

**KOLABORASI MEDIA SOSIAL DALAM MENDUKUNG KEBERHASILAN DESA
WISATA STUDI KASUS DESA WISATA NGLANGGERAN KAPANEWON PATUK
KABUPATEN GUNUNGKIDUL**

Sofyan Dwi Aryanto¹, Tri Nugroho Emanuel Widayat²
Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa APMD, Indonesia^{1,2}
email: sofyandwiaryanto@gmail.com¹, trinugroho822@gmail.com²

ABSTRAK

Desa Wisata Nglanggeran merupakan salah satu desa wisata sukses di Kabupaten Gunungkidul DIY, yang memperoleh berbagai macam penghargaan, baik tingkat nasional maupun internasional. Keberhasilannya tidak hanya bertumpu pada keunikan potensi alam dan budaya lokal, tetapi juga pada strategi komunikasi dan promosi yang efektif, termasuk pemanfaatan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk kolaborasi media sosial yang dilaksanakan oleh pengelola Desa Wisata Nglanggeran, pelaku pariwisata, Masyarakat, swasta dan pihak eksternal dalam meningkatkan visibilitas dan kunjungan wisatawan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kolaborasi dalam bentuk konten media sosial, serta pelatihan literasi digital menjadi kunci dalam memperkuat brand image Nglanggeran sebagai desa wisata berbasis komunitas. Media sosial juga mempercepat proses penyebaran informasi dan memperkuat jejaring promosi lintas platform.

Keyword: *Media Sosial, Kolaborasi Digital, Keberhasilan Desa Wisata*

ABSTRACT

Nglanggeran Tourist Village is one of the most successful tourist villages in Gunungkidul Regency, Yogyakarta Special Region (DIY), having received various national and international awards. Its success is not solely based on the uniqueness of its natural and cultural potential, but also on effective communication and promotional strategies, including the use of social media. This study aims to analyze the forms of social media collaboration carried out by the Nglanggeran Tourist Village management, tourism actors, the community, private sector, and external parties in enhancing visibility and tourist visits. The research method used is descriptive qualitative with a case study approach. The results of the study conclude that collaboration in the form of social media content, as well as digital literacy training, are key to strengthening Nglanggeran's brand image as a community-based tourist village. Social media also accelerates the dissemination of information and reinforces cross-platform promotional networks.

Keyword: *Social Media, Digital Collaboration, Success of Tourist Villages*

PENDAHULUAN

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah memberikan ruang bagi pemerintah daerah untuk mengelola dan mengembangkan potensi wilayahnya secara optimal, termasuk dalam sektor pariwisata. Ketentuan ini diperkuat dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang mendorong pariwisata sebagai sarana pelestarian budaya lokal dan penguatan ekonomi masyarakat. Kabupaten Gunungkidul merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi besar di bidang pariwisata, khususnya melalui pengembangan desa wisata. Komitmen pemerintah daerah terhadap sektor ini ditunjukkan melalui diterbitkannya Peraturan Bupati Nomor 7 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata. Salah satu wujud nyata dari keberhasilan pengembangan

pariwisata berbasis masyarakat dapat dilihat di Desa Wisata Nglanggeran, yang kini menjadi model percontohan nasional dalam pembangunan desa wisata yang berkelanjutan dan partisipatif. Salah satu faktor penting terhadap kesuksesan tersebut adalah pemanfaatan media sosial sebagai instrument dalam promosi dan komunikasi yang efektif. Seiring berkembangnya teknologi informasi, media sosial menjadi alat strategi dalam memperluas jangkauan promosi pariwisata. Penggunaan platform seperti Instagram, YouTube, Facebook, dan TikTok memungkinkan penyebaran informasi secara luas dan cepat. Namun, keberhasilan penggunaan media sosial dalam konteks desa wisata memerlukan kolaborasi yang kuat antara berbagai pihak.

