

## DAFTAR PUSTAKA

- Akash, J. H., & Aram, I. A. (2022). A convergent parallel mixed method of study for assessing the role of communication in community participation towards sustainable tourism. *Environment, Development and Sustainability*, 24(11), 12672–12690. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01959-z>
- Al Farisi, S., & Iqbal Fasa, M. (2022). PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1). <http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/index>
- Altaf, M. (2022). Strategic Communication: A Tool to Engage Multiple Stakeholders for Corporate Sustainability. *Journal of Management and Research*, 9(2). <https://doi.org/10.29145/jmr.92.04>
- Amin, M. A. S. (2022). role of communications in improving community participation in development. *International Journal of Health Sciences*, 4385–4394. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6nS1.5888>
- Aprilia Lianjani. (2018). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA TANGERANG SELATAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM SMART CITY* [universitas islam negeri syarif hidayatullah]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/41377/1/APRILIA LIANJANI-FDK.pdf>
- Apris Martin, D. M. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Sosial Dalam Usaha Pemberdayaan Masyarakat Berkebutuhan Di Kabupaten Nagan Raya. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(4), 5689–5694.
- Ayalu, G., Abbay, A. G., & Azadi, H. (2023). The role of micro- and small-scale enterprises in enhancing sustainable community livelihood: Tigray, Ethiopia. *Environment, Development and Sustainability*, 25(8), 7561–7584. <https://doi.org/10.1007/s10668-022-02359-7>
- Bagus Sudibya. (2018). *Wisata Desa dan Desa Wisata*. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1765617&val=18861&title=WISATA DESA DAN DESA WISATA>
- Chan, C. K., & Lee, P. S. N. (2023). *Significance of Communication Studies to SDGs: (Re)setting Global Agendas* (pp. 61–83). [https://doi.org/10.1007/978-3-031-19142-8\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-031-19142-8_3)
- Chriscoli, L. (2023). Sustainable development. *Early Years Educator*, 23(21), 12–12. <https://doi.org/10.12968/eyed.2023.23.21.12>
- Christian, A. D., Paschal, I. I., Emmanuel, N. U., & Onyedikachi, M. (2023). Development Communication as Strategic Anti-Albatross to Nigeria's

- Insecurity. *Studies in Social Science Research*, 4(2), p15.  
<https://doi.org/10.22158/sss.v4n2p15>
- Dahana, K., Sulaiman, A. I., & Sari, L. K. (2023). Tourism Village Development through Media Extension and Marketing Promotion Communication. *Technium Social Sciences Journal*, 44, 639–655.  
<https://doi.org/10.47577/tssj.v44i1.8913>
- Darvishi, Y., Karami, H., & Goodarzian, F. (2023a). Sustainable development in oxygenated fuels. In *Advancement in Oxygenated Fuels for Sustainable Development* (pp. 315–330). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-90875-7.00013-7>
- Darvishi, Y., Karami, H., & Goodarzian, F. (2023b). Sustainable development in oxygenated fuels. In *Advancement in Oxygenated Fuels for Sustainable Development* (pp. 315–330). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-90875-7.00013-7>
- David cardona. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN DALAM PENATAAN PEDAGANG KAKI LIMA* (1st ed.).
- ezi hendri. (2019). *komunikasi persuasif pendekatan dan strategi*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Fadilah, M., Utari, P., & Wijaya, M. (2022). Government Communication in Implementing Inclusive Education for Working Towards the Sustainable Development Goals. *KnE Social Sciences*.  
<https://doi.org/10.18502/kss.v7i5.10592>
- Feng, N., Wei, F., Zhang, K., & Gu, D. (2018). Innovating Rural Tourism Targeting Poverty Alleviation through a Multi-Industries Integration Network: the Case of Zhuanshui Village, Anhui Province, China. *Sustainability*, 10(7), 2162. <https://doi.org/10.3390/su10072162>
- Hu, Y., & Ngai, P. (2021). Organizational Communications in Developing Ethnic Tourism: Participatory Approaches in Southwest China. *Tourism Culture & Communication*, 21(2), 123–142.  
<https://doi.org/10.3727/109830421X16191799472006>
- Huifang, T. (2022). Sustainable Development. In *The Routledge Handbook of the Belt and Road* (pp. 419–422). Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781003286202-91>
- Ilmi, M. N., & Metandi, F. (2020). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PRODUKSI DAN PENJUALAN PADA UMKM BAKPIA (STUDI KASUS AA BAKERY). *Just TI (Jurnal Sains Terapan Teknologi Informasi)*, 12(1), 17. <https://doi.org/10.46964/justi.v12i1.180>

- Kurniati Fitri, Z. A., Mansyur, Z., & Mulhimmah, B. R. (2023). Development of a Tourism Village Efforts to Empower the Community's Economy from an Islamic Economic Perspective: A Case Study of West Lombok's Kebon Ayu. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 13(1), 115. [https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13\(1\).115-123](https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13(1).115-123)
- Latif, I. N., Heriyanto, H., Mardiana, M., & Dewi, C. K. (2023). Analysis of Financial Management in Economic Empowerment of MSMEs: A Case in a Tourism Village. *Journal of Nonformal Education*, 9(1), 151–159. <https://doi.org/10.15294/jne.v9i1.42717>
- Liu, Y., Shi, H., Su, Z., & Kumail, T. (2022). Sustainability and Risks of Rural Household Livelihoods in Ethnic Tourist Villages: Evidence from China. *Sustainability*, 14(9), 5409. <https://doi.org/10.3390/su14095409>
- Muhammad Suparmoko. (2020). *KONSEP PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DALAM PERENCANAAN PEMBANGUNAN NASIONAL DAN REGIONAL*. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/1112/814>
- Muhammad Takari. (2019). *MEMAHAMI ILMU KOMUNIKASI*. [https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Takari/publication/331714955\\_MEMAHAMI\\_ILMU\\_KOMUNIKASI/links/5c8904a345851564fad3aea/MEMAHAMI-ILMU-KOMUNIKASI.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Takari/publication/331714955_MEMAHAMI_ILMU_KOMUNIKASI/links/5c8904a345851564fad3aea/MEMAHAMI-ILMU-KOMUNIKASI.pdf)
- Nabilah, A. F., Safitri, R., & Prasetyo, B. D. (2023). Tourism Communication Strategy Pokdarwis Edelwais in Building Environmental and Culture-Based Ecotourism in the village of Ranu Pani. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 10(7), 229–236. <https://doi.org/10.14738/assrj.107.15115>
- Naelati Tubastuvi, Dwi Winarni, & Rhis Ogie Dewandaru. (2023). Tourism village development strategy using Analytic Network Process (ANP). *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 12(3), 530–541. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i3.2470>
- Nikola. (2007). *pengertian umkm*. 2(8), 132–137.
- Prasetyo, H., Irawati, N., & Satriawati, Z. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Desa Wisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(2), 515. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1281>
- Priatmoko, S., Kabil, M., Purwoko, Y., & Dávid, L. D. (2021). Rethinking Sustainable Community-Based Tourism: A Villager's Point of View and Case Study in Pampang Village, Indonesia. *Sustainability*, 13(6), 3245. <https://doi.org/10.3390/su13063245>
- Putri, E. H. (2017). *EFEKTIVITAS PELAKSANAAN PROGRAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH*

(UMKM) DI KOTA SAMARINDA (STUDI PADA DINAS KOPERASI DAN UMKM KOTA SAMARINDA). *EJournal Administrasi Negara*, 5, 5431–5445.

- Putri Lusi, N. M., & Anggriana, P. R. (2023a). Pengaruh Program Desa Wisata Terhadap Perkembangan Ekonomi Desa Dan Pelestarian Budaya Lokal. *Societas : Jurnal Ilmu Administrasi Dan Sosial*, 12(1), 50–63. <https://doi.org/10.35724/sjias.v12i1.4870>
- Putri Lusi, N. M., & Anggriana, P. R. (2023b). Pengaruh Program Desa Wisata Terhadap Perkembangan Ekonomi Desa Dan Pelestarian Budaya Lokal. *Societas : Jurnal Ilmu Administrasi Dan Sosial*, 12(1), 50–63. <https://doi.org/10.35724/sjias.v12i1.4870>
- Qu, M., McCormick, A. D., & Funck, C. (2022). Community resourcefulness and partnerships in rural tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(10), 2371–2390. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1849233>
- Rahadian, A. (2016). Strategi Pembangunan Berkelanjutan. *Prosiding Seminar STIAMI*, III(01), 46–56. <https://adoc.pub/strategi-pembangunan-berkelanjutan-ah-rahadian-institut-ilmu.html>
- Rakhmadani, R. (2021). Komunikasi Pembangunan Partisipatif dalam Pengembangan Desa Wisata Sajen Edu Adventure melalui Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 25(1), 33–44. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v25i1.159>
- Rao, P., Bai, P., & Geng, Y. (2024). Tourism community farmers' livelihood adaptability response in the process of rural revitalization — A two-way coupling model based on ecological service dependence and livelihood well-being. *Tourism and Hospitality Research*, 24(1), 66–79. <https://doi.org/10.1177/14673584221126805>
- Riak PhD, G. A., & Bill, D. B. A. (2022). THE ROLE OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN COUNTRY POLICY. *IJRDO - Journal of Social Science and Humanities Research*, 8(11), 105–106. <https://doi.org/10.53555/sshr.v8i11.5364>
- Rustan, ahmad sultra, & Hakki, N. (2017). *pengantar ilmu komunikasi* (1st ed.). DEEPUBLISH.
- Sadat, A., Nastia, Hastuti, Saddiah, A. M., Yudarsat, A. P., & Anggraini, S. (2023). Kolaboratif Penta Helix terhadap Pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata dalam Mendukung Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 4183–4192.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>

- Shakya, S., & Mishra, P. (2022). A Critical Overview of Development Communication in Nepal. In *Global Perspectives on Journalism in Nepal* (pp. 115–125). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003139430-9>
- Sillitoe, P. (Ed.). (2022). *Sustainable Development*. Berghahn Books. <https://doi.org/10.1515/9781782383727>
- Sri Moertiningsih. (2010). *pembangunan berkelanjutan peran dan kontribusi Emil Salim*. PT Gramedia.
- Subedi, P., & Karki. (2022). PARTICIPATORY COMMUNICATION FOR DEVELOPMENT AND SOCIAL CHANGE. *Socio Economy And Policy Studies*, 2(1), 57–60. <https://doi.org/10.26480/seps.02.2022.57.60>
- Suherman, A., & Buton, U. M. (2018). Strategi Komunikasi Bencana Pada Masyarakat Kabupaten the Communications Strategy Disaster the Society of District. *MEDIALOG: Jurnal Kajian Komunikasi, I(Ii)*, 10–18.
- Surmeier, A. (2020). Dynamic capability building and social upgrading in tourism - Potentials and limits of sustainability standards. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(10), 1498–1518. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1744615>
- Tarlani, T. (2023). Development of Sirah Cai Cipelang Tourist Destination on A Regional Based on Village Own Enterprise (BUMDES) Empowerment. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v39i1.2228>
- Wahyudi, Kisman Karinda, & Falimu, F. (2022). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Lauwon. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 1(2), 59–63. <https://doi.org/10.55123/toba.v1i2.385>
- Warang, V., Patil, Dr. Y., & A, Prof. L. B. (2023). Sustainable Building and Its Comparative Analysis with Conventional Building. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 11(6), 4815–4821. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2023.54510>

**LAMPIRAN**



**Lampiran 1. Foto Bersama key informant**



**Lampiran 2 foto Bersama informant pelaku UMKM**



**lampiran 3 foto Bersama informant pelaku UMKM**



## Transkrip wawancara key informant

### Desa Wisata Keranggan

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bisa bapak ceritakan sedikit tentang latar belakang dan tujuan dari pemberdayaan UMKM di desa ini	<p>Sebetulnya untuk mengangkat kesejahteraan masyarakat ya, mulai dengan program yang diterapkan oleh pemerintah, Cuma memang peranan masyarakat itu yang diutamakan, dari masyarakat sendiri bottom up ya, ada keperluan apa, kebutuhan apa, kemudian menggandeng pemerintah, pemerintah nanti memfasilitasi mendampingi.</p> <p>Nah tujuan kita awalnya memang, saya terus terang tidak terjun diawal-awal untuk pembentukan kampung ini, tetapi dari cerita keterangan teman teman saya yang mengawalinya, merintisnya, bahwa tempat ini tadinya tempat terpencil, terkotor, terpinggirkan, tertinggal, jadi ini pembuangan sampah juga, karna kebiasaan orang kita di Indonesia, kalau dekat dekat Sungai itu itu adalah tempat tempat yang memang belakang ya, jadi kita menganggap Sungai itu belakangnya rumah gitu. Jadi banyak rumah yang menghadapnya membelakangi Sungai, kenapa? Karena Ketika dia buang air, Ketika dia buang cucian itu selokannya langsung ke Sungai. Karena desa ini dekat pinggiran Sungai, otomatis sampah dari kota dari tempat yang jauh akan dikirim kesini untuk dibuang dan lain lain. Nah hal</p>

		<p>ini yang mengusik warga sini terutama teman-teman muda termasuk Pak Alwani setelah menyelesaikan studinya kemudian membuat sistem atau membuat konsep. Ketika kampungnya di cap oleh warga Tangsel misalkan, 'oh dikeranggan ya yang terpencil itu ya, yang miskin itu ya', nah jadi ada beban moral.</p>
2.	<p>Lalu untuk tantangan utama yang dihadapi dalam pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Keranggan ?</p>	<p>Ya mungkin masih kesadaran ya, masih membenahi kesadaran kadang dulu mungkin daerah sini daerah yang sangat subur yang mempunyai sumber alam yang bagus seperti misalkan, tanahnya subur untuk ditanami singkong, pohon-pohon, sayuran, dan lain-lain. Terus kemudian Sungai nya itu ada mineral pasir ya tambang pasir. Waktu itu memang masyarakat jauh sebelum adanya pemekaran ini itu masyarakat dan kemudian juga sebelum adanya kebijakan tentang Pembangunan di Tangsel yang cenderung di BSD di mana-mana ya, disini kampung yang punya sumber daya alam yang banyak dan juga masyarakat nya hidup berkecukupan ya, tapi Ketika sumber daya alamnya habis seperti tambang pasir, kemudian pemekaran wilayah pembangunan yang cukup pesat di BSD di Bintaro dan lain-lain, pusat perhatian pemerintah pun tidak sepenuhnya kesini tapi lebih memprioritaskan kesana jadi ini tertinggal, terbengkalai, bahkan ah ini pinggir Sungai jadi tempat pembuangan sampah nah jadi itu lama proses itu dan itu membekas dalam kemudian aktifitas kebudayaan kebiasaan masyarakat. Nah jadi untuk membangkitkan lagi</p>

		semangat kita harus betul betul mendampingi secara intens. Kemudian karna dulu sebagai tempat pembuangan sampah sudah biasa membuang sampah sembarangan contohnya karna sudah terbiasa dari dulu dan karna belum banyak perhatian Pembangunan kesini akhirnya masyarakat ini tidak terkontrol dari semangat pendidikannya tidak tumbuh dari semangat pekerjaan belum banyak yang kreatif. Nah ini tantangan inilah masyarakat kita, perintis itu tadi berpikir keras untuk bagaimana bisa mindset masyarakat ini bisa berubah.
3.	Bagaimana dampak program pemberdayaan terhadap perekonomian lokal di Desa Wisata Keranggan	Ya jadi, dampak nya itu sangat terasa yang tadinya masyarakat itu tidak menyadari potensi dalam dirinya itu sangat besar, kemudian potensi juga dilingkungannya juga cukup besar, nah ini mulai kita beri kesadaran masyarakatnya, wah ini singkong bisa lho diproduksi dan banyak peminatnya, caranya dengan kemasan yang bagus rasanya yang enak, nah hal hal itu yang kita diajarkan dan dampingi.
4.	Apa harapan dan saran bapak untuk peningkatan strategi komunikasi Pembangunan dalam pemberdayaan UMKM ke depannya	Nah komunikasi Pembangunan yah, sebenarnya kita sebagai penggerak itu sebagai penghubung antara masyarakat yang ingin menyampaikan aspirasinya kepada pemerintah agar pemerintah bisa peduli dan tidak lengah ya, oh ternyata ada rakyatnya ada warganya yang butuh sentuhan Pembangunan pemerintah. Nah komunikasi kita yang dibangun komunikasi yang kooperatif, kooperatif dalam artian, masyarakat kita tampung apa yang menjadi keinginan mereka, misalkan adanya penghasilan tambahan. Karena tadinya masyarakat sini para

	<p>pengusaha pasir ya, ada yang punya truk ada yang punya pegawai, ada juga yang bercocok tanam seperti sawah dan yang lain lain. Namun Ketika sumber daya alam itu habis mereka kehilangan pekerjaan, kehilangan mata pencarian, yang tadinya punya harta benda dengan kebutuhan terus meningkat tapi pengeluaran itu ada tapi pemasukan itu tidak ada lama-lama habis gitu ya.nah ini kemudian harus ada Solusi dari pemerintah agar bisa menangani permasalahan social seperti ini.agar tidak berlarut dan berdampak lebih besar lagi. Maka dari teman teman perintis ya, pak alwani dan teman teman itu, sebagai warga sini juga, peduli terhadap desanya karena desakan Pembangunan dari BSD itu semakin terasa . khawatir yang tadinya kampung keranggan ada disini itu bisa jadi 10 tahun 5 tahun atau 20 tahun kedepan itu tidak ada cerita lagi tentang desa keranggan, karena kenapa, karena adanya Pembangunan yang massif dari perumahan itu yang membutuhkan lahan bisa saja lahan lahan ini terjual kepada pengembang yak an. Ya buat kita mungkin pinggiran Sungai tidak terlalu buat warga sini sudah tidak terlalu menarik gitu ya, karena terbiasa tinggal disini, tapi buat pengembang ini bisa menjadi suatu value ya yang bagus gitu. Itu Ketika dia punya modal harus dibangun misalkan, tempat untuk restaurant di Sungai ini akan menambah profit dan lainlain. Nah itu akan menggerus nantinya kepada para pengembang ataupun modal. Masyarakat sini punya peduli untuk itu</p>
--	--

		karena Sebagian kampung disini juga sudah terbukti tergusur. Nah kita ada semangat untuk mempertahankan lahan itu.
5.	Apa saja jenis media yang digunakan dalam mengomunikasikan program pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Keranggan ?	Dari kajian awal kita membangun kesamaan isi kesamaan semangat gitu. Bahwa kita melakukan pendekatan kepada aparat, pemerintah, dan warga lokal, dimulai RT,RW, dan tokoh tokoh masyarakat untuk bagaimana bisa menginformasikan konsep konsep pemberdayaan masyarakat yang melalui pendekatan kepada UMKM terlebih dahulu ini disambut oleh masyarakat dan perangkat desa. Kita ada pertemuan atau update update yang terkini itu bisa dikondisikan saat pertemuan. Misalkan ada program pemerintah, ketua kelompok dipanggil, kita rapat ketua kelompoknya disitu nanti disampaikan apa yang menjadi update update terkini program program apa yang dilaksanakan, kemudian nanti ketemu lagi minggu depan. Jadi akan ada pertemuan disetiap minggu untuk membahas atau berdiskusi tentang hal seputar UMKM atau pelatihan untuk pemberdayaan UMKM. Dengan teknologi terkini seperti whatsapp dan segala macam tapi kalau sekarang tidak hanya ketua ketua nya saja tapi seluruh anggota itu masuk dalam satu grup whatsapp. Namanya grusp whatsapp nya UMKM Ekowisata Keranggan.
6.	Bagaimana evektifitas penggunaan media social dalam menyampaikan informasi kepada pelaku UMKM?	Kalau UMKM kami tidak membatasi kreativitas para pelaku UMKM itu untuk memasarkan. Mereka bisa saja membuat UMKM itu secara personal, rumahan itu membuat media social nya

		juga, misalnya instargram, kami juga menghimbau para pelaku UMKM untuk silahkan menggunakan fasilitas media social atau fasilitas tekhnologi dimaksimalkan. Karna ini juga desakan dan dorongan pemerintah juga. Jadi pemerintah memberikan pendampingan itu juga tidak luput dari kondisi atau situasi kekinian kalau memang eranya digital.
7.	Apakah terdapat kendala dalam penggunaan media digital oleh pelaku UMKM? Jika iya, kendala apa saja yang dihadapi.	Masih ada beberapa pelaku UMKM masih belum sepenuhnya menyadari pentingnya media digital dalam mengembangkan usaha mereka. Mereka cenderung mengandalkan metode pemasaran tradisional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau pasar yang lebih luas.
8.	Bagaimana media tradisional (seperti selebaran, papan pengumuman, dsb) masih digunakan dalam strategi komunikasi di Desa Wisata Keranggan?	Secara promosi pariwisata hal itu memang kita masi digunakan, kita sering mengadakan atau diajak oleh insansi pemerintahan atau swasta untuk mengisi pameran pameran atau bazar bazar. Tentunya bazar itu perlu di dekorasi perlu punya daya Tarik yang bisa menarik pengunjung ketempat kita, untuk menumbuhkan daya Tarik itu perlu desain dekorasi dan tentunya saja didalannya ada banner banner informasi papan papan pengetahuan, dan brosur dalam pameran itu. Itu salah satu contoh bahwa masih digunakannya media media tradisional.
9.	Bagaimana cara mendorong partisipasi aktif dari pelaku UMKM dalam kegiatan pemberdayaan?	UMKM ini menjadi salah satu sasaran yang tepat dari program program pemerintah maupun swasta. Utamanya untuk pemerintah untuk memberikan anggaran, kita sebagai pengurus menyediakan program pendampingan

		dan mentoring oleh para ahli yang, yang dapat memberikan bimbingan dan Solusi terhadap masalah yang dihadapi UMKM
10.	Apa saja strategi pemasaran yang diterapkan untuk meningkatkan daya saing produk UMKMd Desa Wisata Keranggan?	Produk itu tidak bisa dibedakan pasti ada kesamaan di masyarakat karena jumlah produk itu sedikit dibanding jumlah penduduk. Untuk keranggan sendiri dikampung kita ini, lingkungannya adalah 2 RT, RT 12 dan RT 13, didalam masyarakat itu punya keahlian untuk membuat aneka ragam makanan snack seperti misalnya kembang goyang, kripik singkong, kripik pisang, enyek enyek, opaak, dan lainlain. Keahlian ini turun temurun dilaksanakan masyarakat sini, dari mulai orang tuanya, leluhur, dan sampai keanak cucunya. Karena ada yang Namanya hari raya, Ketika hari raya itu tiba masyarakat banyak yang bisa membuat kue ini menjadi modal, untuk pengembangan produk UMKM. Tentunya msyarakat disini sudah memahami betul karena sudah terbiasa mengolah produk tersebut yang menyebabkan tidak bisa didapatkan di masyarakat yang lain. Ciri khas kita adalah membuat kembang goyang itu renyah renyah gurih dan itu juga hasil riset hasil penelitian hasil pendampingan mahasiswa pariwisata bidang kuliner, dan itu berhasil jadi banyak orang yang kemudian tertarik pada olahan khas keranggan.
11.	Bagaimana penggunaan media digital dalam memasarkan produk UMKM ?	Kalau snack keranggan ada online shopnya, di galeri kita kebetulan ini show case yang di peruntukkan untuk wisatawan, wisatawan itu yang camping, yang menggunakan fasilitas

		venue yang ada, ini loby depan saja sesungguhnya untuk wisata itu satu kampung, tapi hanya teras depan saja, Ketika wisatawan cukup berwisata diteras saja tidak pergi ke perumahan penduduk ke UMKM langsung
12.	Apakah ada pelatihan khusus mengenai strategi pemasaran bagi pelaku UMKM?	Ya, ada pelatihan khusus untuk strategi pemasaran yang diberikan pada pelaku UMKM. Kami sebagai pendamping menghimbau untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam memasarkan produk secara efektif. Materi yang diajarkan cukup banyak pemasaran digital, penggunaan media sosial, produksi, dan lainnya. Dengan mengikuti pelatihan ini, pelaku UMKM diharapkan dapat memahami cara mendapatkan lebih banyak pelanggan, meningkatkan penjualan, dan memperkuat posisi produk mereka di pasar.
13.	Bagaimana hasil dari penerapan strategi pemasaran tersebut terhadap peningkatan penjualan produk UMKM?	Bagus ya, setelah melakukan strategi pemasaran itu para pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan melaporkan peningkatan dalam jumlah pelanggan, juga pemasaran via digital efektif meningkatkan penjualan produk lebih luas, secara keseluruhan, strategi pemasaran yang diterapkan berhasil memperkuat posisi produk UMKM di pasar dan meningkatkan pemnghasilan masyarakat.



**Transkrip Wawancara informant**  
**pelaku UMKM 1 Desa Wisata Keranggan**

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana cara pelatihan dan workshop untuk pelaku UMKM di Desa Wisata Keranggan diramcang	Dari Ekowisata keranggan latihannya, tidak dikelurahan, tidak rutin, kalau ada mahasiswa ada pelatihan yang diberikan
2.	Apa saja materi utama yang disampaikan dalam pelatihan tersebut?	Banyak yang dipelajari, seperti kemarin ada hidroponik, dan untuk memproduksi atau tips packing yang menarik
3.	Bagaimana metode penyampaian materi pelatihan sehingga dapat mudah dipahami oleh pelaku UMKM?	Mudah dipahami, disampaikan dengan Bahasa juga arahan yang mudah diterima oleh masyarakat lokal.
4.	Apakah ada umpan balik dari peserta pelatihan mengenai desain instruksional yang digunakan?	Dengan instruksi yang diberikan oleh pihak Desa ditiap pelatihan dan kami terapkan hasilnya alhamdulillah penjualan dan penghasilan kami meningkat dari awal sampai sekarang
5.	Sejauh mana ibu sebagai pelaku UMKM dilibatkan dalam perencanaan dan pelaksanaan program pemberdayaan?	Hampir disetiap acara atau kegiatan kami diberitahu dan diajak untuk ikut berkontribusi didalamnya oleh Ekowisata Keranggan.
6.	Apa saja jenis media yang digunakan dalam mengomunikasikan program pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Keranggan?	Biasanya akan ada pengurus desa yang langsung mendatangi kami para pelaku UMKM untuk memberitahu atau mengajak kami untuk ikut pelatihan, acara atau kegiatan dan informasi lainnya.

**Transkrip Wawancara informant**  
**pelaku UMKM 2 Desa Wisata Keranggan**

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana cara pelatihan dan workshop untuk pelaku UMKM di Desa Wisata Keranggan dirancang?	Pelatihan dan lokakarya untuk pelaku UMKM di Desa Wisata Keranggan dibuat dengan cara yang lebih sederhana dan fokus pada kebutuhan khusus masyarakat setempat. Pertama-tama, pelatihan ini direncanakan dengan matang, termasuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi para pelaku UMKM di sana. Setelah itu, modul pelatihan disusun berdasarkan kebutuhan-kebutuhan tersebut, misalnya terkait manajemen bisnis, pemasaran, dan pengembangan produk. Dalam prosesnya, sumber daya lokal dan ahli yang berpengalaman juga dilibatkan untuk mendapatkan pelatihan yang benar-benar relevan dan berkualitas. Selain itu, setelah pelatihan selesai, evaluasi juga dilakukan untuk mengecek apakah pelatihan tersebut efektif dan ada bagian yang perlu diperbaiki atau ditingkarkan lagi. Semua ini dilakukan agar pelatihan yang diberi pada pelaku UMKM bukan cuma teoritis tapi juga benar-bener membantu mereka dalam mengembangkan usaha mereka sehari-hari

2.	Apa saja materi utama yang disampaikan dalam pelatihan tersebut?	Materi utama yang disampaikan dalam membuat pelatihan pelaku UMKM di Desa Wisata Keranggan itu mencakup banyak hal penting yang dirancang untuk meningkatkan kapasitas bisnis mereka. dimulai dari, manajemen bisnis, di mana peserta dibor tentang strategi bisnis, cara ngatur keuangan, dan bagaimana mengelola sumber daya biar usaha mereka bisa bertahan lama. Lalu, ada juga materi tentang pemasaran yang membantu pelaku UMKM mengetahui bagaimana cara mempromosikan produk, mengetahui harga yang pas, dan mengembangkan pasar, termasuk bagaimana caranya pake media sosial dan nge-branding produk mereka biar bisa dikenal lebih luas. Selain itu, pengembangan produk juga menjadi fokus penting, dengan pelatihan yang mengajarkan tentang desain produk, meningkatkan kualitas, serta inovasi varian produk sesuai dengan permintaan pasar. Di era sekarang, ngerti soal informasi teknologi itu wajib banget, jadi peserta juga dibekali dengan pengetahuan tentang cara pake teknologi buat ningkatin efisiensi dan keamanan data bisnis. Selain itu, materi tentang kepemimpinan dan pengambilan keputusan juga diajarin biar pelaku UMKM bisa memimpin tim dan membuat keputusan yang tepat dalam situasi bisnis yang rumit. Semua materi ini disampaikan dengan cara yang praktis, jadi peserta bisa langsung berlatih dan terapin ilmu yang mereka dapatkan buat ningkatin daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka di pasar.
3.	Bagaimana metode penyampaian materi pelatihan sehingga dapat	Metode penyampaian materi pelatihan untuk UMKM di Desa Wisata Keranggan

	mudah dipahami oleh pelaku UMKM?	dibikin biar mudah dipahami dan langsung bisa diterapin. Jadi, pelatihannya lebih interaktif dan fokus ke praktik nyata, bukan cuma teori doang. Misalnya, untuk ngejelasin konsep yang agak rumit, mereka pake media visual kayak gambar, diagram, dan video biar lebih bayangan. Terus, peserta dibagi-bagi jadi kelompok kecil untuk diskusi dan analisis kasus-kasus yang relevan dengan bisnis yang sama. Selain itu, peserta juga langsung diajak praktek bareng dengan bimbingan instruktur, jadi bisa langsung ngerasain gimana ngelakuin hal-hal yang dipelajari di pelatihan. Nggak cuma itu, setelah materi disampaikan, ada evaluasi terus-menerus buat pastiin semua peserta bener-bener paham dan bisa ngaplikasiin ilmu yang didapat di bisnis mereka sehari-hari. Metode ini memang dirancang buat bikin peserta bisa langsung ngejalanin apa yang mereka pelajarin tanpa harus mikir lama-lama.
4.	Apakah ada umpan balik dari peserta pelatihan mengenai desain instruksional yang digunakan?	Ya, ada umpan balik dari peserta pelatihan mengenai desain prosesonal yang digunakan. Umpan balik ini biasanya diperoleh melalui survei atau wawancara setelah pelatihan. Umpan balik ini digunakan untuk memperbaiki desain prosesonal dan meningkatkan kualitas pelatihan.
5.	Sejauh mana pelaku UMKM di Desa Wisata Keranggan dilibatkan dalam perencanaan dan pelaksanaan program pemberdayaan?	Pelaku UMKM di Desa Wisata Keranggan dilibatkan secara signifikan dalam perencanaan dan pelaksanaan program pemberdayaan. Mereka terlibat dalam pengembangan modul

		pelatihan yang relevan dengan kebutuhan mereka. Juga mereka berpartisipasi dalam pengujian praktek pelatihan untuk memastikan bahwa materi dapat diterapkan dalam kegiatan sehari-hari.
6.	Bagaimana tanggapan pelaku UMKM terhadap peluang untuk berpartisipasi dalam program-program yang ada?	Tanggapan pelaku UMKM terhadap peluang partisipasi dalam program-program yang umumnya positif. Mereka merasa bahwa program-program tersebut membantu mereka meningkatkan kemampuan dan kapasitas bisnis mereka. Namun, mereka juga mengharapkan lebih banyak peluang untuk berpartisipasi dalam program-program yang lebih spesifik dan relevan dengan kebutuhan mereka.

**RISALAH PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI**  
**PRODI ILMU KOMUNIKASI UMT**  
**Tahun 2024**

Perihal : Kronologis Perbaikan Skripsi

Dengan hormat,

Saya mahasiswa prodi ilmu Komunikasi:

Nama : Della Furi Wulan Sari

NIM : 2070201215

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Desa Wisata Keranggan Di Kota Tangerang Selatan

Berdasarkan hasil pelaksanaan Sidang Skripsi pada tanggal 4 agustus 2024, maka skripsi saya telah dikoreksi oleh Penguji 1 dan 2, serta tanggapan Pembimbing. Berdasarkan penilaian objektif dari kedua penguji, dan telah saya lakukan revisi sesuai dengan koreksi, kritik, arahan, saran, dan masukan dari kedua penguji serta arahan dari pembimbing. Selanjutnya memohon untuk dapat di rekomendasikan oleh Prodi Ilmu Komunikasi untuk dapat mendaftar wisuda sebagai sarjana ilmu komunikasi.

Kronologis penyerahan skripsi, komentar dan saran penguji (formulir terlampir), tanggapan pembimbing, serta keterangan perbaikannya dapat disampaikan sebagai berikut :

No	Penguji	Saran/Kritik Penguji	Revisi/Perbaikan dari Mahasiswa
1	Ade Rahmah, M.I.Kom (Penguji 1)  Tanggal Koreksi : Agustus 2024	Tambahkan social media di bab 4, lalu untuk informan sangat kurang. Hasil penelitian masih kurang juga tolong jelaskan 1 – 1 urutan strategi. Contohnya seperti apa menggunakan 3 metode validasi sekaligus?  Spasi wawancara gunakan 1 spasi.	Mahasiswa sudah merevisi dan menambahkan data data terkait seperti media sosial, informan dan hasil penelitian yang di seperti di sarankan atau kritik dari dosen penguji 1 yaitu Bu Ade Rahmah.
2.	Umar Farisal, M.Ikom (Penguji 2)  Tanggal Koreksi: Agustus 2024	Untuk hasil penelitian bagian media didetailkan apa saja medianya. Lalu tolong berikan data tentang pelaku UMKM lebih banyak lagi.	Untuk hasil penelitian dan data pelaku UMKM sudah mahasiswa tambahkan seperti yang disarankan dosen penguji 2 Bapak Umar Farisal.
3.	Dr. Eko Purwanto, M.Ikom (Pembimbing)  Tanggal Koreksi  Agustus 2024	Dosen pembimbing, bersama dengan dosen penguji, secara bersama sepakat bahwa penambahan data yang diminta akan secara substansial meningkatkan validitas dan kelengkapan studi ini, dengan memperkaya informasi yang ada. Dosen pembimbing juga mengakui bahwa dengan adanya penambahan data tersebut, analisis yang lebih mendalam dapat dilakukan, yang pada gilirannya akan memperluas pemahaman terhadap hasil penelitian dan implikasinya secara signifikan.	Mahasiswa sangat menghargai dukungan dan pandangan positif yang diberikan oleh dosen pembimbing dan dosen penguji terkait penambahan data dalam penelitian ini. Kesepakatan mereka menunjukkan pentingnya meningkatkan validitas dan kelengkapan penelitian ini, yang akan memberikan dasar yang lebih kuat untuk hasil penelitian skripsi mahasiswa . Mahasiswa sangat antusias

			<p>untuk melanjutkan penelitian ini dengan menggabungkan data tambahan tersebut, yakin bahwa hal itu akan memungkinkan analisis yang lebih mendalam dan memperluas pemahaman mahasiswa tentang hasil penelitian dan implikasinya. Mahasiswa sangat berterima kasih atas bimbingan dan dukungan berharga yang telah diberikan oleh dosen penguji dan dosen pembimbing.</p>
--	--	--	---

Berikut ini saya lampirkan perbaikan hasil koreksi draft Skripsi dengan persetujuan (tanda tangan) penguji:

1. Penguji 1

: (Ade Rahmah, M.Ikom)

Tanggal:

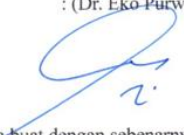
2. Penguji 2

: (Umar Farisal, M.I.Kom)

Tanggal:



3. Pembimbing : (Dr. Eko Purwanto, M.Ikom) Tanggal:



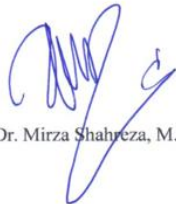
Demikian risalah ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 11 September 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Hormat Saya,



Dr. Mirza Shahriza, M.I.K



(Deza Fani W.S.)



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG**  
 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI DAN PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN

**KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Dewa Furi Wulan Sari  
 NPM : 2070201215  
 Program studi : Ilmu Komunikasi  
 Pembimbing : Dr. Eko Purwanto, M.I.Kom.  
 Judul Skripsi : Seranggi Komunitasi Pembangunan

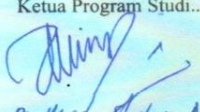
dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Desa Wisata Keranggen di Kota Tangerang Selatan.

No	TANGGAL	CATATAN	PARAF DOSEN
1.	07-jan-2024	Konsultasi judul Skripsi.	
2.	09-jan-2024	Ganti judul Skripsi.	
3.	15-jan-2024	Bimbingan latar belakang.	
4.	21-jan-2024	Bimbingan bab 1-2.	
5.	5-feb-2024	Konsultasi dan revisi bab 1-2-3.	
6.	17-maret-2024	Revisi kerangka berpikir (ganti teori).	
7.	23-juni-2024	Konfirmasi setelah sempro dan revisi	
8.	25-juni-2024	Bimbingan pertanyaan wawancara penelitian	
9.	19-juli-2024	Bimbingan bab 4-5 dan Revisi.	
10.	22-juli-	Revisi bab 4 dan 5 serta a.c.	

No	TANGGAL	CATATAN	PARAF DOSEN

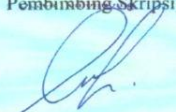
Tangerang, 11 September 2024

Ketua Program Studi.....

  
(P. Mulya Sari, M.K)

NIDN:

Pembimbing Skripsi

  
(.....)

NIDN:

## skripsi\_after\_sempro\_revisi\_della\_(1)[1].docx

## ORIGINALITY REPORT

**24%**  
SIMILARITY INDEX

**23%**  
INTERNET SOURCES

**10%**  
PUBLICATIONS

**12%**  
STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>Submitted to Universitas Muhammadiyah Tangerang</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>ejurnal.unsa.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>repository.uin-suska.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>repository.umsu.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>digilib.unila.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>pdfcoffee.com</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>repository.radenfatah.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>repository.uinsu.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>journal.ipb.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>



**SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Della Furi Wulan Sari  
Alamat : Dusun Ringin Agung 1 RT 03 RW 04 Desa Sidodadi  
Kec.Sidomulyo Lampung  
Email : delafuriws@gmail.com  
Program Studi : Ilmu Komunikasi (*Public Relation*)

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (Skripsi) saya yang berjudul :

**“STRATEGI KOMUNKASI PEMBANGUNAN DALAM  
PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)  
PADA DESA WISATA KERANGGAN DI KOTA TANGERANG  
SELATAN”**

Bahwa karya ilmiah tersebut dapat dipublikasikan ulang dalam bentuk apapun baik di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang maupun di lembaga penerbitan lainnya. Dalam hal proses penerbitannya, saya bersedia mengikuti ketentuan yang berlaku seperti yang terlampir pada surat pertanyaan publikasi ini. Surat pernyataan ini dibuat berdasarkan SK Dekan FISIP Nomor: **002/KEP/III.3.AU/FISIP/X/2018** Tentang Naskah Skripsi yang akan dipublikasi secara internal maupun eksternal dalam jurnal.

Demikian surat pernyataan publikasi ini saya buat tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun, semata-mata demi mendorong minat penelitian di lingkungan internal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.

Tangerang, 11 September 2024

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing



Dr. Eko Purwanto M.I.Kom  
NIDN : 0403098202

Yang Menyatakan,



Della Furi Wulan Sari  
NPM : 2070201215