

PENGEMBANGAN VISUAL STORYTELLING DESA WISATA BERBASIS WEBSITE DAN TEKNOLOGI QR DI DESA TENJOLAYA KABUPATEN BANDUNG

DEVELOPMENT OF VISUAL STORYTELLING FOR TOURISM VILLAGES BASED ON WEBSITE AND QR CODE TECHNOLOGY IN TENJOLAYA VILLAGE, BANDUNG REGENCY

Hadi Purnama¹, Dedi Kurnia Syah Putra^{2*}

^{1,2}) Program Studi Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Telkom University

*Email korespondensi: dedikurniasp@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Tourism villages are one of the drivers of local economic development based on natural potential, culture, and community creativity. Tenjolaya Village in Pasirjambu District, Bandung Regency, has considerable potential in nature-based tourism, culinary heritage, and educational tourism; however, the utilization of digital technology for tourism promotion has not been fully optimized. This community service program aims to enhance the capacity of village officials and BUMDes administrators in developing visual storytelling content based on websites and QR code technology. The program was implemented using a participatory training approach, hands-on practice, and mentoring. Activities were carried out through preparation, socialization, training implementation, and evaluation stages. The results indicate an increase in participants' understanding of the use of digital media as a communication tool for tourism villages. Participants responded positively to the program and expressed expectations for continued mentoring in developing digital tourism content. The use of visual storytelling through websites and QR code technology has the potential to increase the attractiveness of tourism villages and support the development of the local creative economy.

Keywords: *Tourist Villages, Visual Storytelling, Websites, QR Technology, Community Empowerment*

Abstrak

Desa wisata merupakan salah satu motor penggerak ekonomi lokal berbasis potensi alam, budaya, dan kreativitas masyarakat. Desa Tenjolaya di Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung, memiliki potensi wisata alam, kuliner, dan edukasi yang cukup besar, namun belum didukung optimal oleh pemanfaatan teknologi digital dalam promosi desa wisata. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas perangkat desa dan pengelola BUMDes dalam mengembangkan konten visual storytelling berbasis website dan teknologi QR. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan pelatihan partisipatif, praktik langsung, dan pendampingan. Kegiatan dilaksanakan melalui tahap persiapan, sosialisasi, pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap penggunaan media digital sebagai sarana komunikasi desa wisata. Peserta pelatihan menunjukkan respon positif terhadap kegiatan, serta berharap adanya pendampingan lanjutan dalam pengembangan konten digital desa wisata. Pemanfaatan visual storytelling melalui website dan teknologi QR berpotensi meningkatkan daya tarik desa wisata serta mendukung pengembangan ekonomi kreatif masyarakat desa.

Kata kunci: Desa Wisata, Visual Storytelling, Website, Teknologi QR, Pemberdayaan Masyarakat



CC Attribution-ShareAlike 4.0

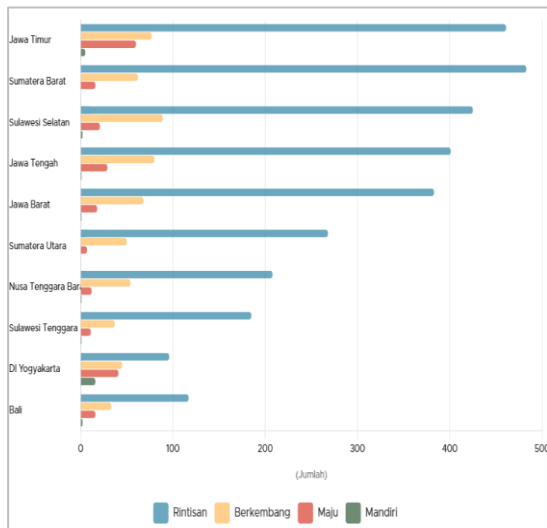
Copyright © 2026 Author

Diterima: 13 Februari 2026; Disetujui: 30 Agustus 2026; Terbit: 30 Agustus 2026

PENDAHULUAN

Hingga akhir tahun 2024, jumlah desa wisata di Indonesia tercatat sebanyak 6.026 desa wisata yang tersebar di berbagai provinsi, dengan rincian 4.687 desa wisata rintisan, 992 desa wisata berkembang, 314 desa wisata maju dan 33 desa wisata mandiri. (<https://data.goodstats.id>). Seturut data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat saat ini Indonesia memiliki 1.734 desa wisata. Jumlah ini meningkat pesat dibandingkan 1.302 desa wisata di tahun 2014 (<https://infopublik.id/>).

