

**PENGELOLAAN KOLABORATIF CURUG LEUWI HEJO DALAM MENINGKATKAN
DAYA TARIK DAN KEBERLANJUTAN WISATA: ANALISIS CITRA DESTINASI DAN
KETERLIBATAN STAKEHOLDERS**

**Nadya Hera Septiawati, Najwa Khoerurrahmah, Aghia Sofhia, Alviyah Zalfa Bilqis,
Karinsha Ardia Ramadina, Muhammad Gentra Ramadhan**

Mahasiswi Ilmu Komunikasi ,FISIB Universitas Pakuan 16129

E-mail : heranadya73@gmail.com

Mahasiswi Ilmu Komunikasi ,FISIB Universitas Pakuan 16129

E-mail : nkhoerurrahmah@gmail.com

Mahasiswi Ilmu Komunikasi ,FISIB Universitas Pakuan 16129

E-mail : aghiigigi03@gmail.com

Mahasiswi Ilmu Komunikasi ,FISIB Universitas Pakuan 16129

E-mail : alviyahzalfabilqis@gmail.com

Mahasiswi Ilmu Komunikasi ,FISIB Universitas Pakuan 16129

E-mail : ramadinakarinsa@gmail.com

Mahasiswa Ilmu Komunikasi ,FISIB Universitas Pakuan 16129

E-mail : mgentrar@gmail.com

ABSTRAK

Curug Leuwi Hejo, destinasi wisata alam di Kabupaten Bogor, dikelola melalui pendekatan kolaboratif yang melibatkan koperasi masyarakat, PT Sentul City, dan PT PALAWI. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan kolaboratif, strategi kehumasan, dan keterlibatan masyarakat lokal dalam meningkatkan daya tarik wisata dan keberlanjutan lingkungan. Melalui metode kualitatif deskriptif, penelitian ini mengidentifikasi peran kehumasan digital dalam membangun citra positif destinasi melalui promosi media sosial serta kolaborasi antar-stakeholder dalam menjaga lingkungan dan fasilitas wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kolaboratif dan partisipasi masyarakat lokal berperan signifikan dalam menjaga keberlanjutan destinasi. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pengembangan wisata alam yang bertanggung jawab dan berkelanjutan di Indonesia.

Kata Kunci: Pengelolaan Kolaboratif, Kehumasan Digital, Pariwisata Berkelanjutan, Citra Destinasi, Keterlibatan Masyarakat.

ABSTRACT

Curug Leuwi Hejo, a natural tourist destination in Bogor Regency, is managed through a collaborative approach involving local cooperatives, PT Sentul City, and PT PALAWI. This study aims to analyze collaborative

Article History

Received: Desember 2024
Reviewed: Desember 2024
Published: Desember 2024

Plagiarism Checker No 234
DOI : Prefix DOI : 10.8734/
panorama.v1i1.1395

Copyright : Author

Publish by :

Panorama



This work is licensed
under a [Creative](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[Attribution-
NonCommercial 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

management, public relations strategies, and local community involvement in enhancing the destination's attractiveness and environmental sustainability. Using a qualitative descriptive method, the study identifies the role of digital public relations in building a positive destination image through social media promotion and stakeholder collaboration in maintaining the environment and tourist facilities. The findings reveal that collaborative strategies and local community participation significantly contribute to ensuring the sustainability of the destination. This study provides recommendations for the development of responsible and sustainable natural tourism in Indonesia.

Keywords: Collaborative Management, Digital Public Relations, Sustainable Tourism, Destination Image, Community Engagement.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Curug Leuwi Hejo, salah satu destinasi wisata alam di Kabupaten Bogor, Jawa Barat, telah menjadi pilihan populer bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam dan kesegaran sungai serta air terjun yang jernih. Fenomena wisata alam seperti Curug Leuwi Hejo kian diminati, terutama oleh masyarakat perkotaan yang mencari pelarian dari kesibukan dan polusi kota. Namun, dalam pengelolaannya, destinasi wisata alam seperti Curug Leuwi Hejo memerlukan strategi yang berkelanjutan untuk memastikan daya tarik dan kelestariannya tetap terjaga di tengah arus kunjungan wisatawan yang terus meningkat.

Saat ini, pengelolaan Curug Leuwi Hejo dilakukan melalui sistem kolaboratif antara koperasi masyarakat setempat, PT Sentul City, dan PT PALAWI, yang bersama-sama mengelola serta mengembangkan berbagai fasilitas dan layanan di kawasan wisata tersebut. Kerja sama ini memungkinkan terciptanya pengelolaan yang lebih profesional sekaligus menjaga keterlibatan masyarakat lokal dalam mengelola aset wisata yang ada. Tantangan dalam mengelola Curug Leuwi Hejo mencakup berbagai aspek, mulai dari pengelolaan fasilitas yang mendukung kenyamanan pengunjung hingga pelestarian lingkungan alam di sekitar kawasan wisata.

Selain menjaga infrastruktur dan fasilitas, upaya peningkatan daya tarik wisata Curug Leuwi Hejo juga dilakukan melalui strategi kehumasan dan pembentukan citra destinasi. Kehumasan menjadi elemen penting dalam membangun persepsi positif tentang Curug Leuwi Hejo di kalangan wisatawan. Melalui media sosial dan promosi digital, pengelola dapat memperkenalkan keunikan Curug Leuwi Hejo, seperti kejernihan air yang khas, keindahan alam sekitar, dan nilai sejarah lokal yang dimiliki, sehingga dapat menarik lebih banyak minat kunjungan dari wisatawan domestik maupun internasional.

