

PEMAMPUDAYAAN KELOMPOK SADAR WISATA MELALUI PENDIDIKAN DAN PELATIHAN PENGEMBANGAN *COMMUNITY CAPACITY* DAN *DIGITAL MARKETING* DESA WISATA DALAM RANGKA MEMBANGUN EKONOMI KREATIF BIDANG PARIWISATA

Feni Rosalia¹, Yulia Neta², Dian Kagungan³

^{1,2,3}Universitas Lampung

Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung¹

Program Studi Hukum Tata Negara, Fakultas Hukum, Universitas Lampung²

Program Studi Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung³

Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini peningkatan kemampuan melalui pendidikan pelatihan dan pendampingan peningkatan kapasitas dalam rangka pengembangan pariwisata desa Kunjir Kabupaten Lampung Selatan. Target Khusus yang akan di capai : Memberikan pengetahuan melalui pendidikan/pelatihan dan pendampingan pengembangan *community capacity/kapasitas komunitas* termasuk kegiatan promosi/pemasaran produk-produk unggulan (*digital marketing*), melalui penguatan kapasitas kelompok sadar wisata dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan *income* dan kesejahteraan masyarakat desa Kunjir serta publikasi pada jurnal pengabdian masyarakat. Hasil dari kegiatan ini adalah 1) Semakin meningkatnya kapasitas kelembagaan desa khususnya kelompok sadar wisata sebagai garda terdepan dalam pengembangan wisata di Desa Kunjir melalui pelatihan yang mengambil tema *Pemampudayaan Kelompok Sadar Wisata Melalui Pendidikan Dan Pelatihan Pengembangan Community Capacity Dan Digital Marketing* Desa Wisata Dalam Rangka Membangun Ekonomi Kreatif Bidang Pariwisata. Dengan dilaksanakannya kegiatan ini diharapkan desa Kunjir menjadi salah satu tujuan destinasi wisata nasional, melalui promosi dan pemasaran Desa Wisata Kunjir yang semakin *viral*, dengan mengundang para *youtuber*, *selebgram*, *travel vlogger*, *travel blogger*, ataupun seseorang yang memiliki 3F (*Followers, Fans, Friends*) untuk berkunjung ke desa mereka. Hal ini termasuk dalam bagian *digital influencer* yang merupakan salah satu strategi komunikasi oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. Kelompok masyarakat tersebut khususnya kaum muda nantinya akan mengunggah foto atau video mereka selama berada di desa wisata Kunjir dengan menyertakan komentar yang positif untuk membangun citra destinasi. 2) Kemampuan analisis peserta ini secara singkat dapat ditingkatkan terutama dalam aspek kognitif dan efektif. Secara kognitif rata-rata mengalami kenaikan tertinggi sekitar 40% dari kemampuan dasar peserta. 3) Antusiasme dan semangat peserta pelatihan merupakan salah satu indikator bahwa pelaksanaan kegiatan bisa dikatakan “berhasil” dan adanya keinginan untuk tetap dilanjutkan di tahun yang akan datang tentu saja dengan tema yang berbeda sesuai kebutuhan masyarakat desa Kunjir. Adapun saran/rekomendasi yang penting dari kegiatan ini adalah : Perlunya bimbingan dan pendampingan secara berkelanjutan bagi kelompok sadar wisata (pokdarwis) dan karang taruna dalam rangka pengembangan potensi pariwisata Desa Kunjir terutama terkait dengan digital marketing dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif Desa wisata Kunjir termasuk pemasaran dan promosinya.

Kata kunci: *pendidikan dan pelatihan, community capacity, digital marketing, desa wisata*

1. PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia pada tahun 2022 menetapkan sektor pariwisata sebagai salah satu dimensi sektor unggulan dalam kerangka agenda pembangunan nasional atau yang lebih lazim dikenal sebagai Nawacita Jokowi-JK 2019-2024 (bumdes.id : 2020, kemenpar : 2021). Hal ini mendorong adanya akselerasi pengembangan dan pembangunan kepariwisataan hampir di seluruh wilayah Indonesia yang dilakukan oleh sejumlah *stakeholder* pariwisata. Pada tahun 2022, Kementerian Pariwisata menargetkan 20 juta jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Untuk merealisasikan hal tersebut, pengembangan sejumlah destinasi berdasarkan aspek potensi alam, budaya, dan buatan terus gencar digalakkan (Kementerian Pariwisata : 2021). Sejak tahun 2021, pemerintah berfokus pada pelaksanaan program pengembangan 2.000 desa wisata yang tersebar di 14 provinsi. Hal ini bertujuan untuk merealisasikan 1,9 juta target kunjungan wisatawan mancanegara ke wilayah perdesaan sebagaimana telah ditetapkan pada aspek portofolio pariwisata.

Lampung merupakan salah satu provinsi yang ditetapkan dalam pengembangan desa wisata tersebut. Penetapan provinsi Lampung dengan *brand* Lampung *The Treasure of Sumatera* ini tidak terlepas dari sejumlah potensi pariwisata yang dimiliki. Lampung yang mulai menggeluti dunia kepariwisataan selama kurang lebih lima tahun terakhir ini juga telah menjadi destinasi wisata yang cukup banyak dikunjungi wisatawan lokal dan mancanegara (Kagungan, dkk., 2020). Terbukti, Kabupaten Lampung Selatan misalnya telah dikunjungi lebih dari sekitar 10.000 orang Desa Kunjir menjadi salah satu kawasan unggulan pariwisata Kabupaten Lampung Selatan yang dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara terutama kaum *millennial* tercatat pada tahun 2022 telah dikunjungi wisatawan sebanyak 8.352 orang.

