



Studi Fenomenologi Adopsi Inovasi Digitalisasi Pariwisata Desa Wisata Hendrosari Menganti Kabupaten Gresik

*Nabila Ayu Ramadhany¹, Didiek Tranggono²

^{1,2} Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia
E-mail: nabilaayu85@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-01-15 Revised: 2023-02-22 Published: 2023-03-01 Keywords: <i>Adoption of Innovation; Digitalization of Tourism; Tourism Village</i>	Digitalization can make areas that may not be known known, and tourism managers can also easily spread their promotions widely and quickly. By using the theory of the innovation adoption process by Everett Rogers, this study aims to find out how the process of adopting tourism digitalization innovations is in one of the developing tourist villages, namely Hendrosari Menganti Tourism Village, Gresik district. The method used in this research is qualitative research using a phenomenological approach, and the interview method is used as a data collection method. The results showed that the tourism village of Hendrosari went through a process of adopting innovations properly and according to the stages. The innovation adoption stages include the knowledge stage, the persuasion stage, the decision stage, the implementation stage, and the confirmation stage. The results of the study also revealed that the application of tourism digitization improved the economic conditions of the people around the village. Apart from empowering SMEs and involving the surrounding community as employees at Lontar Sewu Educational Tourism, the wide reach of the internet that can be achieved allows it to increase the number of visitors so that more tickets are sold.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-01-15 Direvisi: 2023-02-22 Dipublikasi: 2023-03-01 Kata kunci: <i>Adopsi Inovasi; Digitalisasi Pariwisata; Desa Wisata</i>	Digitalisasi dapat membuat daerah yang mungkin tidak diketahui akan diketahui, serta pengelola pariwisata juga dapat dengan mudah menyebarkan promosinya secara luas dan cepat. Dengan menggunakan teori proses adopsi inovasi oleh Everett Rogers, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses adopsi inovasi digitalisasi pariwisata pada salah satu desa wisata yang sedang berkembang, yaitu Desa wisata Hendrosari Menganti, kabupaten Gresik. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, dan metode wawancara digunakan sebagai metode pengambilan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desa wisata Hendrosari melalui proses adopsi inovasi dengan baik dan sesuai tahapan. Adapun tahapan adopsi inovasi tersebut meliputi pada tahap pengetahuan, tahap persuasi, tahap keputusan, tahap implementasi, dan tahap konfirmasi. Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa penerapan digitalisasi pariwisata meningkatkan kondisi perekonomian masyarakat sekitar desa. Disamping melalui pemberdayaan UKM dan melibatkan masyarakat sekitar sebagai karyawan di Edu Wisata Lontar Sewu, luasnya jangkauan internet yang dapat dicapai membuatnya dapat meningkatkan jumlah pengunjung sehingga lebih banyak pula jumlah tiket yang terjual.

I. PENDAHULUAN

Teknologi menyebabkan berkembangnya seluruh aspek kehidupan. Dapat dikatakan, berbagai masalah dapat teratasi dengan adanya teknologi. Berkembangnya teknologi komunikasi menjadi penyebab munculnya media baru yang menimbulkan perubahan-perubahan penting, salah satunya yaitu digitalisasi dan konvergensi (McQuail, 2011 dalam Achsa, 2018). Salah satu bentuk kemajuan teknologi yang sedang marak digunakan yaitu internet. Dilansir dari website portal data statistik ekonomi dan bisnis bernama Databoks, pengguna internet di Indonesia ter-

hitung sejak 2018 hingga bulan Januari 2022 saja jumlahnya sebesar 204,7 juta (Annur, 2022).

