Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

STRATEGI PROMOSI DIGITAL BERBASIS MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA TETEBATU SELATAN

M Rendi Aryan Irhamdi[1], Laila Wati[2], Samsul Muslim[3], Laelatul Izza[4], Julina Susanti[5]
Program Studi Pariwisata Dan Pendidikan Seni Pertunjukan, Fakultas Bahasa Seni Dan Humaniora, Universitas Hamzanwadi, Lombok Timur
Email : *rendiaryan79@gmail.com*

ABSTRAK

Perkembangan media sosial di era digital saat ini telah membawa perubahan signifikan dalam strategi promosi pariwisata, termasuk dalam pengembangan desa wisata. Desa Wisata Tetebatu Selatan memiliki beragam potensi alam dan budaya yang menarik, seperti keindahan panorama kawasan kaki Gunung Rinjani, keberadaan kampung-kampung budaya, serta aktivitas ekowisata dan budaya. Namun, potensi tersebut belum didukung oleh pengelolaan promosi digital yang optimal. Akibatnya, tingkat visibilitas digital desa masih rendah sehingga informasi mengenai keberadaan dan daya tarik Desa Wisata Tetebatu Selatan belum dikenal secara luas oleh masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan promosi desa wisata melalui pemanfaatan media sosial yang dikelola secara terencana dan partisipatif. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan pemberdayaan masyarakat dengan melibatkan perangkat desa, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), serta pemuda desa sebagai aktor utama dalam kegiatan promosi digital, Hasil kegiatan menunjukkan terbentuknya media promosi digital resmi desa wisata serta tersedianya konten yang menampilkan potensi alam dan budaya desa. Keterlibatan aktif masyarakat meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya promosi digital serta membuka peluang keberlanjutan pengelolaan media sosial desa. Dengan demikian, penerapan promosi digital berbasis pemberdayaan masyarakat dinilai efektif dalam meningkatkan visibilitas dan citra Desa Wisata Tetebatu Selatan serta berpotensi mendorong peningkatan kunjungan wisatawan secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Pemasaran Media Sosial, Pariwisata Pedesaan, Strategi promosi, Desa Wisata tetebatu Selatan

ABSTRACT

The development of social media in today's digital era has brought significant changes to tourism promotion strategies, including in the development of tourism villages. Tetebatu Selatan Tourism Village has a variety of attractive natural and cultural potentials, such as the beautiful panorama of the foothills of Mount Rinjani, the existence of cultural villages, as well as ecotourism and cultural activities. However, this potential has not been supported by optimal digital promotion management. As a result, the village's digital visibility remains low, meaning that information about the existence and

Article History
Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Plagirism Checker No 234.KK.443
Prefix DOI : **10.9765/Krepa.V218.3784**
Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Krepa.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

attractions of Tetebatu Selatan Tourism Village is not widely known by the public. This community service activity aims to improve the promotion of tourism villages through the planned and participatory use of social media. The method of implementation uses a community empowerment approach by involving village officials, tourism awareness groups (Pokdarwis), and village youth as the main actors in digital promotion activities. The results of the activity show the formation of official digital promotional media for tourist villages and the availability of content that displays the natural and cultural potential of the village. Active community involvement increased understanding and awareness of the importance of digital promotion and opened up opportunities for the sustainable management of village social media. Thus, the application of community empowerment-based digital promotion is considered effective in increasing the visibility and image of Tetebat Tourism Village. Active community involvement increases understanding and awareness of the importance of digital promotion and opens up opportunities for sustainable management of village social media. Thus, the implementation of community-based digital promotion is considered effective in increasing the visibility and image of Tetebatu Selatan Tourism Village and has the potential to encourage a sustainable increase in tourist visits.

Keywords: *Social Media Marketing, Rural Tourism, Promotion Strategies, Tetebatu Selatan Tourism Village*

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan sebuah platform digital yang memberikan ruang bagi penggunanya untuk berkomunikasi, mencari berbagi informasi, serta menjalin hubungan secara online, Di dalamnya, setiap orang bebas membuat dan menyebarkan berbagai jenis konten, mulai dari tulisan, gambar, video, hingga siaran langsung (Dwivedi et al., 2021). Selain sebagai sarana komunikasi, media sosial juga menjadi wadah bagi masyarakat untuk mencari informasi yang jauh dari tempat tinggal, melihat berita terkini, dan terhubung dengan orang lain tanpa batas geografis (Zhao & Zhou, 2021). Media sosial pun berperan dalam banyak aspek kehidupan seperti pendidikan, bisnis, hiburan, budaya, hingga pelayanan public, kehadiran media sosial telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berinteraksi, karena informasi kini dapat disampaikan atau diketahui secara cepat dan menjangkau pengguna di berbagai tempat (Rijal, Ausat, & Siminto, 2024).

