



Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Desa Agro Wisata di Desa Menggala Lombok Utara

¹Sayu Kadek Jelantik, ²Rieka Yulita Widaswara, ³I Ketut Putu Suardana,
⁴Ni Putu Sasmika Dewi, ⁵Ni Nyoman Harnika, ⁶Ida Kade Suparta,
⁷I Kadek Dwi Jendra Panida

^{1,2,3,4,5} Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram

Email: 1) sayujelantik@gmail.com, 2) riekawidaswara@gmail.com,

3) ikp31suardana@gmail.com, 4) noviesuharta@gmail.com, 5) ninyomanharnika@gmail.com,

6) idasuparta5@gmail.com, 7) ikadekdwijendrapanida@gmail.com



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

Keywords:

Communication
Strategy, Agro
Tourism Village
Development

Abstract

The IAHN Gde Pudja Mataram Cultural and Religious Tourism Study Program is located in Manggala Village, North Lombok in 2022. This community service activity aims to provide training in developing the agro-tourism village they have. Attraction Manggala Village, which is in the middle of the Pusuk forest, is an agro-tourism area that has a special place in the hearts of tourists. The agro-tourism potential developed in Manggala Village, North Lombok Regency, utilizes natural resources and typical mountain plantations to be excellent in Manggala Village to be better developed into an agro-tourism village so that the implementation of an effective communication strategy with the media and utilizes the human resources involved in it. This research was conducted to examine communication strategies in the development of agro-tourism villages in Manggala Village, North Lombok. The purpose of this research is to analyze the communication strategy process for developing agro-tourism villages in Manggala Village, North Lombok. The method used in this research is descriptive qualitative with an expose facto approach and uses observation, interview, and documentation techniques to collect data. The results of research conducted in the community service program Undergraduate Cultural and Religious Tourism Study Program provide counseling on human resource development materials and Agro-tourism products and training on packaging agro-tourism products through digital media by conceptualizing plantation activities and products in the form of spices, sugar palm cultivation, and bamboo as well as training on the packaging of natural and cultural tourism products where there is an important element in the communication strategy process, namely the existence of communicators, namely the community and government as the driving force in developing an agro-tourism village in Manggala Village, North Lombok. The second element is the message that is conceptualized in the form of verbal and non-verbal messages that contain ideas that are

collaborated with noble values that exist in the community of Manggala Village, North Lombok, for example reading materials for planting types of plants that have economic value. The third element is the media used to package messages for agro-tourism products with digital media. The fourth element is shooting prospective tourists with clear targets so that the communication strategy implemented can work effectively.

Kata kunci:

Strategi
Komunikasi,
Pengembangan
Desa Agro
Wisata

Abstrak

Prodi Pariwisata Budaya dan Keagamaan IAHN Gde Pudja Mataram berlokasi di di Desa Manggala Lombok Utara pada tahun 2022. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dalam mengembangkan desa agro wisata yang dimiliki. Daya Tarik Desa manggala yang berada di tengah hutan Pusuk ini merupakan daerah agro wisata memiliki tempat khusus di hati wisatawan. Potensi agro wisata yang dikembangkan di Desa Manggala Kabupaten Lombok Utara memanfaatkan sumber daya alam dan perkebunan khas pegunungan menjadi primadona di Desa Manggala untuk dikembangkan lebih baik menjadi desa agro wisata sehingga penerapan strategi komunikasi yang efektif dengan media dan memanfaatkan sumber daya manusia yang terlibat didalamnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji strategi komunikasi pada Program penyuluhan dan pelatihan untuk pengembangan desa agro wisata di Desa Manggala Lombok Utara. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa proses strategi komunikasi untuk mengembangkan desa agro wisata yang terdapat di Desa Manggala Lombok Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan *expose facto* dan menggunakan teknik observasi partisipan, wawancara terstruktur, dan teknik dokumentasi dalam mengumpulkan data. Hasil penelitian yang dilakukan pada program pengabdian kepada masyarakat Prodi S1 Pariwisata Budaya dan Keagamaan memberikan penyuluhan tentang materi pengembangan SDM dan Produk Agro Wisata dan pelatihan pengemasan produk agro wisata melalui media digital dengan mengkonsepkan aktivitas dan produk perkebunan berupa rempah-rempah, budidaya aren, dan bambu serta pelatihan pengemasan produk wisata alam dan budaya dimana terdapat unsur penting dalam proses strategi komunikasi yakni adanya komunikator yakni masyarakat dan pemerintah sebagai penggerak dalam pengembangan desa agro wisata di Desa Manggala Lombok Utara. Unsur kedua yakni pesan yang dikonsepskan berupa pesan verbal maupun non verbal yang mengandung ide-ide yang dikolaborasikan dengan nilai-nilai luhur yang ada di tengah