Saat ini persebaran desa wisata masih terkonsentrasi di Pulau Jawa dan Bali, yaitu 857 desa, Selebihnya tersebar di Sumatera 355 desa, Nusa Tenggara 189 desa, Sulawesi 119 desa, Kalimantan 117 desa, Papua 74 desa, dan Maluku 23 desa.



Gambar 1. Sepuluh provinsi dengan desa wisata terbanyak

(sumber:

<https://data.goodstats.id/statistic/inilah-10-provinsi-dengan-jumlah-desa-wisata-terbanyak-oktober-2024-CKDs6>)

Barometer desa wisata diukur dari tingkat perekonomiannya yang ditopang oleh sektor pariwisata (Suprastayasa et al., 2022). Keberadaan desa wisata tidak lepas dari seluruh pemangku kepentingan yang terlibat di dalamnya, mulai dari aparat desa, pengelola Bumdes, tokoh masyarakat, hingga warga desa (khususnya kelompok sadar wisata, dan tentu saja pihak swasta. Keterlibatan seluruh pihak dalam mengelola desa wisata, berkontribusi dalam mengelola potensi desa wisata sehingga memiliki *positioning* dibandingkan desa wisata

lainnya, dan pada akhirnya dilirik oleh para wisatawan sebagai salah satu destinasi wisata.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Abdimas) di desa wisata Tenjolaya yang memiliki potensi sebagai kawasan wisata yang memiliki keindahan alam, keunikan budaya, termasuk kekhasan kuliner lokal, dinilai sebagai keunggulan yang harus diketahui oleh publik. Desa wisata Tenjolaya terletak Kawasan Ciwidey, kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

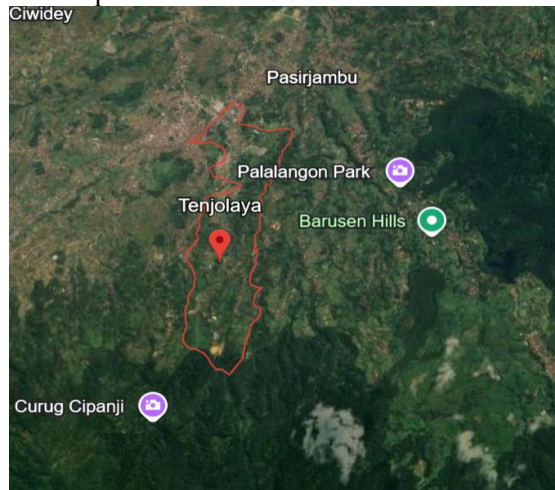
Di era teknologi digital dan media online saat ini, keberadaan desa wisata dapat dikenal publik melalui website dan berbagai platform media sosial (seperti Facebook, Instagram, X, Youtube) (Prasetyo et al., 2023). Dalam hal ini Desa Tenjolaya sebagai desa wisata dapat memanfaatkan teknologi digital dan media online (website dan platform media sosial) untuk memperkenalkan potensi wisata yang dimilikinya kepada publik. Bagi Desa Tenjolaya yang memiliki visi Damai, Sehat, Cerdas, Berdaya Saing, Sejahtera dan Berakhlak Mulia, dengan berbagai kegiatan desa, termasuk potensinya sebagai desa wisata yang terus berbenah dapat mengenalkan informasi terkait capaian program kerja serta potensi wisata yang dimilikinya melalui pemanfaatan teknologi digital dan media online ke publik.