Pesatnya perkembangan teknologi memungkinkan masyarakat untuk mengakses internet melalui handphone. Pada awalnya handphone atau gawai yang hanya digunakan sebagai alat berkomunikasi, saat ini kita dapat mengakses berita atau informasi lainnya dalam satu genggam. Munculnya kemudahan-kemudahan ini secara langsung berpengaruh terhadap kemajuan berbagai bidang ilmu, seperti: bidang pengetahuan, pendidikan, bisnis, administrasi perkantoran, komunikasi, pemerintahan, hingga

pada kegiatan kepariwisataan sekalipun. Proses digitalisasi informasi menghadirkan cara baru dalam melakukan produksi ulang teks media memunculkan kemungkinan proses penyalinan untuk dilakukan dengan instan dan disaat yang bersamaan namun tetap juga mempertahankan kualitas teks media yang sama. Ditambah dengan merebaknya pandemi sejak 2 tahun yang lalu, masyarakat semakin termudahkan dengan adanya internet dalam melakukan hampir seluruh kegiatan yang semula harus dilakukan secara tatap muka atau offline menjadi serba online demi meminimalisir penyebaran virus Covid-19. Dengan adanya pandemi dan juga meningkatnya penggunaan internet, pemerintah tidak tinggal diam dan memanfaatkan kesempatan tersebut untuk beradaptasi dan berinovasi. Salah satu bentuk inovasi yang dilakukan oleh pemerintah yaitu digitalisasi pariwisata.

Digitalisasi pariwisata merupakan solusi yang efektif untuk dapat bertahan ditengah keadaan pandemi. Inovasi transformasi digital dalam industri pariwisata juga menghasilkan banyak peluang yang dapat dioptimalkan oleh berbagai pihak, baik swasta maupun pemerintah. Dilansir dari laman resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif atau Kemenparekraf, Digitalisasi pariwisata merupakan suatu bentuk strategi yang dinilai efektif dalam mempromosikan berbagai destinasi dan potensi pariwisata Indonesia melalui berbagai media digital. Dengan kata lain, bentuk digitalisasi tidak hanya tidak hanya terbatas dalam memperkenalkan destinasi wisata, namun juga menyebarkan dan mempromosikan keindahan pariwisata secara meluas dalam rangka menarik dan juga meningkatkan jumlah wisatawan. Dengan digitalisasi, daerah yang mungkin tidak diketahui akan diketahui, dan pengelola pariwisata juga dapat dengan mudah menyebarkan promosinya secara luas dan cepat. Adanya akses yang luas dapat membuka peluang bagi wisatawan dan pendatang untuk dapat mengetahui tingkat potensi pariwisata.

Salah satu jenis pariwisata adalah desa wisata. Laporan Akhir Kajian Pengembangan Desa di Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2014 (dalam Sudibya, 2018) menyatakan bahwa desa wisata merupakan suatu wilayah pedesaan yang memiliki ciri khas dan keunikan berupa keadaan fisik lingkungan alam pedesaan maupun dalam kehidupan sosial budaya kemasyarakatan yang dikelola secara alami dan menarik menggunakan pengembangan fasilitas pendukung wisata dalam tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana. Banyaknya desa wisata

yang tersebar hingga penghujung Indonesia menunjukkan bahwa terdapat banyak potensi wisata yang dapat menjadi daya tarik. Mulai dari terbentangnya keindahan alam yang menyajikan pemandangan asri, keunikan desa, keragaman tradisi dan juga budaya masyarakat menjadi ketertarikan tersendiri. Daya tarik yang dimiliki oleh pedesaan sangat diharapkan untuk dapat menggerakkan kunjungan wisatawan ke suatu desa wisata tersebut, sehingga menumbuhkan kegiatan ekonomi pariwisata yang dapat juga meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat. Salah satu desa wisata yang sedang berkembang ditengah pandemi ini yaitu Desa Wisata Hendrosari, Menganti Kab. Gresik.