masyarakat Desa Manggala Lombok Utara contohnya membacakan bahan-bahan untuk menanam jenis tanaman yang memiliki nilai ekonomis. Unsur ketiga media yang digunakan untuk mengemas pesan produk agro wisata dengan media digital. Unsur keempat yakni bidikan calon wisatawan dengan target yang jelas sehingga strategi komunikasi yang dilakukan dapat berjalan dengan efektif.

(Diterima : 08 Mei 2023, Direvisi : 15 Mei 2023, Diterbitkan : 15 Juni 2023)

PENDAHULUAN

IAHN Gde Pudja Mataram memiliki salah satu prodi unggulan yakni S1 Pariwisata Budaya dan Keagamaan melaksanakan pengabdian kepada masyarakat pada tahun 2022 di Desa Manggala Kabupaten Lombok Utara. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat rutin diagendakan setiap tahunnya dengan memberikan pembinaan atau pelatihan kepada masyarakat untuk mengembangkan sumber daya manusia dan potensi lainnya yang dimiliki oleh masyarakat. Pada tahun 2022 prodi S1 Pariwisata Budaya dan Keagamaan melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dengan tema desaku indah wargaku damai mengkonsepkan beberapa program pelatihan untuk mengembangkan potensi agro wisata yang dimiliki. Desa manggala dipilih sebagai lokasi pengabdian kepada masyarakat karena memiliki berada di tengah-tengah hutan pusuk yang dikelilingi perbukitan, dan sungai yang menjadi daya tarik. Daerah perbukitan dan hutan sangat cocok untuk perkebunan dengan segala jenis rempah-rempah, buah kelapa, dan aren menjadikan Desa manggala sangat tepat diberikan penyuluhan dan pelatihan dalam pengembangan desa agro wisata dengan menggunakan strategi komunikasi. Konsep Agro wisata adalah aktivitas wisata yang berupa produk alam dan produk cocok tanam sebagai produk wisatanya. Produk wisata pada agro wisata mengutamakan produk cocok tanam seperti perkebunan dan wisata alam hutan, bukit, dan sungai lahan pertaniannya maupun kekhasan budaya dan adat istiadat daerah yang memberikan kesan pada calon wisatawan.

Pada aktivitas agrowisata memiliki tujuan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, memberikan pengalaman dalam berekreasi dan sensasi bercocok tanam dan merasakan produk perkebunan seperti rempah-rempah. Daerah agrowisata jika dikembangkan akan memberikan manfaat yakni kontribusi konservasi lingkungan, meningkatkan penilaian terhadap keindahan alam, dan peningkatan aktivitas ilmiah dan mengembangkan ilmu pengetahuan, memberikan nilai rekreasi, dan meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat. Pada nilai manfaat untuk meningkatkan konservasi lingkungan dengan dukungan masyarakat yang telah memahami nilai-nilai konservasi yang sangat penting dalam pengembangan agro wisata sehingga dapat memberikan motivasi bagi masyarakat untuk selalu berpikir maju untuk masa depan pembangunan berkelanjutan. Penggunaan strategi komunikasi yang tepat untuk mewujudkan tujuan yang telah dirancang bersama. Strategi komunikasi yang dilakukan harus berdasarkan tahap perencanaan,

