipersiapkan. Salah satunya adalah pembuatan akun TikTok Wisata Sumber Pakis Uceng (Suceng), sebagaimana ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 3. Pembuatan Akun TikTok Setelah Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Selanjutnya adalah peningkatan rating ulasan Wisata Sumber Pakis Uceng (Suceng), sebagaimana ditunjukkan sebagai berikut.



Gambar 4. Rating Sebelum Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Sumber: Web Google Wisata Sumber Suceng



Gambar 5. Rating Setelah Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Sumber: Web Google Wisata Sumber Suceng

Namun demikian, proses publikasi secara berkelanjutan masih memerlukan pendampingan dari pengelola wisata setelah kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat selesai. Dalam hal ini, pengelola wisata telah memiliki bekal tentang cara pembuatan konten dan pengunggahan pada akun media sosial tersebut (Rivaldi et al., 2025). Meskipun capaian promosi digital belum sepenuhnya selesai, tersedianya dokumentasi visual berkualitas menjadi aset penting yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran wisata pada masa mendatang. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi memiliki keunggulan karena mampu menjangkau masyarakat dalam cakupan yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Konten berupa video pendek, foto, dan ulasan wisata juga dinilai lebih menarik bagi calon wisatawan dibandingkan promosi konvensional.

Keberhasilan pelaksanaan program dievaluasi berdasarkan tingkat ketercapaian masing-masing kegiatan yang telah direncanakan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa implementasi papan QR Code telah mencapai target secara penuh, sedangkan kegiatan penyusunan ulasan wisata dan promosi media sosial masih memerlukan tindak lanjut setelah kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berakhir.

Tabel 1. Capaian Program Pengabdian

No	Program	Realisasi
1	Observasi dan Penyusunan Ulasan Wisata	60%
2	Pembuatan QR Code	100%
3	Promosi Melalui Media Sosial	50%

Sumber: Data LPJ kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2026).

Berdasarkan Tabel 2, program digitalisasi informasi melalui QR Code menjadi kegiatan dengan capaian tertinggi karena seluruh tahapan mulai dari perancangan, pengujian, hingga pemasangan berhasil diselesaikan. Sebaliknya, kegiatan promosi digital dan penyusunan ulasan wisata belum sepenuhnya mencapai target akibat keterbatasan waktu pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat. Walaupun demikian, seluruh kebutuhan dasar berupa dokumentasi visual,



akun media sosial, dan konsep promosi telah tersedia sehingga dapat dilanjutkan oleh pengelola wisata (Ferdiansyah et al., 2026).

Kegiatan pengabdian memberikan manfaat awal terhadap pengelolaan kawasan wisata maupun masyarakat sekitar. Dari sisi pengelolaan, keberadaan QR Code mendukung peningkatan kualitas pelayanan informasi kepada wisatawan sehingga pengunjung dapat memperoleh informasi secara lebih mudah dan efisien. Digitalisasi informasi juga menunjukkan bahwa kawasan wisata telah mulai menerapkan teknologi dalam mendukung pelayanan informasi kepada pengunjung.

Bagi masyarakat sekitar, peningkatan kualitas informasi dan promosi wisata diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pada masa mendatang. Peningkatan jumlah wisatawan berpotensi memberikan dampak ekonomi melalui meningkatnya aktivitas perdagangan di sekitar kawasan wisata, khususnya bagi pelaku UMKM, pedagang makanan, penyedia jasa parkir, dan pelaku usaha lainnya. Selain itu, meningkatnya perhatian masyarakat terhadap kawasan wisata juga diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran bersama dalam menjaga kebersihan, kelestarian lingkungan, serta keberlanjutan sumber mata air sebagai daya tarik utama wisata Sumber Pakis Uceng.

Faktor Pendukung, Kendala, dan Keberlanjutan Program

Keberhasilan pelaksanaan kegiatan dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung. Dukungan dari Pemerintah Desa Langlang, pengelola wisata, serta kerja sama yang baik antaranggota Tim KKN menjadi faktor utama yang memperlancar proses pelaksanaan kegiatan. Selain itu, antusiasme masyarakat terhadap pengembangan wisata desa memberikan motivasi bagi tim untuk menyelesaikan seluruh tahapan program sesuai dengan rencana.

