

Pemberdayaan Gen Z di Desa Poncokusumo Melalui Wisata Digital: Pengembangan Papan Interpretasi dan Aplikasi Self-Guided Tour Berbasis Teknologi

Adisti Safrilia¹, Rhiza Eka Purwanto¹, Saudah¹, Mochammad Bagus Rendy Setiawan¹, Onny Neila Renata¹

¹Universitas Merdeka Malang

INFO ARTIKEL

Diserahkan:
17/11/2025
Direvisi:
04/12/2025
Diterima
28/12/2025

Keywords:

Smart Tourism,
QR Code,
Interpretasi Digital,
Self-Guided Tour,
Desa Wisata.

ABSTRAK

Desa Poncokusumo merupakan pintu gerbang menuju kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dan memiliki potensi wisata alam, agro, dan budaya yang besar. Namun, kapasitas pengelolaan wisata dan penyediaan informasi edukatif bagi wisatawan masih terbatas, sehingga diperlukan inovasi berbasis teknologi untuk meningkatkan kualitas pengalaman berwisata. Program pengabdian ini bertujuan memperkuat pengelolaan desa wisata melalui pemberdayaan generasi muda dan pengembangan media interpretasi digital. Metode yang digunakan meliputi Participatory Rural Appraisal (PRA), survei lapangan, Focus Group Discussion (FGD), pelatihan teknologi, serta penyusunan draft masterplan digital tourism. Keluaran utama kegiatan ini mencakup: (1) perumusan visi-misi bisnis plan wisata digital, (2) pemasangan papan interpretasi digital berbasis QR Code di titik strategis, (3) pengembangan aplikasi self-guided tour berisi narasi multimedia dan rute wisata mandiri, dan (4) penyusunan draft awal masterplan digital tourism yang memetakan potensi wisata, rute edukatif, dan kebutuhan fasilitas pendukung. Program ini memberikan dampak sosial dan ekonomi berupa peningkatan kolaborasi antargenerasi, penguatan literasi digital masyarakat, serta pertumbuhan pendapatan UMKM lokal. Hasil program menunjukkan bahwa penerapan smart tourism berbasis komunitas efektif dalam memperkaya pengalaman wisatawan, memperluas akses informasi, serta mendukung pengelolaan desa wisata secara mandiri dan berkelanjutan. Model ini dapat direplikasi ke desa wisata lain yang tengah bertransformasi menuju wisata digital..

Corresponding author email: adisti.safrilia@unmer.ac.id



Published by Alesha Media Digital. This is an open access article under the [CC BY SA](#) license
Copyright@ Author (2026).

1. PENDAHULUAN

Desa Poncokusumo di Kabupaten Malang berperan penting sebagai gerbang utama menuju Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS). Terletak pada ketinggian ±850 mdpl, desa ini memiliki potensi wisata alam, agro, dan budaya yang beragam [1]. Namun, hasil observasi dan wawancara dengan Pokdarwis menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi besar dan kapasitas pengelolaan wisata. Promosi masih bersifat manual dan sporadis, serupa dengan temuan [2] mengenai tantangan desa wisata yang belum terintegrasi secara digital.

Keterbatasan fasilitas interpretasi juga membuat wisatawan hanya menikmati panorama tanpa memperoleh pemahaman edukatif—sebuah kondisi yang bertentangan dengan prinsip digital interpretation yang ideal [3], [4]. Karena itu, diperlukan transformasi menuju model smart tourism, yang mengintegrasikan teknologi, akses informasi, dan partisipasi komunitas [5, 6].

Program pengabdian ini memfokuskan pemberdayaan pada Generasi Z sebagai motor penggerak digitalisasi

wisata desa, karena kelompok ini dikenal adaptif, kreatif, dan dominan dalam ruang digital [7, 8]. Pendekatan PRA (*Participatory Rural Appraisal*) digunakan untuk menggali kebutuhan, konteks lokal, serta memastikan partisipasi aktif masyarakat [9, 10].