Jumlah kunjungan wisatawan dapat dilihat melalui tabel dibawah ini:

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan Ke Desa Kunjir Tahun 2021-2022

No	Bulan	Jumlah Pengunjung 2021	No	Bulan	Jumlah Pengunjung 2022
1.	Januari	2.520	1.	Januari	2.998
2.	Februari	1.529	2.	Februari	698
3.	Maret	1.156	3.	Maret	329
4.	April	786	4.	April	perbaikan
5.	Mei	502	5.	Mei	perbaikan
6.	Juni	3.456	6.	Juni	perbaikan
7.	Juli	440	7.	Juli	834
8.	Agustus	540	8.	Agustus	500
9.	September	335	9.	September	67
10.	Oktober	660	10.	Oktober	230
11.	November	440	11.	November	324
12.	Desember	330	12.	Desember	1.372
	Jumlah	12.694		Jumlah	8.352

Sumber: Kelompok Sadar Wisata Desa Kunjir, 2022

Pengelolaan potensi pariwisata desa Kunjir mayoritas dilakukan oleh kelompok pemuda/*millennial* dan kelompok sadar wisata. Berdasarkan hasil observasi/kunjungan lapang serta kajian yang dilakukan Tim, menyimpulkan bahwa pengembangan potensi pariwisata desa Kunjir *tidak* diikuti dengan kemampuan anggota kelompok sadar wisata (*community capacity/komunitas kapasitas*) yaitu kemampuan yang dimiliki oleh komunitas yang dapat memecahkan permasalahan atau mencapai tujuan komunitas itu sendiri, kapasitas komunitas juga bertujuan untuk mengelola dan melaksanakan tanggung jawab untuk mengembangkan komunitas ke arah yang lebih baik dan masih minimnya digital marketing dalam promosi wisata desa Kunjir.

Pengembangan komunitas tentu memerlukan strategi dalam pelaksanaan pembangunan desa wisata Kunjir, yang memanfaatkan kapasitas sumber daya lokal dan nilai-nilai budaya setempat, melibatkan komunitas atau masyarakat untuk memecahkan masalah pengembangan potensi wisata di desa, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dasar, mendukung keterlibatan kelompok marginal dalam aktivitas ekonomi menuju desa wisata unggul dan berdaya saing. Demikian halnya dengan *digital marketing* desa wisata dalam rangka membangun ekonomi kreatif bidang pariwisata oleh karena mayoritas masyarakat pada umumnya yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata, adalah lemahnya pemahaman dan aplikasi dalam strategi pemasaran dan penggunaan metode pemasaran yang efektif dan tepat untuk mempromosikan desa wisata. Digitalisasi yang berkembang tidak dipahami sebagai suatu peluang yang cukup efektif dalam memperkenalkan desa wisata yang dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital. (Susanti, 2020). Oleh karena itu kemampuan yang dimiliki oleh kelompok sadar wisata (*community capacity*) harus mumpuni dalam rangka mengelola dan melaksanakan tanggungjawab untuk pengembangan desa wisata dan ekonomi kreatif.

Secara umum, permasalahan yang dihadapi dalam masih rendahnya kemampuan sumber daya manusia (SDM) dan kemampuan manajerial serta masih terbatasnya anggaran. Selain itu belum maksimalnya partisipasi masyarakat dan keterlibatan *stakeholder* terhadap pengembangan potensi pariwisata desa Kunjir ini. Dengan kata lain, meski telah berjalan selama sepuluh tahun namun sektor pariwisata masih belum mampu memberikan kontribusi ekonomi secara positif bagi masyarakat lokal setempat. Hal ini umumnya juga terjadi karena sejumlah kendala, seperti kekurangan sumber daya manusia yang berkualitas, rendahnya pengetahuan dan partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan desa wisata, minimnya promosi pariwisata yang dilakukan, pendanaan dari pemerintah yang terbatas, tidak ada target pasar, diversifikasi produk wisata yang cenderung sama dengan desa wisata lainnya, dan sebagainya (Situmorang, dkk : 2019).

Fakta lain juga diungkapkan oleh Nugroho dan Palguna (2016) yang menjelaskan bahwa minimnya partisipasi kalangan muda dalam pengelolaan desa wisata di disebabkan atas 3 faktor. *Pertama*, adanya konsepsi *ageism* oleh kalangan senior yang memandang kaum milenial terlalu muda, kurang mampu dan belum matang, serta masih terlalu emosional dalam pengelolaan desa wisata. *Kedua*, kaum muda/milenial kerap dibutakan dalam perangkap modernitas yang menawarkan kamufase dalam bingkai hidup konsumerisme. Sehingga, kaum milenial menjadi kurang percaya diri dalam mengaktualisasikan diri secara autentisitas berbasis kearifan budaya lokal karena mereka telah terbawa arus kapitalisme global. *Ketiga*, adanya kekeliruan dalam memaknai suatu pekerjaan. Kaum muda di desa cenderung memandang suatu pekerjaan sebagai ruang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi bukan sebagai wadah untuk berekspresi dan berkreaitivitas. Implikasinya, mereka lebih memilih untuk mencari pekerjaan ke kota daripada mengembangkan potensi ekonomi yang ada di desa. Hal ini tentunya terjadi karena kekeliruan tersebut yang telah menumpulkan kreativitas mereka. Realitas ini sangat disayangkan menimbang anggota kelompok sadar wisata yang mayoritas kaum milenial dianggap sebagai *cross-cutting actor* dengan stamina yang lebih prima, akrab dengan kecanggihan teknologi, menyukai tantangan dan hal-hal baru. Oleh sebab itu Tim pengabdian memberikan solusi perlu dilakukannya pendidikan dan pelatihan *community capacity* dan *digital marketing* bagi kelompok sadar wisata dalam pengembangan desa wisata berupa rekomendasi kebijakan bagi Desa Wisata Kunjir dalam mengatasi permasalahan terkait kemampuan/kapasitas kelembagaan kelompok sadar wisata serta terkait dengan digital marketing termasuk promosi dan pemasaran produk pariwisata. Pengabdian ini juga bertujuan untuk : membangun partisipasi masyarakat dalam pengelolaan desa wisata, secara khusus kaum muda/milenial desa, melalui prioritas kegiatan yang bertujuan meningkatkan keterampilan manajerial maupun pembinaan dalam pengelolaan usaha kepariwisataan, desa Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan lebih dari itu mendukung program Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif yakni memotivasi masyarakat untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan melalui perwujudan Sapta Pesona (aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan) melalui pengembangan pariwisata desa Kunjir