Strategi keberlanjutan menjadi prioritas dalam pengelolaan Curug Leuwi Hejo, tidak hanya untuk menjamin pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung, tetapi juga untuk menjaga kelestarian lingkungan. Dengan melibatkan masyarakat dan pemangku kepentingan, pengelola berusaha menciptakan pengelolaan yang inklusif dan partisipatif, di mana masyarakat sekitar ikut bertanggung jawab dalam menjaga kelestarian alam sekaligus mendapatkan manfaat

ekonomi dari keberadaan destinasi wisata ini. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji bagaimana pendekatan kehumasan dan kolaborasi stakeholders di Curug Leuwi Hejo berkontribusi terhadap peningkatan daya tarik wisata serta keberlanjutan pengelolaannya, guna memberikan rekomendasi yang relevan bagi pengembangan wisata alam yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kolaborasi antara PT Palawi, Koperasi, dan PT Sentul City dalam pengelolaan Curug Leuwi Hejo untuk meningkatkan daya tarik wisata?
2. Apa peran strategi kehumasan dalam membangun citra positif Curug Leuwi Hejo melalui kolaborasi stakeholders?
3. Bagaimana keterlibatan masyarakat lokal dalam mendukung pengelolaan destinasi wisata secara kolaboratif dan berkelanjutan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis dinamika kolaborasi antara PT Palawi, Koperasi, dan PT Sentul City dalam pengelolaan Curug Leuwi Hejo.
2. Mengidentifikasi strategi kehumasan yang diterapkan oleh para pemangku kepentingan untuk membangun citra positif Curug Leuwi Hejo.
3. Menjelaskan keterlibatan masyarakat lokal dalam mendukung keberlanjutan pengelolaan Curug Leuwi Hejo sebagai destinasi wisata alam.

1.4 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

- **Teoretis:** Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur mengenai pengelolaan destinasi wisata berbasis kolaborasi, strategi kehumasan, dan bauran promosi dalam mendukung keberlanjutan destinasi wisata alam.
- **Praktis:** Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada pengelola Curug Leuwi Hejo dan destinasi wisata alam serupa terkait dengan penerapan pengelolaan kolaboratif, strategi kehumasan, dan promosi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan destinasi.

1.5 Kajian Terdahulu

Beberapa kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini meliputi:

- **Bramwell dan Lane (2000)** meneliti pentingnya pengelolaan kolaboratif dalam destinasi wisata untuk menciptakan kerangka kerja yang memungkinkan komunikasi dan komitmen bersama dalam pengelolaan destinasi yang berkelanjutan.
- **Kotler (2014)** menyoroti pembentukan citra destinasi sebagai elemen penting dalam mempengaruhi minat wisatawan. Dalam konteks pariwisata, citra yang positif dapat meningkatkan loyalitas pengunjung dan menarik minat wisatawan baru.
- **Grunig dan Hunt (1984)** membahas keterlibatan stakeholders dalam pengelolaan pariwisata untuk menciptakan hubungan positif, mengatasi konflik, dan mendukung keberlanjutan destinasi wisata.
- **Puspitasari (2022)** menekankan peran kehumasan digital dalam meningkatkan citra dan kesadaran masyarakat terhadap destinasi wisata melalui media sosial dan saluran digital.

- **Kaplan dan Haenlein (2010)** menguraikan pentingnya media sosial sebagai alat promosi yang efektif dalam membangun keterlibatan wisatawan dan memperluas jangkauan promosi destinasi wisata.

Kajian terdahulu ini menunjukkan bahwa pengelolaan kolaboratif, strategi kehumasan, dan bauran promosi dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan destinasi wisata. Penelitian ini akan mengkaji penerapan konsep-konsep tersebut dalam konteks Curug Leuwi Hejo, dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi pengelolaan yang dapat meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan destinasi wisata alam.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengelolaan Kolaboratif dalam Destinasi Wisata

Pengelolaan kolaboratif adalah pendekatan yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, seperti masyarakat lokal, pemerintah, dan pihak swasta, dalam merencanakan serta mengelola destinasi wisata. Tujuannya adalah memaksimalkan potensi ekonomi, sosial, dan lingkungan dari destinasi sambil memastikan keberlanjutan jangka panjang.

Bramwell dan Lane (2000) menjelaskan bahwa pendekatan kolaboratif menciptakan kerangka kerja yang mendukung komunikasi, komitmen, dan tanggung jawab bersama dalam mencapai tujuan wisata berkelanjutan.

Dalam konteks Curug Leuwi Hejo, pengelolaan kolaboratif melibatkan koperasi masyarakat lokal sebagai pengelola utama, didukung secara logistik dan operasional oleh PT Sentul City dan PT PALAWI. Struktur kolaborasi ini mendorong pengelolaan wisata alam yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Perjanjian kerja sama rutin yang diadakan setiap tiga tahun menjadi dasar untuk memastikan kelanjutan sinergi antar pihak. Hal ini berkontribusi pada pemeliharaan fasilitas, pelestarian lingkungan, dan pengembangan ekonomi lokal secara berkesinambungan.

2.2 Citra Destinasi dalam Pariwisata

Citra destinasi adalah kesan atau persepsi yang dimiliki wisatawan terhadap suatu destinasi wisata. Menurut Kotler (2014), citra destinasi terbentuk dari kombinasi elemen fisik destinasi, nilai budaya, serta pengalaman pengunjung. Citra yang positif dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung sekaligus menciptakan loyalitas terhadap destinasi tersebut.

Curug Leuwi Hejo memiliki citra sebagai destinasi wisata alam yang unik, dengan keunggulan seperti kejernihan air yang cepat pulih setelah hujan, batu-batuan yang tidak licin, serta lanskap alami yang terawat. Citra ini diperkuat oleh narasi sejarah yang disampaikan oleh masyarakat lokal dan pengalaman langsung wisatawan, yang sering menjadi daya tarik utama. Partisipasi aktif masyarakat lokal dalam menjaga lingkungan juga menjadi elemen penting dalam membangun citra destinasi.

Sebagai hasilnya, Curug Leuwi Hejo dipandang sebagai destinasi wisata alam yang alami dan ramah lingkungan, dengan nilai-nilai kearifan lokal yang menonjol (Morgan, Pritchard, & Pride, 2011).

2.3 Keterlibatan Stakeholders dalam Pengelolaan Wisata Alam

Keterlibatan stakeholders yang meliputi masyarakat lokal, wisatawan, dan pemerintah merupakan langkah penting dalam memastikan keberhasilan dan keberlanjutan pengelolaan

destinasi wisata. Grunig dan Hunt (1984) menyatakan bahwa keterlibatan ini bertujuan untuk menciptakan hubungan yang positif, mengatasi konflik, serta mendukung keberlanjutan destinasi.

Di Curug Leuwi Hejo, koperasi masyarakat lokal memainkan peran aktif dalam pengelolaan, perawatan, dan pembangunan fasilitas, dengan dukungan logistik dan operasional dari PT Sentul City dan PT PALAWI. Masyarakat lokal juga dilibatkan dalam musyawarah bulanan, kegiatan kebersihan rutin, dan pengelolaan fasilitas publik, seperti tempat pembuangan sampah (TPS) untuk manajemen limbah.