Media digital berupa papan interpretasi digital berbasis QR Code dan aplikasi *self-guided tour* dikembangkan sebagai inovasi yang memperkaya pengalaman wisata. QR Code dan mobile storytelling terbukti meningkatkan engagement dan pemahaman pengunjung [11, 12]. Selain meningkatkan pengalaman mandiri, pendekatan ini memperkuat branding Poncokusumo sebagai desa wisata berkelanjutan [13, 14].

Konsep smart tourism yang digunakan berlandaskan prinsip *human-centred design* [15] dan *inclusive digital environments* [16], menjadikan media interpretasi dan rute wisata ramah bagi semua kelompok pengunjung, termasuk mereka yang sensitif secara sensoris [17].

Program ini secara sistematis menjawab tiga isu utama: peran Generasi Z dalam pengelolaan wisata digital, pengembangan media interpretasi interaktif berbasis QR, serta implementasi *self-guided tourism* untuk meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan destinasi. Pendekatan ini mendukung *Sustainable Development Goals* (SDGs) adalah 17 tujuan pembangunan berkelanjutan yang ditetapkan oleh PBB untuk dicapai hingga tahun 2030 yaitu SDGs 8, 9, dan 11, sejalan dengan arah literatur tentang desa wisata berkelanjutan berbasis teknologi [18].

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Poncokusumo, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang, yang melibatkan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), Pemerintah Desa, komunitas pemuda, dan UMKM lokal sebagai mitra utama. Program ini dilaksanakan selama 4 bulan, dari bulan Agustus sampai November 2025, meliputi survei, FGD, pengembangan media digital, validasi lapangan, dan evaluasi akhir. Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA) untuk memastikan partisipasi aktif masyarakat dalam perencanaan dan pengelolaan wisata berbasis teknologi. Kegiatan dibagi menjadi tiga fase utama:

2.1 Survei Pra-Kegiatan

Survei lapangan dilakukan untuk memahami kondisi aktual desa wisata, potensi lokasi, dan kebutuhan digitalisasi, sesuai model analisis partisipatif PRA [9, 19]. Tahap ini memastikan program relevan dengan konteks sosial, budaya, dan geografis desa [10].

2.2 FGD & Penyusunan Draft Masterplan

FGD (Focus Grup Discussion) dengan Pokdarwis, pemerintah desa, generasi muda, dan pelaku usaha mengadaptasi prinsip *community-based tourism* [18, 20]. FGD merumuskan visi-misi digital tourism, menetapkan titik wisata prioritas, serta menyusun draft masterplan digital tourism sebagai fondasi pembangunan infrastruktur wisata digital jangka panjang [21, 6].

2.3 Pelatihan Papan Interpretasi Digital

Pelatihan difokuskan pada penggunaan papan interpretasi dan aplikasi *self-guided tour*, sejalan dengan pendekatan teknologi wisata mandiri [12, 4]. Tingkat ketercapaian dievaluasi melalui perubahan sikap, peningkatan literasi digital, partisipasi generasi muda, dan indikasi pertumbuhan ekonomi lokal.

2.4 Pendekatan Kolaboratif

Seluruh proses dilaksanakan menggunakan prinsip *quadruple helix* (akademisi–pemerintah–komunitas–pelaku usaha), metode kolaboratif yang direkomendasikan dalam pengembangan destinasi wisata digital [5, 6].

2.5 Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui kuesioner pra–pasca kegiatan, lembar observasi lapangan, wawancara terstruktur dengan mitra, serta monitoring penggunaan QR Code dan aplikasi. Indikator keberhasilan meliputi peningkatan literasi digital, keterlibatan peserta, keberfungsian media digital, peningkatan kunjungan wisata, serta dampak ekonomi pada UMKM.

3. HASIL & PEMBAHASAN

3.1 Focus Group Discussion (FGD)

FGD dilaksanakan bersama Pokdarwis, pemerintah desa, generasi muda, dan pelaku usaha lokal untuk merumuskan arah pengembangan wisata berbasis teknologi. Metode FGD mengadaptasi prinsip *participatory planning* sebagaimana disarankan oleh [9, 10], yaitu memastikan bahwa masyarakat menjadi subjek utama dalam proses desain, bukan hanya penerima manfaat.