Informasi terkait capaian kinerja serta potensi desa wisata Tenjolaya dapat disebarluaskan secara optimal melalui teknologi digital dan media online, dengan memanfaatkan pendekatan visual storytelling, khususnya melalui format infografis dan video. Pendekatan visual storytelling – baik dengan infografis dan video - dianggap lebih efektif sebagai pesan komunikasi yang lebih mudah dipahami dan lebih menarik. Melalui kegiatan abdimas dalam format pelatihan yang mengusung tema Pengembangan Konten Visual Storytelling berbasis website dan teknologi QR diharapkan dapat lebih mengenalkan desa Tenjolaya sebagai saah satu desa wisata di Kawasan Ciwidey. Terlebih saat ini website <https://www.tenjolaya.desa.id/> yang seharusnya mampu mengangkat profil Desa Tenjolaya sebagai desa wisata di media *online* sudah tidak bisa diakses.

Desa Tenjolaya sudah cukup maju, namun belum sepenuhnya ditunjang oleh teknologi digital seperti teknologi QR dan website yang saat ini tidak bisa diakses. Padahal melalui teknologi QR dan website, informasi

dan keunggulan Tenjolaya sebagai desa wisata akan lebih tereksplorasi dan selalu *terupdate*. Terlebih dalam kegiatan Abdimas ini akan mengenalkan pendekatan komunikasi *visual storytelling*, dimana pesan atau konten dikemas dengan pendekatan kisan secara visual, baik melalui video maupun infografis. Pada dasarnya manusia lebih mudah menerima, lebih cepat dipahami, dan lebih mudah menyerap informasi dalam bentuk visual. Terlebih bila pesan komunikasi visual tersebut mengangkat informasi tentang desa wisata yang akan lebih mudah dipahami dan menarik, serta mudah diakses saat disampaikan melalui teknologi QR dan website.

Dari sejumlah literatur menunjukkan pesan komunikasi visual enam puluh kali lebih cepat dipahami dibandingkan format pesan lain. Begitu pun daya tarik pesan visual (apalagi audio visual) lebih menarik dibandingkan format pesan lain.



Gambar 2. Peta Desa Tenjolaya, Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung

(Sumber:
<https://earth.google.com/web/search/Desa+Tenjolaya,+Kecamatan+Pasirjambu+Pangalengan+Kabupaten+Bandung/>)



Gambar 3. Objek wisata berlatar belakang perbukitan di Desa Tenjolaya

(Sumber:

https://jabar.jadesta.com/desa/_tenjolaya)

Dari hasil kegiatan Abdimas sebelumnya, ditunjang dari hasil wawancara, observasi, serta dokumen yang relevan, pemanfaatan media baru komunikasi dan teknologi digital serta cara penyampaian informasi melalui pendekatan baru menjadi sebuah kebutuhan untuk sebuah desa wisata seperti Tenjolaya.

Desa Tenjolaya yang berada di Kawasan dataran tinggi Selatan Bandung, memiliki warisan budaya yang sangat kaya, terutama kekhasan kulinernya. Sejauh ini sudah ada beragam upaya untuk memperkenalkan budaya masyarakat Desa Tenjolaya, namun bisa lebih dioptimalkan dengan memanfaatkan strategi komunikasi yang lebih unik dan efektif. Misalnya, untuk menggambarkan keunikan area daerah wisata dapat dioptimalkan dengan pendekatan *visual storytelling*, ketika keunikan dan kelebihan sebuah desa wisata disampaikan melalui teknik bercerita, mengangkat sejarah dan budaya Masyarakat yang lebih personal.

Format pesan komunikasi visual ini disampaikan melalui media digital seperti website dan pemanfaatan teknologi QR sehingga lebih praktis diakses oleh wisatawan melalui gadget dengan hanya memindai kode QR yang dipasang di beberapa sudut desa wisata.



Gambar 4. Contoh penggunaan teknologi QR untuk menampilkan objek wisata
(Sumber: <https://www.qrcode-tiger.com/id/qrcode-in--tourism-travel-industry>)

Pemanfaatan *visual storytelling* dan penggunaan website dan teknologi QR pada akhirnya akan diterapkan oleh perangkat desa maupun pengelola Bumdes Desa Tenjolaya. Sehingga potensi desa wisata dengan segala keunikannya pada akhirnya akan memberikan nilai tambah bagi seluruh Desa Tenjolaya, terutama untuk mengungkit sektor pertumbuhan ekonomi pelaku UMKM Masyarakat.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis pelatihan (*training-based community empowerment*) yang dikombinasikan dengan praktik langsung dan pendampingan. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan dapat berlangsung secara efektif serta memungkinkan peserta untuk mengaplikasikan materi yang diperoleh secara langsung dalam konteks pengelolaan desa wisata (Purwatiningsih et al., 2025).