Pendekatan ini memastikan masyarakat merasa memiliki dan bertanggung jawab atas kelestarian destinasi. Selain itu, kerja sama ini mendorong keterlibatan yang lebih inklusif, di mana masyarakat tidak hanya berperan dalam operasional sehari-hari, tetapi juga memiliki suara dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan destinasi.

2.4 Strategi Kehumasan Digital untuk Promosi Destinasi Wisata

Kehumasan digital atau *digital public relations* adalah pendekatan yang memanfaatkan platform digital, seperti media sosial dan situs web, untuk memperluas jangkauan promosi sekaligus membangun citra positif. Puspitasari (2022) menyatakan bahwa kehumasan digital sangat efektif dalam menarik perhatian wisatawan potensial serta membangun komunitas online yang mendukung keberlanjutan pariwisata.

Dalam kasus Curug Leuwi Hejo, strategi kehumasan digital memungkinkan pengelola mempromosikan destinasi melalui konten visual, seperti foto dan video, yang menonjolkan keindahan alam dan aktivitas wisata yang ditawarkan. Selain itu, promosi Curug Leuwi Hejo juga dilakukan melalui kolaborasi dengan Sentul Tourism, PT PALAWI, dan Kementerian Pariwisata.

Kaplan dan Haenlein (2010) menambahkan bahwa media sosial berfungsi sebagai platform interaktif, di mana pengelola dapat menerima umpan balik langsung dari wisatawan dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan publik. Dengan demikian, kehumasan digital menjadi komponen kunci dalam membangun citra destinasi yang positif bagi Curug Leuwi Hejo.

2.5 Bauran Promosi dalam Destinasi Wisata Alam

Bauran promosi atau promotion mix dalam pariwisata adalah kombinasi dari berbagai metode komunikasi untuk memperkenalkan dan membangun daya tarik destinasi. Bauran promosi terdiri dari publikasi, publisitas, dan media sosial, yang digunakan oleh pengelola destinasi untuk menarik wisatawan dan meningkatkan citra destinasi.

1. Publikasi

Publikasi adalah penyebaran informasi melalui saluran media massa seperti majalah, surat kabar, dan situs berita untuk memperkenalkan destinasi kepada masyarakat luas. Kotler (2009) menyatakan bahwa publikasi membantu membangun pengetahuan dan minat masyarakat terhadap destinasi. Di Curug Leuwi Hejo, publikasi dapat berupa artikel yang menjelaskan sejarah, keindahan alam, dan fasilitas yang tersedia di lokasi tersebut, sehingga calon wisatawan memperoleh informasi yang lengkap dan menarik minat mereka untuk berkunjung.

2. Publisitas

Publisitas adalah bentuk komunikasi tidak berbayar yang diperoleh melalui liputan media

atau rekomendasi dari pihak ketiga. Shimp (2013) menjelaskan bahwa publisitas dapat menciptakan dampak besar karena dipandang sebagai informasi yang lebih autentik dibandingkan iklan berbayar. Curug Leuwi Hejo bisa mendapatkan publisitas melalui liputan dari media lokal dan nasional yang menyoroti keunikan destinasi, seperti kualitas air yang jernih, keindahan alam, serta kontribusi masyarakat dalam pengelolaan lingkungan.

3. Media Sosial

Media sosial memungkinkan pengelola untuk berkomunikasi langsung dengan calon wisatawan serta memperluas jangkauan promosi. Kaplan dan Haenlein (2010) menyoroti bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membangun citra positif dan menciptakan komunitas wisata yang aktif. Pengelola Curug Leuwi Hejo dapat memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk membagikan konten visual, cerita, serta informasi terbaru mengenai destinasi. Pengelola juga dapat mengadakan kampanye lingkungan, memberikan edukasi tentang pelestarian alam, serta melibatkan pengunjung dalam kegiatan-kegiatan positif yang mendorong keberlanjutan destinasi.

2.6 Pariwisata Berkelanjutan dalam Destinasi Wisata Alam

Pariwisata berkelanjutan adalah konsep pengelolaan pariwisata yang berfokus pada menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Prinsip-prinsipnya meliputi pelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat lokal, dan pengelolaan sumber daya yang bijaksana (Syarifuddin, 2016).

Di Curug Leuwi Hejo, pengelola menerapkan prinsip keberlanjutan dengan melibatkan masyarakat lokal dalam kegiatan pengelolaan, seperti pengelolaan sampah dan perawatan fasilitas wisata. Pendekatan ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar tetapi juga meningkatkan rasa tanggung jawab mereka dalam menjaga kelestarian lingkungan.

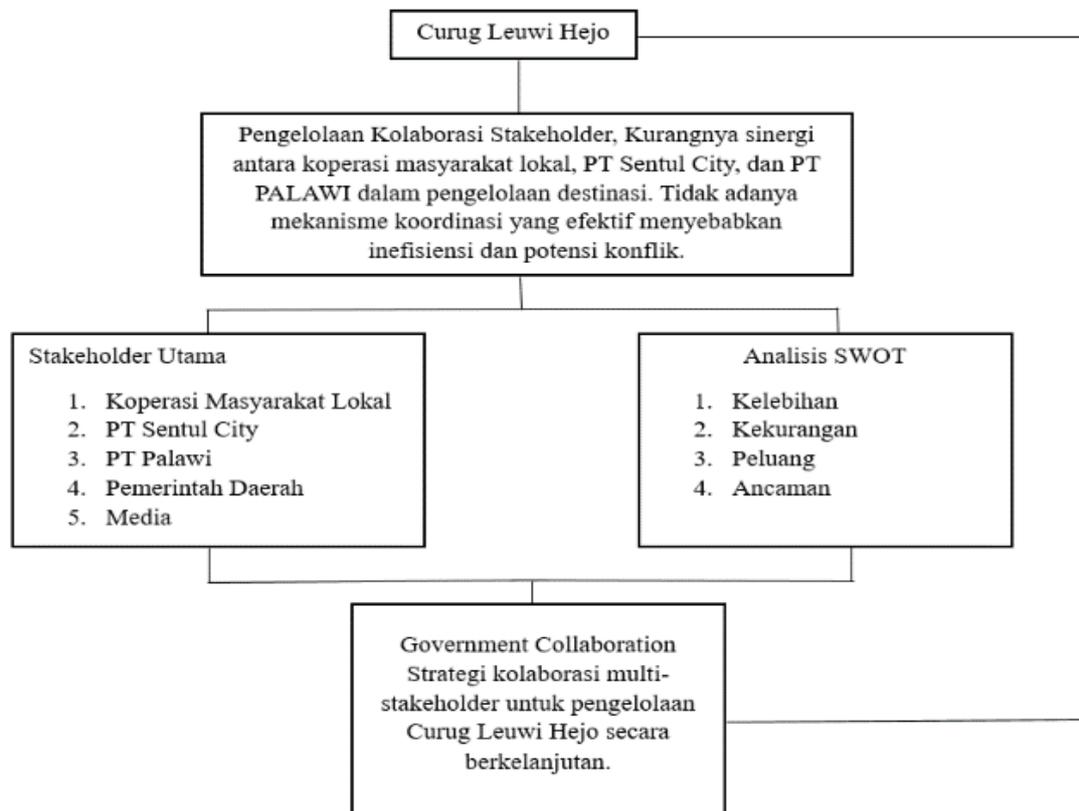
Pengelolaan berkelanjutan juga diwujudkan melalui kolaborasi dengan stakeholders yang memiliki visi menjaga keberlanjutan alam. Hal ini memungkinkan Curug Leuwi Hejo untuk terus menawarkan pengalaman wisata alam yang berkualitas bagi pengunjung. Dengan melibatkan berbagai pihak dan berorientasi pada pelestarian lingkungan, destinasi ini diharapkan menjadi contoh nyata wisata yang indah sekaligus berkomitmen terhadap keberlanjutan.