Diskusi FGD menghasilkan beberapa poin strategis:

1. Perumusan Visi dan Misi Digital Tourism, yang menekankan wisata mandiri berbasis teknologi, integrasi kearifan lokal ke media digital, dan peningkatan peran generasi muda.
2. Penetapan 9 titik wisata prioritas, yaitu Ledok Ombo, Ashitameru, Banyu Biru, Jamun Spot Sunset (JSS), Jamur Ayu, Kebun Jeruk, Rumah Adat, Sanggar Pamujan, dan Taman Kali Lesti. Pemilihan titik ini konsisten dengan rekomendasi literatur mengenai pentingnya pemetaan potensi alam, budaya, dan sosial sebagai dasar wisata edukatif [18, 20].
3. Identifikasi kebutuhan digitalisasi, termasuk interpretasi berbasis QR Code dan penyusunan rute wisata edukatif, sesuai tren global smart tourism [5, 13].

FGD juga memunculkan komitmen kolaborasi *quadruple helix* (akademisi, pemerintah desa, komunitas, dan pelaku usaha) sebagaimana direkomendasikan [6] dalam pengembangan destinasi digital. Kegiatan FGD ini bisa dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kegiatan FGD

FGD menghasilkan beberapa temuan strategis dan langkah awal pengembangan wisata digital, yang selaras dengan prinsip pengembangan destinasi berbasis teknologi dan partisipasi komunitas [5, 6].

1) Digital Marketing

Perluasan informasi wisata melalui media digital (media sosial, website, QR Code) untuk meningkatkan jangkauan pasar dan kesiapan destinasi. Strategi ini konsisten dengan tren promosi destinasi dalam era smart tourism [5, 13].

2) *Konsep Bisnis Plan Desa Wisata*

- Visi: Menjadi penyedia layanan wisata mandiri berbasis digital terdepan di Desa Poncokusumo, memberdayakan masyarakat lokal dan ramah generasi muda.
- Misi: Menyediakan pengalaman wisata berbasis teknologi (*self-guided tour*), mengintegrasikan kearifan lokal ke dalam papan interpretasi digital, dan meningkatkan peran masyarakat dalam pengelolaan wisata.

Konsep ini didukung oleh literatur mengenai pemberdayaan generasi muda dalam transformasi digital sektor pariwisata [7, 8].

3) *Pengembangan Produk dan Layanan*

- Papan Interpretasi Digital: Narasi audio/visual dalam Bahasa Indonesia dan Inggris, sesuai prinsip interpretasi modern [3] dan integrasi QR Code sebagai media informasi [4].
- Aplikasi Self-Guided Tour: Memuat rute wisata mandiri, informasi tempat, sejarah, budaya lokal, dan penanda digital, sejalan dengan konsep wisata mandiri berbasis mobile tour [11, 12].

4) *Draft Masterplan Wisata*

- Pemetaan awal titik-titik wisata strategis di desa (Ashitameru, Banyu Biru, Jamun Spot Sunset, Jamur Ayu, Kebun Jeruk, Ledok Ombo, Rumah Adat, Sanggar Pamujan, Taman Kali Lesti).
- Penentuan rute wisata edukatif dan titik edukatif untuk papan interpretasi digital.
- Tahap penyusunan masterplan ini relevan dengan pendekatan *community-based tourism* yang menekankan pemetaan potensi lokal sebagai dasar perencanaan [18, 20].

5) *Peningkatan Kolaborasi dan Partisipasi*

- Keterlibatan seluruh stakeholder (masyarakat, Pokdarwis, pemerintah desa, akademisi) dalam perencanaan dan implementasi.
- Penetapan peran dan tanggung jawab setiap pihak untuk keberlanjutan pengembangan desa wisata.

Strategi ini sesuai dengan model kolaborasi quadruple helix dalam pengembangan destinasi digital [6]. FGD memberikan dasar yang kuat untuk implementasi wisata berbasis digital di Desa Poncokusumo. Forum ini menghasilkan strategi awal yang mencakup digital marketing, pengembangan media edukatif, dan pemetaan masterplan wisata yang dapat diteruskan dalam fase implementasi papan interpretasi digital dan aplikasi *self-guided tour* [4, 12].

