

Peningkatan Promosi Desa Wisata Soco Melalui Digitalisasi Objek Wisata dan Edukasi Komunitas

Dikirim:

24 Juli 2025

Diterima:

10 Agustus 2025

Terbit:

5 Oktober 2025

**Bonda Sisephaputra, Azis Suroni, Khoirul Islam,
Saifudin Yahya, Durrotun Nashihin, Harun Al Rosyid,
Fathan Orvala, Dicky Sanjaya Putra, Tora Rizal Pratama**
Universitas Negeri Surabaya

Abstrak—Latar Belakang: Promosi desa wisata berbasis digital merupakan strategi penting dalam mengembangkan potensi lokal dan memperluas jangkauan wisatawan. Namun, banyak desa, termasuk Desa Soco di Kabupaten Magetan, belum memanfaatkan teknologi secara optimal. Rendahnya literasi digital masyarakat menjadi kendala utama dalam promosi mandiri. **Tujuan:** Mengetahui sejauh mana digitalisasi objek wisata dan edukasi komunitas dapat meningkatkan kapasitas promosi wisata di Desa Soco. **Metode:** Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dalam bentuk studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan evaluasi pelatihan partisipatif. **Hasil:** Pelatihan fotografi, videografi, editing video, pengelolaan website, dan media sosial meningkatkan pemahaman peserta terhadap strategi promosi digital. Media berupa video profil, website, dan kanal YouTube disajikan sebagai model pengelolaan konten. Peserta menunjukkan motivasi dan kesiapan mengelola media digital secara mandiri. **Kesimpulan:** Digitalisasi objek wisata yang disertai pelatihan teknis efektif meningkatkan kapasitas promosi desa wisata. Pendampingan lanjutan dibutuhkan untuk pengembangan konten yang berkelanjutan.

Kata Kunci—Desa Wisata; Promosi Wisata; Literasi Digital; Pemberdayaan Komunitas

Abstract— Background: Digital-based tourism promotion is vital to develop local potential and expand tourist reach. However, many villages, including Soco in Magetan, have yet to utilize technology optimally due to limited digital literacy. **Objective:** To examine how digitalization and community education improve promotional capacity in Soco Tourism Village. **Methods:** A descriptive qualitative case study. Data were collected through observation, interviews, documentation, and participatory training evaluation. **Results:** Training in photography, videography, video editing, website management, and social media improved participants' understanding of digital promotion. Promotional media such as a profile video, website, and YouTube channel were shown as content models. Participants showed motivation and readiness to manage digital content independently. **Conclusion:** Digitalization combined with technical training effectively enhances promotional capacity. Ongoing mentoring is needed for sustainable content development.

Keywords— Tourism Village; Tourism Promotion; Digital Literacy; Community Empowerment

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Penulis Korespondensi:

Bonda Sisephaputra,
Informatika,
Universitas Negeri Surabaya,
Email: bondasisephaputra@unesa.ac.id

I. PENDAHULUAN

Desa wisata merupakan salah satu pendekatan strategis dalam pengembangan wilayah berbasis potensi lokal yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui sektor pariwisata. Keberadaan objek wisata di desa perlu didukung oleh strategi promosi yang efektif, salah satunya melalui pemanfaatan media digital. Sayangnya, keterbatasan literasi digital masyarakat desa sering kali menjadi hambatan dalam menyebarluaskan informasi wisata secara optimal (Fanani et al., 2022; Firliana, Ristyawan, Andriyanto, Daniati, & Nugroho, 2022). Oleh karena itu, pelibatan komunitas lokal melalui pelatihan teknologi informasi menjadi hal yang krusial dalam mendorong promosi mandiri dan berkelanjutan.

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) telah membuktikan bahwa edukasi digital kepada warga desa dapat mendorong pengembangan potensi wisata secara signifikan. Misalnya, pelatihan penggunaan website untuk profil desa telah membantu memperluas jangkauan informasi kepada publik (Nugroho & Daniati, 2021b), sementara pelatihan penguatan pemasaran digital berbasis media sosial dan Google My Business turut meningkatkan daya saing pelaku usaha desa (Nugroho & Daniati, 2021a). Selain itu, pemanfaatan media audiovisual dan video pendek untuk platform seperti TikTok menjadi alternatif edukatif yang menarik minat generasi muda dalam memproduksi konten promosi (Febriani & Aunillah, 2024). Peningkatan literasi digital yang dihasilkan dari pelatihan tersebut juga turut membangun kepercayaan diri masyarakat untuk terlibat aktif dalam promosi dan pengelolaan wisata berbasis komunitas.

