



Peningkatan Kapasitas Pengelola Desa Wisata melalui Pelatihan Manajemen dan Promosi Digital Berbasis Potensi Lokal

Muh. Hamzah¹, Fatimah Nur'aini², Umi Masruro³
^{1,2,3}Universitas Nurul Jadid, Indonesia

* Corresponding Author: hamzah@unuja.ac.id

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Article history Submit 03 Januari 2026 Revised 22 Januari 2026 Accepted 24 Januari 2026	<i>This community service program aims to enhance the capacity of tourism village managers through training in tourism management and digital promotion based on local potential in Gading Wetan Village, Probolinggo Regency. The program was implemented using a Participatory Action Research (PAR) approach, involving 32 participants consisting of village officials, tourism awareness groups (Pokdarwis), youth organizations, and local micro, small, and medium enterprises (MSMEs). Activities included needs assessment, tourism management training, digital promotion training, and assistance in creating promotional content. The results of this program showed a significant increase in participants' understanding and skills, reflected in the average pre-test score improvement from 42% to 81%. Participants are now able to manage digital media and independently produce promotional content, such as photos, videos, and destination descriptions. Additionally, this program contributed to the formation of a village creative team to ensure the sustainability of digital tourism promotion. Overall, the program has proven effective in enhancing the competitiveness of tourism villages, empowering the local community, and maximizing the utilization of local potential.</i>
Keywords: Tourism Village, Tourism Management, Digital Promotion	ABSTRAK
Kata Kunci: Desa Wisata, Manajemen Pariwisata, Promosi Digital	<i>Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelola desa wisata melalui pelatihan manajemen pariwisata dan promosi digital berbasis potensi lokal di Desa Gading Wetan, Kabupaten Probolinggo. Program ini dilaksanakan menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), dengan melibatkan 32 peserta yang terdiri dari perangkat desa, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), organisasi pemuda, serta pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kegiatan yang dilakukan meliputi identifikasi kebutuhan, pelatihan manajemen desa wisata, pelatihan promosi digital, serta pendampingan dalam pembuatan konten promosi. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta, tercermin dari peningkatan nilai rata-rata pre-test dari 42% menjadi 81%. Para peserta kini mampu mengelola media digital dan menghasilkan konten promosi secara mandiri, seperti foto, video, dan deskripsi destinasi. Selain itu, pengabdian ini juga berkontribusi pada terbentuknya tim kreatif desa untuk memastikan keberlanjutan promosi wisata berbasis digital.</i>

	<i>Secara keseluruhan, program ini terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing desa wisata, mendorong pemberdayaan masyarakat, dan memanfaatkan potensi lokal secara maksimal.</i>
--	---

1. Pendahuluan

Desa wisata di Indonesia, terutama yang memiliki potensi besar, masih menghadapi kendala serius dalam pengelolaan dan promosi digital (Bantenese et al., 2024). Padahal, desa wisata telah menjadi salah satu pilar strategis dalam pembangunan ekonomi lokal yang berbasis pada potensi dan kearifan lokal masyarakat. Program Gerakan Nasional Bangga Berwisata, yang diluncurkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2020, bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi desa, penciptaan lapangan kerja, dan pelestarian budaya melalui pariwisata berbasis masyarakat (Nurafifah et al., 2024). Desa Gading Wetan, yang terletak di Kabupaten Probolinggo, merupakan salah satu desa dengan potensi wisata besar. Namun, pengelolaannya masih bersifat konvensional dan belum didukung oleh sistem manajemen yang terstruktur serta strategi promosi berbasis teknologi digital (Andre et al., 2023). Hal ini menjadi hambatan utama dalam meningkatkan daya tarik wisata, terutama di era digital saat ini di mana informasi dan pemasaran sangat bergantung pada eksistensi media sosial, website, dan platform digital lainnya.

Banyak penelitian yang mengungkapkan bahwa pengelolaan yang baik dan promosi digital yang efektif sangat penting dalam meningkatkan daya saing desa wisata. (Junaid et al., 2022) menyebutkan bahwa keberhasilan desa wisata tidak hanya bergantung pada potensi alam dan budaya yang dimiliki, tetapi juga pada kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola dan memasarkan destinasi tersebut secara efektif. (Ilmu et al., 2013) menekankan bahwa digital marketing memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan promosi wisata, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Penggunaan platform digital seperti Instagram, Facebook, dan Google Maps kini menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam promosi destinasi wisata, terutama bagi desa yang ingin meningkatkan visibilitas dan menarik wisatawan di tengah persaingan yang ketat (Listyorini et al., 2021).

Pemilihan Desa Gading Wetan sebagai lokasi pelatihan didasarkan pada potensi besar yang dimilikinya untuk pengembangan desa wisata, serta kebutuhan mendesak dalam peningkatan kapasitas sumber daya manusia di bidang manajemen pariwisata dan promosi digital (Luh et al., 2021). Berdasarkan observasi dan wawancara awal dengan pemangku kepentingan

setempat, ditemukan bahwa meskipun desa ini memiliki potensi wisata yang sangat besar, pengelolaannya masih bersifat konvensional. Sebagai contoh, promosi destinasi wisata dilakukan melalui selebaran dan baliho yang terbatas pada area lokal, tanpa memanfaatkan media digital yang lebih luas jangkauannya. Selain itu, kesenjangan digital terlihat dari minimnya pemahaman masyarakat mengenai penggunaan media sosial, website, dan platform digital lainnya untuk mempromosikan desa wisata secara efektif. Hal ini menjadi masalah utama yang harus segera ditangani (Kusuma et al., 2022). KM ini difokuskan untuk memberikan pelatihan yang relevan dalam bidang manajemen wisata dan promosi digital, agar masyarakat Gading Wetan dapat mengelola dan mempromosikan potensi wisata mereka dengan lebih profesional dan berbasis teknologi (Rahmawati et al., 2025).

Kegiatan PKM ini melibatkan 32 peserta yang terdiri dari perangkat desa, anggota Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), pemuda Karang Taruna, pelaku UMKM, dan tokoh masyarakat setempat. Pemilihan peserta dilakukan berdasarkan keterlibatan mereka dalam aktivitas pariwisata lokal dan kesiapan mereka untuk berpartisipasi dalam pelatihan. Jumlah peserta yang terdiri dari 32 orang dipilih dengan mempertimbangkan kapasitas pelatihan yang dapat diakomodasi secara optimal, serta efektivitas pendampingan yang lebih intensif dan terfokus. Dengan jumlah yang terbatas, setiap peserta dapat mendapatkan perhatian dan bimbingan yang lebih mendalam selama pelatihan. Peserta yang dipilih mewakili berbagai elemen penting dalam pengelolaan desa wisata, seperti pengelola destinasi, pelaku usaha lokal, dan kelompok pemuda, sehingga dampak dari pelatihan ini diharapkan dapat menyebar luas ke seluruh elemen masyarakat desa. Konsep stakeholder engagement yang diacu dalam pemilihan peserta ini berfokus pada pentingnya melibatkan berbagai pemangku kepentingan yang memiliki peran langsung dalam keberlanjutan dan pengembangan desa wisata, guna memastikan keberhasilan program secara holistik (Jayanegara et al., 2023).

Kebaharuan dari PKM ini terletak pada kombinasi pelatihan manajemen desa wisata dengan promosi digital, yang khusus disesuaikan untuk desa wisata di daerah terpencil seperti Gading Wetan. Berbeda dengan program sejenis yang umumnya fokus pada pariwisata berbasis komunitas atau digital marketing di daerah perkotaan, program ini mengintegrasikan kedua aspek tersebut untuk menjawab kebutuhan spesifik desa wisata di daerah rural. Melalui pelatihan pembuatan konten digital (seperti foto, video, dan manajemen media sosial), peserta tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman

mendalam tentang cara menyesuaikan kekayaan budaya desa agar dapat dinikmati oleh audiens global. Pembentukan tim kreatif desa untuk melanjutkan promosi pasca-pelatihan memastikan bahwa dampak dari kegiatan ini dapat berlanjut dan menjadi model pengembangan desa wisata berbasis teknologi di masa depan.

2. Metode

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yang memungkinkan masyarakat desa untuk berkolaborasi dengan tim pengabdian dalam merancang, melaksanakan, dan menilai solusi. Pendekatan ini memastikan bahwa hasil dari program relevan dengan kebutuhan lokal dan dapat berkelanjutan setelah kegiatan selesai. (Aulia, 2022).



Gambar 1. Tahapan Metode Penelitian

Kegiatan dimulai dengan observasi lapangan dan wawancara dengan pemangku kepentingan desa untuk mengidentifikasi tantangan utama dalam pengelolaan desa wisata dan promosi digital. Berdasarkan hasil identifikasi ini, tim pengabdian merancang modul pelatihan dengan dua fokus utama: (a) manajemen desa wisata dan (b) promosi digital melalui media sosial dan platform digital lainnya (Wantoro et al., 2026).

Pelatihan dilakukan dalam bentuk sesi interaktif dan praktik langsung. Pendekatan learning by doing diterapkan agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan di lapangan. Setiap peserta didampingi oleh tim ahli yang memberikan bimbingan teknis (Suherlan et al., 2024).

Pada tahap implementasi, peserta langsung memproduksi konten promosi digital, seperti foto objek wisata, video profil desa, dan promosi produk UMKM

lokal. Konten yang dihasilkan diunggah ke platform digital yang telah diajarkan, dan akun media sosial resmi desa wisata dibuat untuk dikelola secara berkelanjutan (Aulia, 2022).

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Selain itu, observasi terhadap konten yang telah diproduksi dan feedback dari masyarakat lokal digunakan untuk merumuskan langkah tindak lanjut dan memastikan keberlanjutan program pengelolaan desa wisata berbasis digital (Wantoro et al., 2026) (Wang et al., 2024).

3. Hasil

Untuk mengukur efektivitas program, digunakan instrumen evaluasi berupa pre-test dan post-test. Instrumen ini disusun berdasarkan aspek kompetensi yang menjadi fokus kegiatan pengabdian, yaitu manajemen desa wisata dan promosi digital. Pre-test diberikan sebelum pelatihan untuk mengetahui kemampuan awal peserta, sedangkan post-test diberikan setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta.

Tabel 1. Kisi-Kisi Instrumen Pre-Test dan Post-Test

No	Aspek yang Diukur	Indikator
1	Pemahaman Konsep Desa Wisata	Memahami pengertian, karakteristik, dan prinsip desa wisata berbasis masyarakat
2	Manajemen Operasional Desa Wisata	Memahami perencanaan paket wisata dan pengelolaan layanan wisata
3	Strategi Promosi Digital	Memahami konsep promosi digital dan pemilihan media promosi
4	Produksi Konten Promosi	Memahami dasar pembuatan konten foto, video, dan desain promosi
5	Pemanfaatan Media Sosial	Memahami penggunaan media sosial untuk branding desa wisata

Hasil pengukuran berdasarkan kisi-kisi instrumen menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta pada seluruh aspek yang diukur. Nilai pre-test mencerminkan kondisi awal peserta yang masih memiliki keterbatasan pemahaman terhadap manajemen desa wisata dan promosi digital. Setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, nilai post-test menunjukkan peningkatan yang signifikan pada setiap aspek.

Tabel 2. Hasil Pre-Test dan Post-Test Berdasarkan Aspek Pengukuran

No	Aspek yang Diukur	Pre-Test (%)	Post-Test (%)	Peningkatan (%)
1	Pemahaman Konsep Desa Wisata	45	82	37
2	Manajemen Operasional Desa Wisata	40	78	38
3	Strategi Promosi Digital	41	83	42
4	Produksi Konten Promosi	39	80	41
5	Pemanfaatan Media Sosial	46	85	39
—	Rata-rata	42	81	39

Peningkatan nilai pada seluruh aspek menunjukkan bahwa program pengabdian memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas peserta, baik dalam hal keterampilan teknis maupun kreativitas. Aspek strategi promosi digital dan produksi konten promosi mengalami peningkatan paling signifikan, yang menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung efektif dalam meningkatkan keterampilan aplikatif peserta. Selain itu, peningkatan kreativitas peserta dalam menghasilkan konten promosi yang menarik juga menjadi indikator penting dari keberhasilan program ini. Peserta tidak hanya menguasai keterampilan teknis, tetapi juga mampu mengaplikasikannya untuk menghasilkan konten yang dapat meningkatkan daya tarik desa wisata.

Sementara itu, peningkatan pada aspek pemahaman konsep desa wisata dan manajemen operasional menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman yang lebih dalam mengenai pentingnya tata kelola yang baik dan berkelanjutan. Dampak ini tercermin dalam terbentuknya tim kreatif desa yang akan terus melanjutkan promosi digital, memastikan bahwa program ini memberikan manfaat jangka panjang. Dengan demikian, hasil pre-test dan post-test ini mengindikasikan bahwa pendekatan partisipatif yang diterapkan berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta kesiapan peserta dalam mengelola dan mempromosikan desa wisata secara profesional dan berbasis teknologi (Kusuma et al., 2022)

4. Pembahasan

Peningkatan tertinggi terjadi pada aspek strategi promosi digital dan produksi konten promosi. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung (*learning by doing*) efektif dalam meningkatkan keterampilan teknis peserta. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga mampu mempraktikkan secara langsung pembuatan

konten foto, video, dan desain promosi digital. Temuan ini sejalan dengan teori pendampingan yang menekankan pentingnya pemberian bimbingan langsung dan berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan praktis. Pendampingan yang dilakukan secara intensif selama dan setelah pelatihan memberikan dukungan yang diperlukan agar peserta dapat mengatasi tantangan dalam memproduksi konten digital yang efektif (Bantenese et al., 2024).

Pada aspek pemahaman konsep desa wisata dan manajemen operasional, peningkatan yang terjadi menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya tata kelola wisata yang terencana, terorganisir, dan berbasis partisipasi masyarakat. Pemahaman ini menjadi fondasi penting bagi pengelolaan desa wisata yang berkelanjutan, karena tanpa manajemen yang baik, potensi wisata yang dimiliki desa sulit dikembangkan secara optimal. Hal ini sejalan dengan konsep *community-based tourism* (CBT), yang menekankan peran aktif masyarakat lokal sebagai pengelola sekaligus penerima manfaat utama dari aktivitas pariwisata (Banjarangkan & Bakas, 2021). Selain itu, pendekatan pendampingan dalam manajemen desa wisata memberikan kesempatan bagi peserta untuk langsung terlibat dalam perencanaan dan implementasi, sehingga mereka dapat memahami dan mengelola kegiatan wisata dengan lebih efektif.

Selain peningkatan aspek kognitif dan keterampilan teknis, kegiatan ini juga berdampak pada aspek sosial, yaitu meningkatnya kesadaran kolektif peserta terhadap pentingnya kerja sama dan pembagian peran dalam pengelolaan desa wisata (Radit et al., 2021). (Radit et al., 2021). Terbentuknya inisiatif tim kreatif desa untuk mengelola promosi digital menunjukkan bahwa program ini tidak hanya berorientasi pada hasil jangka pendek, tetapi juga mendorong keberlanjutan pengelolaan wisata desa. Teori pendampingan menggarisbawahi pentingnya membangun kapasitas sosial dalam kelompok melalui kolaborasi yang terstruktur, di mana peran setiap individu dijelaskan dan dibagikan secara jelas untuk mencapai tujuan bersama (Ilmu et al., 2019). Dengan adanya tim tersebut, aktivitas promosi diharapkan dapat dilakukan secara konsisten dan terencana (Ilmu et al., 2019).