3.2 Pengembangan Media Digital

1) *Papan Interpretasi Digital Berbasis QR Code*

Setelah FGD, tim pengabdian mengembangkan papan interpretasi digital yang dilengkapi QR Code seperti pada Gambar 2 dan dipasang di Balai Desa serta Café Pinus (Ledok Ombo). Setiap papan berisi narasi multimedia (teks, audio, video) berbahasa Indonesia dan Inggris.

Model interpretasi ini mengikuti prinsip interpretasi modern yang diformulasikan oleh Tilden [3], yaitu menyampaikan informasi melalui cara yang menarik, relevan, dan mudah dipahami. Integrasi QR Code juga sejalan dengan hasil penelitian Han dan Jung [4], yang menunjukkan bahwa QR-based interpretation meningkatkan engagement, akses informasi, dan pemahaman wisatawan.

Selain edukasi, papan interpretasi digital membantu mengatasi kendala kurangnya pemandu lokal pada hari-hari tertentu dan memungkinkan wisatawan menikmati pengalaman mandiri dan fleksibel sebagaimana dijelaskan oleh Leung dan Law [12] dalam penelitian tentang *self-guided mobile tours*.



Gambar 2. Papan Intepretasi Digital

2) Pengembangan Aplikasi Self-Guided Tour

Pengembangan aplikasi *self-guided tour* merupakan inti dari inovasi teknologi dalam program ini. Aplikasi dirancang agar selaras dengan kebutuhan wisatawan dan karakteristik Desa Poncokusumo. Pelatihan aplikasi *self-guided tour* diberikan kepada Generasi Z dan Pokdarwis untuk meningkatkan keterampilan digital dalam mengelola wisata. Peserta mempelajari cara menggunakan aplikasi, mengakses rute mandiri, memindai QR Code dari papan interpretasi, serta mengelola konten narasi. Melalui simulasi lapangan dan pendampingan teknis, peserta dapat memahami fungsi aplikasi sekaligus menyiapkan diri sebagai pengelola wisata digital secara mandiri. Tim pengabdian bekerja sama dengan Mitra DUDI (Dunia Usaha dan Dunia Industri) yaitu Magna Studio seperti pada Gambar 3 untuk memberikan pelatihan aplikasi digital.



Gambar 3. Pelatihan Aplikasi Self-Guide

Fitur Utama Aplikasi, adalah sebagai berikut:

- Rute wisata mandiri yang menghubungkan sembilan titik wisata prioritas, dilengkapi peta digital, jarak antar lokasi, dan estimasi waktu tempuh.
- Konten narasi multimedia yang menjelaskan sejarah, budaya, dan ekologi lokal [11].
- Marker digital yang terhubung dengan papan interpretasi QR, sehingga wisatawan dapat mengakses informasi mendalam secara real time.
- Desain mobile-friendly, sesuai tren penggunaan smartphone pada wisatawan generasi muda [8].

Keterlibatan Generasi Z untuk aplikasi ini adalah

- Pembuatan konten narasi,
- Dokumentasi audio-visual,
- Penyusunan rute wisata.

Keterlibatan ini memperkuat literasi digital masyarakat, sebagaimana direkomendasikan [7], bahwa pemberdayaan generasi muda merupakan kunci keberhasilan transformasi digital desa wisata.



Gambar 4. Aplikasi Self-Guided Tour

Manfaat dari aplikasi ini adalah :

- Memberikan pengalaman wisata personal dan interaktif, yang tidak tergantung pada pemandu wisata konvensional.
- Mempermudah wisatawan untuk menjelajahi rute wisata dan mengakses informasi edukatif di setiap titik wisata.
- Mendukung promosi wisata digital desa secara luas melalui akses berbasis smartphone.
- Memperkuat brand Desa Poncokusumo sebagai destinasi wisata digital berkelanjutan dan ramah generasi muda.

