DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 10, No. 3 Juni 2026, Hal. 886-894
DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30217

A Training On Making Smart Posters for Kalano Community to Promote Local Tourism

Pelatihan Pembuatan Smart Poster Pada Komunitas Kalano Untuk Promosi Wisata Lokal

Ahmad Faizal[1], Sutoyo*[2], Aulia Ullah [3], Rifki Aulia [4], Zulfatri Aini[5], Dian Mursyitah[6], Fitri Hidayati[7]
[1,2,3,4,5,6,] Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
E-mail: sutoyo@uin-suska.ac.id[2],

Abstract
One of the nature-lover communities located in Kuok District, Kampar Regency, Riau Province, is the KPA Kalano. This community is actively involved in developing and promoting local tourism destinations, one of which is Lubuok Nginio. However, one of the main challenges faced by the community is the limited availability of promotional media, which has contributed to the low number of visitors to the tourist destination. As an effort to address this issue, the community sought to enhance its knowledge and skills in promotional media by adapting to technological advancements, particularly through the use of Smart Posters. This activity was conducted in the form of basic training on Smart Poster development, delivered by resource persons to 16 members of KPA Kalano as participants. The training results showed a significant improvement in participants' knowledge and understanding, reaching 100%, while participants' interest in continuing to the next stage of training increased by 91%. Therefore, the Smart Poster training program provided an opportunity for the KPA Kalano community to strengthen its tourism promotion media, which is expected to increase the number of visitors to the Lubuk Nginio tourist destination.

Keywords*: KPA Kalano, Smart Poster, promotion, training, Lubuk Nginio.*

Abstrak
Salah satu komunitas pencinta alam di Kecamatan Kuok kabupaten Kampar Provinsi Riau Bernama komunitas pencinta alam ((KPA) Kalano. Komunitas ini bergerak dalam mengembangkan serta mempromosikan wisata lokal salah satunya Lubuok nginio. Salah satu masalah yang dihadapi oleh komunitas ini adalah terbatas media promosi sehingga berdampak minimnya pengunjung ke lokasi wisata. Salah satu bentuk usaha yang dilakukan adalah meningkatkan wawasan komunitas dalam media promosi dengan menyesuaikan dengan kemajuan teknologi salah satunya menggunakan Smart Poster. Kegiatan ini berupa pelatihan dasar dalam pembuatan smart poster yang diberikan oleh narasumber dan KPA Kalano sebagai peserta yang berjumlah 16 orang. Hasil pelatihan dapat meningkatan wawasan, pengetahuan peserta sebesar 100% serta peningkatan minat ketahapan pelatihan selanjunya sebesar 91%. Dengan adanya pelatihan smart poster dapat memberikan ruang kepada komunitas KPA kalano dalam meningkatkan media promosi sehinggadapat meningkatkan jumlah pengunjung ke wisata lubuk Nginio

Kata kunci*: KPA Kalano, Smart Poster, Promosil, pelatihan, Lubuk Nginio.*

1. PENDAHULUAN

Salah satu Daerah yang berada di Kawasan Kecamatan Kuok Bernama Desa Merangin merupakan Desa kategori maju berdasarkan data yang diperoleh dari data Indeks Desa Membangun (IDM) kemendes dan permendes PDTT tahun 2022 dengan nilai IDM adalah 0.7481(*IDM*, 2026)(Kementerian desa PDTT, 2022). Salah satu daya tarik dari Desa ini disamping merupakan daerah perbatasan Kabupaten, Desa ini juga memiliki objek wisata lokal masyarakat setempat memberi nama objek wisata Air Terjun Lubuok Nginio. Lokasi wisata yang dekat dengan masyarakat serta dapat menggunakan transportasi jalur darat menyebabkan banyak pengunjung lokal maupun luar daerah bahkan luar Kabupaten datang ke lokasi ini untuk berwisata bersama keluarga menikmati pemandangan alam dan sejuknya Air Sungai Lubuok Nginio. Pengelolaan objek wisata lokal ini masih dikelola oleh warga setempat yang memiliki kebun yang berada

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30217

dilokasi di objek wisata dan juga dibantu oleh Komunitas pencinta alam yang bernama Komunitas Pencinta Alam (KPA) Kalano. (Amalia Hartiningrum et al., 2025)