Objek wisata Desa Soco di Kecamatan Bendo, Kabupaten Magetan memiliki potensi alam dan budaya yang menarik, di antaranya SOHEDEN (Soco Herbal Garden), kerajinan Batik SOHEDEN, dan Monumen Soco. Namun, daya tarik tersebut belum didukung oleh sistem promosi digital yang memadai. Minimnya dokumentasi berbasis visual, keterbatasan akses teknologi, serta rendahnya keterampilan komunitas dalam mengelola konten digital menjadi tantangan utama dalam pengembangan promosi wisata (Fauji, Utami, Nurjannah, Sari, & Rahmawati, 2023; Yazidah, Rahmatika, Santosa, & Yusuf, 2022). Situasi ini serupa dengan temuan PkM sebelumnya di Kampung Rejoso, Batu dan Desa Tritik, di mana intervensi digital mampu mengoptimalkan potensi lokal menjadi daya jual wisata yang kuat (Vianisa, Kurniawan, Agustina, & Afrianti, 2024).

Pelatihan literasi digital tidak hanya berfungsi sebagai peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk mindset digital pada masyarakat desa. Program-program seperti pelatihan QR Code untuk informasi wisata (Setyawan, Mulyono, & Kusumaningrum, 2023) dan pelatihan desain grafis untuk UMKM (Cahyo & Devi, 2022) menunjukkan bahwa integrasi teknologi dalam

promosi mampu mendorong kemandirian komunitas desa dalam mengelola konten wisata mereka sendiri. Lebih lanjut, penguatan branding desa melalui strategi konten dan pelibatan stakeholder lokal seperti UMKM, sekolah, dan pengelola wisata terbukti memperluas jejaring promosi secara organik (Leatemia & Pattinaja, 2023; Qomar, Rahmawati, Khoeriyah, & Hidayat, 2025). Transformasi ini juga berdampak pada peningkatan daya saing desa wisata di tengah perkembangan tren pariwisata digital yang semakin dinamis.

Dalam konteks pembangunan berbasis digital, peningkatan literasi dan kapasitas komunitas desa dalam promosi wisata juga mendukung agenda pembangunan berkelanjutan. Misalnya, program peningkatan pemahaman literasi dan numerasi pada jenjang pendidikan dasar di Kediri menunjukkan bahwa edukasi teknologi dapat berdampak positif pada masyarakat lintas usia (Wulaningtyas et al., 2025). Hal serupa juga ditemukan dalam program revitalisasi TOGA sebagai strategi ketahanan kesehatan berbasis digital di pedesaan (Nawan, Handayani, Toemon, Miko, & Rusmanto, 2025), yang memperlihatkan sinergi antara pemberdayaan masyarakat dan pemanfaatan teknologi. Hal ini memperkuat keyakinan bahwa digitalisasi di sektor wisata desa perlu dilakukan secara inklusif agar dampaknya menyentuh seluruh lapisan masyarakat.

Meskipun demikian, masih terdapat gap antara potensi lokal dan kemampuan teknis komunitas dalam memproduksi serta mengelola media promosi secara mandiri dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, tujuan PkM ini adalah untuk meningkatkan kapasitas promosi wisata Desa Soco melalui digitalisasi objek wisata dan pelatihan komunitas dalam pengelolaan media digital secara partisipatif. Pendekatan ini diharapkan mampu menjawab tantangan keterbatasan literasi digital serta membuka peluang promosi yang lebih luas melalui media berbasis teknologi informasi. Dengan demikian, masyarakat desa diharapkan dapat menjadi subjek utama dalam pengembangan pariwisata lokal yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, sebagaimana pentingnya optimalisasi potensi individu dalam suatu komunitas yang juga diterapkan pada pengelolaan sumber daya manusia berbasis MBTI di lingkungan sekolah (Lukiani et al., 2025).

II. METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dalam bentuk studi kasus partisipatif. Tujuan utamanya adalah mengeksplorasi pelaksanaan digitalisasi objek wisata serta pelatihan komunitas di Desa Soco, Kecamatan Bendo, Kabupaten Magetan. Metode ini dipilih karena memungkinkan pengamatan yang mendalam terhadap perubahan yang terjadi pada individu dan komunitas sebagai dampak langsung dari kegiatan yang dilakukan. Pendekatan serupa juga digunakan oleh (Fanani et al., 2022) dalam pelatihan pengembangan wisata porang berbasis partisipasi komunitas.

A. Subjek dan Lokasi

Subjek kegiatan terdiri atas 20 orang peserta yang berasal dari unsur perangkat desa, pengelola BUMDes, dan pemuda lokal Desa Soco yang terlibat langsung dalam pengelolaan promosi wisata. Rentang usia peserta adalah 18 hingga 45 tahun, dengan latar belakang pendidikan yang bervariasi, mulai dari lulusan SMA hingga perguruan tinggi. Pemilihan subjek didasarkan pada pertimbangan peran strategis mereka dalam pengelolaan wisata desa dan akses terhadap teknologi digital. Kegiatan dilaksanakan pada bulan Juni 2025 di Balai Desa Soco dan sejumlah titik objek wisata desa, seperti Monumen Soco, SOHEDEN (Soco Herbal Garden), dan workshop Batik SOHEDEN.

B. Prosedur Kegiatan

Kegiatan dilakukan dalam empat tahap, yaitu observasi awal, pelaksanaan pelatihan, dokumentasi dan pendampingan, serta evaluasi. Tahapan ini dirancang agar sistematis dan dapat direplikasi oleh tim PkM lainnya. Observasi dilakukan untuk memetakan kondisi awal promosi digital desa dan potensi objek wisata yang belum terdokumentasi secara optimal. Selanjutnya, dilakukan pelatihan teknis yang mencakup fotografi dan videografi dengan Open Camera, penyuntingan menggunakan InShot, pengelolaan website berbasis WordPress, dan publikasi video ke kanal YouTube. Prosedur pelatihan mengadopsi metode demonstrasi langsung disertai praktik mandiri, yang terbukti efektif seperti ditunjukkan oleh (Cahyo & Devi, 2022) dalam pelatihan UMKM berbasis media digital.



Gambar 1. Diagram Alur Kegiatan PkM

Diagram alur kegiatan PkM ditampilkan pada Gambar 1 dan menggambarkan urutan tahapan kegiatan secara sistematis. Diagram ini dimulai dari proses observasi awal, dilanjutkan dengan FGD dan wawancara, pelatihan teknis, hingga tahap evaluasi akhir. Setiap tahapan disusun berdasarkan pendekatan partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif komunitas desa. Gambar ini diadaptasi dari model serupa dalam kegiatan pelatihan konten digital oleh (Febriani & Aunillah, 2024).

C. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi kegiatan (foto dan video), observasi partisipatif, serta wawancara informal untuk mengevaluasi respon peserta terhadap materi. Data dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang mengedepankan pemaknaan terhadap pengalaman peserta selama pelatihan. Indikator keberhasilan dilihat dari keterlibatan aktif peserta, pemahaman terhadap materi, dan keberanian memproduksi serta mengelola konten digital secara mandiri. Metode ini serupa dengan pendekatan yang digunakan oleh (Setyawan et al., 2023) dalam pelatihan penggunaan QR Code untuk promosi wisata kampung.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan dan Teknik Pengumpulan Data

Tahapan Kegiatan	Teknik Pengumpulan Data	Output Utama
Observasi awal	Observasi lapangan	Pemetaan kondisi promosi wisata
FGD & wawancara	Diskusi kelompok	Identifikasi tantangan dan harapan komunitas
Pelatihan teknis	Demonstrasi & praktik lapangan	Peningkatan literasi digital peserta
Evaluasi partisipatif	Wawancara & observasi	Penilaian awal kesiapan komunitas

Tabel 1 menampilkan tahapan kegiatan serta metode pengumpulan data yang digunakan dalam pelaksanaan PkM. Tabel ini memperlihatkan keterkaitan langsung antara setiap tahapan dengan metode yang diterapkan dan output yang dihasilkan. Penyajian informasi ini bertujuan untuk memperjelas alur kerja dan pendekatan metodologis yang digunakan. Selain itu, tabel ini dapat menjadi referensi yang membantu tim PkM lain dalam mereplikasi kegiatan serupa di konteks desa yang berbeda.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Peningkatan Literasi Digital Masyarakat

Kegiatan pelatihan teknis yang mencakup fotografi, videografi, editing, dan manajemen website berhasil meningkatkan literasi digital peserta. Hal ini ditunjukkan dari kemampuan peserta dalam menggunakan aplikasi seperti Open Camera dan InShot secara mandiri untuk memproduksi konten visual wisata. Dalam sesi praktik, lebih dari 80% peserta berhasil menyusun konten promosi dalam bentuk video pendek dan unggahan media sosial. Temuan PkM ini adalah bahwa pelatihan berbasis praktik secara langsung mampu meningkatkan keterampilan digital masyarakat desa dalam waktu relatif singkat.