3) *Penyusunan Draft Masterplan Digital Tourism*

Program ini menghasilkan draft awal masterplan yang berisi pemetaan potensi wisata, rute edukatif, dan fasilitas pendukung. Masterplan masih bersifat early-stage, namun berfungsi sebagai dasar arah pengembangan selanjutnya. Isi utama draft masterplan :

1. Pemetaan titik wisata strategis, mencakup Ledok Ombo, Ashitameru, Banyu Biru, JSS, Jamur Ayu, Kebun Jeruk, Rumah Adat, Sanggar Pamujan, Taman Kali Lesti. Hal ini selaras dengan prinsip perencanaan destinasi berbasis sumber daya lokal [18].
2. Rancangan rute wisata digital yang nantinya terintegrasi dengan aplikasi self-guided tour.
3. Identifikasi fasilitas pendukung seperti titik Wi-Fi publik dan kebutuhan fasilitas ramah difabel, sejalan dengan konsep inklusivitas pada destinasi cerdas [15, 14].
4. Struktur pengelolaan yang mengadopsi pendekatan community-based tourism [20].
5. Masterplan ini memberi Poncokusumo fondasi awal untuk membangun wisata digital berkelanjutan berbasis komunitas.

Dengan adanya draft awal masterplan, Desa Poncokusumo memiliki landasan perencanaan yang jelas untuk:

- Mengembangkan infrastruktur wisata digital secara berkelanjutan, termasuk penguatan jaringan informasi, fasilitas pendukung, serta integrasi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan desa.

- Menentukan prioritas pembangunan fasilitas dan teknologi di titik-titik wisata utama, berdasarkan potensi, kebutuhan digitalisasi, dan kesiapan lokasi.
- Memberikan panduan awal bagi masyarakat dan pengelola desa dalam implementasi papan interpretasi digital dan aplikasi *self-guided tour*, sehingga pengembangan wisata digital dapat berjalan terarah dan konsisten.



Gambar 5. Masterplan Desa Poncokusumo

3.3 Dampak Sosial dan Ekonomi Komunitas

Program pengabdian di Desa Poncokusumo memberikan dampak nyata pada aspek sosial dan ekonomi masyarakat melalui pengembangan papan interpretasi digital dan aplikasi *self-guided tour*. Dampak ini dapat dikategorikan menjadi dua aspek utama:

1) Dampak Ekonomi

Implementasi media digital di titik-titik wisata utama telah meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, khususnya ke lokasi yang dilengkapi dengan papan interpretasi digital. Peningkatan kunjungan ini secara langsung berdampak pada pendapatan masyarakat, terutama para pelaku UMKM local, dapat dilihat pada Gambar 6 untuk produk UMKM. Dampak ekonomi seperti ini konsisten dengan penelitian [1, 2] yang menegaskan bahwa digitalisasi desa wisata meningkatkan daya beli pada produk lokal. Produk-produk lokal seperti:

- Kaos dan totebag dengan desain interpretatif
- Camilan apel
- Souvenir digital dan cetak (e-booklet sejarah desa)



Gambar 6. Beberapa Produk Desa Wisata Poncokusumo Yang Dikembangkan

Beberapa pelaku usaha mengalami peningkatan penjualan sejak dimulainya promosi digital. Hasil ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi alat efektif untuk mengembangkan ekonomi lokal dan memperkuat keberlanjutan usaha masyarakat desa.

2) *Dampak Sosial dan Pemberdayaan Komunitas*

Program ini juga memperkuat kolaborasi antar generasi di desa. Generasi muda, yang memiliki keterampilan digital, berperan aktif dalam:

- Pembuatan konten digital
- Pengelolaan aplikasi *self-guided tour*
- Promosi wisata berbasis teknologi.

Terjadi transfer pengetahuan dua arah yang memperkuat kepemilikan dan keberlanjutan program [10, 7]. Proses ini:

- Meningkatkan kemampuan digital masyarakat,
- Memperkuat rasa kebersamaan dan identitas komunitas,
- Menumbuhkan kepedulian terhadap pelestarian budaya lokal.

