

## Peningkatan Kapasitas Pemasaran Petani Melalui Pelatihan Komunikasi Bisnis di Desa Guci Kabupaten Tegal

Budiyoko\*, Budi Dharmawan, Ratna Satriani, Indah Widyaningrum

Universitas Jenderal Soedirman

### ABSTRAK

Peningkatan kapasitas pemasaran petani di wilayah pedesaan menjadi krusial dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin dinamis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan komunikasi bisnis ini diarahkan untuk meningkatkan kapasitas petani dalam memasarkan produk pertanian mereka. Kegiatan pelatihan dikemas dalam bentuk penyampaian materi teknik dasar komunikasi bisnis, *public speaking*, dan *digital marketing*, serta dilanjutkan dengan *role play* untuk berkomunikasi dan berbicara di depan umum. Petani sayuran di Desa Guci, Kabupaten Tegal, yang menjadi peserta dalam pelatihan ini sangat antusias selama kegiatan berlangsung. Pada sesi *role play*, diketahui bahwa kepercayaan diri dan keterampilan komunikasi petani di depan umum dapat meningkat. Kegiatan ini diharapkan dapat berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kapasitas petani dan efektivitas pemasaran produk hasil pertanian di Desa Guci serta mengoptimalkan penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompleks

### ABSTRACT

Enhancing farmers' marketing capacity in rural areas has become crucial in facing the increasingly dynamic market competition. This community service activity, in the form of business communication training, is aimed at improving farmers' ability to market their agricultural products. The training sessions were designed to deliver fundamental business communication techniques, public speaking skills, and digital marketing strategies, followed by role-play activities to practice communication and public speaking. Vegetable farmers in Guci Village, Tegal District, who participated in the training, demonstrated high enthusiasm throughout the event. During the role-play sessions, it was observed that the farmers' confidence and communication skills in public speaking improved. This initiative is expected to significantly contribute to enhancing farmers' capacity

### Kata Kunci

komunikasi bisnis;  
pemasaran; pertanian; digital  
marketing; CBPAR

Corresponding to the author  Budiyoko  [budiyoko@unsoed.ac.id](mailto:budiyoko@unsoed.ac.id). Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman, Jl Dr. Soeparno No 63 Purwokerto, Jawa Tengah

@ 2025 The Author (s). Published by UIN Mataram. This is an Open Access article distributed under the terms of the <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

and the effectiveness of agricultural product marketing in Guci Village, while also optimizing the use of digital technologies to increase their competitiveness in an increasingly complex market.

## Pendahuluan

Desa Guci yang terletak di kaki Gunung Slamet memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah (Muafi et al., 2024). Wilayah yang secara administrasi terletak di Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal, Provinsi Jawa Tengah ini sudah lama terkenal sebagai kawasan wisata alam. Salah satu destinasi wisata yang menjadi andalan Desa Guci adalah pemandian air panas (Anggriani & Rosanto, 2023), yang memanfaatkan potensi alam berupa air panas alami. Keberadaan potensi sumber air panas alami tersebut telah mendorong tumbuhnya berbagai atraksi wisata lain di Desa Guci, hingga berkembang sebagai kawasan wisata yang ramai dikunjungi oleh masyarakat.

Sektor pariwisata menjadi tumpuan utama dan penggerak aktivitas perekonomian lokal di Desa Guci (Akhmadi, 2010). Dengan pesona alam pegunungan lereng utara Gunung Slamet yang menakjubkan, seperti air panas alami, perbukitan yang hijau, dan keberagaman budaya lokal (Afrianto et al., 2022; Deviana, 2012; Maryanto et al., 2012), Desa Guci menarik banyak pengunjung. Para wisatawan ini tidak hanya memberikan kontribusi langsung melalui pengeluaran mereka untuk akomodasi, makanan, dan kegiatan wisata, tetapi juga mendorong pertumbuhan sektor lainnya, seperti perdagangan lokal, jasa transportasi, pertanian, dan kerajinan tangan. Perkembangan aktivitas wisata ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi langsung bagi penduduk Desa Guci, tetapi juga berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan mereka secara keseluruhan melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan pembangunan infrastruktur terkait.