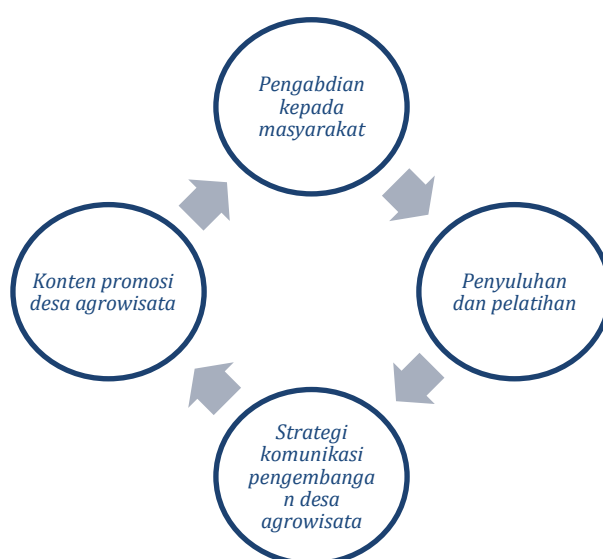
pelaksanaan, pemasaran, dan evaluasi. Dengan terjalinnya Komunikasi yang baik antar pihak yang terlibat akan menciptakan keharmonisan sosial dan pengembangan desa agro wisata dapat tercapai.

Cangara (2014) menjelaskan pengertian dari strategi komunikasi adalah perpaduan teknik yang baik dalam proses komunikasi dimana terdapat unsur-unsur penting pada proses komunikasi. Pertama komunikator, kedua pesan, ketiga saluran (media), keempat komunikan dan apa pengaruh (efek) yang diterima. Secara etimologi Strategi memiliki pengertian merencanakan kinerja yang baik untuk mencapai tujuan oleh karena itu kegiatan operasional dalam pelaksanaan strategi komunikasi harus sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat. Strategi Komunikasi yang menghasilkan sebuah keputusan yang akan dijalankan sesuai dengan apa yang telah direncanakan menyesuaikan dengan tujuan yang akan dicapai dan mengkonsepkan pesan atau informasi sebagai media pemasaran dan paling utama menganalisa khalayak sebagai penerima pesan. Mulyana (2014) menjelaskan asumsi terori lasswell yang berkaitan dengan strategi komunikasi yaitu : *Who, says what, in which Channel, To Whom dan With What Effect?* Asumsi teori Lasswell menjelaskan pada proses komunikasi dan fungsinya. Poin penting dalam pengabdian yang dilakukan berkaitan dengan asumsi Laswell untuk menjabarkan hasil penelitian pada proses komunikasi terdiri dari 3 poin, yakni: Pertama, pada proses komunikasi diterapkan tindakan memberikan penyuluhan kepada masyarakat tentang positif dan negatif pada pola operasional aktivitas agrowisata. Kedua, jalinan Kerjasama yang dilakukan untuk mendukung aktivitas agrowisata. Ketiga, kemampuan untuk mentransfer kemampuan untuk mengolah produk agrowisata. Program Pengabdian kepada masyarakat di Desa Manggala Lombok Utara terfokus pada pelatihan pada unsur penting dalam strategi komunikasi. Adapun unsur-unsur strategi komunikasi dalam pengembangan desa agro wisata yakni: menentukan *source* atau sumber informasi yakni komunikator; 2) mengkonsepkan pesan baik verbal maupun pesan non verbal; 3) menentukan media digital sebagai media penyampaian pesan; 4) penerima informasi dengan analisis khalayak. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa proses penyuluhan dan pelatihan strategi komunikasi dalam pengembangan desa agro wisata di Desa Manggala Lombok Utara.