Mitra dalam kegiatan ini adalah perangkat Desa Tenjolaya dan pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), serta perwakilan masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata. Sasaran kegiatan difokuskan pada peningkatan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya website dan teknologi QR, sebagai media komunikasi visual berbasis *storytelling* untuk promosi desa wisata.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan utama sebagai berikut.

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan koordinasi awal dengan pemerintah desa dan pengelola desa wisata untuk

mengidentifikasi kebutuhan mitra. Kegiatan meliputi observasi lapangan, diskusi dengan perangkat desa, serta pemetaan potensi desa wisata Tenjolaya. Selain itu, tim menyusun materi pelatihan, modul pembelajaran, serta perangkat evaluasi kegiatan.

2. Tahap Sosialisasi

Tahap sosialisasi dilakukan untuk menyampaikan tujuan dan manfaat kegiatan kepada mitra serta memastikan keterlibatan peserta yang relevan. Informasi kegiatan disebarkan melalui jaringan desa dan komunitas lokal sehingga peserta yang terlibat merupakan kelompok yang memiliki peran strategis dalam pengelolaan desa wisata.

3. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka dengan metode ceramah interaktif, diskusi, dan studi kasus. Materi pelatihan mencakup:

- konsep dasar *visual storytelling*,
- pembuatan konten visual (infografis dan video),
- pemanfaatan website sebagai media informasi desa wisata,
- penggunaan teknologi QR sebagai media akses informasi digital.

Setelah penyampaian materi, peserta mengikuti sesi praktik langsung untuk membuat konten *visual storytelling* yang relevan dengan potensi desa wisata Tenjolaya. Pendekatan praktik ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam memproduksi konten digital.

4. Tahap Pendampingan

Pendampingan dilakukan setelah pelatihan untuk membantu peserta dalam menyempurnakan karya *visual storytelling* yang dibuat. Peserta didampingi hingga mampu menghasilkan konten yang dapat dipublikasikan melalui website desa dan diakses melalui teknologi QR. Tahap ini juga berfungsi sebagai proses penguatan kapasitas peserta dalam pengelolaan media digital desa wisata.

5. Tahap Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui kuesioner kepuasan peserta dan refleksi bersama mitra. Evaluasi bertujuan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta, efektivitas pelatihan, serta potensi keberlanjutan program. Data evaluasi kemudian digunakan sebagai dasar untuk merumuskan rekomendasi pengembangan program pengabdian selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pengembangan konten visual storytelling berbasis website dan teknologi QR di Desa Tenjolaya dilaksanakan pada 2 Oktober 2025 di aula kantor desa dengan melibatkan perangkat desa, pengelola desa wisata, pelaku UMKM, dan perwakilan pemuda desa. Kegiatan ini dirancang sebagai upaya peningkatan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung promosi desa wisata dan pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas.

Peningkatan Pemahaman Peserta tentang Visual Storytelling

Hasil pelaksanaan pelatihan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya visual storytelling dalam komunikasi pariwisata desa. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta masih menggunakan pendekatan komunikasi konvensional dalam menyampaikan informasi desa wisata, seperti penyampaian informasi secara lisan atau melalui dokumen tertulis sederhana. Setelah pelatihan, peserta mulai memahami bahwa penyampaian informasi melalui infografis dan video dapat meningkatkan daya tarik pesan serta mempermudah audiens dalam memahami informasi wisata.



Gambar 5. Narasumber pertama, Drs. Hadi Purnama, berdialog dengan peserta Pelatihan Pengembangan Konten Visual Storytelling Berbasis Website dan Teknologi QR berpose di aula Desa Tenjolaya (2/10/2025).