Konsep kolaborasi yang dikenal sebagai model pentahelix telah menjadi pendekatan strategis dalam menyelesaikan berbagai tantangan pembangunan, termasuk dalam ranah pemberdayaan masyarakat, pengembangan pariwisata, hingga peningkatan layanan publik. Model ini menekankan sinergi antara lima unsur utama: pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media. Sejumlah penelitian sebelumnya telah menunjukkan bagaimana implementasi model ini memberikan kontribusi positif, namun juga menyisakan berbagai tantangan dalam praktiknya. Sutrisno (2022) dalam penelitiannya mengenai sinergi pentahelix melalui media online untuk mewujudkan Kampus Bersih Narkoba di Kota Bandung, menegaskan bahwa kolaborasi antar unsur menghasilkan lima strategi utama, yakni pengetatan regulasi, pengembangan keterampilan sosial, pendekatan spiritual, rekreatif, serta strategi persuasif melalui media sosial. Penelitian ini menekankan pentingnya peran media digital dalam mendukung kampanye sosial yang bersifat kolaboratif. Sebaliknya, penelitian Kelvin et al., (2022) tentang penerapan pentahelix dalam mewujudkan smart village di Kelurahan Pondok Ranji mengungkapkan bahwa kolaborasi antar unsur belum berjalan optimal. Keterlibatan dominan hanya berasal dari masyarakat, sementara unsur lainnya belum memainkan peran secara merata. Hal ini menunjukkan tantangan koordinasi dalam praktik model pentahelix, terutama di tingkat lokal.

Sementara itu, Pugra et al., (2021) menekankan pentingnya peran masing-masing unsur dalam mendorong pengembangan Desa Timpag menuju desa wisata berbasis green tourism. Peran pemerintah dalam penyediaan infrastruktur, akademisi melalui riset terapan, pelaku usaha dalam mendorong ekonomi lokal, media sosial sebagai alat promosi, serta partisipasi aktif masyarakat menjadi kunci keberhasilan pembangunan desa wisata yang berkelanjutan. Nashir (2023) dalam kajiannya mengenai pemberdayaan UMKM di Desa Pabean Udik menyoroti bahwa kolaborasi pentahelix tidak dapat dicapai secara instan karena tiap aktor membawa kepentingan berbeda. Dibutuhkan waktu dan konsistensi dalam membangun kepercayaan serta sinergi di antara para pemangku kepentingan. Hal serupa juga ditemukan dalam analisis kemitraan pentahelix di BLUD RS Konawe, di mana kolaborasi telah menghasilkan dampak positif dalam layanan publik, meskipun keterlibatan sektor swasta masih belum optimal. Namun, sinergi yang terbentuk tetap menjadi kunci dalam mendorong produktivitas dan inovasi layanan.

Berangkat dari kajian-kajian tersebut, penelitian ini mengambil pendekatan berbeda dengan memfokuskan perhatian pada kolaborasi media sosial dalam mendukung keberhasilan Desa Wisata Nglanggeran. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih menyoroti aspek regulasi, pelayanan publik, atau pemberdayaan masyarakat secara umum, penelitian ini menitikberatkan pada peran strategis media sosial sebagai alat komunikasi, promosi, dan partisipasi dalam mendorong keberlanjutan pengembangan desa wisata berbasis *community-based tourism*. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang optimalisasi unsur media dalam mendukung keberhasilan desa wisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menganalisis secara mendalam strategi kolaborasi media sosial dalam mendukung keberhasilan sebuah desa wisata. Lokasi penelitian ditetapkan di Desa Wisata Nglanggeran, Yogyakarta, sebagai representasi kasus yang relevan. Subjek penelitian dipilih secara purposif (*purposive sampling*) untuk mendapatkan informasi yang kaya, terdiri dari informan kunci yaitu pengelola desa wisata (Pokdarwis), beberapa pelaku usaha lokal (kuliner dan penginapan), serta perwakilan dari Dinas Pariwisata setempat yang terlibat langsung dalam proses promosi dan pengembangan desa wisata tersebut.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggabungkan tiga teknik utama untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif. Wawancara mendalam semi-terstruktur digunakan untuk menggali informasi dari para informan mengenai bentuk dan dinamika kolaborasi media sosial. Observasi partisipatif dilakukan untuk mengamati secara langsung pemanfaatan media sosial dalam aktivitas promosi harian serta interaksi antar pemangku kepentingan. Selain itu, teknik dokumentasi digunakan dengan menganalisis konten media sosial resmi desa wisata, menelaah artikel pemberitaan, serta mengkaji jurnal dan laporan terkait sebagai data pendukung untuk memperkuat temuan penelitian.