Konsep keberlanjutan diterapkan melalui pelibatan masyarakat lokal dalam operasional wisata dan pengelolaan lingkungan, termasuk kerja sama dengan pemerintah daerah (PEMDA) dalam manajemen sampah. Selain itu, inisiatif menjaga adat istiadat lokal menegaskan fokus pengelola pada pengelolaan destinasi yang berakar pada nilai-nilai kearifan lokal.

2.7 Alur Berpikir

Penelitian ini diawali dengan pengenalan tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan destinasi wisata Curug Leuwi Hejo, yaitu perlunya kolaborasi stakeholder yang efektif untuk meningkatkan daya tarik wisata serta menjaga keberlanjutan lingkungan. Penelitian ini mengacu pada teori pengelolaan kolaboratif, citra destinasi, keterlibatan stakeholder, dan kehumasan digital, yang kesemuanya memberikan dasar konseptual untuk mengeksplorasi bagaimana strategi-strategi tersebut diterapkan di Curug Leuwi Hejo. Alur berpikir penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi tantangan dalam pengelolaan destinasi.
2. Analisis dinamika kolaborasi stakeholder.
3. Evaluasi strategi kehumasan digital dan kontribusinya terhadap citra destinasi.
4. Penarikan kesimpulan untuk memberikan rekomendasi pengelolaan berkelanjutan.



Curug Leuwi Hejo di Kabupaten Bogor, Jawa Barat, merupakan destinasi wisata alam yang semakin populer di kalangan wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam dan kesegaran air terjun yang jernih. Objek wisata Curug Leuwi Hejo ini dikembangkan melalui pengelolaan kolaboratif antara koperasi masyarakat setempat, PT Sentul City, dan PT PALAWI. Dalam pengelolaannya, Curug Leuwi Hejo bertujuan untuk mempertahankan daya tarik alamnya sekaligus menjaga keberlanjutan lingkungan. Pengelolaan destinasi ini dilakukan melalui kolaborasi antara masyarakat lokal dan berbagai pemangku kepentingan untuk menciptakan fasilitas dan layanan wisata yang dapat mendukung kelestarian alam dan memaksimalkan manfaat ekonomi. Penelitian ini berfokus pada analisis pengelolaan kolaboratif yang diterapkan untuk meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan Curug Leuwi Hejo.

Faktor yang menjadi perhatian utama dalam pengelolaan ini mencakup strategi kehumasan, yang melibatkan promosi digital melalui media sosial untuk memperkenalkan Curug Leuwi Hejo dan membangun citra positif sebagai destinasi wisata alam. Selain itu, keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan lingkungan sekitar menjadi aspek penting dalam menjaga keberlanjutan wisata. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana kolaborasi antara PT Sentul City, PT PALAWI, dan koperasi masyarakat dapat meningkatkan daya tarik wisata, serta bagaimana strategi kehumasan dan keterlibatan masyarakat berkontribusi terhadap keberlanjutan Curug Leuwi Hejo sebagai destinasi wisata alam. Hasil akhir penelitian ini

diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi kehumasan dan pengelolaan destinasi wisata alam yang berbasis kolaboratif dan berkelanjutan di Curug Leuwi Hejo, serta memberikan rekomendasi bagi pengelolaan destinasi wisata serupa.

2.8 Definisi Konsep

- **Pengelolaan Kolaboratif:** Pendekatan pengelolaan yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam merencanakan dan mengelola suatu destinasi untuk mencapai tujuan bersama secara berkelanjutan (Bramwell & Lane, 2000).
- **Citra Destinasi:** Persepsi atau kesan yang dimiliki wisatawan terhadap suatu tempat berdasarkan atribut fisik, pengalaman, dan nilai lokal yang ditawarkan (Kotler, 2014).
- **Stakeholders:** Pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam pengelolaan destinasi wisata, seperti koperasi masyarakat, PT PALAWI, PT Sentul City, dan pemerintah setempat.
- **Kehumasan Digital:** Strategi menggunakan platform digital untuk membangun hubungan dengan publik dan meningkatkan visibilitas destinasi wisata (Puspitasari, 2022).
- **Pariwisata Berkelanjutan:** Pengelolaan destinasi yang menjaga keseimbangan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk keberlanjutan jangka panjang (Syarifuddin, 2016)

3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengeksplorasi dinamika pengelolaan kolaboratif dan keberlanjutan di Curug Leuwi Hejo. Metode ini dipilih karena memberikan fleksibilitas dalam menggali informasi mendalam terkait hubungan antar-stakeholder dan keberlanjutan, yang sulit dijangkau dengan metode kuantitatif atau eksperimental. Selain itu, pendekatan deskriptif memungkinkan analisis yang lebih komprehensif tentang proses dan strategi pengelolaan di destinasi wisata tersebut. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pemahaman mendalam tentang proses pengelolaan, pembagian peran, serta tantangan yang dihadapi oleh koperasi masyarakat setempat, PT Sentul City, dan PT PALAWI dalam upaya meningkatkan daya tarik wisata.