METODE

Tim Pengabdian S1 Pariwisata Budaya dan Keagamaan diberikan SK penugasan oleh Rektor IAHN Gde Pudja Mataram. Tim terdiri dari 10 orang yang terdiri dari 7 orang dosen dan 3 orang mahasiswa. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan selama 5 hari dengan agenda penyuluhan dan pelatihan. Penyuluhan dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan masyarakat sebagai pengelola destinasi agro wisata. Metode kedua dilakukan pelatihan langsung dalam membuat video promosi sebagai media pemasaran destinasi agro wisata di Desa Manggala Lombok Utara. Pada pelaksanaan

pengabdian kepada masyarakat terbagi menjadi dua segmen yakni penyuluhan dan pelatihan. Penyuluhan akan membidik segmen dewasa, remaja, dan anak-anak dalam materi penyuluhan tentang etika komunikasi, menggali kemampuan budaya seperti menari, dan penerapan nilai moderasi beragama untuk pondasi kuat dalam menyambut para wisatawan dengan berbagai macam keyakinan dan kepercayaan, teknik pembuatan konten youtube sebagai media promosi dan dasar dalam pelatihan. Segmen kedua yaitu pelatihan, dalam pelatihan yang diberikan yakni membuat konten youtube sebagai strategi komunikasi yang digunakan untuk mengenalkan potensi agro wisata Desa manggala berdasarkan produk wisata tanaman yang menjadi produk utamanya.



Gambar 1. Diagram Alir Metode Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program penyuluhan dan pelatihan pada kegiatan Pengabdian kepada masyarakat prodi S1 Pariwisata Budaya dan keagamaan berjalan dengan lancar. Kegiatan yang dilakukan selama 5 hari berjalan efektif sesuai dengan agenda program penyuluhan dan pelatihan yang telah dikonsepkan. Program penyuluhan dan pelatihan tentang strategi komunikasi dalam pengembangan desa agro wisata di desa Manggala Lombok Utara terbagi menjadi dua kelompok yakni kelompok penyuluhan dan kelompok pelatihan kepada masyarakat. Berikut penyuluhan dan pelatihan yang dilakukan di Desa Manggala Lombok Utara:

1. Penyuluhan

Program penyuluhan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat membidik segmen dewasa dan anak untuk memberikan ilmu pengetahuan tentang bagaimana memanfaatkan lahan perkebunan menjadi produk agro wisata dengan berbasis budaya dan adat istiadat. Penyuluhan diberikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat

prodi S1 Pariwisata Budaya dan Keagamaan dengan materi sadar wisata dengan menggali potensi desa. Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan kepada masyarakat yang mendapat penyuluhan mengatakan bahwa materi yang diberikan sangat bermanfaat untuk mengembangkan lahan perkebunan menjadi produk agro wisata karena banyak hasil perkebunan rempah-rempah yang terkadang bernilai rendah di pemasok, dengan diberikannya penyuluhan ini masyarakat merasa nilai perkebunan yang menjadi produk agro wisata akan lebih bernilai. Proses penyuluhan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. Penyuluhan materi sadar wisata segmen dewasa



Gambar 3. Penyuluhan materi sadar wisata segmen anak-anak

Dari paparan data penyuluhan materi sadar wisata menunjukkan bahwa terjadi strategi komunikasi yang diterapkan untuk mengembangkan produk agrowisata di desa Manggala Lombok Utara sangat penting untuk dilakukan secara berkesinambungan karena praktek dari strategi komunikasi memiliki fungsi yang