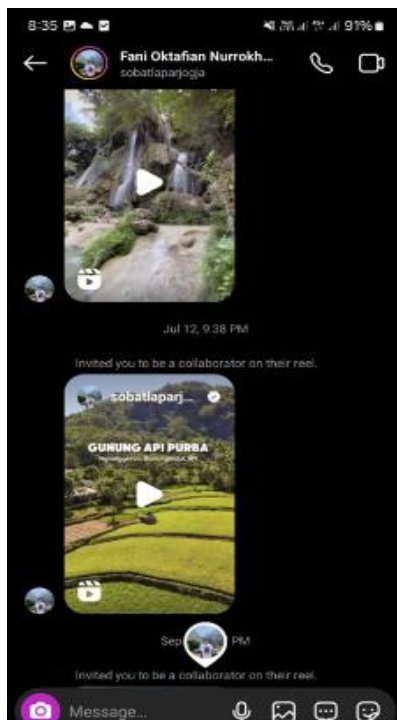
Seluruh data yang terkumpul dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang terdiri dari tiga tahap utama. Pertama, kondensasi data, yaitu proses merangkum dan menyeleksi informasi penting dari transkrip wawancara dan catatan lapangan. Kedua, penyajian data dalam bentuk matriks atau narasi terstruktur untuk memetakan pola-pola kolaborasi yang terjadi. Ketiga, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Untuk menjaga keabsahan temuan, dilakukan triangulasi sumber dengan membandingkan data hasil wawancara dari berbagai informan dengan data hasil observasi dan dokumentasi sehingga diperoleh kesimpulan yang kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Kolaborasi Konten

Kolaborasi konten memberikan dampak positif dalam mempromosikan Desa Wisata Nglanggeran secara lebih luas. Strategi yang diterapkan cukup terbuka dan inklusif, yaitu dengan memberikan kebebasan kepada para wisatawan, influencer, maupun para pembuat konten untuk berkreasi selama berada di Kawasan Desa Wisata Nglanggeran. Wisatawan diperbolehkan untuk mengambil gambar maupun video, bahkan penggunaan drone pun diizinkan oleh pengelola tanpa dipungut biaya. Kebijakan ini dibuat sebagai bentuk dukungan terhadap ekosistem promosi digital yang kini semakin berkembang. Kolaborasi dalam pembuatan konten menjadi salah satu elemen penting dalam strategi promosi digital Desa Wisata Nglanggeran. Dalam hal ini, kolaborasi konten dimaknai sebagai sinergi antara pengelola desa wisata, pelaku usaha lokal, konten kreator, serta pihak eksternal seperti Dinas Pariwisata, media, dan influencer digital untuk menghasilkan dan menyebarkan materi promosi yang informatif dan menarik. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat narasi lokal yang diangkat, tetapi juga meningkatkan daya tarik visual dan emosional konten, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas di platform digital dan membangun citra positif terhadap desa wisata tersebut.



Gambar 1. Kolaborasi Konten

Kolaborasi konten tidak hanya dilakukan oleh pengelola Desa Wisata Nglanggeran, tetapi juga didukung oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul.