3.4 Indikator Keberhasilan

Dampak sosial dan ekonomi program dapat diukur melalui indikator berikut:

- Peningkatan kunjungan wisatawan ke titik wisata yang dilengkapi media digital
- Pertumbuhan pendapatan pelaku umkm dan penjual produk lokal
- Partisipasi aktif generasi muda dalam pengelolaan media digital dan promosi wisata.
- Kolaborasi antar generasi dalam perencanaan, produksi konten, dan implementasi aplikasi digital.

Hasil ini menunjukkan bahwa smart tourism berbasis komunitas tidak hanya meningkatkan pengalaman wisatawan, tetapi juga memberdayakan masyarakat secara sosial dan ekonomi, serta membangun fondasi desa wisata yang inovatif, berkelanjutan, dan inklusif.

3.5 Pembelajaran Dan Tantangan

1) *Tantangan*

- Infrastruktur internet yang terbatas di beberapa lokasi wisata menghambat pengaksesan aplikasi QR [4].
- Keberlanjutan program membutuhkan pendanaan pemeliharaan dan pelatihan lanjutan [6].

2) *Pembelajaran*

- Smart tourism berbasis komunitas dapat meningkatkan informasi, kemandirian wisatawan, dan kualitas pengalaman [5].
- Pemberdayaan digital terbukti memperkuat kapasitas sosial dan ekonomi masyarakat, terutama generasi muda [8].
- Kolaborasi quadruple helix mempercepat adopsi dan keberlanjutan inovasi digital [13].

4. KESIMPULAN

Pelatihan penggunaan aplikasi self-guided tour dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas digital Generasi Z dan Pokdarwis sebagai pengelola wisata desa. Melalui sesi praktik langsung, peserta dilatih mengoperasikan

aplikasi, mengakses rute wisata mandiri, memindai QR Code pada papan interpretasi, serta memahami alur penyajian narasi multimedia yang telah disiapkan. Kegiatan ini bertujuan memastikan bahwa masyarakat mampu mengelola dan memperbarui konten aplikasi secara mandiri, sehingga keberlanjutan wisata digital dapat terjamin setelah program berakhir. Pelatihan ini juga memberikan pengalaman langsung mengenai pemanfaatan teknologi sebagai media interpretasi wisata yang efektif dan inklusif. Keberhasilan pelatihan menunjukkan bahwa model pendampingan berbasis teknologi ini dapat direplikasi pada desa wisata lain yang memiliki karakteristik serupa, terutama di wilayah penyangga kawasan alam atau desa wisata yang sedang berkembang menuju digitalisasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kemendikbudristek atas dukungan pendanaan melalui Direktorat Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Riset Dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains Dan Teknologi skema Program Pemberdayaan Berbasis Masyarakat tahun 2025

Penghargaan tulus juga kami berikan kepada LPPM Universitas Merdeka Malang, Pemerintah Desa Poncokusumo, Pokdarwis, dan seluruh Generasi Z Desa Poncokusumo yang telah berkolaborasi dan berpartisipasi aktif. Semoga program ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. E. Purwanto, L. Lidiawati, dan H. Purwanti, "Pengembangan masyarakat berbasis kearifan lokal di desa wisata adat Ngadas, Poncokusumo, Kabupaten Malang," *Jurnal Sosiologi Nusantara (JSN)*, vol. 9, no. 1, hlm. 61-78, 2023.
- [2] H. Susanto dan A. Nugraha, "Digital natives as drivers: Peran Generasi Z dalam mendorong digitalisasi desa wisata di era smart tourism," *Jurnal Destinasi Pariwisata*, vol. 10, no. 1, hlm. 88-97, 2022.
- [3] B. Setiawan dan A. Wibowo, "Penerapan metode participatory rural appraisal (PRA) dalam perencanaan desa wisata berbasis komunitas di desa XYZ," *Jurnal Pariwisata Terapan*, vol. 5, no. 2, hlm. 135-148, 2021.
- [4] F. S. Harahap, I. Nasution, dan R. Siregar, "Peran focus group discussion (FGD) dalam menggali potensi ekowisata berbasis masyarakat di kawasan ...," *Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya*, vol. 6, no. 2, hlm. 112-120, 2020.
- [5] Aisyah, S. Saudah, dan K. R. Rachmadi, "Digitalisasi pemasaran melalui sosial media marketing pada pelaku UMKM guna peningkatan pendapatan," *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3, no. 2, hlm. 442-448, 2022.
- [6] D. Abdullah dan I. P. Sari, "Pemanfaatan QR code pada papan interpretasi sebagai media informasi wisata edukatif di objek wisata," *Jurnal Inovasi dan Teknologi Informasi*, vol. 2, no. 1, hlm. 45-53, 2021.
- [7] J. Mason dan G. Wall, "Youth and technology in tourism: A case for digital empowerment," *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 30, no. 1, pp. 45-62, 2022. doi:10.1080/09669582.2022.
- [8] C. Priporas, N. Stylos, dan A. Fotiadis, "Generation Z consumers and tourism digitalization," *Tourism Management*, vol. 75, pp. 155-168, 2019. doi:10.1016/j.tourman.2019.
- [9] R. Chambers, "Participatory rural appraisal (PRA): Analysis of experience," *World Development*, vol. 24, no. 12, pp. 1703-1713, 2002. doi:10.1016/S0305-750X(02)00120-0
- [10] A. Cornwall, "Unpacking participation: Models, meanings, and practices," *Community Development Journal*, vol. 43, no. 3, pp. 269-283, 2008. doi:10.1093/cdj/bsn010
- [11] Y. Choi dan M. Choi, "Mobile storytelling for digital tourism," *Information & Management*, vol. 58, no. 7, pp. 103-465, 2021. doi:10.1016/j.im.2021.103465

- [12] D. Leung dan R. Law, "Self-guided mobile tours and visitor experience enhancement," *Journal of Travel Research*, vol. 59, no. 5, pp. 889-906, 2020. doi:10.1177/0047287519896370
- [13] W. Zhu, "Rural smart tourism under the background of Internet Plus," *Future Generation Computer Systems*, vol. 125, pp. 432-440, 2021. doi:10.1016/j.future.2021.05.012
- [14] N. Scott dan J. Gao, "Inclusive tourism: Designing destinations for all users," *Annals of Tourism Research*, vol. 98, pp. 103-169, 2023. doi:10.1016/j.annals.2023.103169
- [15] E. Marchigiani, "People-centred smart cities and inclusive public spaces," *Urban Planning*, vol. 5, no. 2, pp. 41-52, 2020. doi:10.17645/up.v5i2.2951
- [16] P. J. Clarke, N. Gallagher, dan C. Barron, "Designing inclusive environments for diverse sensory needs," *Journal of Urban Design*, vol. 27, no. 4, pp. 587-602, 2022. doi:10.1080/13574809.2022.207
- [17] X. Huang, M. White, dan N. Langenheim, "Towards an inclusive walking community: A multi-criteria digital evaluation approach," *Buildings*, vol. 12, no. 1191, pp. 1-21, 2022. doi:10.3390/buildings1211191
- [18] S. Srisang dan S. K. Nepal, "Community-based tourism and its role in rural development," *Tourism Management Perspectives*, vol. 43, pp. 100-110, 2022. doi:10.1016/j.tmp.2022.100110
- [19] J. Park dan W. Kim, "Measuring empowerment in community-based tourism," *Tourism Geographies*, vol. 22, no. 2, pp. 230-251, 2020. doi:10.1080/14616688.2019.166
- [20] E. Boon, "Smart tourism: Enhancing visitor experience through technology," *Journal of Tourism Studies*, vol. 35, no. 4, pp. 112-126, 2021. doi:10.1080/02667675.2021.
- [21] W. Wu, C. Xu, M. Zhao, X. Li, dan R. Law, "Digital tourism and smart development: A state-of-the-art review," *Sustainability*, vol. 16, no. 23, pp. 10382, 2024. doi:10.3390/su162310382
- [22] G. Maquera, B. B. F. da Costa, Ó. Mendoza, R. A. Salinas, dan A. N. Haddad, "Intelligent digital platform for community-based rural tourism—A novel concept development in Peru," *Sustainability*, vol. 14, no. 13, 7907, 2022. doi:10.3390/su14137907