Pendekatan visual storytelling membantu peserta melihat potensi desa tidak hanya sebagai objek wisata, tetapi sebagai narasi yang memiliki nilai budaya, sejarah, dan identitas lokal. Hal ini penting karena komunikasi pariwisata pada dasarnya tidak hanya mempromosikan lokasi, tetapi juga

membangun pengalaman simbolik bagi wisatawan.

Pemanfaatan Website sebagai Media Informasi Desa Wisata

Salah satu fokus kegiatan adalah pengenalan website sebagai media komunikasi digital desa wisata. Website dipahami sebagai pusat informasi yang dapat memuat berbagai konten visual storytelling, seperti profil desa, potensi wisata, kegiatan masyarakat, serta informasi kuliner lokal. Melalui pelatihan ini, peserta memahami fungsi website sebagai media kehumasan desa yang dapat diakses oleh publik tanpa batas geografis.

Pemanfaatan website juga memperkuat konsep digital public relations dalam pengelolaan desa wisata. Website tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun citra desa wisata yang profesional dan informatif. Dengan adanya kemampuan membuat dan mengelola konten digital, masyarakat desa memiliki peluang lebih besar untuk mempromosikan potensi wisata secara mandiri dan berkelanjutan.

Penggunaan Teknologi QR dalam Promosi Wisata

Selain website, teknologi QR diperkenalkan sebagai media akses informasi wisata berbasis lokasi. QR code memungkinkan wisatawan memperoleh informasi mengenai objek wisata, sejarah tempat, maupun produk lokal hanya dengan memindai kode menggunakan smartphone. Bagi desa wisata dengan keterbatasan jumlah pemandu wisata, teknologi ini dapat menjadi solusi alternatif dalam penyampaian informasi kepada pengunjung.



Gambar 6. Narasumber kedua, Trisha Asyifa Andini, berdialog dengan peserta Pelatihan Pengembangan Konten Visual Storytelling Berbasis Website dan Teknologi QR berpose di aula Desa Tenjolaya (2/10/2025).

Peserta pelatihan menunjukkan ketertarikan tinggi terhadap penggunaan

teknologi QR karena dianggap praktis dan relevan dengan perkembangan teknologi digital. Integrasi antara website dan QR code memberikan pengalaman komunikasi yang lebih interaktif bagi wisatawan, sekaligus meningkatkan efisiensi penyampaian informasi wisata.

Respon dan Partisipasi Peserta



Gambar 7. Ketua panitia PkM menyerahkan cinderamata kepada perwakilan peserta pelatihan.

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan, peserta memberikan respon yang sangat positif terhadap pelatihan yang dilaksanakan. Sebagian besar peserta menyatakan bahwa materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan mereka, mudah dipahami, dan relevan dengan pengembangan desa wisata. Peserta juga menilai bahwa kegiatan pelatihan memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola informasi desa wisata berbasis digital.

Partisipasi aktif peserta terlihat selama sesi diskusi dan praktik pembuatan konten visual storytelling. Peserta tidak hanya mengikuti pelatihan secara pasif, tetapi juga mencoba mengembangkan ide konten yang dapat digunakan untuk mempromosikan potensi Desa wisata Tenjolaya.

Dampak terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik dapat menjadi strategi efektif dalam pemberdayaan masyarakat desa wisata. Melalui peningkatan keterampilan komunikasi visual dan pemanfaatan teknologi digital, masyarakat desa memiliki peluang untuk mengembangkan sektor ekonomi kreatif berbasis konten digital.



Gambar 8. Panitia PkM dan peserta Pelatihan Pengembangan Konten Visual Storytelling Berbasis Website dan Teknologi QR berfoto bersama di aula desa Tenjolaya (2/10/2025).

Visual storytelling berbasis website dan teknologi QR dapat menjadi sarana komunikasi yang memperkuat identitas desa wisata sekaligus meningkatkan daya saing destinasi wisata lokal. Dalam jangka panjang, kemampuan masyarakat dalam memproduksi konten digital secara mandiri dapat berkontribusi pada keberlanjutan promosi desa wisata dan penguatan ekonomi lokal.