Gambar 2. Fam Trip Media Asing

Sumber: Dinas Pariwisata kabupaten Gunungkidul 2024

Cendy admin media sosial Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul pada 17 April 2025, 09.50 WIB menyampaikan bahwa Pada tahun 2024, Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul mengadakan fam trip yang diikuti oleh media asing. Meskipun tidak tersedia anggaran khusus untuk mendatangkan mereka, kehadiran media asing dalam acara Wayang Jogja Night Carnival di Yogyakarta dimanfaatkan sebagai peluang untuk menjalin kerja sama. Kami mengusulkan kepada pimpinan agar mengajak mereka mengunjungi beberapa destinasi wisata di Gunungkidul, termasuk Desa Wisata Nglanggeran. Lokasi ini dipilih karena telah memiliki SDM yang siap dan pasar wisatawan mancanegara yang sudah terbentuk.

2. Dampak Kolaborasi

Tabel 1. Kunjungan Wisatawan dan Dalam Ekonomi

No.	Tahun	Kunjungan Wisatawan Domestik	Kunjungan Wisatawan Mancanegara	Total Wisatawan	Omset
1	2019	101.866	1.241	103.107	3.273.593.400
2	2020	61.495	152	61.650	1.119.133.000
3	2021	51.758	1	51.759	810.846.000
4	2022	77.439	286	77.725	2.433.098.203
5	2023	69.605	1.071	70.676	3.258.926.000
6	2024	86.692	1.100	87.792	3.167.055.000

Sumber: Profil Desa Wisata Nglanggeran 2024

Dalam enam tahun terakhir (2019–2024), terjadi fluktuasi besar pada jumlah kunjungan wisatawan dan omset. Tahun 2019 mencatat kunjungan tertinggi sebelum pandemi, namun COVID-19 pada tahun 2020 menyebabkan penurunan tajam hingga titik terendah pada tahun 2021. Pemulihan mulai terlihat sejak tahun 2022, dengan peningkatan kunjungan dan omset. Meski sempat turun pada tahun 2023 dari sisi jumlah kunjungan, omset justru naik signifikan. Tahun 2024 menunjukkan tren pemulihan yang lebih kuat. Secara keseluruhan, sektor pariwisata mulai bangkit pasca-pandemi dan membutuhkan strategi pengembangan berkelanjutan untuk pertumbuhan jangka panjang.

3. Terbangunnya citra positif pada Desa Wisata Nglanggeran

Desa Wisata Nglanggeran menjadi Desa Wisata Terbaik UNWTO 2021
Admin Desa © 06 Desember 2021 10:03:52 WIB



Sudjarwo Sub Koordinator Kelembagaan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul menambahkan salah satu indikator Desa Wisata Nglanggeran berstatus sebagai Desa Wisata Mandiri ialah beberapa prestasi seperti terpilihnya Nglanggeran sebagai desa wisata terbaik dalam ajang ASEAN Community-Based Tourism Award ,serta masuk dalam daftar Best Tourism Villages oleh UNWTO . Prestasi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik, tetapi juga menarik perhatian media nasional dan internasional, yang pada akhirnya memperluas eksposur dan jangkauan promosi.

Gambar 3. Keberhasilan di tingkat ASEAN

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul 2024

Di tingkat nasional, Nglanggeran dikenal sebagai pelopor desa wisata yang sukses dalam memberdayakan masyarakat melalui sektor pariwisata. Branding positif yang dimiliki Desa Wisata Nglanggeran mencerminkan keberhasilan membangun narasi pariwisata yang inklusif, berbasis nilai, dan mampu bersaing di tingkat global. Berikut prestasi yang pernah diraih Desa wisata Nglanggeran :