Tentunya dengan adanya komunitas ini dapat membantu mempromosikan potensi wisata lokal sehingga dapat meningkatkan perekonomian warga setempat. Kemudian juga akan berdampak positif dalam menjaga dan melestarikan lingkungan sekitar. Terbatasnya media komunikasi komunitas(Kurniawan et al., 2022)(Fitriana & Priana, 2023) dalam mempromosikan wisata ini perlunya memaksimalkan media promosi(Karsinah et al., 2026). Salah satunya menggunakan media digital seperti canva(Romadoni et al., 2025)(Faerrosa et al., 2024)(Purwantiningsih et al., 2025)(Dewi Silvia et al., 2025), Smart Poster(Marsal et al., n.d.) serta media konten lainnya(Ramadhani & Mijiarto, 2024)(Wibowo et al., 2025). Selanjutnya disebabkan terbatasnya kemampuan komunitas dalam mengimplementasi teknologi internet of thing (IOT) dalam pembuatan smart poster maka diperlukan pendampingan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk program pelatihan dasar kepada komunitas pencinta alam Kalano yang ada di Desa Merangin(Ham et al., n.d.)(Romadoni et al., 2025)(Faerrosa et al., 2024). Dengan adanya pelatihan Smart Poster sebagai salah satu media promosi akan menjadi daya tarik tersendiri dalam melakukan promosi karena di dukung oleh teknologi Teknologi Augmented Reality sehingga memiliki animasi yang dapat ditampilkan dalam bentuk Smart Poster(Chopra & Addam, 2021). Beberapa Penelitian sebelumnya masih berfokus pada pelatihan konten digital secara umum, namun belum banyak yang mengkaji pengembangan smart poster interaktif berbasis komunitas sebagai media promosi wisata lokal yang dilakukan pada pengabdian ini sehingga pelatihan ini dapat mendukung program SDGs, khususnya tujuan 8 (pertumbuhan ekonomi) dan 11 (kota dan komunitas berkelanjutan).

2. METODE

Dalam desain atau kerangka pengabdian ini diperlukan kegiatan awal berupa survey lapangan dalam menentukan kondisi terkini dari objek atau lokasi pengabdian. Kegiatan survey akan memberikan gambaran terkini dari objek pengabdian sehingga memudahkan dalam merencanakan kegiatan strategis. Minimnya promosi objek wisata lokal(Suryani et al., 2025)(Akbari & Mathory, 2022) oleh komunitas menyebabkan jumlah wisatawan berkunjung tidak optimal. Untuk itu diperlukan pengembangan pengetahuan komunitas dalam meningkatkan promosi wisata lokal salah satunya menggunakan smart poster(Zulkhaeriyah et al., 2023)(Muhammad Luthfi Hamzah et al., 2022). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan teknologi menggunakan smart poster mampu memberikan peningkatan media promosi wisata termasuk wisata lokal. Namun hasil penelitian masih minim melakukan pelatihan untuk masyarakat bagaimana mengimplementasikan smart poster. Untuk itu dalam kegiatan penelitian ini akan melakukan pendampingan kepada masyarakat dengan melakukan pelatihan dasar dalam pembuatan smart poster.

Selanjutnya adalah tahapan pelaksanaan pengabdian. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian menggunakan metode pelatihan sebagai transfer Knowledge kepada komunitas dalam mendesign dan membuat smart poster menggunakan teknologi augmented reality sebagai upaya promosi menggunakan media digital selain menggunakan promosi melalui media sosial(C. D. Journal et al., 2025)(Adha et al., 2025)(A. Journal, 2016). Kegiatan pelatihan ditujukan kepada Komunitas Pencinta Alam (KPA) Kalano dan masyarakat yang berada dilokasi objek wisata yang berjumlah 16 orang dengan waktu pelatihan selama 1 hari dengan mendatangkan narasumber yang memiliki kepakaran dalam bidang pengembangan smart poster.

Kemudian metode pengabdian yang sesuai dalam program pengabdian ini Participatory Action Research (PAR)(Perz et al., 2022)(Cornish et al., 2023)(De Oliveira, 2023). Pemilihan metode ini disesuaikan dengan komunitas dengan melakukan penelitian dalam bentuk kolaborasi antara komunitas dengan dunia pendidikan tinggi dalam hal ini pengabdi yang berorientasi aksi dengan service learning untuk mendukung social efek demi terwujudnya keadilan sosial.