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang muncul, strategi yang diterapkan, serta kontribusi dari masing-masing pihak terhadap daya tarik dan keberlanjutan destinasi wisata. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai sinergi antar-stakeholders dalam mengelola destinasi wisata berbasis keberlanjutan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Curug Leuwi Hejo, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, yang dikenal dengan keindahan alamnya dan sering menjadi tujuan wisatawan untuk rekreasi alam. Lokasi ini dikelola secara kolaboratif oleh koperasi masyarakat lokal, PT PALAWI, dan PT Sentul City, yang masing-masing berkontribusi dalam pengelolaan fasilitas, pelestarian lingkungan, serta promosi destinasi. Penelitian dilaksanakan pada periode Oktober hingga November 2024, mencakup tahap pengumpulan data melalui wawancara, observasi langsung, dan analisis dokumen terkait. Pendekatan ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai dinamika pengelolaan kolaboratif dan aspek keberlanjutan destinasi tersebut.

3.3 Subjek Penelitian

- **Subjek Penelitian:**

Penelitian ini melibatkan berbagai pihak yang berperan dalam pengelolaan Curug Leuwi Hejo, termasuk pengelola utama, staf operasional, dan perwakilan dari pihak terkait lainnya. Informan utama yang dilibatkan dalam penelitian ini meliputi:

- a) **Kepala Pengelola dan Kepala Koperasi:**

Kepala Pengelola (Pak Mahfud) dan Kepala Koperasi (Pak Budi Jurhan) adalah informan kunci yang memiliki pengalaman langsung dalam pengelolaan destinasi wisata dan pengambilan keputusan terkait pengembangan Curug Leuwi Hejo. Mereka memiliki pengetahuan yang mendalam tentang sejarah, struktur organisasi, serta perkembangan dan tantangan yang dihadapi dalam mengelola destinasi ini. Pak Mahfud menjelaskan awal mula pengelolaan Curug Leuwi Hejo yang dimulai dengan masyarakat lokal dan bertransformasi menjadi koperasi yang mengelola kawasan wisata ini secara kolaboratif dengan PT Sentul City dan PT PALAWI.

- b) **Staf Pengelola:**

Staf pengelola yang terlibat dalam operasional harian, seperti pendataan, kebersihan, dan keamanan, memberikan informasi mengenai proses internal yang mendukung kelancaran kegiatan wisata. Salah satu staf pengelola (Saeful Falah) menjelaskan peran mereka dalam menjaga kebersihan dan keamanan, serta bagaimana sistem kerja dibagi antar departemen yang meliputi kebersihan, keamanan, dan administrasi. Staf ini juga terlibat dalam pengambilan keputusan melalui musyawarah bulanan untuk mengevaluasi dan mengatasi masalah operasional

- c) **Staf PT PALAWI:**

Staf dari PT PALAWI (Pak Rudi) memberikan perspektif mengenai peran perusahaan dalam kolaborasi pengelolaan Curug Leuwi Hejo. PT PALAWI berperan dalam mendukung keberlanjutan destinasi melalui kerja sama dengan koperasi dan PT Sentul City, serta memastikan bahwa pengelolaan dilakukan sesuai dengan perjanjian dan regulasi yang berlaku. Mereka juga terlibat dalam pengawasan dan sosialisasi mengenai pengelolaan lahan serta strategi yang diterapkan dalam pengembangan destinasi wisata

Dengan demikian, subjek penelitian ini mencakup berbagai peran yang mendalam dalam pengelolaan, operasional, dan keberlanjutan Curug Leuwi Hejo, memberikan gambaran yang komprehensif tentang dinamika pengelolaan destinasi wisata alam berbasis kolaboratif.

- a. **Sumber dan Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis data utama:

Data Primer: Data yang diperoleh langsung dari wawancara mendalam dengan kepala pengelola, kepala koperasi, staf pengelola, serta observasi partisipatif di lokasi penelitian.

- i. **Data Primer**

Data primer mencakup wawancara dengan kepala pengelola (Pak Mahfud), kepala koperasi (Pak Budi Jurhan), serta staf pengelola (Saeful Falah) untuk mendapatkan informasi tentang strategi pengelolaan, pembagian peran, dan tantangan operasional. Observasi dilakukan untuk mengamati fasilitas, interaksi antar pihak, dan pelaksanaan kegiatan wisata.

3.5 Informan utama meliputi:

Tabel 1: Informan Kunci

No	Nama dan Jabatan	Alasan Pemilihan Informan
1	Pak Mahfud Kepala Pengelola Curug Leuwi Hejo	Bertanggung jawab dalam pengelolaan keseluruhan Curug Leuwi Hejo. Menyampaikan wawasan terkait: 1. Sejarah awal mula Curug Leuwi Hejo sebagai destinasi wisata. 2. Peran koperasi dalam pengelolaan destinasi. 3. Strategi menjaga keberlanjutan wisata.
2	Pak Budi Jurhan Kepala Koperasi	Bertanggung jawab atas manajemen koperasi yang terlibat dalam pengelolaan destinasi. Menyampaikan informasi mengenai: 1. Strategi kolaborasi antar stakeholder. 2. Pembagian tanggung jawab dalam pengelolaan fasilitas dan keamanan.
3	Saeful Falah Staf Pengelola Curug Leuwi Hejo	Terlibat langsung dalam operasional harian Curug Leuwi Hejo. Memberikan wawasan terkait: 1. Proses pengelolaan sehari-hari. 2. Prosedur keamanan dan kenyamanan pengunjung. 3. Proses evaluasi dan perbaikan operasional.
4	Pak Rudi Perwakilan PT PALAWI	Bertanggung jawab atas kontribusi PT PALAWI dalam kolaborasi pengelolaan Curug Leuwi Hejo. Menyampaikan informasi mengenai: 1. Peran PT PALAWI dalam menjaga lingkungan dan fasilitas wisata. 2. Kolaborasi dengan koperasi dan PT Sentul City.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memanfaatkan beberapa teknik pengumpulan data guna memastikan pemahaman yang komprehensif:

Wawancara Mendalam

Wawancara dilakukan dengan kepala pengelola, kepala koperasi, staf pengelola Curug Leuwi Hejo, serta staf PT PALAWI. Tujuan wawancara ini adalah untuk menggali informasi mengenai pembagian peran, proses pengambilan keputusan, strategi kolaborasi dengan stakeholders, serta tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan destinasi. Wawancara ini juga mengeksplorasi bagaimana strategi yang diterapkan untuk menjaga daya tarik wisata dan memastikan keberlanjutan destinasi. Informasi dari wawancara dengan Pak Mahfud (Kepala Pengelola) memberikan wawasan tentang sejarah pengelolaan dan perkembangan Curug Leuwi Hejo, serta peran penting yang dimainkan oleh koperasi masyarakat lokal dalam mengelola kawasan wisata. Wawancara dengan Pak Budi Jurhan (Kepala Koperasi) menyoroti peran koperasi dalam kolaborasi dengan PT Sentul City dan PT PALAWI, sementara wawancara dengan Saeful Falah (Staf Pengelola) dan Pak Rudi (Staf PT PALAWI) memberikan informasi tentang operasional harian dan peran perusahaan dalam mendukung kelancaran pengelolaan.

Observasi partisipatif:

Observasi dilakukan secara langsung untuk mengamati kondisi fasilitas, kebersihan, keamanan, dan interaksi antara pengelola dan pengunjung di Curug Leuwi Hejo. Peneliti terlibat dalam kegiatan di lapangan untuk melihat secara langsung bagaimana strategi kolaboratif diterapkan di tempat. Observasi ini bertujuan untuk memahami lebih lanjut bagaimana pengelola mengelola fasilitas, menjaga keamanan dan kenyamanan pengunjung, serta bagaimana kegiatan promosi dijalankan. Pengamatan ini juga membantu menilai efektivitas pengelolaan dalam menciptakan pengalaman wisata yang positif dan meningkatkan daya tarik destinasi.

Dokumentasi:

Teknik dokumentasi melibatkan analisis laporan kerja sama, dokumen internal koperasi, serta dokumentasi visual seperti foto-foto lapangan. Dokumentasi ini berguna untuk mengonfirmasi informasi yang diperoleh dari wawancara dan observasi, serta memberikan gambaran lebih jelas tentang pengelolaan Curug Leuwi Hejo, termasuk visualisasi fasilitas, interaksi antar stakeholder, dan kegiatan promosi yang dilakukan di lapangan. Foto dan dokumen yang diperoleh memberikan data pendukung yang kuat dalam mengevaluasi kelancaran operasional dan keberlanjutan destinasi

3.7 Teknik Validitas Data

Untuk menjaga validitas data dalam penelitian ini, teknik triangulasi digunakan dengan membandingkan data yang diperoleh dari wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Proses triangulasi ini melibatkan pengujian keakuratan informasi melalui konfirmasi silang antara narasumber, kondisi lapangan, dan bukti dokumen. Hal ini memastikan bahwa data tidak hanya konsisten tetapi juga mencerminkan berbagai perspektif yang saling melengkapi. Triangulasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat dipercaya dan mencerminkan realitas yang ada. Metode triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini mencakup dua jenis triangulasi utama:

- **Triangulasi Sumber:** Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dan data yang diperoleh dari berbagai narasumber, seperti kepala pengelola (Pak Mahfud), kepala koperasi (Pak Budi Jurhan), staf pengelola (Saeful Falah), dan perwakilan PT PALAWI (Pak Rudi). Dengan membandingkan perspektif mereka, peneliti dapat memastikan konsistensi dan keakuratan informasi yang diperoleh terkait dengan praktik pengelolaan di Curug Leuwi Hejo. Triangulasi sumber ini juga berfungsi untuk mendalami dinamika hubungan antar stakeholder dan keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata.

Melalui penerapan teknik triangulasi ini, diharapkan data yang diperoleh akan lebih valid dan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai pengelolaan kolaboratif di Curug Leuwi Hejo.

3.8 Teknik Penyajian Data

Penyajian data merupakan bagian penting dalam penelitian kualitatif untuk mengorganisasi hasil penelitian dan menyajikan data dalam bentuk yang mudah dipahami. Beberapa teknik yang digunakan untuk menyajikan data hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Narasi

Narasi digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk deskripsi atau kalimat yang menggambarkan hasil wawancara atau observasi yang telah dilakukan. Data yang diperoleh

dari wawancara mendalam dan observasi partisipatif dijelaskan dalam bentuk narasi untuk menjawab permasalahan penelitian. Misalnya, hasil wawancara dengan kepala pengelola Curug Leuwi Hejo akan diuraikan dalam bentuk narasi yang mengidentifikasi dinamika kolaborasi antara pihak-pihak terkait dalam pengelolaan destinasi wisata.

2. Tabel

Tabel digunakan untuk menampilkan data yang disusun berdasarkan kategori tertentu dan sistematis. Data yang berupa angka atau informasi yang dapat dikategorikan secara jelas akan disajikan dalam bentuk tabel. Sebagai contoh, tabel dapat digunakan untuk menampilkan pembagian peran antara masing-masing stakeholder dalam pengelolaan Curug Leuwi Hejo, atau data mengenai jumlah pengunjung berdasarkan bulan atau tahun.

3. Gambar

Gambar digunakan untuk menggambarkan kondisi lapangan secara visual pada saat pengambilan data. Gambar ini bisa berupa sketsa atau diagram yang menggambarkan keadaan fisik atau lokasi penelitian. Misalnya, gambar dapat digunakan untuk memperlihatkan kondisi jalan setapak di Curug Leuwi Hejo atau tata letak fasilitas yang dikelola oleh koperasi dan PT Sentul City.

4. Foto

Foto digunakan untuk memperkuat dokumentasi visual tentang kondisi lapangan saat observasi dilakukan. Foto dapat menggambarkan situasi nyata di lokasi penelitian, seperti kegiatan kebersihan yang dilakukan oleh masyarakat, fasilitas yang tersedia, atau suasana saat ada kegiatan wisata. Foto-foto ini memberikan gambaran lebih jelas mengenai kondisi objek penelitian dan bisa menjadi bukti pendukung yang valid.

Dengan menggunakan berbagai teknik penyajian data ini, hasil penelitian diharapkan dapat disajikan dengan cara yang lebih komprehensif dan mudah dipahami oleh pembaca, serta mendukung analisis dan penarikan kesimpulan yang lebih akurat.