Hasil PkM ini sejalan dengan temuan (Fanani et al., 2022) yang mengungkapkan bahwa pelatihan partisipatif dalam pengelolaan konten promosi berbasis potensi lokal dapat memicu tumbuhnya kesadaran digital. Kegiatan serupa yang dilakukan oleh (Febriani & Aunillah, 2024) juga menunjukkan efektivitas media audiovisual sebagai sarana edukasi dan promosi. Keberhasilan program ini dipengaruhi oleh keterlibatan aktif dari perangkat desa dan pemuda lokal selama sesi pelatihan berlangsung. Hal ini memperlihatkan bahwa pendekatan berbasis komunitas merupakan kunci utama dalam mendukung transformasi digital yang berkelanjutan di desa wisata.

B. Produksi dan Penyebaran Konten Digital Promosi Wisata

Hasil utama dari kegiatan ini berupa tiga model media promosi digital, yaitu video profil Desa Soco, website wisata desa, dan kanal YouTube resmi yang dikelola oleh pemuda setempat. Ketiga media tersebut memuat informasi mengenai objek wisata unggulan seperti SOHEDEN (Soco Herbal Garden), Batik SOHEDEN, dan Monumen Soco. Platform digital ini tidak hanya berperan sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media pembelajaran bagi masyarakat. Dengan

demikian, warga memiliki ruang untuk terus mengembangkan kemampuan dan memperbarui konten secara mandiri dan berkelanjutan.



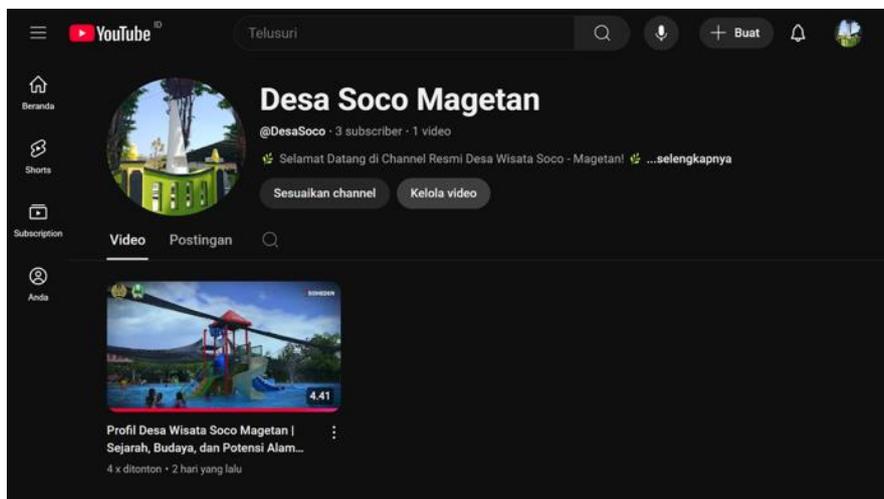
Gambar 2. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Digitalisasi Wisata Desa

Gambar 2 menampilkan suasana pelaksanaan kegiatan pelatihan yang dilakukan dalam satu hari penuh di Desa Soco. Seluruh rangkaian pelatihan dimulai dari sesi materi, praktik fotografi dan videografi, hingga pengenalan pengelolaan konten website dan kanal YouTube. Kehadiran peserta dari berbagai kalangan usia memperlihatkan antusiasme dan keterlibatan aktif komunitas dalam kegiatan ini. Dokumentasi ini juga menunjukkan bahwa pelatihan dirancang berbasis praktik langsung untuk membekali peserta dengan keterampilan digital secara aplikatif dan mandiri.



Gambar 3. Cuplikan tampilan awal website wisata Desa Soco

Gambar 3 menunjukkan hasil akhir dari pelatihan manajemen konten web yang menghasilkan website wisata berbasis WordPress. Beranda website menampilkan menu informasi, galeri foto, video profil, dan artikel kegiatan desa. Desain website dirancang responsif dan ramah pengguna agar dapat diakses baik melalui komputer maupun ponsel. Hasil ini menunjukkan bahwa peserta mampu menerapkan pelatihan secara nyata dan menghasilkan produk digital yang representatif.



Gambar 4. Halaman depan kanal YouTube resmi Desa Soco

Gambar 4 menampilkan halaman utama kanal YouTube “Desa Wisata Soco” yang telah memuat video profil, liputan kegiatan desa, serta video promosi objek wisata. Kanal ini dikelola oleh tim muda desa yang sebelumnya belum pernah mengelola platform video daring. Pelatihan tentang pembuatan akun, unggah konten, hingga optimasi SEO dasar juga menjadi bagian penting dalam penciptaan kanal ini. Platform ini diharapkan menjadi ruang publikasi dan dokumentasi digital jangka panjang.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Partisipatif Peserta Kegiatan

Aspek yang Dievaluasi	Tingkat Kepuasan	Catatan
Pemahaman materi pelatihan	95%	Antusias tinggi dalam sesi praktik langsung
Keterampilan teknis pasca pelatihan	88%	Perlu pengulangan pada editing lanjutan
Kesiapan mengelola konten mandiri	90%	Dukungan komunitas sudah mulai terbentuk

Tabel 2 menampilkan tiga aspek penting dalam evaluasi keberhasilan pelatihan, yaitu pemahaman materi, keterampilan teknis, dan kesiapan mengelola konten. Angka-angka kepuasan yang tinggi menunjukkan bahwa materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan peserta. Selain itu, catatan evaluatif memberikan gambaran tentang area yang perlu ditindaklanjuti, seperti peningkatan kemampuan editing dan keberlanjutan program. Tabel ini berfungsi untuk

memperkuat transparansi metodologi dan memudahkan replikasi oleh tim PkM lain yang melakukan kegiatan serupa di wilayah berbeda.

C. Evaluasi dan Tantangan Keberlanjutan Program

Evaluasi partisipatif yang dilakukan di akhir sesi pelatihan menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa lebih percaya diri untuk memproduksi dan mengelola konten digital secara mandiri. Respon ini menandakan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung cukup efektif dalam meningkatkan literasi digital komunitas. Namun, tantangan yang masih dihadapi antara lain akses internet yang belum stabil di seluruh wilayah desa, serta keterbatasan peralatan dokumentasi seperti tripod dan mikrofon eksternal. Beberapa peserta juga menyarankan agar pelatihan lanjutan diselenggarakan secara berkala untuk memperdalam keterampilan yang telah diperoleh.

Hasil PkM ini didukung oleh (Yazidah et al., 2022) yang menunjukkan pentingnya media pelatihan digital seperti Canva dan video dalam membangun kapasitas UMKM dan masyarakat desa. Temuan ini diperkuat oleh (Setyawan et al., 2023) yang membuktikan bahwa penggunaan teknologi sederhana seperti QR Code mampu meningkatkan daya tarik promosi wisata di kampung wisata. Kedua studi tersebut menegaskan bahwa pendekatan teknologi yang mudah diakses memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan literasi digital komunitas. Oleh karena itu, pengembangan program lanjutan seperti mentoring intensif dan kolaborasi dengan institusi pendidikan tinggi sangat disarankan untuk menjaga keberlanjutan hasil PkM ini.

IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil meningkatkan kapasitas promosi digital Desa Wisata Soco melalui digitalisasi objek wisata dan pelatihan komunitas lokal. Pelibatan aktif perangkat desa dan pemuda dalam pelatihan konten digital membuktikan efektivitas pendekatan partisipatif dalam mendukung pengelolaan promosi berbasis komunitas. Hasil PkM ini menunjukkan bahwa masyarakat Desa Soco kini memiliki pemahaman teknis dan motivasi yang lebih tinggi untuk mengelola media promosi seperti video profil, website, dan kanal YouTube secara mandiri. Ke depan, PkM ini berpotensi dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan pelatihan branding digital lanjutan, manajemen media sosial terpadu, serta integrasi promosi dengan jejaring pariwisata regional untuk memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan dampak ekonomi lokal secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyo, A. D., & Devi, H. P. (2022). Sosialisasi dan pelatihan pembuatan UMKM kripik pisang di Dusun Kedungdang Desa Bener. *Kontribusi*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v3i1.106>
- Fanani, F. R., Fahmi, M. I., Fitria, F., Azizah, N., Rahma, A., Juwita, P., & Herachwati, N. (2022). Pengabdian masyarakat partisipatif untuk pengembangan tanaman porang sebagai objek wisata di Desa Bendoasri. *Kontribusi*, 2(2), 115–127. <https://doi.org/10.53624/KONTRIBUSI.V2I2.89>
- Fauji, D. A. S., Utami, B., Nurjannah, D., Sari, I. P., & Rahmawati, M. R. (2023). Optimalisasi wisata belanja pada Kampung UKM Kampung Rejoso, Kota Batu. *Kontribusi*, 3(2), 150–159. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v3i2.204>
- Febriani, N., & Aunillah, R. (2024). Implementasi penggunaan media audiovisual sebagai sarana pembelajaran produksi konten video TikTok Kecamatan Jatigede. *Kontribusi*, 4(2), 324–338. <https://doi.org/10.53624/KONTRIBUSI.V4I2.397>
- Firliana, R., Ristyawan, A., Andriyanto, T., Daniati, E., & Nugroho, R. W. (2022). Fotografi produk catering Kasmilah go-digital marketing. *Kontribusi*, 2(2), 102–114. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v2i2.87>
- Leatemia, S. Y., & Pattinaja, E. M. (2023). Pelatihan entrepreneurship mahasiswa FEB melalui konten digital. *Kontribusi*, 3(2), 228–237. <https://doi.org/10.53624/KONTRIBUSI.V3I2.227>
- Lukiani, E. R. M., Prastyaningtyas, E. W., Surindra, B., Irmayanti, E., Arifin, Z., Afandi, T. Y., ... Hariyono, C. (2025). Optimalisasi pengelolaan sumber daya manusia berbasis MBTI pada guru SD Negeri Bangsal 3 Kota Kediri. *Kontribusi*, 5(2), 232–243. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v5i2.566>
- Nawan, N., Handayani, S. H., Toemon, A. I., Miko, S., & Rusmanto, J. (2025). Membangun ketahanan kesehatan melalui revitalisasi TOGA di pedesaan. *Kontribusi*, 6(1), 21–29. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v6i1.668>
- Nugroho, A. R., & Daniati, E. (2021a). Pelatihan penggunaan website sebagai media informasi profil desa. *Kontribusi*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v2i1.38>
- Nugroho, A. R., & Daniati, E. (2021b). Pelatihan penguatan pemasaran digital Sartika FARM hidroponik menggunakan social messaging dan Google My Business. *Kontribusi*, 3(1), 19–29. <https://doi.org/10.53624/KONTRIBUSI.V3I1.130>
- Qomar, N. A., Rahmawati, A. R., Khoeriyah, R., & Hidayat, T. (2025). Penguatan daya saing santri era digital melalui program Santri Digipreneur OPOP Jatim. *Kontribusi*, 5(2), 200–210. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v5i2.524>
- Setyawan, D., Mulyono, S., & Kusumaningrum, I. A. (2023). Pelatihan penggunaan QR Code untuk pengelolaan informasi wisata kampung. *Kontribusi*, 3(2), 98–108. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v3i2.187>
- Vianisa, R. W., Kurniawan, D., Agustina, R., & Afrianti, F. (2024). Analisis SWOT dalam pengembangan place branding di Desa Tritik dan Bendoasri sebagai desa wisata porang. *Kontribusi*, 4(2), 182–193. <https://doi.org/10.53624/KONTRIBUSI.V4I2.270>
- Wulaningtyas, E. W., Nurahmawati, D., Noeraini, A. R., Yanti, E. S., Putri, P. L., Damayanti, N. A., ... Febrianti, A. (2025). Peningkatan pemahaman literasi dan numerasi di SDN Nglumbang, Kecamatan Gurah, Kediri. *Kontribusi*, 5(2), 244–251. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v5i2.567>
- Yazidah, H. P., Rahmatika, R., Santosa, D. R., & Yusuf, M. (2022). Pengabdian multimedia video & Canva bagi UMKM di masa pandemi COVID-19. *Kontribusi*, 3(2), 207–215. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v3i2.223>