Tahapan akhir pengabdian ini adalah laporan evaluasi kegiatan pengabdian. Beberapa indikator yang digunakan dalam menentukan keberhasilan kegiatan pengabdian ini antara lain tercapainya tingkat realisasi kegiatan, kemudian adanya keberlanjutan program kegiatan ketahapan selanjutnya sehingga dapat dilanjutkan oleh penerima manfaat dalam ini Komunitas

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30217

pencinta alam (KPA) Kalano. Kemudian ditemukan temuan positif yang menjadi dampak telah dilaksanakannya kegiatan pengabdian dan kesesuaian antara waktu kegiatan dilakukan dengan rencana awal kegiatan tersebut dilaksanakan. Adapun metode evaluasi dalam kegiatan ini dengan menggunakan kuesioner pra dan pasca pelatihan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentunya penilaian keberhasilan terletak kepada beberapa unsur antara lain tingkat realisasi yang sesuai dengan program kegiatan. Selanjutnya juga didukung oleh kesesuaian jalannya program kegiatan dengan perencanaan awal kegiatan. Indikator berikutnya terletak kepada adanya keberlanjutan program ketahapan selanjutnya sebagai penerima program kegiatan dan berakhir dengan adanya temuan positif yang dihasilkan dalam selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Berikut ini merupakan hasil yang diperoleh dari kegiatan kepada masyarakat tentang pelatihan pembuatan smart poster pada komunitas kalano untuk promosi wisata lokal

1. Realisasi Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat tentang pelatihan pembuatan smart poster pada komunitas Kalano untuk promosi wisata lokal telah terealisasi dengan baik sesuai dengan tahapan pelaksanaan kegiatan yang diawali dengan melakukan survey lapangan ke lokasi wisata Lubuk Nginio dan berdiskusi dengan Komunitas Pencinta Alam (KPA) dilanjutkan dengan membangun komitmen bersama KPA Kalano terhadap pelaksanaan kegiatan serta menjelaskan bentuk kegiatan yang akan dilakukan dan diakhiri dengan kegiatan pelatihan dasar pembuatan smart poster untuk KPA Kalano. Adapun tahapan kegiatan dapat dilihat seperti gambar dibawah ini



Gambar.1 Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30217

Secara umum, berdasarkan hasil pelaksanaan mulai dari awal kegiatan pengabdian berupa survey awal ke lokasi pengabdian sampai dengan melakukan pelatihan dasar pembuatan smart poster telah terealisasi 100 % artinya semua tahapan kegiatan telah berhasil dilakukan. Berikut merupakan pelaksanaan kegiatan telah berhasil dilakukan seperti gambar dibawah ini



Gambar 2 Kegiatan Survey 1



DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30217

Gambar 3 Kegiatan Survey 2

Gambar 4 Kegiatan survey 3

Berdasarkan kegiatan survey lapangan diperoleh informasi bahwa minimnya promosi wisata lokal seperti air terjun Lubuok Nginio yang hanya terbatas kepada media social dan kurangnya minat pengunjung yang datang ke lokasi wisata dan hanya meningkat ketika waktu libur akhir pekan. Kegiatan selanjutnya adalah membangun komitmen bersama kemitraan antara pengabdi dengan objek pengabdian dalam hal ini KPA Kalano dengan melakukan koodinasi tekait metode pelaksanaan pengabdian yaitu melakukan pelatihan kepada anggota KPA Kalano dalam pembuatan smart poster. Setelah dilakukan kegiatan membangun komitmen bersama maka dilakukan tahapan berikutnya yaitu tahapan pelatihan dasar pembuatan smart poster untuk KPA Kalano seperti pada gambar berikut ini



Gambar 5 Pelatihan



Gambar *6* Kegiatan Pelatihan 2

2 Kesesuaian Jalannya program kegiatan dengan rencana awal

Dalam mengukur keberhasilan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat salah satu indikator yang digunakan adalah kesesuaian jalannya program kegiatan dengan perancangan

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30217

awal. Dalam kegiatan pengabdian ini merencanakan sebuah kegiatan pelatihan terhadap komunitas Kalano yang digunakan dalam menambah wawasan dan pengetahuan anggota KPA Kalano dalam membuat smart poster sehingga dengan adanya kemampuan dalam membuat smart poster tentunya akan menjadi daya tarik sendiri dalam mempromosikan wisata lokal yang tergabung dalam komunitas Kalano.