Selain jasa wisata, tanah vulkanis Gunung Slamet juga memberikan berkah bagi aktivitas pertanian di Desa Guci. Tanahnya yang subur dengan ketinggian rata-rata di atas 1.000 mdpl, menjadikan wilayah ini sebagai kawasan pertanian, khususnya untuk komoditas hortikultura dan perkebunan (Budiyoko et al., 2024). Komoditas hortikultura utama yang banyak diusahakan oleh petani didominasi oleh sayuran semusim. Sedangkan komoditas perkebunan yang mulai dibudidayakan petani adalah kopi dan tembakau. Peran penting sektor pertanian juga dapat dilihat dari masyarakat yang menggantungkan hidupnya pada sektor ini. Pada tahun 2022, persentase penduduk di Kecamatan Bumijawa yang berprofesi sebagai petani atau buruh tani mencapai 33,80 persen (BPS Kabupaten Tegal, 2023).

Pengembangan potensi pertanian diharapkan dapat menjadi bagian dalam kerangka besar pengembangan Desa Guci sebagai kawasan wisata dataran tinggi di Kabupaten Tegal (Sari, 2009). Dengan memanfaatkan keberagaman produk pertanian lokal, seperti

sayuran, tanaman perkebunan, dan produk olahan, Desa Guci dapat menawarkan pengalaman wisata yang lebih beragam dan berkesan bagi para pengunjung. Selain itu, pengembangan pertanian yang berkelanjutan juga akan mendukung upaya pelestarian lingkungan dan keberlanjutan pariwisata di daerah tersebut (Susetyaningsih, 2014). Dengan mengintegrasikan potensi pertanian dalam strategi pengembangan pariwisata, Desa Guci memiliki peluang besar untuk meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, mengurangi ketergantungan pada sektor pariwisata saja, serta menciptakan sistem ekonomi yang lebih berkelanjutan dan inklusif.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan sarana yang efektif dalam mendorong pembangunan di wilayah perdesaan, terutama dalam sektor pertanian. Peningkatan kapasitas pemasaran petani melalui pelatihan komunikasi bisnis menjadi penting untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan pendapatan petani di Desa Guci. Selama ini masyarakat petani di wilayah tersebut cenderung memasarkan hasil pertaniannya secara konvensional, misalnya dengan dijual kepada pengepul dan tengkulak. Banyaknya destinasi wisata dan hotel atau penginapan di Desa Guci berpotensi untuk menjadi pasar bagi komoditas pertanian yang dihasilkan petani. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan komunikasi bisnis ini diharapkan dapat membekali petani tentang teknik dan keterampilan dasar komunikasi bisnis dengan tujuan untuk memasarkan produk pertanian yang dihasilkan kepada entitas non perorangan di Desa Guci dan sekitarnya.

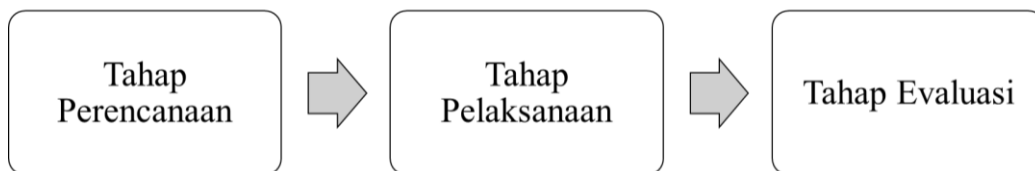
## Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan atas kerjasama dengan Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Tegal. Pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan komunikasi bisnis ini ditujukan bagi petani sayuran di Desa Guci, Kabupaten Tegal. Komoditas sayuran yang dibudidayakan oleh petani tersebut sebagian besar berupa kubis, kentang, cabai, dan bawang daun. Selain sayuran, beberapa petani di wilayah ini juga mulai membudidayakan komoditas perkebunan, seperti kopi dan tembakau. Potensi komoditas perkebunan tersebut cukup besar mengingat kesesuaian iklim dan topografi di Desa Guci. Untuk memudahkan mobilitas dan partisipasi peserta, kegiatan pelatihan dilaksanakan di salah satu kediaman warga. Jumlah peserta dalam kegiatan ini mencapai 42 orang.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan metode *community based participatory action research* (CBPAR), yaitu pendekatan yang digunakan dalam pengembangan masyarakat dengan pelibatan anggota masyarakat mitra, organisasi, dan peneliti untuk meningkatkan pemahaman bersama, menciptakan perubahan sosial yang positif, dan memanfaatkan pengetahuan untuk menyelesaikan berbagai persoalan yang dihadapi oleh Masyarakat (Aryani, 2021; Haryono et al., 2024; Pebrianti et al., 2024). Melalui pendekatan ini diharapkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang

dilaksanakan dapat meningkatkan partisipasi dan pengetahuan masyarakat petani terkait komunikasi bisnis dan berpengaruh secara positif terhadap pemasaran dan penjualan produk hasil pertanian yang mereka hasilkan.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan komunikasi bisnis terbagi dalam tiga tahap, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 1. Tahap perencanaan berupa analisis situasi, yang mencakup identifikasi potensi dan permasalahan di Desa Guci. Hasil analisis situasi tersebut ditindaklanjuti dengan perancangan kegiatan untuk mengatasi permasalahan dan mengoptimalkan potensi yang ada. Tahap kedua, yaitu pelaksanaan kegiatan, dilakukan untuk mengaktualisasi rancangan kegiatan yang disusun. Kegiatan ini dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan masyarakat petani sebagai penerima manfaat. Selanjutnya, pada tahap ketiga dilakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan. Hal ini sebagai umpan balik dan perbaikan bagi efektivitas pelaksanaan kegiatan sejenis di masa yang akan datang.



**Gambar 1.** Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui pelatihan dan diskusi interaktif yang mencakup topik-topik seperti teknik komunikasi yang efektif, *public speaking*, dan *digital marketing* produk pertanian. Pelatihan ini tidak hanya fokus pada penyampaian materi saja, tetapi juga terdapat sesi *role play* untuk simulasi komunikasi bisnis (Listyorini et al., 2022). Dengan kata lain, petani yang menjadi peserta dalam pelatihan ini tidak hanya menjadi objek saja, tetapi terlibat secara aktif dalam sesi materi ataupun simulasi. Partisipasi aktif masyarakat dapat meningkatkan pemahaman dan rasa kepemilikan terhadap kegiatan yang dilaksanakan masyarakat (Budiyoko et al., 2023). Selain itu, metode ini dipilih untuk memastikan penerapan praktis dari materi yang diajarkan.

## Hasil dan Diskusi

### Pelatihan Komunikasi Bisnis, *Public Speaking*, dan *Digital Marketing*

Penyampaian materi teknik komunikasi bisnis, *public speaking*, dan *digital marketing* merupakan bagian integral dari upaya meningkatkan kapasitas pemasaran petani dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Melalui kegiatan ini, para petani diberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana menjalin komunikasi yang efektif dengan para calon pembeli, mempromosikan produk mereka secara persuasif,

dan memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Target mitra calon pembeli adalah pelaku usaha non perorangan, khususnya hotel dan restoran yang ada di kawasan wisata Desa Guci.

Komunikasi bisnis merupakan komunikasi yang digunakan untuk membangun kemitraan atau mempromosikan gagasan, produk, jasa, dengan sasaran untuk menciptakan nilai bagi bisnis yang dijalankan (Adin, 2023). Materi tentang teknik komunikasi bisnis membantu petani dalam memahami cara menyusun pesan yang jelas dan menarik bagi pasar. Sementara materi *public speaking* membekali mereka dengan keterampilan untuk menyampaikan pesan dengan percaya diri dan meyakinkan. Pada sesi ini, petani yang menjadi peserta pelatihan diberi pengetahuan tentang alur komunikasi dan *skill* komunikasi bisnis. Keterampilan dalam komunikasi menjadi salah satu kunci efektivitas dari pesan yang disampaikan kepada khalayak umum (Hasmawati, 2018; Mucharam, 2022). Oleh karena itu, hal ini penting untuk dipahami oleh peserta pelatihan.

Peserta juga dibekali dengan tips dan trik untuk menjadi pembicara yang baik. Dalam hal ini beberapa aspek penting yang ditekankan untuk dipersiapkan sebelum berbicara di depan khalayak, baik untuk menyampaikan sesuatu atau mempromosikan produk adalah: (a) penguasaan materi, (b) mengenali *audience*, (c) sikap, (d) interaksi dengan *audience*, (e) bahan yang disampaikan, dan (d) umpan balik. Dengan memahami aspek tersebut, komunikasi bisnis yang dijalankan oleh petani, baik kepada calon mitra, pembeli atau pihak lain diharapkan dapat menjadi lebih efektif. Urgensi dari masing-masing aspek tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Aspek Persiapan Dalam Komunikasi Bisnis