3.9 Teknik Analisis Data

Data dianalisis dengan menggunakan pendekatan tematik dalam langkah-langkah berikut:

1. Pengorganisasian Data:

Data yang diperoleh dari wawancara mendalam dan observasi partisipatif akan dikelompokkan berdasarkan tema utama yang relevan dengan penelitian. Tema-tema ini mencakup aspek-aspek seperti praktik pengelolaan kolaboratif, strategi promosi destinasi, serta tantangan yang dihadapi dalam menjaga keberlanjutan wisata. Pengorganisasian data ini bertujuan untuk mempermudah proses analisis lebih lanjut, sehingga hubungan antar variabel dapat dipahami secara jelas.

2. Reduksi Data:

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menyaring informasi yang tidak relevan dengan fokus penelitian. Data yang sesuai dengan tema utama disusun secara sistematis untuk memperjelas fokus analisis. Langkah ini juga bertujuan untuk mengurangi kompleksitas data yang terkumpul dan memfokuskan analisis pada informasi yang paling signifikan, sehingga proses penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan lebih efektif.

3. Penarikan Kesimpulan dan Interpretasi:

Setelah data terorganisasi dan diproses, kesimpulan akan ditarik dengan menginterpretasikan informasi yang telah dianalisis untuk memberikan pemahaman yang

lebih dalam mengenai kolaborasi antar pemangku kepentingan, strategi promosi yang diterapkan, serta bagaimana keberlanjutan destinasi Curug Leuwi Hejo dapat terjaga. Interpretasi ini diharapkan menghasilkan rekomendasi yang berguna untuk pengelolaan wisata yang lebih baik.

Dengan menggunakan pendekatan tematik ini, penelitian ini akan dapat menggali dan menganalisis data secara mendalam, memberikan wawasan tentang bagaimana pengelolaan kolaboratif dan strategi kehumasan berkontribusi terhadap keberlanjutan dan daya tarik Curug Leuwi Hejo.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengelolaan kolaboratif Curug Leuwi Hejo dalam meningkatkan daya tarik wisata dan keberlanjutan lingkungan. Hasil penelitian disajikan berdasarkan data dari wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi.

4.1.1 Dinamika Kolaborasi Stakeholders

Curug Leuwi Hejo dikelola secara kolaboratif oleh tiga entitas utama: Koperasi masyarakat lokal, PT Sentul City, dan PT PALAWI. Pada awalnya, pengelolaan dilakukan oleh masyarakat lokal secara mandiri, dengan langkah pertama berupa pembukaan akses jalan setapak menuju lokasi air terjun. Seiring waktu, masyarakat menyadari perlunya struktur pengelolaan yang lebih terorganisir untuk menjamin keberlanjutan wisata. Pada tahun 2014, pengelolaan dialihkan ke koperasi masyarakat yang bekerja sama dengan PT Sentul City dan PT PALAWI.

Dalam sistem pengelolaan ini, koperasi bertindak sebagai pihak pengelola utama dengan tanggung jawab langsung terhadap operasional harian. PT Sentul City, yang memiliki sebagian tanah akses menuju lokasi, menyediakan dukungan logistik, sementara PT PALAWI bertugas dalam pengelolaan kawasan yang termasuk dalam area Perhutani. Sistem pembagian keuntungan "fix sharing" diimplementasikan dengan koperasi menerima 40% dari pendapatan tiket masuk dan 60% dikelola oleh PT PALAWI untuk pemeliharaan kawasan. Keputusan strategis diambil melalui musyawarah setiap tiga bulan sekali, melibatkan seluruh pihak terkait, untuk memastikan keselarasan dalam pengelolaan.

4.1.2 Strategi Promosi dan Kehumasan Digital

Strategi promosi Curug Leuwi Hejo berfokus pada penggunaan media sosial sebagai platform utama untuk menarik perhatian wisatawan. Akun resmi destinasi ini secara rutin mengunggah konten visual, seperti foto dan video, yang menonjolkan keindahan air terjun, kejernihan air, serta suasana alami yang menenangkan. Kolaborasi dengan influencer dan selebriti juga dilakukan untuk memperluas jangkauan promosi. Sebagai contoh, beberapa tokoh masyarakat dan artis terkenal, termasuk mantan Ketua DPR Puan Maharani, telah mengunjungi Curug Leuwi Hejo, dan dokumentasi kunjungan mereka disebarluaskan melalui media sosial.

Selain itu, promosi juga didukung oleh kerjasama dengan Kementerian Pariwisata dan Sentul Tourism, yang mencakup penyelenggaraan kampanye digital dan pelatihan strategi pemasaran berbasis teknologi. Publisitas tambahan diperoleh melalui liputan media lokal dan nasional yang memaparkan keunikan Curug Leuwi Hejo, seperti air yang tetap jernih meski setelah hujan, serta batu-batuan yang tidak licin sehingga aman untuk aktivitas wisatawan.

4.1.3 Keterlibatan Masyarakat Lokal

Masyarakat lokal memiliki peran signifikan dalam pengelolaan Curug Leuwi Hejo. Dari total tenaga kerja di kawasan ini, 99% berasal dari masyarakat setempat. Mereka terlibat dalam berbagai divisi, termasuk keamanan, kebersihan, administrasi, dan pelayanan wisata. Selain itu, mereka juga menjalankan lebih dari 100 usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) seperti warung makanan dan minuman yang tersebar di area wisata.

Kegiatan kebersihan lingkungan dilakukan secara rutin setiap tiga bulan, dengan melibatkan warga setempat dalam program kerja bakti bersama. Tempat Pembuangan Sementara (TPS) telah disediakan untuk memastikan pengelolaan sampah yang efisien, bekerja sama dengan Pemerintah Daerah. Musyawarah rutin bulanan juga menjadi sarana bagi masyarakat untuk menyampaikan masukan terkait pengelolaan destinasi dan memastikan keberlanjutan kawasan wisata.