Untuk pelaksanaan kegiatan telah dilakukan pelatihan pembuatan smartposter dengan peserta terdiri dari anggota KPA Kalano dan ditambah dengan pengelola maupun pedagang serta petani yang berada pada lokasi objek wisata Lubuk Nginio yang berjumlah 16 orang. Untuk itu dengan melakukan pelatihan dan objek sebagai peserta adalah komunitas Kalano tentunya adanya kesesuaian antara jalannya program kegiatan dengan rencana awal. Berikut merupakan kegiatan pelatihan pembuatan smart poster.



Gambar 7 Penyampaian materi pelatihan oleh narasumber



Gambar *8* Peserta pelatihan

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30217

3. Prospek untuk kegiatan keberlanjutan masyarakat

Untuk menilai indikator keberhasilan dari aspek adanya prospek kegiatan keberlanjutan dalam kegiatan pengabdian ke tahapan selanjutnya menggunakan data hasil pengolahan data kuesioner yang diisi oleh peserta pengabdian. Berdasarkan hasil kuesioner menunjukkan bahwa pengabdian ini dapat berlanjut atau berkelanjutan dengan jumlah responden 91%. Sedangkan untuk kesediaan peserta dalam berpartisipasi atau mendukung keberlanjutan pengabdian ini 100 % peserta menyatakan bersedia..



Gambar 9 Keberlanjutan Program

4. Hal-hal positif yang muncul setelah kegiatan

Untuk indikator selanjutnya dalam mengukur keberhasilan pengabdian adalah adanya temuan hal hal positif selama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat. Berdasarkan informasi terkait pelaksanaan kegiatan pembuatan smart poster untuk komunitas Kalano ditemukan hal hal muncul setelah kegiatan antara lain :

1. KPA Kalano bersedia mengembangkan smart poster di Kecamatan Kuok dengan menambah jumlah objek dalam smart poster yang berjumlah 8 tempat wisata baru yang berada dalam kecamatan Kuok.
2. Adanya dukungan dari KPA Kalano dalam mengembangkan pemanfaatan smart poster sebagai sarana promosi wisata lokal.
3. Berdasarkan data dari responden menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif masyarakat karena akan menimbulkan minat masyarakat untuk peduli mempromosikan objek wisata serta memperkenalkan aplikasi yang memudahkan Masyarakat dalam mengakses wilayah objek wisata.
4. Kegiatan pengabdian ini berdampak kepada mudahnya memahami perkembangan teknologi.
5. Dengan adanya peningkatan promosi wisata melalui smart poster dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

4. EVALUASI KEGIATAN

Pada bagian ini merupakan kegiatan evaluasi terhadap kegiatan pelatihan smart poster untuk komunitas pencinta alam (KPA) Kalano. Dalam kegiatan evaluasi melakukan pengukuran menggunakan data primer berupa data kuesioner kepada peserta kegiatan dengan memberikan beberapa pertanyaan sebelum dan setelah melakukan pelatihan sehingga diperoleh informasi dampak dari kegiatan pelatihan. Adapun tujuan dari kegiatan pelatihan ini adalah menambah wawasan dan pemahaman peserta dalam memahami pembuatan dasar smart poster sebagai salah satu media promosi wisata lokal. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa adanya peningkatan

DOI: https://doi.org/10.31849/dinamisia.v10i3.30217

pemahaman peserta sebesar 100% artinya dari tidak mengetahui sampai memahami proses pembuatan dasar smart poster. Dalam penilaian yang lain dalam keberlanjutan program terdapat juga peningkatan sebesar 91 %, Data ini menunjukkan bahwa perlunya kegiatan ketahapan selanjutnya berupa implementasi smart poster yang memuat objek wisata lokal yang berada di Desa Merangin.

5. DISKUSI

Dalam tahapan ini merupakan hasil analisis terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian. Berdasarkan informasi data kueisoner secara keseluruhan kegiatan pelatihan dalam pengabdian ini telah berhasil dilakukan dan telah memenuhi semua unsur indikator keberhasilan kegiatan pengabdian seperti tingkat realisasi, kesesuaian jalannya program kegiatan serta adanya keberlanjutan program,. Kemudian kegiatan sudah berhasil meningkatkan pengetahuan peserta tentang bagaimana pembuatan dasar smart poster sebagai media promosi yang dibuktikan hasil kuisioner meningkat sebesar 100%.

6. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian tentang pelatihan pembuatan smart poster pada komunitas Kalano untuk promosi wisata lokal telah direalisasikan dengan baik yaitu dapat memberikan wawasan dan pengetahuan KPA Kalano dalam pembuatan smart Poster dengan peningkatan 100% serta peningkatan minat sebesar 91%. Kegiatan yang telah dilaksanakan telah sesuai dengan rencana awal yaitu melakukan pelatihan pembuatan smart poster. Hal lain ditemukan adanya prospek untuk keberlanjutan kegiatan yaitu KPA Kalano menginginkan penambahan objek pada smart poster terkait adanya tambahan lokasi objek wisata. Hasil kegiatan menemukan hal-hal positif dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian antara lain KPA Kalano bersedia mengembangkan smart poster di Kecamatan Kuok dengan menambah jumlah objek dalam smart poster yang berjumlah 8 tempat wisata baru yang berada dalam kecamatan Kuok serta adanya dukungan dari KPA Kalano dalam mengembangkan pemanfaatan smart poster sebagai sarana promosi wisata lokal. Berdasarkan data dari responden menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif masyarakat karena akan menimbulkan minat masyarakat untuk peduli mempromosikan objek wisata serta memperkenalkan aplikasi yang memudahkan masyarakat dalam mengakses wilayah objek wisata. Dengan adanya peningkatan promosi wisata melalui smart poster dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat .

DAFTAR PUSTAKA

Adha, M. M., Utami, R. K. S., Istiawati, N. F., & Wahyudi, A. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Budaya Lokal Oleh Remaja Melalui Pelatihan Branding Digital di Kawasan Wisata. *Kurnia Mengabdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(2), 99–107. https://doi.org/10.61476/6eynde11

Akbari, E., & Mathory, S. (2022). *Dampak Video Promosi Objek Wisata Pada*. *4*(2), 105–119.

Amalia Hartiningrum, K., Rohma, F., Hartiningrum, A., Louis Vernandia, A., Hanum Maf, N., Bramantyo, S., Fatkhan, A., Birrul, M. A., Amin Alkholidy, M., Nafis, M., Abdul Basith Thom, M., Ridho Cahyo, L., Alvarenno, B., Afandi, A., Eri Yulianti, F., Salsabila, E., & Nuriya, F. (2025). Artikel Nusantara Community Empowerment Review Strategi Pemuda dalam Membranding Wisata dengan Pelatihan Desain Komunikasi Visual Menggunakan Aplikasi Canva. *Ncer*, *3*(1), 118–123. https://journal.unusida.ac.id/index.php/ncer/

Chopra, S., & Addam, O. (2021). Towards an Ambient Smart City: Using Augmented Reality to Geospatially Filter the Right Airbnb via Artificial Intelligence. In *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics): Vol. 12797 LNAI* (pp. 472–489). https://doi.org/10.1007/978-3-030-77772-2_31

Cornish, F., Breton, N., Moreno-Tabarez, U., Delgado, J., Rua, M., de-Graft Aikins, A., & Hodgetts, D. (2023). Participatory action research. *Nature Reviews Methods Primers*, *3*(1), 34. https://doi.org/10.1038/s43586-023-00214-1

De Oliveira, B. (2023). Participatory action research as a research approach: advantages, limitations and criticisms. *Qualitative Research Journal*, *23*(3), 287–297. https://doi.org/10.1108/QRJ-08-2022-0101

Dewi Silvia, D. S., Salma, N., & Sekar Sari, M. (2025). Peningkatan Konten Promosi Wisata Way Tebing Cepa

dengan Menggunakan Canva. *Indonesia Journal for Community Service and Empowerment*, *1*(1), 27–30. https://doi.org/10.59966/tkzqpt35

Faerrosa, Lady, Pratama, A. A., & Qatrunnada, Q. (2024). Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing Desa Wisata Hijau Bilebante. *Dedikasi Pkm*, *5*(3), 676–684. https://doi.org/10.32493/dkp.v5i3.42938

Fitriana, R., & Priana, R. Y. S. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Media Digital Sebagai Media Promosi Bagi Pengelola Desa Wisata Di Kabupaten Lebak, Banten. *Jurnal Respon Komunitas Dan Pemberdayaan*, *1*(1), 42–48. https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jrkp/article/view/22328%0Ahttps://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jrkp/article/download/22328/11211

Ham, M., Nur, F., & Masruro, U. (n.d.). *Peningkatan Kapasitas Pengelola Desa Wisata melalui Pelatihan Manajemen dan Promosi Digital Berbasis Potensi Lokal*.