ganda yakni fungsi yang dilakukan dengan *Planned Multi Media strategi* (makro) dan secara *single communication medium strategy* (mikro) (Effendy, 2000) menjelaskan bahwa dalam strategi komunikasi memiliki fungsi ganda yakni pertama Menyebarkan sebuah informasi yang merupakan pesan yang bersifat menyampaikan informasi, mempengaruhi, dan memberikan instruksi dilakukan secara terstruktur kepada masyarakat Desa Menggala sebagai sasaran untuk mendapatkan hasil maksimal. Fungsi kedua yaitu Menjadi jembatan "*cultural gap*" akibat dari kemudahan yang diperoleh dan operasional media massa yang dapat menunjang strategi komunikasi dan tidak menjadi perusak nilai-nilai budaya setempat tetapi menguatkan budaya dan adat sebagai produk wisata. Program Penyuluhan tim pengabdian kepada masyarakat diberikan untuk mengembangkan daerah agrowisata di Desa Menggala Lombok Utara akan memanfaatkan potensi alam dan hasil perkebunan berupa rempah-rempah, olahan aren, olahan karya seni dari bambu yang merupakan program pemberdayaan masyarakat Desa manggala berbasis pariwisata (*community based tourism*). Penyuluhan pada program Pemberdayaan masyarakat Desa Menggala dimaksudkan untuk mensejahterakan masyarakat di bidang pariwisata dengan pengembangan desa agrowisata yang melibatkan peran dan partisipasi masyarakat Desa manggala Lombok Utara. Program penyuluhan yang dilakuakn untuk meningkatkan potensi sumber daya manusia dan alam yang dimiliki oleh masyarakat akan terus dibina untuk terus menggali potensi wisata, dan daerah akan berkembang di bidang pariwisata.

Program pengabdian kepada masyarakat kedua yakni pelatihan yang diberikan kepada masyarakat segmen dewasa dan anak-anak. Adapun pelatihan yang diberikan yakni pelatihan penguatan budaya dan adat istiadat yakni keterampilan menari yang bisa menjadi produk wisata dalam menyambut para wisatawan. Pelatihan selanjutnya yakni terjun langsung ke perkebunan untuk mengkemas produk agro wisata dari hasil perkebunan yang terdiri dari rempah-rempah, gula aren, tuak manis, jambu monyet. Pelatihan yang diberikan juga pada penataan Kembali produk wisata alam yang ada di desa Manggala yakni sungai dan hutan. Dari observasi dan wawancara yang dilakukan setelah pelatihan masyarakat merasa sangat bersemangat untuk membuat produk-produk olahan dari hasil perkebunan yang bisa menjadi produk agro wisata. Berikut foto kegiatan pelatihan yang dilakukan kepada masyarakat Desa Menggala:



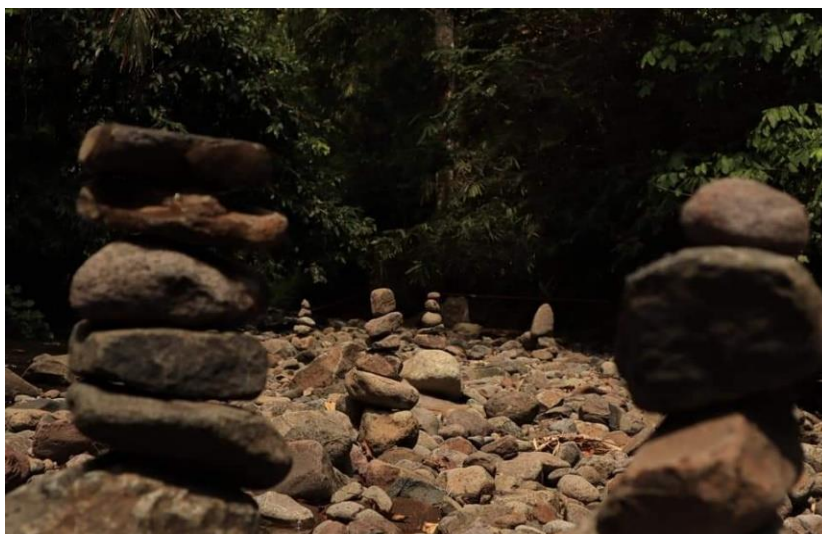
Gambar 4. Pelatihan Menari sebagai keterampilan budaya dan adat