Dari analisis situasi yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi dan dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut :

- a. Rendahnya kapasitas kelembagaan kelompok sadar wisata desa Kunjir memiliki konsekuensi logis terhadap rendahnya tingkat kualitas pengelolaan wisata di desa Kunjir oleh karena itu akan dilakukan diklat peningkatan *community capacity* bagi kelompok sadar wisata termasuk diklat mengenai pemasaran produk/promosinya (*digital marketing*)
- b. Kelembagaan desa, kelompok sadar wisata (pokdarwis), kelompok pemuda akan lebih kuat jika didukung dengan personil yang mengerti dan memahami tugas-tugas pokok dan fungsinya tidak terkecuali kemampuan *managerial (managerial skill)*, kemampuan teknis (*technical skill*) dalam pengelolaan dan pengembangan potensi pariwisata desa Kunjir termasuk pemahaman tentang *digital marketing*
- c. Diperlukan tindakan nyata antara lain melalui pendidikan pelatihan bagi kelompok sadar wisata (pokdarwis) dan kelembagaan desa dalam rangka pengembangan potensi unggulan pariwisata Desa Kunjir termasuk promosi dan pemasaran produknya (*digital marketing*).

Kegiatan pengabdian ini memiliki beberapa tujuan, yaitu :

- a. Peningkatan kemampuan melalui pendidikan pelatihan dan pendampingan peningkatan kapasitas dalam rangka pengembangan pariwisata desa Kunjir Kabupaten Lampung Selatan
- b. Pengenalan dan pendampingan dari aspek manajerial (*managerial skill*) dan kemampuan teknis (*technical skill*) guna mempermudah kelembagaan kelompok sadar wisata bersama masyarakat desa wisata Kunjir mengembangkan potensi pariwisata melalui kegiatan pemberdayaan yang akan bermuara pada meningkatnya kesejahteraan masyarakat.
- c. Mendukung program Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif dan Pemerintah Kabupaten Lampung Selatan yakni *Sapta Pesona* (aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan). Oleh karena itu, program-program yang dirumuskan dan diimplementasikan harus senantiasa melibatkan masyarakat dengan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki sebagai salah satu upaya percepatan pengembangan potensi pariwisata Desa Kunjir termasuk pemasaran dan promosi produk-produknya (*digital marketing*)
- d. Publikasi jurnal nasional pengabdian masyarakat

Adapun kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki manfaat :

- a. Memberikan pengetahuan melalui pendidikan/pelatihan dan pendampingan pengembangan *community capacity/kapasitas komunitas* termasuk kegiatan promosi/pemasaran produk-produk unggulan (*digital marketing*), melalui penguatan kapasitas kelompok sadar wisata dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan *income* dan *kesejahteraan* masyarakat desa Kunjir.
- b. Agar promosi dan pemasaran Desa Wisata Kunjir Kecamatan Rajabasa semakin *viral*, kaum muda desa juga dapat mengundang para *youtuber*, *selebgram*, *travel vlogger*, *travel blogger*, ataupun seseorang yang memiliki 3F (*Followers, Fans, Friends*) untuk berkunjung ke desa mereka. Hal ini termasuk dalam bagian *digital influencer* yang merupakan salah satu strategi komunikasi oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Orang-orang tersebut nantinya akan mengunggah foto atau video mereka selama berada di desa wisata Kunjir dengan menyertakan komentar yang positif untuk membangun citra destinasi.
- c. Membangun kerjasama dengan mitra/*stakeholder*

2. METODE

Metode Dan Tahapan Dalam Kegiatan Ke Masyarakat :

- a. Metode dari aspek *kognitif* dimana Tim akan memberikan pengetahuan tentang peningkatan kapasitas melalui pendidikan dan pelatihan kepada kelompok sadar wisata Desa Kunjir, Kecamatan Rajabasa dan disesuaikan dengan tema kegiatan pengabdian ini yaitu Pemampudayaan Kelompok Sadar Wisata Melalui Pendidikan Dan Pelatihan Pengembangan Community Capacity Dan Digital Marketing Desa Wisata Dalam Rangka Membangun Ekonomi Kreatif Bidang Pariwisata
- b. Metode *FGD* dan *Advokasi* dimana Tim akan menghubungkan aspirasi dan inspirasi masyarakat Desa Kunjir khususnya anggota kelompok sadar wisata dengan pemerintah terkait dan para *stakeholder* yang *concern* terhadap program pengembangan pariwisata Desa Kunjir Kecamatan Rajabasa dalam rangka membangun ekonomi kretaif di bidang pariwisata Kabupaten Lampung Selatan
- c. *Monitoring dan Evaluasi* terhadap hasil kegiatan yang telah dilakukan. Tim berharap kegiatan ini terus berlanjut tidak terbatas 1 tahun kegiatan mengingat pentingnya tema yang di sampaikan.

Prosedur kerja untuk mendukung realisasi metode yang ditawarkan

Langkah awal, observasi dan kunjungan lapang Tim serta analisis kearifan lokal masyarakat setempat berkaitan rencana pelaksanaan kegiatan

Langkah kedua, pendidikan dan pelatihan.

Langkah ketiga, mengadakan *FGD* dan ekspose kegiatan

Langkah keempat, rekomendasi kebijakan kepada Pemerintah Kabupaten Lampung Selatan dan *stakeholder* yang *concern* terhadap pengembangan potensi unggulan pariwisata Desa Kunjir secara berkelanjutan

Pihak-pihak yang terlihat dalam dalam kegiatan pengabdian Unggulan Universitas Lampung.

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Lampung melalui surat tugas nomor 2430/UN26/PN/2023 pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan
2. Tim Pengabdian yang berasal dari Universitas Lampung
3. Tim Pendukung kegiatan yang berasal dari mahasiswa 2 orang, alumni 1 orang, staf/administrasi 1 orang,
4. Aparatur Desa Kunjir beserta jajarannya, Kelompok Sadar Wisata Pemuda/karang taruna (15 orang), Fasilitator Lapang 1 orang, serta *stakeholder*.

Jumlah khalayak sasaran antara ini adalah 20 orang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Desa Kunjir Kecamatan Rajabasa, Lampung Selatan

Desa Kunjir berada di Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan memiliki jarak yang cukup dekat dengan Gunung Anak Krakatau. Desa pesisir pantai tersebut memiliki luas administratif 705 Ha tersebut memiliki potensi bencana erupsi, gempa tektonik hingga tsunami. Pada Desember 2018, Desa Kunjir di kawasan pesisir Lampung Selatan ini termasuk yang terkena dampak tsunami. Luas Pemukiman : 100 Ha/m² Luas Persawahan : 150 Ha/m² Luas Perkebunan : 439,75 Ha/m² Luas Pekarangan : 10 Ha/m² Luas Perkantoran : 0,25 Ha/m² Luas Kuburan : 0,5 Ha/m² Luas Prasarana umum lainnya : 4,5 Ha/m² ORBITASI : Jarak ke Ibu Kota Kecamatan : 7 Km Jarak ke Ibu Kota Kabupaten : 17 Km Jarak ke Ibu Kota Provinsi : 78 Km.

Desa Kunjir merupakan daerah pesisir Pantai dengan panjang pantainya 2200 meter yang mempunyai keindahan secara alami. Kondisi eksisting Desa Kunjir memiliki variasi kondisi fisik mulai dari daerah pesisir, daerah pertanian (sawah), daerah perkebunan, daerah permukiman, daerah perbukitan dengan kemiringan sedang hingga curam. Desa Kunjir terdiri atas 4 (empat) Dusun/RW dan 10 RT. Desa ini dihuni oleh 1980 jiwa penduduk dengan rasio penduduk perempuan 943 jiwa dan laki-laki 1037 jiwa yang terbagi dalam 577 Kepala Keluarga (KK). Mayoritas penduduk berasal dari Suku Lampung (92%), dan sebagian besar beragama Islam.

Dalam menjalankan Tugas Pokok dan Fungsi Perangkat Pemerintahan Desa Didasari dengan undang-undang Nomor ; 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, Peraturan Pemerintah Nomor ; 75 Tahun 2005 tentang Desa, serta Peraturan Daerah Kabupaten Lampung Selatan Nomor : 09 Tahun 2006 tentang Susunan Organisasi Pemerintah Desa, terdiri dari ; - Kepala Desa - Sekretaris Desa - Kepala Urusan, terdiri dari :

1. Kaur Pemerintahan
2. Kaur Pembangunan
3. Kaur Umum
4. Kaur Keuangan
5. Kaur Kesejahteraan Rakyat (Kesra) - Kepala Dusun

\

STRUKTUR ORGANISASI DESA KUNJIR



Sumber : Sejarah Desa Kunjir, 2023

Sesuai dengan Perda Kabupaten Lampung Selatan Nomor.09 Tahun 2006, tentang Susunan Organisasi Pemerintah Desa maka tugas Pokok dan Fungsi Aparat Pemerintahan Desa adalah sebagai berikut :

1. Kepala Desa Kepala Desa Mempunyai tugas ;
 - a. Menjalankan urusan rumah tangganya sendiri
 - b. Menjalankan urusan Pemerintah, Pembangunan baik dari Pemerintah maupun dari maupun Pemerintah Daerah dan Kemasyarakatan dalam rangka menyelenggarakan Pemerintah Desa termasuk Pembinaan ketentraman maupun ketertiban di wilayah kerja nya
 - c. Menumbuh serta mengembangkan semangat gotong royong masyarakat sebagai sendi utama pelaksanaan Pemerintah dan Pembangunan Desa.

2. Sekretaris Desa Sekretaris Desa berkedudukan sebagai unsur staf pembantu Kepala Desa dan memimpin sekretariat Desa nya sendiri, serta mempunyai tugas menjalankan administrasi Pemerintah, Pembangunan dan kemasayarakat di Desa serta memberikan pelayanan administrasi kepada Kepala Desa.
3. Kepala Urusan Kepala Urusan (Kaur) berkedudukan sebagai unsure pembantu Sekretaris Desa dalam bidang tugasnya. serta mempunyai tugas menjalankan kegiatan Sekretaris Desa dalam bidang tugasnya.
4. Kepala Dusun Kepala Dusun (Kadus) berkedudukan sebagai unsure pembantu Kepala Desa dalam menyelenggarakan di wilayah Dusun masing-masing dan bertugas melaksanakan perintah Kepala Desa dan menjalankan tugas administrasi di dusun masing-masing.

Mata pencaharian penduduk umumnya (73 %) sebagai petani dan 8 % penduduk bekerja menjadi nelayan. Hasil pertanian/perkebunan antara lain padi, jagung, pisang, kelapa, durian, rambutan, sayuran. Hasil perikanan Desa Kunjir dengan hasil tangkapan nelayan dengan cara tradisional. Beberapa diantaranya merupakan hasil budidaya ikan air tawar seperti nila, lele, gurame, bawal. Sarana Pendidikan yang ada di Desa Kunjir antara lain 1 (satu) PAUD, 2 (dua) Sekolah Dasar Negeri, 1 (satu) SMP Negeri dan 1 (satu) SMA Negeri (Gambar 3). Potensi masyarakat yang sebagian besar adalah penduduk asli Lampung menjadi kekuatan Desa Kunjir untuk dikembangkan sebagai Desa Wisata berbasis kearifan lokal. Tingkat Pendidikan masyarakat yang relatif masih rendah perlu dikembangkan melalui pendidikan ketrampilan hidup (*life skill*) melalui jalur formal maupun non formal. Disamping itu Desa Kunjir membutuhkan sumber-sumber ekonomi baru seperti pariwisata dan kelautan, karena ketersediaan lahan pertanian yang terbatas. Pengembangan Wisata Geopark yang mendukung konsep pengembangan Desa Wisata Tangguh Bencana menjadi penting dalam pengembangan wisata Desa Kunjir untuk jangka panjang, karena menekankan aspek konservasi dan pemberdayaan masyarakat. Desa Kunjir memiliki potensi geopark yang merupakan bagian dari situs Krakatau-Way Kambas.

Desa Kunjir yang memiliki variasi kondisi fisik mulai dari daerah pesisir, daerah pertanian (sawah), daerah perkebunan, daerah permukiman, daerah perbukitan dengan kemiringan sedang hingga curam. Masing-masing kawasan yang terbagi dalam 10 RT memiliki konsentrasi lahan terbangun mendekati pesisir pantai dimana dekat dengan jalan pesisir sebagai akses utama menuju Desa Kunjir.

- a. Kawasan permukiman terpadat berada pada RT 02, RT 04, RT 05, RT 06, RT 07. Permukiman penduduk merupakan rumah permanen dengan konsentrasi permukiman mendekati Jalan Pesisir selebar 7 meter (dua jalur). Area jalan lingkungan beberapa merupakan jalan setapak yang sebagian besar mengarah ke perbukitan. Kawasan Hunian Tetap (HUNTAP) berada di lokasi RT 02.
- b. Kawasan pelayanan publik dan fasilitas umum terdapat di RT 02, RT 04, RT 05 seperti sekolah, PAUD, kantor desa, puskesmas. Lokasi SDN 2 Kunjir di RT 05 merupakan pemindahan dari lokasi sebelumnya yang rusak terkena tsunami pada 2018 di RT 10.
- c. Kawasan perdagangan komersial seperti toko, minimarket, warung makan berada di Jalan Pesisir. Beberapa bangunan komersial membelakangi pantai yang sangat beresiko bencana, disamping itu juga belum tertata dengan konsep “waterfront”.
- d. Kawasan pertaniandan perkebunan berada tersebar, namun untuk lahan sawah terdapat di RT 01, RT 05, RT 06, RT 07 dan RT 09. Sementara untuk perkebunan tersebar hingga ke arah perbukitan Gunung Rajabasa, karena terbatasnya lahan.
- e. Kawasan wisata alam terdiri dari wisata pesisir pantai dimana dibangun beberapa pondok-pondok untuk warung makan di RT 02. Di beberapa titik juga ditemukan dermaga untuk nelayan. Potensi kawasan wisata alam juga terdapat di perbukitan RT 02 yaitu Air Terjun Cecak dan Sumber Air Panas yang belum dikembangkan.
- f. Kawasan budidaya ikan air tawar seperti nila, lele, gurame, bawal berada di RT 02 dan RT 03, budidaya perikanan masih tradisional dengan teknologi yang sederhana.
- g. Kawasan sempadan pesisir pantai berupa jalur pedestrian tepian pantai atau disebut promenade yang berada di beberapa lokasi tepian pesisir di RT 02, RT 03, RT 04, RT 05 hingga RT 06. Namun promenade tersebut tidak terhubung sehingga dapat dikatakan kurang layak, kondisi promenade yang cukup baik ada di RT 02 tepatnya di sekat pondok-pondok makan dan tugu tsunami.

Promenade biasanya berada di sekitar tepi air untuk pejalan kaki berjalan sekaligus menikmati pemandangan sehingga konsep dari promenade sebagai jalur pedestrian dengan mempertimbangkan kondisi eksis tepian pesisir.

- h. Ruang terbuka hijau terdapat beberapa lahan kosong baik di tepian pesisir maupun berupa lapangan. Pada kawasan ini juga terdapat beberapa ruang terbuka di tepian pesisir seperti pada RT 05, RT 08, RT 09 dan RT 10. Lapangan terdapat di beberapa titik seperti di kawasan sekolah (SMAN 1 Rajabasa, SMPN 1 Rajabasa, SDN 1 Kunjir, SDN 2 Kunjir dan bekas bangunan SDN 2 Kunjir. (Monografi Desa Kunjir, 2020)

Realisasi Kegiatan

1.1 Waktu dan Tempat Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 7 Juni 2023 bertempat di tepi pantai Desa Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan. Kegiatan ini mengambil tema : *Pemampudayaan Kelompok Sadar Wisata Melalui Pendidikan dan Pelatihan Pengembangan Community Capacity Dan Digital Marketing Desa Wisata Dalam Rangka Membangun Ekonomi Kreatif Bidang Pariwisata* Waktu yang dibutuhkan untuk pelaksanaan kegiatan ini dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, sampai pada penyusunan laporan kegiatan dan juga kegiatan evaluasi. Sementara itu pelaksanaan kegiatan pelatihan pengembangan community capacity dan digital marketing dilaksanakan dengan rincian sebagai berikut: sesi pertama menyangkut konsep (termasuk pre test), sesi kedua juga penyampaian konsep dan sesi ke tiga praktek, sesi ke empat post test untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terkait materi inti pelatihan yaitu *Pengembangan Community Capacity Dan Digital Marketing Desa Wisata Dalam Rangka Membangun Ekonomi Kreatif Bidang Pariwisata* Kegiatan ini dilaksanakan di tepi pantai desa Kunjir Kecamatan. Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan yang dihadiri langsung Kepala Desa Rio Imanda, S.H. M.H beserta jajaran, kelompok sadar wisata, badan usaha milik desa (bumdes), karang taruna dan tokoh masyarakat

Evaluasi Kegiatan

Hasil Pre Test dan Post Test

Pre test dan post test dilakukan untuk mengukur secara kuantitatif pengetahuan dan kemampuan peserta pelatihan sehingga dapat dilihat tingkat perubahannya dari sebelum dilakukan pelatihan dan setelah dilakukan pelatihan. Hasil *pre test* dan *post test* dapat dilihat pada tabel 3, berikut:

Tabel 2. Hasil Pre test dan Post test

No	Peserta	Nilai PreTest	Nilai PostTest	Persentase Kenaikan
1	Peserta 1	70	80	10
2	Peserta 2	70	100	30
3	Peserta 3	70	100	30
4	Peserta 4	60	100	40
5	Peserta 5	60	90	30
6	Peserta 6	70	100	30
7	Peserta 7	60	90	30
8	Peserta 8	70	90	20
9	Peserta 9	60	80	20
10	Peserta 10	70	90	20
11	Peserta 11	50	90	40
12	Peserta 12	70	80	10

13	Peserta 13	60	90	30
14	Peserta 14	50	70	20
15	Peserta 15	50	80	30
16	Peserta 16	60	90	30
17	Peserta 17	60	100	40
18	Peserta 18	50	90	40
19	Peserta 19	50	90	40
20	Peserta 20	60	90	30

Sumber: Diolah penulis (2023)

3.2 Analisis

Pelatihan dilakukan dengan muatan materi sebagai berikut.

Tabel 3. Muatan materi pelatihan

1.	Nama Materi	:	1.Pentingnya Kapasitas Kelembagaan Kelompok Sadar Wisata Dalam Kebijakan Pengembangan Desa Wisata
	Pertemuan ke -	:	1
	Waktu Penyampaian	:	2 jam
	Metode Penyampaian	:	FGD, Ceramah, Diskusi dan Simulasi
	Sarana	:	LCD in Focus dan Papan Tulis
2.	Nama Materi	:	2. <i>Digital Marketing</i> dan Promosi digital berbasis <i>viral marketing</i> Desa Wisata
	Pertemuan ke -	:	2
	Waktu Penyampaian	:	2 jam
	Metode Penyampaian	:	Ceramah, Diskusi, dan Simulasi
	Sarana	:	LCD in Focus, Papan Tulis dan Peralatan Simulasi
3.	Nama Materi	:	3.Kelompok Sadar Wisata Sebagai <i>digital influencer</i> Dalam Pengembangan Desa Wisata Kunjir Kabupaten Lam Sel
	Pertemuan ke -	:	3
	Waktu Penyampaian	:	2 jam
	Metode Penyampaian	:	Pendampingan dan Praktek
	Sarana	:	LCD in Focus dan Papan Tulis
4.	Nama Materi	:	4.Sinergitas <i>Stakeholder</i> Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Desa Kunjir Kab Lam Sel
	Pertemuan ke -	:	4
	Waktu Penyampaian	:	2 jam
	Metode Penyampaian	:	Ceramah, fgd, diskusi dan simulasi
	Sarana	:	LCD in Focus dan Papan Tulis
5.	Nama Materi	:	Sinergitas <i>Stakeholder</i> Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Desa Kunjir Kab Lampung Selatan
	Pertemuan ke -	:	5 dan ke 6
	Waktu Penyampaian	:	4 jam
	Metode Penyampaian	:	FGD, Ceramah, Praktek dan Simulasi
	Sarana	:	Alat Peraga, LCD in Focus dan Papan Tulis

Pelaksanakan kegiatan pengabdian Masyarakat di desa kunjir Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan. Dilakukan melalui beberapa aspek :

1. Aspek *kognitif* dimana Tim Pengabdi memberikan pengetahuan tentang pengembangan pariwisata, di awali dengan materi pendahuluan tentang Pentingnya Kapasitas Kelembagaan Kelompok Sadar Wisata Dalam Kebijakan Pengembangan Desa Wisata (peningkatan kapasitas, tugas pokok dan fungsi Kelompok Sadar Wisata (pokdarwis) sebagai garda terdepan pengembangan desa wisata) tentu saja didukung oleh peran aktif masyarakat desa Kunjir Kecamatan Rajabasa
2. Selanjutnya penyampaian materi inti yakni materi tentang *Digital Marketing* dan Promosi digital berbasis *viral marketing* dalam Pengembangan Desa Wisata. Materi disampaikan oleh Tim Pengabdi dari Universitas Lampung dan fasilitator, Kelompok Sadar Wisata Sebagai *digital influencer Dalam Pengembangan Desa Wisata Kunjir Kabupaten Lampung Selatan*, serta materi tentang *Sinergitas Stakeholder Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Desa Kunjir Kabupaten Lampung Selatan*. Penyampaian materi kegiatan dikemas melalui *Focus grup discussion* dan diskusi interaktif bersama peserta kegiatan. Diskusi berjalan menarik disertai dengan tanya jawab dengan peserta
3. Pendampingan kegiatan event-event pariwisata baik dari tim pengabdi maupun dari *stakeholder* dalam rangka mempromosikan secara intensif potensi pariwisata desa Kunjir dengan melibatkan peran serta masyarakat lokal tergabung dalam kelompok sadar wisata, karang taruna dan bumdes
4. *Advokasi* dimana Tim Pengabdian Masyarakat akan menghubungkan aspirasi dan inspirasi masyarakat Desa Kunjir khususnya yang tergabung dalam Kelompok Sadar Wisata dan karangtaruna dengan Pemerintah Kabupaten Lampung Selatan dan para *stakeholder* yang *concern* terhadap program pengembangan Desa wisata Kunjir ini, hal ini sesuai visi misi Bupati Kabupaten Lampung Selatan yang bertekad memajukan pariwisata Lampung Selatan

Secara umum dapat dikatakan bahwa kegiatan di Desa Kunjir yang dijalankan ini telah membawa peningkatan kemampuan dasar peserta secara kuantitatif dan “berhasil” mengingat pentingnya kegiatan ini dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan lokal maupun manca negara di Kabupaten Lampung Selatan.

Pemampudayaan Kelompok Sadar Wisata Melalui Pendidikan Dan Pelatihan Pengembangan Community Capacity Dan Digital Marketing Desa Wisata Dalam Rangka Membangun Ekonomi Kreatif Bidang Pariwisata

1. Semakin meningkatnya kapasitas kelompok sadar wisata dalam pengembangan wisata di Desa Kunjir melalui diklat pengembangan community capacity dan digital marketing dengan mendukung program ekonomi kreatif pariwisata Kabupaten Lampung Selatan sebagai salah satu tujuan destinasi wisata internasional, agar promosi dan pemasaran Desa Wisata Kunjir semakin *viral*, dengan mengundang para *youtuber*, *selebgram*, *travel vlogger*, *travel blogger*, ataupun seseorang yang memiliki 3F (*Followers, Fans, Friends*) dalam Nugroho, 2016, Putra, 2016, Anonim, 2017, Situmornang, 2019 untuk berkunjung ke desa mereka. Hal ini termasuk dalam bagian *digital influencer* yang merupakan salah satu strategi komunikasi oleh Kementerian Pariwisata. Orang-orang tersebut (milenial) nantinya akan mengunggah foto atau video mereka selama berada di desa wisata Kunjir dengan menyertakan komentar yang positif untuk membangun citra destinasi.
2. Kelembagaan desa, milenial/pemuda/anggota kelompok sadar wisata, karang taruna dan Bumdes Desa Kunjir bersama segenap masyarakat desa memahami peran, tugas pokok dan fungsinya sebagai ujung tombak pengelola wisata. *Kaum millenial* sebagai *cross cutting interpreters* (kelompok yang mampu bertemu dan diterima oleh semua pemangku kepentingan pariwisata baik di internal desa wisata maupun dengan pihak eksternal, seperti wisatawan, pemerintah daerah, pihak swasta (investor) maupun kelompok kepentingan tertentu. Karena dapat diterima oleh semua pihak, kaum millenial juga memiliki peran sebagai sang penafsir (*interpreter group*) melalui diklat pengembangan community capacity.

3. Kaum muda yang tergabung dalam Kelompok sadarwisata (pokdarwis) dan karang taruna Desa wisata Kunjir memiliki semangat tinggi untuk memajukan area wisata Desa Kunjir yang beberapa tahun yang lalu terdampak tsunami yang cukup parah.

Peningkatan kemampuan dasar peserta secara kuantitatif mempunyai tujuan:

1. Dikuasainya kemampuan teknis (*techniccal skill*) dan manajerial (*managerial skill*) untuk mengkoordinasi dan mengintegrasikan kepentingan dan kegiatan organisasi dalam memahami aspirasi dan kebutuhan masyarakat
2. Dikuasainya kemampuan teknis (*techniccal skill*) dan manajerial (*managerial skill*) bagi kaum milenial khususnya untuk membantu pemasaran hasil product berupa aneka olahan berbahan hasil laut (aneka olahan berbahan dasar ikan) yang telah ditekuni selama ini dalam rangka meningkatkan *income*/pendapatan
3. Pengembangan area wisata desa Kunjir didukung oleh Pemerintah Kabupaten Lampung Selatan melalui Dinas Pariwisata, DPRD dan dari stakeholder lainnya



Gambar 2. Pemateri memberikan pelatihan



Gambar 3. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Kunjir

Sebelumnya, Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat di ini diawali dengan pre test dan post test. Berdasarkan hasil pre test dan post test yang dilakukan, peningkatan terendah sebesar 10% dan yang tertinggi sebesar 40%. Namun dapat dikatakan bahwa kenaikan terendah ini disebabkan karena pada intinya pengetahuan dasar peserta sudah mencukupi sehingga meskipun persentase kenaikan kecil tetapi nilai cukup besar yaitu 80 dari nilai awal 70. Sedangkan kenaikan tertinggi terjadi sekitar 40% dari nilai awal 60 menjadi 100 karena peserta sudah mengetahui tugas, pokok dan fungsi sebagai kaum muda yang tergabung dalam keanggotaan kelompok sadar wisata, Karang Taruna dan Bumdes dalam pengembangan pariwisata Desa Kunjir melalui uji pre test dan post test yang dilakukan. Pengembangan produk wisata melalui aneka keterampilan yang mereka miliki dengan menghasilkan olahan berbahan dasar ikan dan beberapa produk unggulan yang mereka jual antara lain rengginang sefood, kerupuk kemplang, aneka pisang sale dan kudapan lainnya serta mereka menyadari tentang pentingnya *website dan Instagram* dalam mendukung perkembangan desa wisata Kunjir dan setelah mengikuti pelatihan ini, peserta mampu meningkatkan pengetahuan dan kapasitasnya, sehingga nilai yang diperoleh dari menjadi 100

Dengan demikian, pelaksanaan pelatihan di Desa Kunjir Kecamatan Rajabasa ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas peserta pelatihan khususnya kaum muda menjadi kelompok sasaran kegiatan ini dalam rangka optimalisasi pengembangan potensi pariwisata unggulan Desa Wisata Kunjir yang akan bermuara semakin meningkatnya kesejahteraan masyarakat dengan semakin majunya usaha ekonomi kreatif seiring meningkatnya kunjungan wisatawan ke Desa Kunjir.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Semakin meningkatnya kapasitas kelembagaan desa khususnya kelompok sadar wisata sebagai garda terdepan dalam pengembangan wisata di Desa Kunjir melalui pelatihan yang mengambil tema *Pemampudayaan Kelompok Sadar Wisata Melalui Pendidikan Dan Pelatihan Pengembangan Community Capacity Dan Digital Marketing* Desa Wisata Dalam Rangka Membangun Ekonomi Kreatif Bidang Pariwisata. Dengan dilaksanakannya kegiatan ini diharapkan desa Kunjir menjadi salah satu tujuan destinasi wisata nasional, melalui promosi dan pemasaran Desa Wisata Kunjir yang semakin *viral*, dengan mengundang para *youtuber*, *selebgram*, *travel vlogger*, *travel blogger*, ataupun seseorang yang memiliki 3F (*Followers, Fans, Friends*) untuk berkunjung ke desa mereka. Hal ini termasuk dalam bagian *digital influencer* yang merupakan salah satu strategi komunikasi oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI (Achyunda, Reva, 2017 dan Andini, Natasya, 2019). Kelompok masyarakat tersebut khususnya kaum muda nantinya akan mengunggah foto atau video mereka selama berada di desa wisata Kunjir dengan menyertakan komentar yang positif untuk membangun citra destinasi.
2. Kemampuan analisis peserta ini secara singkat dapat ditingkatkan terutama dalam aspek kognitif dan efektif. Secara kognitif rata-rata mengalami kenaikan tertinggi sekitar 40% dari kemampuan dasar peserta
3. Antusiasme dan semangat peserta pelatihan merupakan salah satu indikator bahwa pelaksanaan kegiatan bisa dikatakan “berhasil” dan adanya keinginan untuk tetap dilanjutkan di tahun yang akan datang tentu saja dengan tema yang berbeda sesuai kebutuhan masyarakat desa Kunjir

Saran/rekomendasi yang penting dari kegiatan ini adalah : Dalam evaluasi kegiatan beberapa masukan yang dapat dijadikan gagasan kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya, diantaranya;

- 1) Kegiatan dengan tema serupa hendaknya lebih sering diadakan dengan harapan pengetahuan masyarakat khususnya bagi kelompok sadar wisata dalam pengembangan desa wisata terkait pentingnya kolaborasi/ kemitraan dengan berbagai aktor

- 2) Perlunya dukungan dari Pemerintah Kabupaten Lampung Selatan agar memberikan kesempatan kepada kelompok sadar wisata untuk mengikuti berbagai pelatihan di daerah tujuan wisata lainnya dengan harapan dapat mempelajari kesuksesan daerah wisata tersebut dalam mengembangkan desa wisata.
- 3) Perlunya inisiasi kerjasama yang sinergis dengan kalangan bisnis yang membantu pemasaran produk-produk pariwisata Perlunya bimbingan dan pendampingan secara berkelanjutan bagi kelompok sadar wisata (pokdarwis) dan karang taruna dalam rangka pengembangan potensi pariwisata Desa Kunjir terutama terkait dengan digital marketing dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif Desa wisata Kunjir termasuk pemasaran dan promosinya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang tinggi penulis sampaikan kepada:

1. Yth, Rektor Universitas Lampung cq LPPM Unila, Dr.Habibullah Jimad dan jajaran yang telah berkenan mengalokasikan anggaran untuk kegiatan pengabdian masyarakat unggulan ini
2. Dekan Fisip Universitas Lampung, Wakil Dekan beserta jajaran
3. Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fisip Universitas Lampung, Ketua Jurusan/bagian Hukum Tata Negara Fakultas Hukum Unila, Tim pelaksana kegiatan termasuk fasilitator, staf dan mahasiswa pendamping serta tenaga administrasi
4. Aparat Desa Kunjir pimpinan bapak Rio Imanda S.H. M. H, kelompok sadar wisata, bumdes, pemuda/millennial dan karang taruna yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Achyunda, Reva, Roro Retno Eva, Itca Istia Wahyuni. 2017. Narasi sebagai Strategi Vira Marketing pada Akun Foodstagram @Makanpakereceh. E - Proceeding of Management Volume 4 Nomor 2, Halaman 1950-1958. Bandung : Telkom University.
- Andini, Natasya Putri, Suharyono, Sunarti. 2019. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2016 yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Volume 11, Nomor 1, Halaman 1-6. Malang : Universitas Brawijaya.
- Kagungan, Dian. Yulianti, D 2019. The Synergi among stakeholder to develop Pisang Island as marine tourism: The case of underdevelop area. Jurnal Masatyarakat Kebudayaan dan Politik UNAIR vol 2/2019
- Kagungan, D. Meutia, I. 2020. Governments Approach on Marine Tourism Industry Policy. International Journal Research in Bussines and Social Science IJRBS VOL 9 NO 7 SPECIAL ISSUE ISSN: 2147-4478
- Putra, Yanuar Surya, 2016. Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi. Jurnal Among Makarti 9 (18) : 123 – 134.
- Rosalia, Kagungan, Karomani, Gustina, Anna. 2020. Prospective Study of The Tourism Industry Strategy in The New Normal Era. Journal Of Entrepreneurship (print ISSN: 1099-9264, on line ISSN: 1939-4675) Volume 25 Issue 2

Rosalia, Kagungan, Dian 2021. Genpy'S Strategy In The Development Digital Tourism Destination In Lampung Province. *Jurnal Sosiohumaniora: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Padjadjaran*, Volume 23 No 2 Tahun 2021,

Rosalia, Kagungan, 2022. Millennials as Cross-Cutting Interpreters on Village's Tourism Development Policy in Lampung Province, *International Journal of Sustainable Development*, Serial: 1743-761

Situmorang, Fransisco, Narraya Narottama, 2019 *Peran Kaum Millenial Dalam*

Pengembangan Digital Nomadic Tourism Sebagai Badan Usaha Milik Desa : Studi kasus di Desa Wisata Pelaga Kabupaten Badung, Bali

Zainal, Gustina, Karomani, Kagungan, Dian. 2021. The Communication Activities And Womens Roles In Rudat Culture Based On Adat Law. *Journal of Legal, Ethical And Regulatory Issues*. Volume 24 Issues 7

Buku:

Anonim. 2017. *Pengembangan Desa Wisata : Desa Membangun Indonesia*. Disampaikan oleh Tim Percepatan Wisata Desa dan Kota : Jakarta.

Anonim. 2017. *The Urban Middle-Class Millenials Indonesia : Financial and Online Behavior*. Jakarta Selatan : PT Alvara Strategi Indonesia.

Sumber Internet

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020 *Sapta Pesona*

Profil dan Potensi Desa Wisata Kunjir Kabupaten Lampung Selatan, 2020