Saat ini media sosial telah menjadi salah satu sumber utama bagi masyarakat untuk mencari informasi, memperoleh rekomendasi tempat, dan melihat berbagai pengalaman wisata yang dibagikan oleh pengguna lainnya. Menurut Organisasi Pariwisata Dunia (WTO), pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan seseorang ke luar wilayah tempat tinggalnya dengan tujuan rekreasi, bisnis, atau sekadar menikmati waktu senggang (Indra et al., 2023). Seiring dengan terus berkembangnya industri pariwisata, semakin banyak pula peluang bagi munculnya berbagai destinasi baru. Di era digital seperti sekarang, media sosial memegang peran penting sebagai sarana promosi yang efektif untuk memperkenalkan daya tarik wisata dan mendorong minat kunjungan wisatawan (Retnasary et al., 2019). Selama

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

sepuluh tahun terakhir, penggunaan media sosial untuk berbagi informasi serta mempromosikan tempat-tempat rekreasi di Indonesia berkembang pesat. Hal ini terlihat dari banyaknya akun yang menampilkan konten wisata, mulai dari akun resmi milik pemerintah seperti @wonderfulindonesia dan @pesona.indonesia, hingga akun pribadi atau komunitas yang dikelola secara mandiri (Kurniasari et al., 2024).

Banyak desa wisata sebenarnya memiliki potensi besar, namun kurang mendapat promosi yang memadai sehingga perkembangan jumlah wisatawan menjadi terhambat. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi, generasi muda kini memanfaatkan media sosial sebagai sarana yang sangat efektif untuk memperkenalkan destinasi wisata ke tingkat global. Kreativitas dan kemampuan digital yang mereka miliki memungkinkan mereka menghasilkan konten yang menarik sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan turut membentuk citra pariwisata Indonesia di kancah internasional (Kennedy, 2023). Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan promosi karena menawarkan berbagai keunggulan, seperti biaya yang relatif murah, kemudahan dalam penggunaan, serta daya jangkau yang luas (Oribel et al., 2022). Selain itu, keberadaan media sosial memberi peluang bagi masyarakat untuk berbagi informasi dan memberikan tanggapan secara lebih interaktif (Tarihoran et al., 2021). Platform seperti Instagram dan TikTok menjadi contoh paling populer saat ini karena fiturnya yang menarik, memungkinkan pengguna berinteraksi melalui tombol suka, kolom komentar, hingga pesan langsung (Ilmu et al., 2025).

Desa Wisata Tetebatu Selatan adalah salah satu destinasi andalan yang terletak di Kecamatan Sikur, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Berada di lereng bagian selatan Gunung Rinjani pada ketinggian kurang lebih 700 meter di atas permukaan laut, desa ini menghadirkan udara yang sejuk serta panorama alam yang memanjakan mata, mulai dari hamparan sawah berundak, kebun-kebun hijau, hingga perbukitan yang indah. Selain menawarkan keindahan alam, Tetebatu Selatan juga memiliki konsep desa yang unik melalui keberadaan berbagai *kampung tematik*, seperti Kampung Inggris, Kampung Agrikultur, Kampung Adat Budaya, Kampung Buah, dan Kampung Aren, yang masing-masing memberikan pengalaman wisata yang berbeda bagi pengunjung.

Tetebatu Selatan juga menjadi salah satu jalur awal untuk menjelajahi kawasan wisata di sekitar kaki Rinjani dan sering dimanfaatkan sebagai lokasi kegiatan bertema alam, budaya, maupun edukasi berkat ragam atraksi yang dimilikinya. Keindahan air terjun, rute trekking yang ramah pemula, hingga kesempatan berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal menjadi bagian penting dari pengalaman wisata berbasis ekowisata dan budaya di desa ini. Selain itu, peran aktif masyarakat melalui kelompok *Pokdarwis* turut memperkuat upaya pengembangan dan pengelolaan destinasi, sehingga desa ini kian dikenal sebagai tempat yang layak dikunjungi baik oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Keseluruhan potensi tersebut menjadikan Tetebatu Selatan sebagai destinasi yang menawarkan gabungan unik antara pesona alam, kekayaan budaya, dan keaslian kehidupan pedesaan di Lombok Timur. (profil desa wisata, 2025; Fajarica, 2025; Jupri et al., 2022)

Seluruh potensi tersebut menjadikan Tetebatu Selatan berpeluang besar untuk berkembang sebagai desa wisata unggulan yang diminati baik oleh wisatawan lokal maupun mancanegara.Meski demikian, pengembangan desa ini masih terhambat oleh kurangnya strategi promosi yang efektif, terutama terkait penyebaran informasi melalui media digital. Hingga kini, desa belum memiliki akun resmi TikTok maupun Instagram yang dikelola secara profesional sebagai sarana promosi utama. Padahal, di era serba digital seperti sekarang, kedua platform tersebut merupakan media yang sangat penting untuk membangun citra destinasi, menarik perhatian calon wisatawan, dan memperluas jangkauan informasi secara cepat dan mudah. Tanpa akun resmi, Tetebatu Selatan menjadi kurang menonjol dibandingkan destinasi lain yang aktif memanfaatkan media sosial untuk menampilkan atraksi

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

wisata, kegiatan budaya, maupun fasilitas yang tersedia. Akibatnya, banyak orang yang tidak tahu akan keberadaan desa wisata ini di karenakan desa ini baru saja mekar dari desa tetebatu induk, hal ini membuat banyak orang belom tahu akan keberadaan desa tetebatu Selatan.

Kondisi ini berdampak pada rendahnya visibilitas digital Tetebatu Selatan, sehingga calon wisatawan kerap kesulitan menemukan informasi yang jelas dan terpercaya. Oleh karena itu, diperlukan upaya terarah untuk membangun sistem promosi digital melalui pengelolaan akun resmi TikTok dan Instagram, sehingga potensi desa dapat diperkenalkan secara lebih kreatif, terstruktur, dan berkelanjutan tanpa harus ada kesalahpahaman mengenai adanya desa tetebatu Selatan . Dengan penerapan strategi digital marketing yang tepat, Desa Wisata Tetebatu Selatan memiliki kesempatan besar untuk meningkatkan daya tarik dan memperkuat posisinya sebagai salah satu destinasi yang lebih dikenal luas oleh masyarakat.

Melalui program PKM ini, dilakukan pembuatan akun resmi promosi digital menggunakan platform Instagram, TikTok, dan Google Maps agar desa dapat meningkatkan eksposur, menarik minat wisatawan baru, serta memperkuat citra sebagai destinasi ekowisata budaya di Lombok Timur.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menerapkan pendekatan pemberdayaan masyarakat yang dipadukan dengan promosi digital secara partisipatif. Pendekatan ini menempatkan masyarakat desa sebagai pelaku utama dalam kegiatan promosi desa wisata tetebatu selatan, sedangkan tim pengabdian berperan sebagai pendamping yang memberikan arahan serta penguatan keterampilan dalam pemanfaatan media digital. Pendekatan tersebut dipilih karena Desa Wisata Tetebatu Selatan memiliki potensi wisata alam dan budaya yang cukup besar, namun pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi masih belum dikelola secara optimal di bandingkan desa lain.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berlokasi di Desa Wisata Tetebatu Selatan, Kecamatan Sikur, Kabupaten Lombok Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Kegiatan dilaksanakan dalam jangka waktu yang sudah di teteapkan yang mencakup tahap persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi.

METODE KEGIATAN

Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah masyarakat Desa Wisata Tetebatu Selatan, terutama perangkat desa, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), serta pemuda desa yang memiliki ketertarikan dan kemampuan dalam pengelolaan media digital. Kelompok sasaran tersebut dipilih karena memiliki peran penting dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata, serta diharapkan mampu melanjutkan pengelolaan promosi digital secara mandiri dan berkelanjutan setelah program pengabdian selesai dilaksanakan.

Tahapan pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan pengumpulan informasi untuk mengidentifikasi berbagai potensi wisata yang dapat dijadikan bahan promosi, seperti keindahan alam, kampung budaya, kegiatan budaya, serta fasilitas pendukung pariwisata. Selanjutnya dilakukan koordinasi dan diskusi bersama perangkat desa dan Pokdarwis guna menyepakati konsep serta strategi promosi digital yang akan diterapkan. Tahap berikutnya adalah pembuatan akun resmi promosi Desa Wisata Tetebatu Selatan pada platform Instagram, TikTok, dan Google Maps, yang kemudian dilanjutkan dengan pembuatan

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

serta publikasi konten promosi berupa foto, video, dan narasi informatif yang menonjolkan keunikan dan daya tarik desa tetebatu Selatan. Dalam proses pelaksanaannya, masyarakat dilibatkan secara langsung sebagai narasumber maupun objek promosi untuk menumbuhkan rasa memiliki terhadap program yang dijalankan.

Evaluasi kegiatan pengabdian dilakukan secara berkala untuk mengetahui tingkat keberhasilan program promosi digital yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan dengan memperhatikan perkembangan akun media sosial, seperti jumlah pengikut, tingkat interaksi, serta jangkauan konten yang dipublikasikan. Selain itu, dilakukan pula penilaian terhadap kemudahan akses dan kelengkapan informasi Desa Wisata Tetebatu Selatan akun resmi dan website desa, Hasil evaluasi tersebut digunakan sebagai bahan perbaikan program sekaligus sebagai rekomendasi pengembangan promosi digital desa wisata agar dapat berjalan secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Tetebatu Selatan memberikan sejumlah hasil yang berkaitan langsung dengan upaya penguatan promosi digital desa. Salah satu capaian utama dari kegiatan ini adalah terbentuknya akun resmi promosi Desa Wisata Tetebatu Selatan pada platform Instagram dan TikTok, serta pembaruan informasi lokasi desa melalui Google Maps. Kehadiran akun resmi tersebut menjadi langkah awal yang strategis dalam membangun identitas digital desa wisata, mengingat sebelumnya promosi desa belum didukung oleh media digital yang dikelola secara terencana dan profesional.

Selain pembentukan akun resmi, kegiatan pengabdian ini juga menghasilkan berbagai materi promosi digital berupa foto, video singkat, dan narasi informatif yang menampilkan potensi wisata Desa Wisata Tetebatu Selatan. Konten yang disajikan menampilkan keindahan alam, kampung-kampung tematik, aktivitas budaya masyarakat, serta sarana pendukung pariwisata. Penyusunan konten dilakukan dengan pendekatan visual yang menarik dan penggunaan bahasa yang mudah dipahami, sehingga mampu memberikan gambaran yang jelas kepada calon wisatawan mengenai daya tarik desa wisata tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang efektif dalam menyebarluaskan informasi pariwisata secara cepat dan luas.

Keterlibatan masyarakat, khususnya perangkat desa, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), dan pemuda desa, menjadi salah satu hasil penting dalam kegiatan pengabdian ini. Masyarakat tidak hanya menjadi objek promosi, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam proses pembuatan konten, penyusunan narasi, serta pengelolaan akun media sosial. Partisipasi tersebut berdampak positif terhadap meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya promosi digital dalam pengembangan desa wisata. Selain itu, keterlibatan aktif masyarakat turut menumbuhkan rasa memiliki terhadap program yang dilaksanakan serta membuka peluang keberlanjutan pengelolaan promosi digital setelah kegiatan pengabdian selesai.