No	Aspek	Urgensi
1	Penguasaan materi	Persiapan dan penguasaan materi penting dilakukan agar dapat disampaikan dengan baik dan lancar, sehingga mudah dimengerti oleh <i>audience</i> .
2	Mengenali <i>audience</i>	Kenali dan riset tentang <i>audience</i> untuk memastikan topik dan gaya penyampaian yang tepat. Hal ini dapat memperlancar komunikasi antara pembicara dan <i>audience</i> .
3	Sikap	Perlu adanya kontak mata, <i>body language</i> yang relevan, bahasa, intonasi penyampaian yang tepat dengan produk yang ditawarkan dan <i>audience</i> -nya. Hal ini untuk memperoleh kesan positif dari <i>audience</i> .
4	Interaksi dengan <i>audience</i>	Membangun interaksi dengan <i>audience</i> , misalnya dengan mengajukan pertanyaan. Hal ini dapat menarik perhatian <i>audience</i> untuk menyimak apa yang disampaikan.
5	Bahan yang disampaikan,	Ketika proses komunikasi bisnis disertai dengan penyampaian bahan tayang/presentasi, maka bahan

No	Aspek	Urgensi
6	Umpan balik	tersebut harus dipersiapkan dengan baik, tidak terlalu panjang dengan visual yang menarik. Hal ini dapat membantu <i>audience</i> memahami dan menangkap pesan yang ingin disampaikan. Perlu adanya umpan balik atas apa yang disampaikan, misalnya melalui diskusi dengan <i>audience</i> . Hal ini sebagai bentuk membangun partisipasi dan untuk memastikan tingkat pemahaman atau penerimaan <i>audience</i> atas materi yang disampaikan.

Selain materi komunikasi bisnis dan *public speaking*, petani juga diberi pengetahuan dasar tentang *digital marketing*, khususnya untuk produk pertanian. Di era digital saat ini, penguasaan tentang *digital marketing* menjadi penting dan sangat relevan (Krisdayanti et al., 2022). Pada kesempatan ini para petani diperkenalkan dengan berbagai *platform* digital yang dapat digunakan untuk memasarkan produk mereka, seperti media sosial, situs *website*, dan aplikasi *e-commerce*. Petani yang menjadi peserta pelatihan juga diajarkan tentang teknik-teknik penggunaan media digital secara efektif, seperti pembuatan konten yang menarik, optimasi mesin pencari, dan analisis data untuk memahami preferensi konsumen. Dengan memahami konsep-konsep dasar *digital marketing*, para petani dapat lebih mudah memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan penjualan produk pertanian mereka (Melati et al., 2020). Dokumentasi kegiatan penyampaian materi teknik komunikasi bisnis, *public speaking*, dan *digital marketing* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Penyampaian Materi Teknik Komunikasi Bisnis, *Public Speaking*, dan *Digital Marketing*

## Diskusi

Setelah penyampaian materi, para petani juga diberikan kesempatan untuk berlatih secara langsung melalui sesi *role play* atau simulasi untuk meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal (Dharmayanti, 2013). Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan kemampuan berbicara di depan umum bagi para petani di Desa Guci, Kabupaten Tegal. Dalam kegiatan ini, para petani dipandu untuk memainkan peran-peran tertentu dalam berbagai situasi bisnis yang umum terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Mereka diberi skenario-skenario yang realistis, mulai dari perkenalan diri, bernegosiasi harga dengan pembeli, mempromosikan dan mempresentasikan tentang produk mereka kepada calon pembeli.

Sesi *role play* ini menjadi wahana bagi petani untuk mengaplikasikan langsung materi dan pengetahuan yang telah diberikan. Petani diarahkan untuk berlatih membangun pola komunikasi dari situasi atau skenario yang diberikan dan mempraktikkan di depan peserta yang lain. Setelah itu, peserta dan rekan-rekan sesama petani diminta untuk memberikan umpan balik atas peran dan skenario yang dimainkan. Mereka diminta untuk mengidentifikasi kelebihan atau kekurangan dari masing-masing peserta dalam *role play*. Selanjutnya, di setiap sesi fasilitator akan memberikan umpan balik sebagai bentuk apresiasi atau masukan atas peran dari setiap situasi atau skenario yang dijalankan peserta pelatihan. Melalui interaksi langsung ini, para petani dapat memperbaiki kemampuan mereka dalam berkomunikasi bisnis dan meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam menyampaikan pesan kepada berbagai pihak terkait.

Selain itu, melalui permainan peran ini, para petani tidak hanya diajarkan untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi mereka, tetapi juga untuk memahami perspektif dan kebutuhan para pihak yang terlibat dalam proses bisnis. Mereka belajar untuk merespon dengan tepat terhadap berbagai situasi dan menyesuaikan gaya komunikasi mereka sesuai dengan *audience* yang mereka hadapi. Selain itu, simulasi *public speaking* juga menjadi ajang bagi para petani untuk mengasah keterampilan berbicara di depan umum. Mereka diajarkan teknik-teknik seperti kontrol nafas, intonasi suara, dan gerakan tubuh yang dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka dan membuat presentasi mereka lebih meyakinkan dan menarik. Di awal sesi, petani banyak yang malu hingga tidak dapat memperkenalkan diri dengan baik. Namun setelah diberi berbagai tips dan trik, mereka dapat mengatasi rasa malu dan canggungnya, sehingga dapat menjalankan peran dengan cukup baik. Dokumentasi sesi *role play* komunikasi bisnis dan *public speaking* ditampilkan pada Gambar 3.

Dalam spektrum yang lebih luas, kegiatan ini diharapkan tidak hanya membantu para petani dalam memperoleh keterampilan komunikasi yang dibutuhkan untuk memperluas jangkauan pemasaran produk pertanian mereka, tetapi juga membuka pintu bagi mereka untuk menjadi pemimpin dan penggerak perubahan di masyarakat setempat. Zahara (2018) menyatakan bahwa keterampilan komunikasi menjadi unsur

penting dalam kepemimpinan dan pencapaian tujuan suatu organisasi. Keterampilan komunikasi juga berperan penting dalam efektivitas kepemimpinan desa (Pelita, 2015).



Gambar 3. Role Play Komunikasi Bisnis dan *Public Speaking*

### Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Secara umum pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan baik sesuai dengan target yang diharapkan. Berdasarkan evaluasi kegiatan yang dilakukan dengan masyarakat dan para pihak terkait, masyarakat petani menilai materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan mereka dan menjadi penyegaran, karena selama ini mereka lebih banyak menerima materi terkait aspek budidaya atau pengolahan produk. Pelatihan ini dapat menjadi pelengkap pengetahuan dan keterampilan petani, khususnya dalam pemasaran produk berbasis pertanian yang dihasilkan.

### Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan komunikasi bisnis ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan petani dalam berkomunikasi dan berbicara di depan umum, dengan tujuan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk pertanian mereka. Pelatihan yang dikemas dalam bentuk penyampaian materi dan *role play* atau simulasi ini memperoleh respon positif dan dapat meningkatkan kepercayaan diri petani untuk berbicara di depan umum. Hal itu diketahui dari hasil wawancara dengan petani pasca pelatihan serta pada saat sesi *role play*. Kegiatan ini diharapkan dapat berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kapasitas petani dan efektivitas pemasaran produk hasil pertanian di Desa Guci. Selain itu, pelatihan ini juga diharapkan dapat menjadi jalan bagi petani untuk menjalin hubungan yang lebih baik dengan pasar, dan mengoptimalkan penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompleks

## Ucapan terima kasih

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan kerjasama antara Fakultas Pertanian Universitas Jenderal Soedirman dengan Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Tegal. Terima kasih diucapkan kepada Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Tegal dan Kelompok Tani dan Kelompok Wanita Tani di Desa Guci, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal.

## Daftar Pustaka

- Afrianto, W. F., Hasanah, L. N., Prananditaputra, R., Hidayatullah, T., Wati, S. I., Aini, Y. S., & Budiyoko, B. (2022). Local Knowledge and Practice of Entomophagy in Datengan Village, Kediri, East Java, Indonesia. *Sriwijaya Journal of Environment*, 7(3), 148–155. <https://doi.org/10.22135/sje.2022.7.3.148-155>
- Akhmadi, W. (2010). *Penilaian Manfaat Ekonomi Dan Pengelolaan Lingkungan Taman Wisata Pemandian Air Panas Guci Kabupaten Tegal* [Master Thesis]. Universitas Diponegoro.
- Anggriani, L., & Rosanto, S. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Berdasarkan Komponen 6A Di Taman Wisata Guci Tegal, Jawa Tengah. *Jurnal Syntax Fusion*, 3(07), 767–774. <https://doi.org/10.54543/fusion.v3i07.345>
- Aryani, D. (2021). Instrumen Pengendalian Harga Beras di Indonesia: Waktu Efektif yang Dibutuhkan. *Jurnal Pangan*, 30(2). <https://doi.org/10.33964/jp.v30i2.538>
- BPS Kabupaten Tegal. (2023). *Kecamatan Bumijawa Dalam Angka 2022* [Dataset].
- Budiyoko, B., Zulkifli, L., Dharmawan, B., Sunendar, S., Rachmah, M. A., Prasetyo, K., Saputro, W. A., & Utami, D. R. (2024). Unlocking the sustainable livelihoods strategy for forest communities in the southern slope of Mount Slamet, Indonesia. *Sustainability in Debate*, 15(1), 216–232. <https://doi.org/10.18472/SustDeb.v15n1.2024.52568>
- Budiyoko, B., Zulkifli, L., Rachmah, M. A., Utami, D. R., Saputro, W. A., & Prasetyo, K. (2023). Introduksi Model Agrosilvopastura Kepada Masyarakat Sekitar Hutan Di Desa Kemutug Lor, Kabupaten Banyumas. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Inovatif*, 2(2).
- Deviana, F. A. (2012). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Di Daerah Tujuan Wisata Guci Kabupaten Tegal, Provinsi Jawa Tengah* [Undergraduate Thesis]. Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA.
- Dharmayanti, P. A. (2013). Teknik Role Playing Dalam Meningkatkan Keterampilan Komunikasi Interpersonal Siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 46(3), 256–265.
- Haryono, E., Al Murtaqi, Moch. R., Izzah, A. N. L., Septian, D., & Sariman. (2024). Metode-Metode Pelaksanaan PkM (Pengabdian Kepada Masyarakat) Untuk Perguruan Tinggi. *Al Fattah Jurnal Pendidikan*, 5(2), 1–21. <https://doi.org/10.1989/b4ejqb56>

- Hasmawati, F. (2018). Manajemen Dalam Komunikasi. *Al-Idarah*, 5(6).
- Krisdayanti, W., Kusumawati, N., D., & Akbar, R. F. (2022). Pemberdayaan Petani Alpukat Desa Tuwiri Kulon Kabupaten Tuban Melalui Penyuluhan Digital Marketing Dalam Upaya Akselerasi Perekonomian Desa. *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 3(2), 51–57.
- Listyorini, H., Aryaningtyas, A. T., Wuntu, G., & Aprilliyani, R. (2022). Merintis desa wisata, menguatkan kerjasama badan usaha milik desa dan kelompok sadar wisata. *KACANEGERA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1076>
- Maryanto, I., Noerdjito, M., & Partomihardjo, T. (2012). *Ekologi Gunung Slamet: Geologi, Klimatologi, Biodiversitas dan Dinamika sosial*. LIPI Press.
- Melati, I. S., Margunani, M., Mudrikah, S., & Pitaloka, L. K. (2020). Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Warga Binaan Lembaga Pemasyarakatan. *Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2), 155. <https://doi.org/10.20956/pa.v4i2.7685>
- Muafi, M., Nursyamsiah, S., Hidayat, A., Arundati, R., Purnama, R. F., Sabellah, R. E., Andestari, Y., Suhada, S., Tamara, K., Yustiani, S., Veisz, A., & Huszár, B. (2024). Identifying Opportunities and Threats of Tourism Destinations in Pancuran 13 and Curug Serwiti, Guci Tegal, Central Java. *Asian Journal of Community Services*, 3(1), 99–106. <https://doi.org/10.55927/ajcs.v3i1.7682>
- Mucharam, A. (2022). Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 27(1).
- Pebrianti, V. A., Anggraini, N. A., Putri, A. R. E., Sasmita, V. R. W., & Jatmiko, J. (2024). Pengimplementasian Program CEMARA (Cendekia Muda Berkarakter) di Desa Kalipang dengan metode Community Based Participatory Research. *Dedikasi Nusantara: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pendidikan Dasar*, 4(1), 25–33. <https://doi.org/10.29407/dedikasi.v4i1.23181>
- Pelita, A. (2015). Tinjauan Terhadap Epemimpinan Suatu Review Literatur Terhadap Efektivitas Pemimpin Tingkat Kelurahan Dan Desa Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Ilmiah Administrasita*, 6(1).
- Sari, R. D. T. (2009). *Strategi Pengembangan Kawasan Obyek Wisata Guci Kabupaten Tegal*. [Master Thesis]. Universitas Diponegoro.
- Susetyaningsih, A. (2014). Ekologi Industry Berbasis Daya Dukung Lingkungan Untuk Pengembangan Kawasan Wisata Agro di Desa Barudua Kecamatan Malangbong Kabupaten Garut. *Jurnal Kalibrasi*, 11(1). <https://doi.org/10.33364/kalibrasi/v.11-1.108>
- Zahara, E. (2018). Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi. *Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa*, 56.
- Zein Adin. (2023). Dasar-Dasar Komunikasi Bisnis. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 3(1), 33–42. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v3i1.2324>