Keberlanjutan Program

Meskipun kegiatan pelatihan telah memberikan dampak positif, pengembangan konten digital desa wisata membutuhkan proses pendampingan berkelanjutan. Berdasarkan masukan peserta, diperlukan program lanjutan berupa coaching clinic atau pendampingan berkala untuk memastikan pengelolaan website dan teknologi QR dapat berjalan secara konsisten.

Selain itu, pembentukan tim pengelola konten digital desa wisata menjadi langkah penting untuk menjaga keberlanjutan program. Dengan adanya tim khusus, pengembangan visual storytelling desa wisata dapat dilakukan secara lebih terstruktur dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa integrasi antara komunikasi visual, teknologi digital, dan partisipasi masyarakat dapat menjadi strategi yang efektif dalam pengembangan desa wisata berbasis komunitas.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pengembangan

konten visual storytelling berbasis website dan teknologi QR di Desa Tenjolaya berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat sasaran, khususnya perangkat desa dan pengelola desa wisata, dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi dan promosi desa wisata. Pelatihan yang dikombinasikan dengan praktik langsung dan pendampingan memberikan pengalaman belajar yang aplikatif bagi peserta dalam mengembangkan konten visual berbasis potensi desa.

Pemanfaatan visual storytelling melalui website dan teknologi QR menunjukkan potensi sebagai strategi komunikasi yang efektif dalam memperkenalkan potensi wisata, budaya, dan ekonomi kreatif desa kepada publik. Integrasi media digital dalam pengelolaan desa wisata tidak hanya memperluas akses informasi bagi wisatawan, tetapi juga memperkuat kapasitas masyarakat dalam mengelola komunikasi desa secara mandiri dan berkelanjutan.

Untuk mendukung keberlanjutan program, diperlukan pendampingan lanjutan dalam pengelolaan konten digital desa wisata, pembentukan tim pengelola media desa, serta pengembangan modul pelatihan lanjutan yang berfokus pada produksi konten visual storytelling berbasis kebutuhan desa wisata. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mendorong transformasi digital komunikasi desa wisata serta penguatan ekonomi kreatif masyarakat Desa Tenjolaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Telkom University melalui program Pengabdian kepada Masyarakat yang telah memberikan dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Tenjolaya, Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung, serta pengelola desa wisata dan BUMDes Desa Tenjolaya yang telah berpartisipasi aktif dan bekerja sama dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan.

Apresiasi juga diberikan kepada seluruh peserta pelatihan dan tim pengabdian yang telah berkontribusi dalam menyukseskan kegiatan pengembangan konten visual storytelling berbasis website dan teknologi QR.

DAFTAR PUSTAKA

- GoodStats. (2024, October). Inilah 10 provinsi dengan jumlah desa wisata terbanyak Oktober 2024. <https://data.goodstats.id/statistic/inilah-10-provinsi-dengan-jumlah-desa-wisata-terbanya-oktober-2024-CKDs6>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (n.d.). Infopublik. <https://infopublik.id/>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (n.d.). Desa Wisata Tenjolaya. Jadesta. https://jabar.jadesta.com/desa/_tenjolaya
- McClean, S. T. (2007). Digital storytelling: The narrative power of visual effects in film. MIT Press.
- Pemerintah Desa Tenjolaya. (n.d.). Website resmi Desa Tenjolaya. <https://www.tenjolaya.desa.id/>
- Prasetyo, H., Irawati, N., & Satriawati, Z. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Desa Wisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya; Vol 9 No 2 (2023): Ideas: Pendidikan, Sosial, Dan Budaya (Mei)*. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1281>
- Purwatiningsih, S., Nehe, B. M., Bastaman, W., & Arini, I. (2025). Peningkatan Kemampuan Literasi Masyarakat Melalui Pelatihan Menulis Kreatif Berbasis Kearifan Lokal. *Jcoment (Journal of Community Empowerment)*, 6(1), 54–64.
- Suprastayasa, I., Adyatma, P., & Tirtawati, N. M. (2022). Desa Wisata Membangun Desa Dengan Pariwisata. *LP3M. Poltekpar Bali*.
- QR TIGER. (2025). QR code in tourism and travel industry. <https://www.qrcode-tiger.com/id/qr-code-in--tourism-travel-industry>
- Ware, C. (2004). Information visualization: Perception for design. Elsevier.