Tabel 2. Keberhasilan Desa Wisata Nglanggeran

No	Keberhasilan	Tahun
1	Bersama dengan Tim Griya Cokelat Nglanggeran, yang merupakan penerima Program Perusahaan Pemula Berbasis Teknologi (PPBT)	2019
2	Desa Wisata Nglanggeran salah satu Desa Wisata yang Berkelanjutan	2021
3	Desa Wisata Nglanggeran salah satu Desa Wisata Mandiri Inspiratif	2021
4	Desa Wisata Nglanggeran salah satu Desa Wisata Terbaik Dunia oleh UNWTO	2021
5	Juara 1 Lomba Media Sosial Desa Wisata	2024

Sumber: Profil Desa Wisata Nglanggeran 2024

Keberhasilan Desa Wisata tidak terlepas dari kolaborasi berbagai pihak yang terlibat dalam pengelolaan dan pengembangannya.

4. Tantangan yang dihadapi

- Keterbatasan akses internet di beberapa titik
- Adanya kebijakan dari daerah lain yang melarang kegiatan wisata atau study tour

Pembahasan

1. Kolaborasi Konten

Kolaborasi konten ini bersifat mutualisme, di mana pembuat konten mendapatkan konten autentik, sedangkan desa mendapatkan eksposur luas secara gratis atau berbiaya rendah. Emy Nuraini SE, M.bus Kabid Pemasaran dan Kerjasama Dinas pariwisata Kabupaten Gunungkidul pada 16 April 2025, 09.15 WIB menambahkan: Desa Wisata Nglanggeran sangat terbantu dengan adanya beberapa influencer maupun media yang memiliki pengikut besar sehingga penyebaran informasi/promosi wisata dapat terjangkau lebih luas. Media berkontribusi dalam mendukung keberhasilan Desa Wisata Nglanggeran, pada tahun 2023 UNWTO mengajak media asing untuk jelajah Desa Wisata Nglanggeran, media tersebut diantaranya TTG Asia (Asia reach), DestinAsian, The Philippine Star, The Korea Times, dan South China Morning Post.

Publikasi promosi ke mancanegara juga dilakukan oleh Dinas pariwisata Kabupaten Gunungkidul. Citra positif yang dibangun melalui konten autentik yang diproduksi secara kolaboratif dengan berbagai pihak, termasuk wisatawan, pelaku usaha lokal, komunitas kreatif, dan media, berhasil meningkatkan daya tarik Nglanggeran di mata publik, khususnya generasi milenial dan Gen Z. Segmen ini dikenal sebagai pengguna aktif media sosial dan sangat mengandalkan platform digital sebagai sumber inspirasi perjalanan. Sebagaimana dikemukakan oleh Sutrisno (2022), media sosial yang tengah menjadi tren saat ini memiliki kekuatan besar karena tidak hanya menjangkau banyak pengguna, tetapi juga memungkinkan interaksi dua arah antara pengelola dan audiens. Konten yang disebarluaskan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga inspiratif dan partisipatif, sehingga mampu menarik perhatian serta dukungan masyarakat luas (Nashir, 2023).

2. Dampak Kolaborasi

Media sosial memainkan peran penting dalam mendukung promosi dan keberhasilan pengelolaan Desa Wisata Nglanggeran. Fenomena ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi telah memberikan transformasi signifikan terhadap pola promosi pariwisata berbasis digital. Kemampuan media digital dalam menjangkau audiens secara efisien menjadi salah satu kekuatan yang dimanfaatkan secara optimal dalam memperkenalkan serta memasarkan produk-produk unggulan desa wisata (Pugra et al., 2021). Lilik, salah satu anggota Tim Media Sosial Desa Wisata Nglanggeran pada 21 April 2025, 09.25 WIB, menyampaikan bahwa strategi digital yang mereka terapkan menekankan pada keaslian dan konsistensi pesan.

Copyright (c) 2025 SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS

Ia juga menambahkan bahwa: Kami mendapatkan dukungan dari sejumlah pihak melalui program CSR, seperti Jasindo, Jakarta, dan Indonesia Financial Group, yang berkontribusi dalam pengembangan media sosial dengan menyediakan perlengkapan seperti drone, kamera, dan laptop, serta menyelenggarakan pelatihan pengelolaan konten digital. Di samping itu, untuk meningkatkan kualitas penulisan dan penggunaan bahasa yang tepat dalam setiap unggahan, kami juga didampingi oleh Balai Bahasa.

3. Terbentuknya citra positif pada Desa Wisata Nglanggeran

Terbentuknya citra positif pada Desa Wisata Nglanggeran bukanlah proses yang terjadi secara instan, melainkan hasil dari sebuah strategi jangka panjang yang terencana dengan matang. Fondasi utamanya terletak pada strategi komunikasi yang konsisten dalam membangun narasi unik tentang Gunung Api Purba, kekayaan budaya, dan kearifan lokal (Moreta & Harirah, 2023; Rainanto et al., 2023; Utami, 2023). Upaya ini diperkuat dengan pemanfaatan teknologi digital secara maksimal, mulai dari website yang informatif, manajemen media sosial yang aktif untuk menjangkau audiens global, hingga sistem reservasi online yang memudahkan calon wisatawan. Keberhasilan ini tidak akan tercapai tanpa adanya sinergi yang solid antara kelompok sadar wisata (Pokdarwis) sebagai motor penggerak utama, pemerintah daerah yang memberikan dukungan regulasi, serta akademisi dan pihak swasta yang turut berkontribusi dalam pengembangan (Moreta & Harirah, 2023; Susilawati, 2023; Zulfiyanda et al., 2025).

Di jantung kesuksesan Nglanggeran terletak pada prinsip pariwisata berbasis komunitas yang dipegang teguh secara konsisten. Model ini menempatkan masyarakat lokal bukan sebagai objek, melainkan sebagai subjek atau pelaku utama pariwisata. Keterlibatan aktif warga dalam setiap aspek, mulai dari pengelolaan homestay, pemandu wisata, penyediaan kuliner lokal, hingga proses pengambilan keputusan, memastikan bahwa manfaat ekonomi dari pariwisata dirasakan secara langsung oleh masyarakat (Destanto, 2022; Junaenah, 2022; Trishananto et al., 2024). Komitmen pada pemberdayaan inilah yang menjadikan Nglanggeran sebagai salah satu referensi nasional dan percontohan sukses bagi pengembangan destinasi wisata sejenis, membuktikan bahwa pariwisata dapat menjadi alat efektif untuk peningkatan kesejahteraan sekaligus pelestarian budaya (Persada & Aji, 2021; Waluya et al., 2021).

Upaya strategis dan pemberdayaan komunitas tersebut kemudian disempurnakan dengan penyediaan infrastruktur serta sarana penunjang yang memadai untuk menjamin kenyamanan dan keamanan pengunjung. Pembangunan fasilitas seperti jalur pendakian yang terawat, area parkir yang luas, toilet yang bersih, hingga pusat informasi yang representatif menunjukkan profesionalisme dalam pengelolaan (Abdullah et al., 2014; Murtomo et al., 2017; Muttaqin et al., 2018). Ketersediaan infrastruktur yang baik ini secara langsung memperkuat daya tarik destinasi dan memungkinkan wisatawan untuk menikmati pengalaman mereka tanpa hambatan. Pada akhirnya, kombinasi antara keindahan alam, keramahan otentik dari masyarakat, serta kenyamanan fasilitas inilah yang menciptakan pengalaman wisata holistik dan berkesan, mendorong promosi dari mulut ke mulut, dan memastikan keberlanjutan Desa Wisata Nglanggeran.

4. Tantangan yang dihadapi

Dampak dari pandemi Covid-19 maupun bencana lainnya telah menjadi tantangan besar dalam perkembangan desa wisata. Pandemi, misalnya, menyebabkan pembatasan mobilitas, penurunan jumlah wisatawan, hingga berkurangnya pendapatan masyarakat setempat yang bergantung pada sektor pariwisata.

Krisnawati (2021) dari Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI (2021), menyimpulkan bahwa kriteria desa wisata harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh dan dimanfaatkan secara maksimal sebagai alat seleksi, karena kriteria tersebut memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan desa wisata. Aktivitas wisata bisa lumpuh apabila

ada kebijakan-kebijakan ataupun larangan untuk berwisata. Supriyanta, S.Sos,MM Kabid Pengembangan Destinasi Wisata menambahkan pada 16 April 2025, 08.26 WIB:

Faktor External Pariwisata ini kan sangat rentan terhadap kondisi atau situasi. Misalnya dengan adanya inpres nomor 1 tahun 2025 atau dengan adanya kebijakan daerah lain yang melarang kegiatan study tour, atau karena bencana alam sehingga akan berdampak sekali pada sektor pariwisata. Adanya kebijakan larangan dari daerah lain untuk kegiatan wisata atau study tour juga berpengaruh di Desa Wisata Nglanggeran. Aris Pengelola Desa Wisata Nglanggeran menyampaikan pada 20 April 2025, 11.20 WIB: Baru-baru ini, kami mengalami pembatalan secara mendadak dari salah satu calon tamu yang berasal dari Provinsi Riau pada tanggal 27 hingga 29 April. Namun, tepat menjelang waktu pelaksanaan, kami menerima kabar bahwa pihak sekolah tersebut membatalkan keberangkatan karena ada larangan bagi seluruh sekolah, baik negeri maupun swasta, untuk menyelenggarakan kegiatan study tour atau kunjungan keluar daerah. Faktor lain yang dapat menghambat perkembangan Desa Wisata yaitu akses internet. Dalam penelitian Masitah (2019) dalam penelitiannya berjudul *Pengembangan Desa Wisata Desa Babakan di Kecamatan Pangandaran, Kabupaten Pangandaran*, menyimpulkan bahwa hambatan utama adalah keterbatasan anggaran, kurangnya dukungan dari masyarakat, dan minimnya strategi promosi. Fasilitas wisata juga belum memadai sehingga desa wisata kurang menarik bagi pengunjung.

KESIMPULAN

Kolaborasi media sosial menjadi kunci keberhasilan Desa Wisata Nglanggeran, berkat sinergi antara pengelola, masyarakat, influencer, sektor swasta, dan pemerintah. Kerja sama ini menciptakan promosi digital yang kuat, luas, dan berkelanjutan. Kemudahan akses media sosial turut mendukung perluasan jangkauan pasar, meningkatkan kunjungan wisatawan, serta memperkuat citra desa sebagai destinasi berbasis kearifan lokal. Kolaborasi ini bukan hanya strategi promosi, tetapi juga upaya membangun identitas, partisipasi, dan pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Model ini layak diterapkan di desa wisata lain di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S., et al. (2014). Public tourism infrastructure: Challenges in the development and maintenance activities. *SHS Web of Conferences*, 12, 01096. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20141201096>
- Destanto, K. (2022). Prospects and strategies for developing sustainable city tourism in the Sultan Siak tourism destination at Pekanbaru City in the adaptation of new habits. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(1), 139. <https://doi.org/10.26905/jpp.v7i1.7308>
- Junaenah, I. (2022). Melokalkan hak asasi manusia melalui kepariwisataan inklusif: Landasan pembaharuan peraturan daerah Provinsi Jawa Barat tentang penyelenggaraan kepariwisataan. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 19(3), 320. <https://doi.org/10.54629/jli.v19i3.928>
- Kelvin, K., et al. (2022). Kolaborasi model penta helix dalam mewujudkan smart village Pondok Ranji. *J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan)*, 7(November), 1–15. <https://doi.org/10.33701/j-3p.v7i2.2587>
- Krisnawati, I. (2021). Program pengembangan desa wisata sebagai wujud kebijakan pemerintah dalam rangka pemulihan ekonomi pasca covid dan implementasinya (sebuah studi literatur). *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 4(2), 211–221. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v4i2.1974>
- Larisu, Z., & Aslim, L. O. (2024). Analisis kemitraan berbasis pentahelix dalam komunikasi publik pada forum pendampingan, komunikasi dan. *Journal Publicuho*, 7(4), 2161–

- 2177.
- Masitah. (2019). Pengembangan desa wisata oleh pemerintah Desa Babakan Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 6(3), 45.
- Moreta, A., & Harirah, Z. (2023). Collaborative governance dalam pengembangan desa wisata Nagari Tuo Pariangan pada tahun 2021-2022. *Journal of Social and Policy Issues*, 106. <https://doi.org/10.58835/jspi.v3i3.180>
- Murtomo, B. A., et al. (2017). Mapping of urban texture on interest heritage buildings in Semarang. *MODUL*, 16(2), 110. <https://doi.org/10.14710/mdl.16.2.2016.110-115>
- Muttaqin, I., et al. (2018). Perencanaan bumi perkemahan Alun-Alun Suryakencana Taman Nasional Gunung Gede Pangrango, Jawa Barat. *Jurnal Arsitektur Lansekap*, 4(1), 28. <https://doi.org/10.24843/jal.2018.v04.i01.p04>
- Nashir. (2023). Kolaborasi pentahelix untuk mendorong pemberdayaan UMKM di Desa Pabean Udik. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 61–71.
- Persada, H. E., & Aji, K. B. (2021). Examining social capital-formed resilience strategy in the tourist destination during the pandemic of COVID-19: A case of Nglanggeran Tourism Village, Indonesia. *Asean Journal on Hospitality and Tourism*, 19(3), 264. <https://doi.org/10.5614/ajht.2021.19.3.07>
- Pugra, I. W., et al. (2021). Kolaborasi pentahelix untuk pengembangan Desa Timpag menuju desa wisata berbasis green tourism. *Bhakti Persada*, 7(2), 111–120. <https://doi.org/10.31940/bp.v7i2.111-120>
- Rainanto, B. H., et al. (2023). Strategy for sustainable tourism village development case study of Kampung Lahang, Indonesia. *Journal of Tourism and Economic*, 6(2), 122. <https://doi.org/10.36594/jtec/e6v6n28a9>
- Susilawati, C. (2023). Identification and effectiveness of halal tourism laws in Indonesia. *Journal of Islamic Economic Laws*, 6(2), 110. <https://doi.org/10.23917/jisel.v6i2.22597>
- Sutrisno, S. (2022). Sinergi pentahelix melalui media online dalam mewujudkan kampus bersih narkoba Kota Bandung. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 114–132. <https://www.jurnal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/4918>
- Trishananto, Y., et al. (2024). Formulating policies for halal tourism in Indonesia based on Islamic law. *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan*, 24(1), 47. <https://doi.org/10.18326/ijtihad.v24i1.47-70>
- Utami, I. J. (2023). Pengembangan pariwisata berbasis budaya berdasarkan UU No. 10 Tahun 2009 di Provinsi Banten. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi Administrasi Negara Dan Hukum*, 1(1), 301. <https://doi.org/10.30656/senaskah.v1i1.242>
- Waluya, B., et al. (2021). Kajian nilai-nilai saba budaya baduy sebagai modal sosial untuk menjaga lingkungan dari ancaman kerusakan akibat pariwisata. *SOSIETAS*, 11(2), 191. <https://doi.org/10.17509/sosietas.v11i2.41617>
- Zulfiyanda, Z., et al. (2025). Legal certainty for halal tourism in the implementation of Islamic sharia in Aceh Province. *Jurnal Akta*, 12(2), 364. <https://doi.org/10.30659/akta.v12i2.44857>