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menegaskan bahwa pelatihan manajemen dan promosi digital berbasis partisipatif merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan kapasitas pengelola desa wisata. Integrasi antara penguatan pemahaman konseptual, keterampilan teknis, dan keterlibatan aktif masyarakat menjadi faktor utama keberhasilan program. Pendekatan pendampingan yang berkelanjutan memberikan dampak yang signifikan dalam

memastikan keberlanjutan dan penerapan pengetahuan serta keterampilan yang diperoleh. Oleh karena itu, model pengabdian ini berpotensi untuk direplikasi pada desa wisata lain yang memiliki permasalahan serupa, dengan penyesuaian pada karakteristik dan kebutuhan lokal masing-masing desa (Junaid et al., 2022).

5. Kesimpulan

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) melalui pelatihan manajemen desa wisata dan promosi digital berbasis potensi lokal terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas pengelola Desa Wisata Gading Wetan. Peningkatan nilai rata-rata pre-test dari 42% menjadi 81% menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan partisipatif dan berbasis praktik mampu memperkuat pemahaman manajerial serta keterampilan promosi digital peserta secara signifikan.

Pelatihan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kompetensi individu, tetapi juga mendorong terbentuknya kesadaran kolektif dan inisiatif keberlanjutan melalui pembentukan tim kreatif desa. Dengan demikian, program ini dapat dijadikan model pengembangan kapasitas desa wisata berbasis teknologi digital yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat dan berpotensi direplikasi pada desa wisata lain dengan karakteristik serupa.

Refrensi

- Andre, B., Sinaga, G., Maqbullah, A., Suthanto, G. R., Aulia, T., Fadilah, P. S., & Muhaimin, I. (2023). *Pengembangan Digitalisasi Melalui Branding Wisata Di Desa Wisata Pekunden*. <https://doi.org/10.30640/abdimas45.v2i1.717>
- Aulia, D. H. (2022). *Hubungan Status Paritas Dan Pekerjaan Dengan Kejadian Anemia Pada Ibu Hamil Trimester Ii Di Pkm Purwokerto Selatan , Kabupaten Banyumas*. 0231, 217–226. <https://doi.org/10.55173/nersmid.v5i2.127>
- Banjarangkan, K., & Bakas, D. W. (2021). *Pengembangan Desa Wisata Berbasis*. 10(2), 101–105. <https://doi.org/10.24198/Dharmakarya.V10i2.33239>
- Bantenese, J. P. M., Cibuntu, E. D. I. D., Arifputri, A. N., Aziz, R. A., & Pradana, Y. (2024). *Digitalisasi Desa Wisata Melalui Pelatihan E-Marketing Di Desa Cibuntu*. 6, 47–54. <https://doi.org/10.30656/Ps2pm.V6i1.7893>
- Ilmu, S., Nagara, A., Ilmu, F., & Surabaya, U. N. (2019). *Peran Pemerintah Desa D Alam ... Peran Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata (Studi Di Desa Jurug Kabupaten Ponorogo)* Moch Yusuf Syaifudin Muhammad Farid Ma ' Ruf. 17–30. <https://doi.org/10.26740/publika.v10n2.p365-380>
- Ilmu, S., Negara, A., Publik, J. A., & Ilmu, F. (2013). *Pemberdayaan Masyarakat Desa*

- Hendrosari Pemberdayaan Masyarakat Desa Hendrosari Melalui Pengembangan Desa Wisata Lontar Sewu Rani Wahyuningsih Galih Wahyu Pradana. 125–127. <https://doi.org/10.26740/publika.v9n2.p323-334>
- Indonesia, U. I., Tertinggal, D., & Iskandar, A. H. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Desa Wisata Di Indonesia*: 8(4), 2291–2302. <https://doi.org/10.22500/sodality.v1i2.5929>
- Jayanegara, S., M, W. H., S, M. H., Husda, B. R., Rifqie, M., B, M. F., & Halim, M. B. (2023). *Pkm Pelatihan Penulisan Artikel Ilmiah Sebagai Kiat Sukses Untuk Menulis Pkm-Ai Dan Pkm-Gt Bagi Mahasiswa*. 1(2), 114–120. <https://doi.org/10.59562/teknovokasi.v1i2.135>
- Junaid, I., Dewi, W. O., Said, A., & Hanafi, H. (2022). *Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan: Studi Kasus Di Desa Paccekke , Kabupaten Barru , Indonesia Developing Sustainable Tourism Village : A Case Study At Paccekke Village , Barru Regency Of Indonesia*. 6(3), 287–301. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2022.6.3.287-301>
- Kusuma, P. A., Pascasarjana, S., Gadjah, U., Yogyakarta, M., Salindri, Y. A., Tinggi, S., & Ambarrukmo, P. (2022). *Of Tourism Pengembangan Potensi Wisata Di Desa Wisata Sidorejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo*. 5(1), 46–62. <https://doi.org/10.36594/jtec.v5i1.139>
- Listyorini, H., Aryaningtyas, A. T., Wuntu, G., & Aprilliyani, R. (2021). *Merintis Desa Wisata , Menguatkan Kerjasama Badan Usaha Milik Desa Dan Kelompok Sadar Wisata*. 6717, 67–74. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1076>
- Luh, N., Asti, P., & Suri, M. (2021). *Tata Kelola Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal Di Desa Tihingan Kabupaten Klungklung*. 01(01), 36–45. <https://doi.org/10.22334/jam.v1i1.5>
- Manggarai, K. (2022). *Pelatihan Pembuatan Website Desa Wisata Di Desa Wisata Meler ,*. 6(1), 108–115. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.7551>
- Nurafifah, S. A., Nurmandi, A., & Fridayani, H. D. (2024). *Peningkatan Digitalisasi Desa Wisata Melalui Branding Strategi Di Indonesia*. 6(2). <https://doi.org/10.36636/jogiv.v6i2.4661>
- Rahmawati, F., Bulantika, S. Z., Harisa, Z., Pratama, R., Ade, I., Agustina, I., Diskusi, G., Pkm, T., & Kepala, W. (2025). *Pkm Pelatihan Parental Control Smart Gawai , Pendampingan , Dan Sosialisasi Pemanfaatan Flipbook Matematika Bagi Wali Murid Di Sdit Fitrah Insani,*. 6(2), 271–281. <https://doi.org/10.24967/jams.v6i02.4550>
- Suherlan, H., Adriani, Y., Evangelin, B. C., & Rahmatika, C. (2024). *Keterlibatan Masyarakat Dalam Mendukung Program Desa Wisata : Studi Deskriptif Kualitatif Pada Desa Wisata Melung , Kabupaten Banyumas*. 9, 99–111. <https://doi.org/10.34013/Barista.V9i01.623>
- Sujana, B. J., Nursetiawan, I., Sujai, I., Galuh, U., & Wisata, D. (N.D.). *Digitalisasi Desa Dan Pengembangan Desa Wisata Di Kalurahan Sambirejo*. 159–164. <https://doi.org/10.51878/social.v5i3.6938>
- Wang, A., Zeng, Y., Zhang, W., Zhao, J., Gao, L., Li, J., & Zhu, J. (2024). N 6 - Methyladenosine - Modified SrpK1 Promotes Aerobic Glycolysis Of Lung

Adenocarcinoma Via Pkm Splicing. *Cellular & Molecular Biology Letters*.
<https://doi.org/10.1186/S11658-024-00622-5>

Wantoro, A., Fitratullah, M., & Fakhrurozi, J. (2026). *Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm) Peningkatan Profesional Bagi Pengurus Osis Pada Sma Negeri 1*. 3(2), 242–248. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i2.2163>