Di sisi lain, pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat juga menghadapi beberapa kendala. Waktu pelaksanaan KKN yang relatif singkat menyebabkan proses penyusunan ulasan wisata dan pengelolaan media sosial belum dapat diselesaikan secara optimal. Selain itu, keberlanjutan promosi digital masih memerlukan komitmen dari pengelola wisata agar akun media sosial dapat terus diperbarui secara berkala. Kendala tersebut menjadi bahan evaluasi agar program serupa pada masa mendatang dapat dirancang dengan waktu pendampingan yang lebih panjang sehingga seluruh target kegiatan dapat tercapai secara maksimal.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh Tim di Objek Wisata Sumber Pakis Uceng (Suceng), Desa Langlang, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang telah memberikan kontribusi dalam mendukung digitalisasi pengelolaan wisata desa. Kegiatan tersebut dilaksanakan melalui tiga kegiatan utama, yaitu observasi dan identifikasi kebutuhan mitra, penerapan sistem informasi berbasis QR Code, serta pengembangan promosi digital melalui media sosial. Implementasi QR Code berhasil menjadi media informasi yang memudahkan wisatawan memperoleh informasi mengenai objek wisata secara cepat, praktis, dan mandiri. Selain mendukung kualitas pelayanan informasi, keberadaan QR Code juga memberikan citra baru bahwa kawasan wisata telah mulai menerapkan teknologi digital dalam mendukung pelayanan kepada pengunjung. Di sisi lain, penyusunan konten promosi berupa foto dan video telah menjadi aset awal yang dapat dimanfaatkan oleh pengelola wisata untuk memperluas jangkauan promosi melalui platform digital.

Secara keseluruhan, program pengabdian telah mencapai tujuan utama dalam mendukung peningkatan kualitas sistem informasi wisata serta pengembangan promosi digital. Meskipun beberapa kegiatan seperti penyusunan ulasan wisata dan optimalisasi media sosial masih memerlukan tindak lanjut, hasil yang telah dicapai menunjukkan bahwa penerapan teknologi sederhana dapat memberikan manfaat bagi pengelola wisata maupun masyarakat sekitar.

Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mewujudkan pengelolaan destinasi wisata yang lebih modern, informatif, dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan untuk menyukkseskan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, yaitu:

1. Bapak Yuliyanto selaku Kepala Desa Langlang, Kecamatan Singosari.
2. Bapak Solikin selaku pengelola Wisata Desa Langlang, Kecamatan Singosari.
3. Ibu Elli selaku Ketua Tim Penggerak PKK Desa Langlang, Kecamatan Singosari.

REFERENSI

- Abidin, A., Suharti, S., Ernawati, N., & Hakim, A. M. R. S. (2024). Upaya branding tempat wisata alam Pangjugugan melalui video promosi di media sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 14(2), 300–304. <https://doi.org/10.30999/jpkm.v14i2.3379>
- Ferdiansyah, R., Wahyuzi, Z., Suhendri, S., Ainantia, S. W., Perawati, P., Tifani, A. M., Febriyanti, N., Rahmadea, A., & Lusianty, A. A. (2026). Revitalisasi plang dan digitalisasi homestay berbasis Google Sites dan QR-Code sebagai upaya branding Desa Tanjong Tinggi. *Al Khidma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 445–456.
- Gantina, D., Lintangkawuryan, Y., Setiawan, C., Baihaqi, A., & Hanafi, M. (2025). Peningkatan kapasitas promosi digital dan layanan wisatawan melalui kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Wisata Cibuntu, Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 7(1), 41–48. <https://doi.org/10.30647/jpp.v7i1.1904>
- Kadek, I., Sugianta, A., Kadek, N., & Patrianingsih, W. (2024). Pemanfaatan Quick Response Code sebagai media informasi destinasi wisata pintar di Provinsi Bali. *CESS (Journal of Computer Engineering, System and Science)*, 9(1), 192–201. <https://doi.org/10.24114/cess.v9i1.53158>
- Mardiansyah, I., Pujiarti, I., & Kusumajati, H. (2025). Pelatihan media sosial sebagai media promosi desa wisata di Desa Sukajadi Kabupaten Bogor. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ilmu Komunikasi*, 2(1), 164–179. <https://doi.org/10.32493/comm.v2i1.47696>
- Najlalivia, S., Suminar, S., Maylani, N. A. N., Viona, K. M., Ramdani, F. R., Pratama, A. R., Fitria, F. R., Widyastuti, W., & Rosita, R. (2026). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi destinasi wisata berbasis masyarakat di Strawberry Hills Pangalengan. *Abdi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 92–110. <https://doi.org/10.59997/awjpm.v5i1.6150>
- Nugroho, R. S., & Rahmadi, D. (2025). Digitalisasi informasi tanaman dengan QR-Code dan blog di Taman Wisata Makmur Banjeng. *Jurnal Pengabdian Masyarakat - Teknologi Digital Indonesia*, 4(2), 166–174. <https://doi.org/10.26798/jpm.v4i2.1947>
- Nursaida, H. A., Ayuliyanti, M., Alawi, M. S., Jauhari, M. I., Handika, W., Alfarizi, S., & Dyarbirru, R. I. (2024). Pendampingan pembuatan dan pemanfaatan Quick Response (QR) Code koleksi Museum Desa Wisata Genggeling di Kabupaten Lombok Utara. *Abdi Wisata: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 79–92. <https://ejournal.ppl.ac.id/index.php/abdiwisata/article/view/285>
- Prabowo, I. A., Utami, Y. R. W., Prihanto, P., Qorih, A. N., Berlian, Z. Z., Dianita, A. D. A., & Muhariya, A. (2026). Penerapan teknologi QR Code untuk penguatan identitas Desa Wisata Sidowayah melalui sistem navigasi jalan dan pelestarian informasi budaya dan potensi alam. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 17(1), 64–71. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v17i1.25011>

- Prasetio, T., Wulandari, L., & Prakoso, A. (2025). Peran media sosial TikTok dan Instagram dalam promosi wisata di Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran. *Journal of Responsible Tourism*, 5(1), 473–482. <https://doi.org/10.47492/jrt.v5i1.3899>
- Rejeki, D. S., Aminudin, A., & Rukmana, E. N. (2024). Rancang bangun sistem informasi Taman Bacaan Masyarakat terintegrasi dalam upaya mewujudkan pariwisata pendidikan Kabupaten Sumedang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 8837–8850. <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i5.34895>
- Rivaldi, R., Pratiwi, B. S., Nurmala, H., Arina, N. M., Rahman, S., Handayani, S. M., Hakim, I., Fitriani, D., Nabila, B. S. N., Pratama, A., & Misbahuddin, M. (2025). Strategi peningkatan pengelolaan dan promosi desa wisata berbasis media sosial. *Jurnal Pengabdian Rekayasa dan Wirausaha*, 2(2), 22–26.
- Rolobessy, M. J., Mahedar, S. R. P., Febriyanti, Hehalatu, D. A., Wally, H., Maswain, M. Y., & Sabandar, M. H. (2026). Optimalisasi promosi potensi Desa Negeri Tial melalui perancangan dan implementasi papan informasi berbasis QR Code. *Jurnal Tagalaya Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 185–190. <https://doi.org/10.71315/jtpkm.v3i2.374>
- Setyawan, D., Permana, F. H., Sukarsono, S., Gunawan, S., Ulfa, D. I., Putri, V. A., & Khusniah, N. (2022). Pembuatan QR Code melalui Android: Pendampingan pengembangan Kampoeng Wisata Edukasi Anggrek (KAWIESTA). *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 188–199. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v6i1.3549>
- Walinegoro, B. G., Shodiq, M. F., Yastri, B. H., & Harahap, A. N. R. (2026). Mewujudkan wisata berkelanjutan: Pendampingan pengembangan promosi wisata berbasis partisipasi masyarakat di Padukahan Karangrejek. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 543–553. <https://doi.org/10.35311/jmpm.v7i1.1082>
- Winarni, R., Adi Jaya, U., Raspati, G., Sanatha Wahyu Akbar, T., Septiani, N., & Septianus Nakiza, E. (2025). Strategi manajemen pariwisata berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata di era digital: Kajian pustaka terhadap model pengelolaan terintegrasi. *MBA Journal: Management, Business Administration, and Accounting Journal*, 2(1), 40–52.
- Yudanto, D. (2023). Fungsi perguruan tinggi untuk pembangunan desa yang dituangkan dalam kebijakan peraturan desa di Desa Sobayan Kabupaten Klaten. *Jurnal Penelitian Serambi Hukum*, 16(1), 97–107. <https://doi.org/10.59582/sh.v16i01.587>