Gambar 5. Pelatihan Menggali Hasil perkebunan rempah sebagai produk agro wisata



Gambar 6. Pelatihan Mengkemas Hasil perkebunan sereh sebagai produk agro wisata



Gambar 7. Pelatihan menciptakan produk wisata alam sebagai pendukung agrowisata



Gambar 8. Produk strategi komunikasi “video agro wisata desa manggala”

Dari papran data observasi, wawancara, dan dokumentasi dari program pelatihan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Menggala Lombok Utara meberikan pelatihan dan membuat konten desa agro wisata yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat Prodi S1 Pariwisata Budaya dan keagamaan sebagai strategi komunikasi dalam pengembangan desa agro wisata Desa Menggala Lombok Utara. Terdapat empat tujuan dari strategi komunikasi (Sedharmayanti, 2014) yang dilakukan yakni pertama *To Secure Understanding* yakni untuk memastikan bahwa pelatihan yang diberikan sudah dipahami dan dimengerti untuk pengembangan desa agro wisata. Kedua *To Establish Acceptance*, setelah diberikan pelatihan akan menghasilkan Tindakan yang baik dan terus akan diberikan pembinaan berkelanjutan. Ketiga *To Motivate Action* yaitu tim pengabdian kepada masyarakat S1 Pariwisata Budaya dan keagamaan yang telah memberikan pelatihan

langsung membuat konten agro wisata di Desa Manggala Lombok Utara. Tim pengabdian kepada masyarakat S1 Pariwisata Budaya dan Keagamaan memotivasi masyarakat untuk tetap berusaha dalam pengembangan desa agro wisata dari pelatihan yang telah dilakuakn. Keempat *To Goals Which Communicator taught To Achieve* yaitu pencapaian tujuan dari pelatihan yang dilakukan tim pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan sumber daya manusia dan produk agro wisata.

Pelatihan yang diberikan menghasilkan konten vedio advertising desa agro wisata Desa menggala, Perencanaan dan Penyampaian Pesan dalam konten video memuat informasi yang dapat diterima oleh khalayak yang luas karena akan disebarluaskan melalui media sosial. Strategi komunikasi yang dilakukan berjalan secara *efisien* dan *efektif*, informasi yang disampaikan telah dirancang dengan optimal. Dari hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan dalam menyusun informasi yang berkaitan dengan pengembangan desa wisata agro Desa Menggala dirancang berupa pengalihan ide-ide dalam kemasan informasi yang diintegrasikan dengan nilai-nilai luhur yang ada di masyarakat Desa menggala. Secara teoretis makna yang terkandung dalam konten video yakni penyampaian mengenai pengembangan desa agro wisata dengan menggunakan teknik motivasi pesan rasional dan motivasional. Imbauan pesan rasional dijelaskan oleh Jalaludin Rakhmat (2008) bagaimana cara meyakinkan seseorang dengan pendekatan yang logis dalam penyajian bukti-bukti. Imbauan pesan rasional dengan adanya penataan lingkungan perkebunan di desa agrowisata di Desa Menggala Lombok Utara yang dilaksanakan oleh pemerintah Desa Manggala dalam upaya pengembangan sebagai desa wisata agro, tentu memerlukan Kerjasama bekerjasama. Strategi komunikasi yang dilakukan dengan memanfaatkan Media digital yakni media sosial hal ini ditegaskan dalam Cangara (2014) yang menjelaskan bahwa dalam memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik dari isi pesan dan tujuan pesan yang akan disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak luas.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat Prodi Pariwisata Budaya dan Keagamaan IAHN Gde Pudja Mataram berlokasi di di Desa Manggala Lombok Utara bertujuan untuk memberikan pelatihan dalam mengembangkan desa agro wisata yang dimiliki. Hasil penelitian pada program pengabdian kepada masyarakat Prodi S1 Pariwisata Budaya dan Keagamaan memberikan penyuluhan tentang materi pengembangan SDM dan Produk Agro Wisata dan pelatihan pengemasan produk agro wisata melalui media digital dengan memngkonsepkan aktivitas dan produk perkebunan berupa rempah-rempah, budidaya aren, dan bambu serta pelatihan pengemasan produk wisata alam dan budaya dimana terdapat unsur penting dalam proses strategi komunikasi yakni adanya komunikator yakni masyarakat dan pemerintah sebagai penggerak dalam pengembangan desa agro wisata di Desa Manggala Lombok Utara. Unsur kedua yakni pesan yang dikonsepkan berupa pesan verbal maupun non verbal yang mengandung ide-ide yang dikolaborasikan dengan