Dari aspek pembahasan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa permasalahan rendahnya visibilitas digital Desa Wisata Tetebatu Selatan yang sebelumnya disebabkan oleh belum adanya akun resmi media sosial dapat diatasi melalui penerapan pendekatan pemberdayaan dan promosi digital secara partisipatif. Pengelolaan akun Instagram, TikTok, dan Google Maps secara terarah terbukti mampu meningkatkan aksesibilitas informasi desa, sehingga calon wisatawan dapat memperoleh informasi yang lebih jelas dan terpercaya. Temuan ini sejalan dengan peran media sosial sebagai media promosi yang efektif dalam sektor pariwisata, khususnya dalam memperkenalkan destinasi baru yang belum banyak dikenal oleh masyarakat luas.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Interaksi yang mulai terlihat di media sosial, seperti bertambahnya jumlah pengikut, munculnya tanda suka, komentar, serta meningkatnya jangkauan konten, menunjukkan adanya ketertarikan audiens terhadap informasi yang dibagikan. Meskipun capaian tersebut masih berada pada tahap awal, namun sudah menggambarkan potensi besar media sosial dalam membangun citra Desa Wisata Tetebatu Selatan sebagai destinasi ekowisata yang mengedepankan potensi alam dan budaya. Temuan ini menguatkan pandangan bahwa penerapan strategi promosi digital yang tepat dapat membantu desa wisata bersaing dengan destinasi lain yang telah lebih dulu dikenal.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pengelolaan promosi digital yang dilakukan secara terstruktur dan melibatkan partisipasi masyarakat mampu menjadi solusi atas permasalahan kurang optimalnya promosi Desa Wisata Tetebatu Selatan. Kegiatan ini tidak hanya menghasilkan luaran berupa akun dan konten digital, tetapi juga memberikan dampak edukatif bagi masyarakat mengenai pentingnya pemanfaatan media digital dalam pengembangan desa wisata. Dengan pengelolaan yang berkelanjutan, promosi digital diharapkan dapat terus meningkatkan daya tarik, visibilitas, serta minat kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Tetebatu Selatan di masa yang akan datang.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Tetebatu Selatan menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai media promosi digital memiliki peranan yang signifikan dalam meningkatkan tingkat keterkenalan serta citra desa wisata. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, dapat disimpulkan bahwa penerapan pendekatan pemberdayaan masyarakat yang dikombinasikan dengan strategi promosi digital secara partisipatif mampu menjawab permasalahan belum optimalnya promosi Desa Wisata Tetebatu Selatan di tengah perkembangan teknologi digital.

Program pengabdian ini menghasilkan beberapa luaran utama, antara lain terbentuknya akun resmi promosi Desa Wisata Tetebatu Selatan pada platform Instagram dan TikTok, serta pembaruan dan pengoptimalan informasi lokasi desa melalui Google Maps. Keberadaan media promosi digital tersebut menjadi langkah awal yang penting dalam membangun identitas digital desa wisata yang sebelumnya belum dikelola secara sistematis dan profesional. Selain itu, kegiatan ini juga menghasilkan konten promosi yang menampilkan potensi alam, kekayaan budaya, serta keberadaan kampung tematik desa, sehingga informasi yang disampaikan kepada calon wisatawan menjadi lebih jelas, menarik, dan mudah diakses.

DAFTAR PUSTAKA

Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2023). *Laporan Transformasi Digital dan Penggunaan Media Sosial di Indonesia*. Jakarta: Kominfo.

Dewi, P., & Putra, G. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial dalam Pendidikan dan Informasi Publik*. Yogyakarta: Deepublish.

Indra, D., Sudirman, A., & Hadi, R. (2023). *Pariwisata dan transformasi digital dalam promosi destinasi*. Jakarta: Penerbit Media Wisata.

Retnasary, R., Prihatin, T., & Hartono, S. (2019). Peran media sosial dalam promosi destinasi wisata di era digital. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 15(2), 112–125.

Kurniasari, N., Saputra, M. A., & Lestari, D. (2024). Strategi pemanfaatan media sosial dalam memasarkan destinasi wisata di Indonesia. *Journal of Tourism and Digital Communication*, 9(1), 45–59.

Astuti, R., & Haryanto, J. O. (2020). Social media marketing dalam meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan. Jurnal Pariwisata, 7(2), 70–81.

Putri, A. P., & Nugroho, A. (2021). Digital creativity of youth in promoting tourism destinations through social media. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 15–26.

Sari, D. P., & Rahmawati, T. (2022). The effectiveness of Instagram as a promotional media for tourism destinations. *Jurnal Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 14(1), 45–56.

Pratiwi, N., & Septiadi, T. (2023). The role of TikTok and Instagram in digital tourism promotion. *Journal of Tourism and Hospitality Review*, 5(1), 30–42.

ajarica, S. D. (2025). Pengembangan potensi wisata Desa Tetebatu Selatan, Kecamatan Sikur, Kabupaten Lombok Timur. Jurnal Pengabdian Masyarakat, Universitas Mataram.

Jupri, A., et al. (2022). Perancangan branding desa melalui media visual di Desa Tetebatu Selatan. Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA, 5(3).

Profil Desa Wisata Tetebatu Selatan. (2025). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia

usandi, M. A., & Rusli, M. (2021). Penelitian kualitatif: Konsep, karakteristik, dan implementasinya dalam ilmu sosial. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Sosial*, 10(2), 45–54.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.