Terletak di bagian utara kabupaten Gresik, sebelum resmi menjadi desa wisata, desa hendrosari terkenal sebagai produsen minuman tuak yang berasal dari buah siwalan yang difermentasi. Tak heran jika dulunya desa ini memiliki julukan "Desa Memabukkan". Untuk mengubah label yang buruk terhadap desa tersebut, kepala desa dan warga setempat ber tekad untuk mendorong potensi pohon siwalan yang sudah ada menjadi daya atraksi masyarakat. Saat ini desa tersebut telah terkenal dengan desa wisata yang memiliki destinasi wisata berupa Edu Wisata Lontar Sewu. Sesuai dengan namanya, pada Edu Wisata Lontar Sewu terdapat potensi alam yang tidak terdapat di daerah lain yaitu tumbuhnya 3.600 pohon lontar di satu wilayah (Wahyuningsih & Pradana, 2021). Diresmikan pada bulan Februari tahun 2020, eduwisata ini terdiri atas wahana edukasi, wahana bermain, serta spot untuk berfoto yang dilengkapi dengan pemandangan sawah dan pohon lontar yang mengelilingi tempat wisata tersebut. Dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) setempat, munculnya desa wisata ini berhasil mendongkrak perekonomian masyarakat setempat dengan cara melibatkan warga sebagai karyawan dan memberdayakan para Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Jumlah pengunjung pada tahun pertama diresmikan pun tergolong tinggi, mencapai rata-rata 25.000 pengunjung perbulannya sehingga dapat menyumbang pendapatan desa sebesar 50.000.000 rupiah (website jejaring desa wisata). Terbilang dalam kategori desa wisata yang sedang berkembang, sudah seharusnya para pengelola terus berinovasi untuk mempertahankan eksistensi desa wisata tersebut. Menerapkan digitalisasi pariwisata dapat menjadi solusi. Kemudahan untuk mengakses informasi dan

sebagai media promosi dapat menjadi solusi yang baik dalam mengembangkan pariwisata. Terlebih saat ini Indonesia sedang dalam tahap pemulihan pasca pandemic Covid-19, adopsi digitalisasi pariwisata tentu menjadi secercah harapan bagi para pelaku pariwisata agar industri ini bisa tetap berjalan. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana proses adopsi digitalisasi pariwisata pada desa wisata Hendrosari dan bagaimana pengaruh adopsi digitalisasi pariwisata tersebut terhadap keadaan ekonomi desa.

Proses adopsi inovasi merupakan sebuah proses yang menyangkut pengambilan keputusan terhadap suatu inovasi. Proses pengambilan keputusan inovasi adalah proses dimana suatu individu berpindah dari yang pada awalnya memiliki pengetahuan pertama mengenai suatu inovasi untuk dapat membentuk sikap terhadap inovasi, lalu memiliki keputusan mengadopsi atau menolak, menjadi memiliki implementasi ide baru, dan juga konfirmasi keputusan inovasi (Rogers, 1983). Terdapat model yang dirumuskan oleh Rogers dalam proses pengambilan keputusan inovasi, yang terdiri atas lima langkah utama, yaitu: (1) pengetahuan, (2) persuasi, (3) keputusan, (4) implementasi, dan (5) konfirmasi. Terdapat berbagai penelitian yang berkaitan dengan proses adopsi inovasi media digital. Salah satunya yaitu Adopsi Inovasi Media Sosial Dinas Pariwisata dan juga Kebudayaan Kabupaten Majalengka yang dilakukan oleh Tezar Aulia Pangestu, Cecep Suryana, dan Enjang Muhaemin pada tahun 2020 mengungkapkan bahwa para anggota Disparbud Kabupaten Majalengka dan masyarakat Majalengka secara umum sudah tidak asing dengan media sosial, beberapa bahkan tergolong dalam penggunaannya. Pengetahuan dan pengalaman mereka terkait media sosial membentuk suatu pandangan dan ide untuk melakukan inovasi berupa mengadopsi media sosial sebagai media publikasi dan penyebaran informasi di bidang pariwisata.

Jika pada penelitian terdahulu terfokus pada bentuk adopsi inovasi yang dilakukan, pada penelitian ini dilakukan untuk mengorek lebih lanjut terkait bagaimana proses adopsi inovasi dan bagaimana dampaknya terhadap masyarakat sekitar desa wisata kecamatan Hendrosari kabupaten Gresik.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang diperspektifkan oleh (Oun & Bach, 2014) sebagai metode kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk menguji dan menjawab

pertanyaan tentang bagaimana, dimana, apa, kapan, dan mengapa seseorang bertindak dengan cara-cara tertentu pada permasalahan yang spesifik. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, yang digunakan untuk memahami arti peristiwa dan kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi tertentu (Moleong, 2010). Dalam hal ini, fenomena yang diteliti adalah proses adopsi digitalisasi desa wisata pada Desa Wisata Hendrosari Menganti Gresik. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, peneliti dapat mendeskripsikan lebih mendalam dan lebih rinci terkait fenomena yang dialami oleh para informan yang bersifat deskriptif dengan melakukan pengamatan, pemahaman dan pengumpulan data, analisis data, serta penarikan kesimpulan terhadap suatu fenomena tersebut.

Penelitian ini akan dilaksanakan di desa Hendrosari, kecamatan Menganti, Kab. Gresik Jawa Timur. Wawancara digunakan sebagai metode pengambilan data untuk memperoleh mendetail tentang fenomena atau pendidikan yang diteliti. Adapun informan dari penelitian ini adalah perangkat desa, Ketua Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Lontar Sewu, pengelola media sosial Edu Wisata Lontar Sewu, serta UMKM yang berjualan di sekitar Edu Wisata. Setelah data terkumpul, peneliti menggunakan analisis data model Miles dan Huberman yang melalui tiga tahap yaitu (1) Reduksi data adalah merangkum, memilih dan memfokuskan hal yang penting, (2) Penyajian data menyajikan data dalam bentuk kalimat, bagan dan lainnya, kegiatan tersebut dimaksud untuk memahami dan melanjutkan kerja selanjutnya, dan (3) Penarikan Kesimpulan adalah penelitian akan menjawab pertanyaan dari rumusan masalah (Pujileksono, 2015).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi merupakan sebuah pembaharuan yang timbul dalam suatu kondisi tertentu sehingga menciptakan kondisi baru yang berbeda dari sebelumnya, dan merupakan sebuah jawaban yang digunakan untuk mengatasi permasalahan yang ada pada saat itu (Tranggono, Firdaus N, Tutiasri, & Winarno, 2021) Dalam penelitian ini, inovasi yang dimaksud adalah digitalisasi pariwisata. Pada awal terbentuknya Edu Wisata Lontar Sewu di desa wisata Hendrosari, para pengelola memiliki permasalahan dalam pengelolaan desa wisata itu sendiri. Baik secara operasional maupun promosi. Namun setelah melakukan studi kasus ke Desa wisata Ponggok, Klaten pengelola desa wisata

Hendrosari pun perlahan berbenah dan memulai proses adopsi inovasi digitalisasi pariwisata. Rogers, 1983 menyatakan bahwa dalam proses pengadopsian suatu inovasi, terdapat 5 tahapan, yaitu: (1) pengetahuan, (2) persuasi, (3) keputusan, (4) implementasi, dan (5) konfirmasi.

Pada tahapan pertama, yaitu tahap pengetahuan, pengetahuan sendiri diartikan sebagai bentuk kesadaran terhadap eksistensi suatu inovasi dan pengetahuan akan penggunaan dari inovasi tersebut (Abdulah, dkk., 2018). Pada tahapan ini, kesadaran yang telah dimiliki individu dapat meningkatkan rasa keingintahuan individu untuk mencari informasi lebih terkait inovasi tersebut, sehingga memutuskan untuk mengadopsi (Rogers dalam Sahin, 2006). Hasil wawancara menunjukkan bahwa informan memiliki pengetahuan yang minim terkait pengelolaan desa wisata. Pada tahapan pencarian informasi terkait pengelolaan desa wisata, para perangkat desa beserta BumDes Hendrosari melakukan studi kasus ke desa Ponggok yang berlokasi di Klaten. Setelah melakukan studi kasus, informan memiliki pengetahuan yang cukup terkait digitalisasi dan manfaatnya. Hal inilah yang mendorong informan untuk tertarik mencari tahu lebih lanjut informasi terkait penggunaan media digital yaitu sebagai media promosi.

Pada tahap persuasi, individu menunjukkan bagaimana individu atau kelompok bersikap setelah memiliki pengetahuan tentang inovasi. Pada tahapan ini, individu akan memberi penilaian terhadap suatu inovasi. Pada tahap ini pula, individu mulai menunjukkan minat terhadap inovasi dan akan menggali informasi tentang inovasi tersebut. Informasi tersebut berkaitan dengan karakteristik inovasi itu sendiri seperti kelebihan, tingkat keserasian, kompleksitas, serta apakah dapat dicoba dan dilihat (Damastuti, 2020). Hasil wawancara dengan sekretaris desa menunjukkan bahwa dengan pengetahuan yang dimiliki terkait digitalisasi pariwisata, beliau tertarik untuk dapat mencoba menggunakan dan mengaplikasikannya dengan harapan akan membawa dampak yang sama dengan desa Ponggok. Pada tahap keputusan, individu terlibat pada pemilihan keputusan pengadopsian atau melakukan penolakan terhadap suatu inovasi. Pada tahap keputusan, individu menimbang apakah suatu inovasi membawa keuntungan atau kerugian akibat penggunaan inovasi tersebut (Rogers, 2003). Suatu individu yang telah memiliki pengalaman yang berhubungan dengan penggunaan teknologi

dapat mempengaruhi kecepatan dalam adopsi sebuah inovasi Setyawan (2017). Adopsi sendiri merupakan suatu keputusan untuk memanfaatkan atau menggunakan suatu inovasi. Sedangkan, penolakan adopsi sendiri merupakan keputusan untuk tidak mengadopsi inovasi. Dalam hal ini, pihak pengelola memutuskan untuk mengadopsi digitalisasi pariwisata dibuktikan dengan pembuatan akun sosial media Instagram dan TikTok sebagai media promosi dan juga penyebaran informasi sekaligus menggandeng influencer untuk dapat membantu meningkatkan jumlah pengunjung.

Pada tahap implementasi, individu sudah menerapkan bentuk inovasi. Dalam hal ini, inovasi tersebut adalah digitalisasi pariwisata dalam bentuk penggunaan media sosial sebagai media penyebaran informasi dan media promosi. Meskipun terdapat ketidakpastian akan hasil penerapan inovasi ini yang bisa saja membuat adopter untuk berhenti menggunakan inovasi, pada penelitian ini, permasalahan tersebut dapat diatasi dengan berbagai cara. Meski memiliki keterbatasan pada kemampuan, desa wisata hendrosari tetap memilih untuk mengadopsi inovasi, namun menyerahkan operasionalnya kepada pihak lain. Tahap akhir dalam proses adopsi inovasi yaitu tahap konfirmasi. Pada tahap ini individu telah memutuskan untuk tetap menerima dan mengadopsi inovasi atau berhenti menggunakannya. Hasil wawancara dengan sekretaris desa Hendrosari menunjukkan bahwa informan telah memutuskan untuk mantap menggunakan digitalisasi pariwisata secara berkelanjutan. Hal ini juga didukung oleh pernyataan ketua BumDes, bapak Aris yang menyatakan bahwa setelah menggunakan media digital untuk menyebarkan informasi dan juga promosi, terjadi peningkatan jumlah pengunjung. Meningkatnya jumlah pada pengunjung akibat penerapan digitalisasi pariwisata, mampu untuk meningkatkan jumlah pendapatan desa yang dapat memakmurkanarganya pula. Selain pendapatan dari penjualan tiket, edu wisata lontar sewu juga memberdayakan masyarakatnya untuk berperan sebagai karyawan edu wisata lontar sewu yang berjumlah 111 karyawan dan 49 stan jualan untuk para UKM. Hasil pendapatan selama satu tahun pun terbilang cukup besar, dengan total sebesar empat milyar rupiah yang mana 1,1M nya disetorkan untuk pembangunan desa.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Digitalisasi pariwisata merupakan suatu bentuk inovasi yang baru digaungkan pada saat pandemi oleh KEMENPAREKRAF dengan harapan meskipun pandemi membatasi pergerakan, namun kegiatan pariwisata tetap berjalan. Salah satu desa wisata yang turut menerapkan digitalisasi pariwisata adalah Desa Wisata Hendrosari yang terletak di Menganti, Kab. Gresik. Sebelum memutuskan untuk mengadopsi secara penuh, pihak pengelola menghadapi permasalahan berupa keterbatasan dalam pengoperasian media digital. Namun dengan melakukan studi kasus ke desa wisata lain dan juga belajar secara perlahan, pengelola pun memiliki tekad untuk mengadopsi digitalisasi pariwisata. Proses adopsi inovasi tersebut pun meliputi tahapan pengetahuan, tahap persuasi, tahap keputusan, tahap implementasi, dan juga pada tahap konfirmasi. Proses ini pun dilewati oleh pihak pengelola desa wisata dengan baik sesuai dengan tahapan.

Bahkan, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengadopsian digitalisasi pariwisata turut berperan dalam peningkatan perekonomian masyarakat Hendrosari melalui penjualan tiket wisata dan pemberdayaan masyarakat serta para UKM. Melihat berbagai kendala yang berkaitan dengan keterbatasan pengetahuan terkait pengoperasian media digital, penting bagi pemerintah untuk tidak hanya memberikan pelatihan, namun juga pembimbingan jangka panjang bagi pengelola desa wisata Hendrosari agar nantinya wisata tersebut dapat tetap eksis dan tetap dapat memberdayakan masyarakat sekitarnya.

B. Saran

Saran kepada pihak terkait untuk dapat mengembangkan desa wisata Hendrosari. Kemudian untuk peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian ini misalnya menggunakan analisis SWOT.

DAFTAR RUJUKAN

Abdulah, A. T. B., Setyawan, S., & Kom, M. I. (2018). *Adopsi Teknologi Digital Audio Workstation Dengan Pendekatan Difusi Inovasi (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Adopsi Teknologi Rekaman Digital Pada Studio Rekaman Di Kota Solo)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Achsa, H. P. (2018). *Penggunaan Internet Sebagai Public Sphere dalam Demokrasi Deliberatif (Analisis Penggunaan Hashtag Terkait Isu Politik Menjelang Pilpres 2019)* (Doctoral dissertation, University Of Muhammadiyah Malang).

Annur, Cindy Mutia. (2022). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. Diakses melalui [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022#:~:text=Jumlah%20Pengguna%20Internet%20di%20Indonesia%20\(2018%2D2022*\)&text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,tercatat%20sebanyak%20202%2C6%20juta.vg](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022#:~:text=Jumlah%20Pengguna%20Internet%20di%20Indonesia%20(2018%2D2022*)&text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,tercatat%20sebanyak%20202%2C6%20juta.vg)

Damastuti, R. (2020). Adopsi Inovasi Media Komunikasi Pemasaran UMKM Batik Jumputan Di Era Digitalisasi. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 160-170.

Fauziah, N. R., & Nasdian, F. T. (2021). Hubungan Antara Partisipasi Masyarakat Dengan Pemanfaatan Digital Pada Desa Wisata. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*.

Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Oun, M. A., & Bach, C. (2014). Qualitative Research Method Summary. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*.

Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations*. New York: The Free Press.

Setyawan, S. (2017). Pola Proses Penyebaran Dan Penerimaan Informasi, Komuniti, 9(2), 146-156.

Sudibya, B. (2018). Wisata Desa dan Desa Wisata. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 1(1), 22-26

Tranggono, D., & Putra, A. T. (2020). Model Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Inovasi berbasis Potensi Lokal di Wilayah Desa Tertinggal

- Kabupaten Trenggalek. *Laporan Kemajuan Penelitian Mandiri Skema Riset Terapan 2020*.
- Tranggono, D., Firdaus N, P., Tutiasri, R. P., & Winarno, S. T. (2021). *Monograf Pengembangan Inovasi Berbasis Potensi Masyarakat dan Kearifan Lokal*.
- Utomo, S. J., & Satriawan, B. (2017). Strategi Pengembangan desa wisata di kecamatan karangploso kabupaten Malang. *Jurnal Neo-Bis*.
- Wahyuningsih, R., & Pradana, G. W. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Hendrosari Melalui Pengembangan Desa Wisata Lontar Sewu. *Publika*, 323-334.
- Winarno, W. W. (2017). Pengembangan Model Evaluasi Situs web Destination Marketing Organization dari Perspektif Efektivitas dan Desain Antarmuka Perangkat Seluler. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer Fakultas Ilmu Komputer Universitas Al Asyariah Mandar*.