nilai-nilai luhur yang ada di tengah masyarakat Desa Manggala Lombok Utara contohnya membacakan bahan-bahan untuk menanam jenis tanaman yang memiliki nilai ekonomis. Unsur ketiga media yang digunakan untuk mengkemas pesan produk agro wisata dengan media digital. Unsur keempat yakni bidikan calon wisatawan dengan target yang jelas sehingga strategi komunikasi yang dilakukan dapat berjalan dengan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dewi, N. P., Ekaningtyas, N. L. D., & Arini, N. M. A. (2022). Implementasi Nilai-Nilai Tri Hita Karana Di Era New Normal Pada Anak Dan Remaja. *Dharma Sevanam : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 153-160. <https://doi.org/https://doi.org/10.53977/sjpkm.v1i2.779>
- Effendy, Onong Uchjana. (2000). *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: PT Remaja
- Ilyas, I., Nur, S., & Isalman, I. (2022). Pelatihan Entrepreneurship Bagi Generasi Milenial Untuk Mendorong Pengembangan Ekonomi Bangsa Berbasis Ekonomi Digital. *Dharma Sevanam : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(01), 78-83. <https://doi.org/https://doi.org/10.53977/sjpkm.v1i01.560>
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rasmini, N., & Karta, I. W. (2022). Penyuluhan Berbasis Nilai-Nilai Tri Hita Karana Untuk Meningkatkan Moderasi Beragama Umat Hindu Di Kota Mataram. *Dharma Sevanam : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(01), 55-67. <https://doi.org/https://doi.org/10.53977/sjpkm.v1i01.598>
- Rosdakarya.
- Sedarmayanti. (2014). *Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan dan Industri Pariwisata*. Bandung: Refika Aditama.
- Suary, N. P. C. P., Mawarini, N. K. A., Sukerti, I. G. A., Yun, C., & Wiguna, I. B. A. A. (2022). Praktik Menstimulasi Perkembangan Motorik Anak Usia Dini Melalui Kegiatan Menempel Dan Menggunting. *Dharma Sevanam : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 195-205. <https://doi.org/https://doi.org/10.53977/sjpkm.v1i2.803>
- Widaswara, R. Y., Dewi, N. P. S., Jelantik, S. K., Suardana, I. K. P., & Harnika, N. N. (2022). Pembinaan Potensi Kearifan Lokal dalam Mewujudkan Generasi Muda Hindu Sadar Wisata. *Dharma Sevanam : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 133-141. <https://doi.org/https://doi.org/10.53977/sjpkm.v1i2.778>
- Wirawan, I. W., Sumari, M., Karyana, I. N. P., Sutriani, I. A. N. S., & Rindayanti, D. (2022). Penyuluhan Penguatan Moderasi Beragama Berbasis Kearifan Lokal Pada Masyarakat Hindu. *Dharma Sevanam : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 104-119. <https://doi.org/https://doi.org/10.53977/sjpkm.v1i2.661>