4.1.4 Tantangan dan Solusi

Tantangan utama yang dihadapi dalam pengelolaan Curug Leuwi Hejo mencakup konflik kecil antar stakeholder dan lonjakan jumlah pengunjung, terutama pada akhir pekan dan musim liburan. Konflik biasanya diselesaikan melalui musyawarah untuk menemukan solusi yang adil bagi semua pihak. Sementara itu, untuk mengatasi kepadatan pengunjung, pengelola menerapkan strategi distribusi wisatawan dengan mengarahkan mereka ke curug-curug lain di kawasan ini, seperti Curug Putri Kencana dan Curug Cipaminggis, sehingga mengurangi beban pada Curug Leuwi Hejo.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Analisis Kolaborasi Stakeholders

Dinamika kolaborasi di Curug Leuwi Hejo sejalan dengan teori Bramwell dan Lane (2000), yang menekankan pentingnya keterlibatan berbagai pihak dalam pengelolaan destinasi wisata. Keberhasilan kolaborasi antara koperasi masyarakat lokal, PT Sentul City, dan PT PALAWI menciptakan sinergi yang tidak hanya meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga menjaga keberlanjutan lingkungan. Perjanjian kerja sama yang diperbarui setiap tiga tahun memastikan transparansi dan komitmen jangka panjang dari semua pihak.

4.2.2 Pengaruh Strategi Kehumasan Digital

Strategi promosi melalui media sosial membuktikan efektivitasnya dalam membangun citra positif destinasi. Sebagaimana diuraikan oleh Puspitasari (2022), kehumasan digital memungkinkan pengelola untuk memperluas jangkauan promosi dengan biaya yang relatif rendah. Dokumentasi visual yang menarik menciptakan keterikatan emosional bagi wisatawan, sementara ulasan positif di media sosial dan liputan media membantu meningkatkan kredibilitas Curug Leuwi Hejo sebagai destinasi wisata unggulan.

4.2.3 Keterlibatan Masyarakat Lokal dan Keberlanjutan

Partisipasi aktif masyarakat lokal menjadi kunci utama keberhasilan pengelolaan Curug Leuwi Hejo. Pelibatan warga tidak hanya berdampak pada peningkatan kesejahteraan ekonomi mereka, tetapi juga menjadikan mereka sebagai penjaga utama kelestarian lingkungan. Sesuai dengan prinsip pariwisata berkelanjutan yang dikemukakan oleh Syarifuddin (2016), kegiatan operasional yang melibatkan masyarakat menciptakan rasa memiliki yang kuat, sehingga mereka terdorong untuk menjaga keindahan dan kebersihan kawasan wisata.

4.2.4 Tantangan dan Solusi

Tantangan yang muncul dalam pengelolaan Curug Leuwi Hejo menggaris bawahi pentingnya komunikasi dan koordinasi antar stakeholder. Penyelesaian konflik melalui musyawarah menunjukkan bahwa pengelola memiliki pendekatan inklusif dalam pengambilan keputusan. Strategi redistribusi wisatawan juga efektif dalam mencegah kerusakan lingkungan akibat over-tourism, sekaligus memberikan manfaat ekonomi ke destinasi wisata di sekitarnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti pentingnya pengelolaan kolaboratif dalam meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan destinasi wisata alam Curug Leuwi Hejo. Dengan melibatkan koperasi masyarakat lokal, PT Sentul City, dan PT PALAWI, pendekatan kolaboratif terbukti efektif dalam menciptakan fasilitas wisata yang nyaman, memelihara kelestarian lingkungan, serta memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar. Kehumasan digital melalui media sosial berperan signifikan dalam membangun citra positif destinasi, memperluas jangkauan promosi, dan meningkatkan minat wisatawan.

Keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi memberikan dampak positif dalam menjaga kelestarian lingkungan sekaligus mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan ekonomi. Sinergi antara promosi digital, strategi keberlanjutan, dan kolaborasi stakeholder menjadi kunci utama dalam memastikan keberlanjutan Curug Leuwi Hejo sebagai destinasi wisata alam yang bertanggung jawab. Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis untuk destinasi wisata serupa di Indonesia, khususnya dalam hal kolaborasi multi-stakeholder dan pemanfaatan teknologi digital untuk promosi pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Abram Maulana, M. (2023). *Kajian Keberlanjutan Lingkungan Di Kawasan Mandalika. Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 1-18.
- Berliandaldo, M. (2021). *Kolaborasi dan Sinergitas Antar Stakeholder dalam Pembangunan Berkelanjutan Sektor Pariwisata Di Kebun Raya Cibinong. INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 221-234.
- Bukhari, A. (2021, Februari 2). *Curug Leuwi Hejo : Rasakan Sensasi Segar Dan jernihnya Air. Diambil kembali dari sentul.city: <https://sentul.city/curug-leuwi-hejo/>*
- Damayanti, A. (2023). *Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisata Sumber Karya Indah (Ski) Bogor Juni 2023 Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisata Sumber Karya Indah (Ski)*.
- Lasaiba, M. A. (2020). *Kajian Ilmu Sejarah dan Budaya Pariwisata Berkelanjutan : Menjaga Warisan Budaya dan Lingkungan untuk Masa Depan yang Harmonis. Jurnal Lani* , 94-103.
- Paramitha, D. (2023). *Pengaruh Media Sosial Instagram @Wonderfulindonesia Terhadap Citra Destinasi Indonesia. Business Journal: Jurnal Bisnis dan Sosial*, 67-82.
- Rahmawati, D. (2020). *Senjakala Pariwisata Konvensional Pelajaran Berharga dari Berbagai Benua*. 74.
- Sentul City Building. (2024). Leuwi Hejo. Diambil kembali dari sentulcitytourism: <https://www.sentulcitytourism.com/experience/67/detail>*
- Sudiarta, I. N. (2012). *Membangun Citra (Destinasi) Pariwisata Seberapa Pentingkah? Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 60-75.

- Tresiana, N. (2017). KOLABORATIF PENGELOLAAN PARIWISATA TELUK KILUAN (*Collaborative Management Of The Teluk Kiluan Tourism*). *Membangun Etika Sosial Politik Menuju Masyarakat Yang Berkeadilan*, 77-84.
- Ummah, M. S. (2019). KEPUASAN WISATAWAN DARI PERSPEKTIF CITRA DESTINASI. *Sustainability (Switzerland)*, 1-14.
- Wahyudin, C. (2024). MODEL TATAKELOLA PARIWISATA BERBASIS KOLABORATIF DALAM COLLABORATIVE BASED TOURISM GOVERNANCE MODEL IN SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal sehingga masih kurangnya ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi destinasi . 147-164.
- Yudarwati, G. A. (2013). *Community Relations: Bentuk Tanggung Jawab Sosial Organisasi*. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 143-156.
- Zakiah, S. (2023). *Memberdayakan Wisatawan: Memanfaatkan Kekuatan Pemasaran Digital untuk Pembangunan Pedesaan Pariwisata yang Berkelanjutan*. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 3271.