IDM. (2026). Kemendesa.

Journal, A. (2016). *A sian R esearch C onsortium Social Media Marketing (SMM) – A Strategic Tool for Developing Business for Tourism Companies*. *6*(5), 1030–1037.

Journal, C. D., Herikson, R., Pertiwi, M., Fahmitra, N. F., Yandri, S., Chidmahdjati, A. B., & Sosial, M. (2025). *Pelatihan Pembuatan Konten Promosi Media Sosial*. *6*(2), 1669–1673.

Karsinah, K., Femmithasari, N. I., & Satria, R. C. (2026). *Jurnal Bina Desa Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif sebagai Sarana Promosi pada Pengelola Wisata Pereng Puteh di Kelurahan Bandungan Pendahuluan*. *8*(1), 137–143.

Kementerian desa PDTT. (2022). *Nomor 80 Tahun 2022 Tentang Status Kemajuan Dan Kemandirian Desa Tahun 2022*.

Kurniawan, F. A., Hakim, M. L., & Alnashr, M. S. (2022). Digital Promotional Content Training to Increase Tourist Attraction. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan*, *22*(2), 301–320. https://doi.org/10.21580/dms.2022.222.13603

Marsal, A., Hamzah, M. L., & Anderjovi, S. (n.d.). *Ingénierie des Systèmes d ' Information Augmented Reality and NFC-Enabled Smart Posters for Enhancing Tourism in Riau Province*.

Muhammad Luthfi Hamzah, Astri Ayu Purwati, Sutoyo, Arif Marsal, Sarbaini, & Nazaruddin. (2022). Implementation of the internet of things on smart posters using near field communication technology in the tourism sector. *Computer Science and Information Technologies*, *3*(3), 194–202. https://doi.org/10.11591/csit.v3i3.pp194-202

Perz, S. G., Arteaga, M., Baudoin Farah, A., Brown, I. F., Mendoza, E. R. H., de Paula, Y. A. P., Perales Yabar, L. M., Pimentel, A. D. S., Ribeiro, S. C., Rioja-Ballivián, G., Peña, M. C. R., Sanjinez L., L. C., & Selaya G., N. G. (2022). Participatory action research for conservation and development: Experiences from the Amazon. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(1), 1–29. https://doi.org/10.3390/su14010233

Purwantiningsih, B., Arifin, N. N., Andriana, N., Rosyidah, A., Azizah, I., Purwantiningsih, B., Arifin, N. N., Andriana, N., Rosyidah, A., & Imroatul, E. (2025). *Canva untuk meningkatkan kreativitas remaja karang taruna dalam meningkatkan ekonomi kreatif desa tropodo krian sidoarjo pelatihan pengembangan media informasi berbasis*. *4*(02), 511–520.

Ramadhani, F. W. A., & Mijiarto, J. (2024). Pemberdayaan Masyarakat untuk Pengenalan Kampoeng Thengul Menggunakan Metode Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *7*(8), 7779–7790. https://doi.org/10.54371/jiip.v7i8.5618

Romadoni, M., Harinie, L. T., Girindraswari, N. A., Asang, D. B. B., & F, V. D. D. (2025). Digital Cultural Tourism Promotion Training as a Pillar of Creative Economy Village in Sei Gohong Village, Palangka Raya City. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *9*(2), 374–382. https://doi.org/10.31849/dinamisia.v9i2.23257

Suryani, N. N. D., Putra, I. K. A. M., & Wijaya, I. P. S. (2025). Sarana promosi objek wisata temesi waterfall di gianyar. *Jurnal Selaras Rupa*, *6*(2), 72–79. https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/selarasrupa/article/view/1793

Wibowo, S., Sasmita, K., Darmawan, D., & Irvansyah, A. (2025). *Pelatihan The Community Green Tourism Action Plan Bagi Kelompok Sadar Wisata Dalam Pengembangan Wisata Edukasi Berkelanjutan*. *2025*, 37–41.

Zulkhaeriyah, Pujiati, T., Romadloni, I. M., & Kurniyanto, I. R. (2023). Training on Making Digital Posters in English and Indonesian in Fishing Villages as an Effort to Develop Tourism Villages in Labuhan Village, Sreseh, Sampang, Madura. *Abdi Laksana*, *4*(3), 660–667. http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAL