

Table Of Content

| | |
|---------------------------------------|---|
| Journal Cover | 2 |
| Author[s] Statement | 3 |
| Editorial Team | 4 |
| Article information | 5 |
| Check this article update (crossmark) | 5 |
| Check this article impact | 5 |
| Cite this article | 5 |
| Title page | 6 |
| Article Title | 6 |
| Author information | 6 |
| Abstract | 6 |
| Article content | 7 |

**Indonesian Journal of Cultural and
Community Development**

ISSN 2615-6180 (ONLINE)



BROUGHT TO YOU BY

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Conflict of Interest Statement

The author declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Editorial Team

Editor in Chief

[Dr. Totok Wahyu Abadi](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Managing Editor

[Mochammad Tanzil Multazam](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

[Rohman Dijaya](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Member of Editors

[Mahardhika Darmawan Kusuma Wardana](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Sinta](#)]

[Bobur Sobirov](#) ([Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Farkhod Abdurakhmonov](#) ("[Silk Road](#)" [International University of Tourism, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Dr. Nyong Eka Teguh Iman Santosa](#) ([Universitas Islam Negeri Sunan Ampel SURabaya, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

**Increasing Tourist Attraction at Sumber Dhuwur,
Wonosari Village, Ngoro District, Mojokerto Regency**

*Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan di Sumber Dhuwur
Desa Wonosari Kecamatan Ngoro Kabupaten Mojokerto*

Suprianto Suprianto, Suprianto@umsida.ac.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Fitrotul Amaliyah, fitrotulamaliyah16@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Silva Nur Lailatul Fitriyah , ss7546739@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(1) Corresponding author

Abstract

Community service activities are one of the mandatory activities at Muhammadiyah University of Sidoarjo, where this service activity takes the form of the Enlightenment Real Work Lecture program. One of the work program areas that is the main focus is the tourism sector. The aim of this work program is to increase the number of tourist visits to Sumber Tourism. Service activities carried out at the Sumber Dhuwur tourist attraction, Wonosari Ngoro, Mojokerto. The method used in collecting data was observation, interviews and documentation which were analyzed using qualitative descriptive analysis. This service activity can provide exposure and increase awareness of Sumber Dhuwur tourism through Instagram social media.

Pendahuluan

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Pariwisata juga merupakan industri yang terus dan semakin berkembang di dunia dari waktu ke waktu [1]. Dengan demikian, pariwisata harus dapat tmerang masyarakat untuk berpartisipasi aktif guna mencapai tujuan kesejahteraan yang diinginkan [2]. Desa Wonosari merupakan salah satu desa yang menjadi tempat diselenggarakannya Kuliah Kerja Nyata Pencerahan (KKN-P) 2024 oleh Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Secara administratif, Desa wonosari terletak di Wilayah Kecamatan Ngoro, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Desa Wonosari berbatasan langsung dengan desa-desa di wilayah Kecamatan Ngoro, Kabupaten Mojokerto. Di sebelah utara, Desa Wonosari berbatasan dengan Desa Candiharjo. Di sebelah selatan, berbatasan dengan Desa Manduro. Di sebelah timur, berbatasan dengan Desa Watesngoro. Sedangkan di sebelah barat berbatasan dengan Desa Ngoro. Jarak Desa Wonosari dengan pusat pemerintahan Kecamatan Ngoro adalah sejauh 1 km. Sedangkan dari pusat pemerintahan Kabupaten Mojokerto, Desa Wonosari terletak sejauh 1,6 km. Sumber Dhuwur, juga dikenal sebagai Dhuwur Sidorejo, merupakan objek wisata alam yang terletak di desa Wonosari, Ngoro, Mojokerto.

Selain menjadi daya tarik wisata, Sumber Dhuwur juga berfungsi sebagai sumber irigasi sawah. Pengunjung wisata diperbolehkan memberi makan ikan untuk menjaga kelestarian dan kealamian sumber air. Wisata Sumber Dhuwur memiliki luas lahan sekitar 1,2 hektar dan terbuka setiap hari mulai pukul 07:00 hingga 17:00 WIB. Pengunjung hanya dikenakan biaya masuk seharga Rp. 2.000, parkir yang terjangkau, dan dapat memberi makan ikan langsung dengan membeli pakan seharga Rp. 1.000. Selain itu, setiap tahun diadakan pesta tangkap ikan yang gratis. Dengan udara segar dan sejuk, Sumber Dhuwur menawarkan pengalaman wisata alam yang menarik. Selain itu, wisata ini juga memiliki kegiatan konservasi ikan yang menarik bagi pengunjung. Dengan berbagai daya tariknya, Sumber Dhuwur menjadi destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan yang mencari ketenangan dan keindahan alam. Dengan demikian, Sumber Dhuwur di Ngoro, Mojokerto merupakan destinasi wisata alam yang

menarik dengan sumber air yang alami, kegiatan konservasi ikan, dan udara segar yang membuatnya cocok sebagai tempat rekreasi dan relaksasi.

Di era sekarang ini, media sosial atau digital marketing menjadi bentuk promosi yang sangat optimal apabila digunakan dan dikelola dengan optimal. Tetapi, karena terbatasnya kemampuan dan pengetahuan maka hal ini tidak dimanfaatkan secara baik oleh pengelola. Tentu hal ini menjadi permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra. Oleh karena itu, sistem promosi wisata Sumber Dhuwur menjadi permasalahan utama yang diangkat dalam kegiatan pengabdian ini [3]. Dalam sosial media Instagram menjadi tempat promosi kelompok 49 KKN-P Wonosari dalam mempromosikan Wisata Sumber Dhuwur. Hal ini, berpusat pada visual yaitu foto atau video. dalam melakukan promosi melalui sosial media Instagram, khususnya di bidang foto dan video industri pariwisata, yang menarik menjadi bagian terpenting disini [4]. Instagram berbeda dari aplikasi lainnya. Instagram lebih Populer, karena pada Instagram, pengguna cenderung mengunggah foto atau video pilihan terbaik untuk menjaga estetika profil. Pengguna akan lebih fokus mengunggah konten video yang dibuat secara singkat dan menghibur

Aalasan utama remaja menggunakan Instagram sebagai *trend* masa kini adalah untuk memenuhi kebutuhan interaksi sosial serta sarana untuk mengekspresikan diri dan pendapat melalui konten berupa video [5]. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih bagus. Instagram sama halnya dengan jejaring sosial, instagram dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat dan mudah [6].

Penggunaan media sosial yang berbasis koneksi internet sebagai media komunikasi dalam pariwisata sekarang ini menjadi lebih serta sangat fleksibel dan bermanfaat untuk semua pihak sebab penggunaan media-media sosial seperti ini sudah dirasa lebih mudah digunakan dan diterapkan serta memiliki jangkauan yang sangat luas karena tidak terbatas ruang dan waktu [1]. Selain itu, yang menjadi fungsi media sosial adalah kegiatan promosi tempat wisata melalui video promosi. Media sosial digunakan sebagai sarana untuk penyebaran informasi mengenai tempat wisata baru untuk menarik minat para wisatawan terhadap suatu daerah wisata melalui tayangan video yang menampilkan visual yang atraktif dan informatif. Cara penggunaan yang mudah dan tidak memerlukan biaya yang besar, dengan menekankan pada visual dan gambar. Strategi pemasaran ini, tentu berkaitan dengan komunikasi pemasaran [7].

Banyak orang yang telah menerima teknologi menjadi kemudahan bagi pemerintah dalam membangun citra pariwisata Indonesia, karena informasi pariwisata tidak hanya dapat diakses oleh masyarakat Indonesia, bahkan masyarakat mancanegara. Dalam hitungan detik segala informasi yang terbaru dapat diakses atau diketahui oleh masyarakat. Apalagi, saat ini marak media sosial yang telah digunakan oleh berbagai sektor ekonomi ataupun bisnis untuk memperkenalkan pariwisata ke masyarakat. Jaringan internet yang sangat mudah menjadikan akses informasi tersebut lebih cepat diketahui oleh masyarakat [8]. Pemasaran pariwisata menekankan lebih jauh terkait segman pasar dan perilaku wisatawan terkait cara mengkomunikasikan kepada pasar bahwa produk yang ditawarkan (destinasi) adalah unggul dan berbeda dengan produk lain. Salah satu faktor penting keberhasilan kegiatan pemasaran wisatawan lokal dan daya tarik wisata adalah komunikasi pemasaran dan promosi. Komunikasi pemasaran atau promosi merupakan tahapan dalam kegiatan pemasaran yang memiliki peran penting

dalam usaha untuk meningkatkan kunjungan wisatawan [9]. Dalam konteks pariwisata pasar utama yakni wisatawan cenderung memiliki sikap atau motivasi dalam berwisata yang selalu berubah sesuai dengan trend. Untuk itu, maka pelaku

kelompok 49 KKN-P Wonosari mengadakan program kerja pembuatan video promosi untuk menarik wisatawan datang di Sumber Dhuwur [10].

Dengan adanya wisata desa ini juga dapat membantu masyarakat Desa Wonosari untuk meningkatkan perekonomian dan menyerap banyak pengangguran, karena dalam wisata ini banyak warga yang dapat berkreasi sesuai dengan kesukaannya masing-masing. Bakat di bidang kuliner serta pengrajin bahkan pelukis. Dalam wisata ini penduduk Desa Wonosari maju secara ekonomi.

Pariwisata bernama Wisata Sumber Dhuwur di Desa Wonosari, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur terus berkembang. Beberapa sarana dan prasarana pendukung dibangun untuk menarik pengunjung. Kombinasi dua konsep dalam wisata alam dan budaya, beberapa trip dilakukan untuk memanjakan para pengunjung yang datang. Di bawah; Nikmati pemandangan sepanjang sungai dengan perahu apung, perahu karet, kapal animasi, tempat selfie, bersantai di gazebo dan rasakan pengalaman baru dalam wahana air dengan harga tiket yang sangat terjangkau, wahana air bisa dinikmati sambil memberi makan ikan.[11][12]

Metode

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di Sumber Dhuwur Desa Wonosari, Kecamatan Ngoro selama 1 minggu mulai tanggal 15 Februari hingga 22 Februari 2024. Sasaran dari kegiatan ini yaitu pengelola Wisata Sumber Dhuwur dan UMKM yang berada di wisata Sumber Dhuwur[13], antara lain:

Pada tahap pertama ini kelompok 49 melakukan survey lokasi serta permasalahan yang ada di Wisata Sumber Dhuwur. Tahapan ini dilakukan dengan metode wawancara secara langsung dengan pengelola wisata Sumber Dhuwur, hal ini dilakukan untuk menggali informasi mengenai hambatan serta peluang dari lembaga tersebut. Sehingga dapat diketahui berbagai permasalahan yang menghambat proses pembelajaran serta berbagai potensi yang dapat dilakukan untuk pengembangan kedepannya. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif yakni menggunakan teknik observasi, wawancara, dan penelitian secara langsung. Kemudian dilanjutkan dengan perencanaan program kerja yang disusun oleh KKNP-P kelompok 49.

Pada tahap ini kegiatan KKN-P kelompok 49 melakukan pembuatan video promosi yang dilakukan oleh divisi pariwisata dan dibantu dengan pengelola Sumber Dhuwur. Pada tahap ini, KKN-P kelompok 49 bersama dengan pengelola Sumber Dhuwur melakukan berbagai kegiatan, tidak hanya pembuatan video promosi saja saja namun juga melakukan kegiatan pembuatan spot foto yang dilakukan oleh divisi pariwisata di wisata Sumber Dhuwur. Mulai dari Survei lokasi wisata Sumber Dhuwur dilanjutkan dengan koordinasi dengan ibu Sekertaris Desa dan selanjutnya tahap pelaksanaan pembuatan spot foto yang dibuat oleh KKN-P kelompok 49 dan dilanjut hari berikutnya yaitu pembuatan video promosi.

1. Tahapan Persiapan
2. Tahapan Pelaksanaan
3. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini kegiatan KKN-P kelompok 49 melakukan monitoring mengenai pembuatan video promosi yang dikemas dengan menarik perhatian audiens di Instagram. Selain itu, kegiatan ini juga terlaksana dengan baik dan lancar. Sehingga dapat dikatakan bahwa video promosi yang dibuat oleh divisi pariwisata yang dikemas melalui metode yang telah dilakukan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan salah satu kegiatan yang harus terpenuhi oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Dimana kegiatan tersebut dilaksanakan oleh lembaga pendidikan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo untuk menunjukkan peran aktifnya pada wilayah yang telah ditentukan, dalam hal ini kelompok 49 KKN-P UMSIDA melakukan kegiatan pengabdian di Desa Wonosari Kecamatan Ngoro Kabupaten Mojokerto. Kegiatan ini berjalan dengan kontribusi antara dosen pembimbing lapangan dan masyarakat setempat serta 15 mahasiswa KKN-P 49 Desa Wonosari Kecamatan Ngoro Kabupaten Mojokerto. Sasaran dari kegiatan pengabdian ini ialah pengelola wisata Sumber Dhuwur.[14]



Figure 1. Lokasi tempat Wisata Sumber Dhuwur Desa Wonosari, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Mojokerto

Pada tahap pertama, kelompok 49 KKN-P melaksanakan survey lokasi serta permasalahan yang ada di wisata Sumber Dhuwur. Dalam hal ini, dilakukan dengan cara wawancara langsung dengan pengelola wisata Sumber Dhuwur guna untuk menggali informasi mengenai hambatan dan peluang dari wisata tersebut sehingga dapat diketahui berbagai permasalahan yang ada di wisata Sumber Dhuwur dan potensi yang dapat dilakukan untuk pengembangannya.



Figure 2. Koordinasi dengan Ibu Sekesrtaris Desa Wonosari

Pada tahap kedua yakni tahap koordinasi, kelompok KKN-P 49 melakukan koordinasi terlebih dahulu dengan Ibu sekertaris desa, terkait pembuatan vidio promosi dan penambahan spot foto di Sumber Dhuwur. Dengan adanya koordinasi ini dapat menciptakan suasana yang kondusif dalam melaksanakan program kerja yang telah dibuat. Setelah itu melanjutkan dengan menyusun rencana kerja yang terperinci untuk memastikan kelancaran pelaksanaan kegiatan tersebut. Dengan demikian, diharapkan bahwa kolaborasi antara kelompok KKN-P 49 dan pihak terkait dapat berjalan dengan baik dan menghasilkan hasil yang optimal.[15]



Figure 3. Proses Pembuatan Spot Foto di wisata Sumber Dhuwur oleh kelompok KKN-P 49.

Pada tahap ketiga kegiatan pelaksanaan, kelompok KKN-P 49 melaksanakan penambahan spot foto. Kelompok KKN-P 49 menyelenggarakan sesi penataan bunga dengan tujuan menciptakan spot foto yang menarik dan estetik. Dengan kolaborasi dan kerja sama, anggota kelompok bekerja keras untuk menciptakan sudut yang indah dan memukau. berusaha untuk memastikan bahwa setiap langkah yang diambil sesuai dengan rencana yang telah disusun sebelumnya, dan berharap bahwa kegiatan ini dapat memberikan dampak positif bagi wisata sumber dhuwur dan masyarakat sekitar.



Figure 4. Proses Pembuatan Video Promosi di wisata Sumber Dhuwur oleh kelompok KKN-P 49

Pada tahap keempat kegiatan pengabdian, kelompok KKN-P 49 melaksanakan kegiatan pembuatan video promosi. Divisi pariwisata fokus pada produksi video yang memukau. Mereka menggabungkan berbagai adegan menarik dari lokasi wisata, wawancara dengan pengunjung yang puas, serta keindahan alam sekitar untuk memperlihatkan daya tarik unik Sumber Dhuwur. Dengan penggunaan teknologi canggih dan kreativitas yang terus-menerus, tim KKN 49 berusaha menciptakan video promosi yang tidak hanya informatif tetapi juga menginspirasi dan memikat audiens potensial untuk mengunjungi destinasi wisata yang menakjubkan ini.



Figure 5. Hasil Video promosi

Pada hari terakhir dalam proses pembuatan video promosi untuk wisata Sumber Dhuwur, tahap evaluasi memainkan peran penting untuk memastikan kesesuaian konten dengan tujuan promosi yang diinginkan. Setelah video promosi selesai dibuat, tahap evaluasi dilakukan untuk menilai keefektifan pesan yang disampaikan, kualitas produksi, dan sejauh mana video tersebut mampu menarik minat calon pengunjung. Selama evaluasi, disimpulkan bahwa penambahan spot foto yang menarik dapat memperkaya tampilan visual video promosi, meningkatkan daya tarik wisata di Sumber Dhuwur, dan membantu potensial pengunjung dalam mengenal destinasi tersebut secara lebih mendalam. Dengan menggabungkan evaluasi dan penambahan spot foto, diharapkan video promosi akan menjadi lebih menarik dan efektif dalam meningkatkan popularitas wisata di Sumber Dhuwur.

Kesimpulan dari artikel ini adalah bahwa kegiatan yang dilakukan oleh kelompok KKN-P 49 di wisata Sumber Dhuwur berjalan dengan baik dan lancar. Dengan adanya kerjasama antara mahasiswa KKN-P, pengelola wisata, dan masyarakat setempat, diharapkan dapat tercipta sinergi yang positif dalam mengembangkan destinasi wisata tersebut. Pembuatan video promosi diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan daya tarik pariwisata melalui media sosial, khususnya Instagram. Diharapkan bahwa upaya pemasaran melalui media sosial dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke destinasi tersebut.

1. hugiufg

References

1. J. K. Lontoh, A. L. Tumbel, and R. Kawet, "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PROMOSI BAGI PENGEMBANGAN PEMASARAN WISATA DANAU LINOW DI KOTA TOMOHON UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA AS A PROMOTIONAL STRATEGY FOR MARKETING DEVELOPMENT OF LAKE LINOW TOURISM IN TOMOHON CITY," 11 Jurnal EMBA, vol. 8, no. 4, pp. 11-20, 2020.
2. Yena, M. Salakory, and E. G. Talepta, "Promosi Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Pantai Katembe

- Desa Madongka Kecamatan Lakudo Kabupaten Buton Tengah Melalui Media Sosial Instagram," JURNAL PENDIDIKAN GEOGRAFI UNPATTI, 2022.
3. P. N. Rusmawan, A. N. Zazilah, and J. C. A. Wijaya, "Bimbingan Teknis Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Promosi Rumah Kreatif untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan," *Jurnal Abdidas*, vol. 2, no. 4, pp. 928-935, Aug. 2021, doi: 10.31004/abdidas.v2i4.394.
 4. I. Ozali and I. Rahayu, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Rangka Peningkatan Wisatawan Bintang Resort Melalui Media Sosial Instagram," *Journal Of Social Science Reaserch*, vol. 3, pp. 6710-6723, 2023.
 5. Y. Hendrawan Junpridan Saragih, T. Sipayung, T. Parinduri, F. Purba, R. M. Girsang, and
 6. Y. Damanik, "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK PENGEMBANGAN UKM DI DAERAH WISATA TIGARAS," 2023.
 7. Haikal Ibnu Hakim, N. Ohorella, and Edy Prihantoro, "Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram," *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 1, no. 2, pp. 111-122, May 2022, doi: 10.54259/mukasi.v1i2.802.
 8. A. Andhika, U. Islam, K. Muhammad, and A. Al-Banjari Banjarmasin, "PENGUNAAN VIDEO PROMOSI WISATA MELALUI YOUTUBE UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATAWAN KE PROVINSI KALIMANTAN SELATAN," 2019.
 9. E. Hermawan, "Strategi Public Relations Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
 10. dalam Membangun Media Relations," *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, vol. 5, no. 2, p. 140, Jun. 2020, doi: 10.32503/jmk.v5i2.1028.
 11. O. M. H. Zikri, E. Supriadi, M. Azizurrohmah, L. Mahsar, S. Tinggi, and P. Mataram, "ANALISIS SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DAYA TARIK WISATA ABANGAN (STUDI KASUS :DUSUN REPOK PENGENJEK DESA PRINGGARATA KABUPATEN LOMBOK TENGAH)," 2023.
 12. N. Made Ary Widiastini, N. Dini Andiani, and J. Perhotelan DIII, "STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA DI KABUPATEN BULELENG, BALI," 2012.
 13. A. A. Adam, R. S. Wenas, and F. G. Worang, "Digital Marketing Melalui Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2022.
 14. G. Kadung, M. A. Lasaiba, and D. A. Sihasale, "Pengembangan Objek Wisata Pantai Weluan Di Desa Olilit Raya Kecamatan Tanimbar Selatan Kabupaten Kepulauan Tanimbar," *Jurnal Pendidikan Geografi Unpatti*, 2023.
 15. P. N. Rusmawan, A. N. Zazilah, and J. C. A. Wijaya, "Bimbingan Teknis Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Promosi Rumah Kreatif untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan," *Jurnal Abdidas*, 2021.
 16. I. Rohmawati, "Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram dalam Perspektif Ekonomi Islam," *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 2023.
 17. Y. H. J. Saragih, T. Sipayung, T. Parinduri, F. Purba, R. M. Girsang, and Y. Damanik, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Pengembangan UKM Di Daerah Wisata Tigaras," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 2023.