

Pelatihan dan Lomba Foto Jurnalistik “Budaya Lokal Bali” pada Warga Desa Wisata Pinge

Melati Mediana Tobing¹, Franciscus Dicha Sidabutar², Pricelia Ruth³

^{1,2,3}Universitas Kristen Indonesia, Jakarta, Indonesia

E-mail: melati.tobing@uki.ac.id

Abstrak

Tingginya minat wisata di pulau Bali membuat pemerintah mengembangkan beberapa lokasi desa adat menjadi desa wisata, yang selain bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi warga, juga sekaligus melestarikan alam dan memajukan kebudayaan mereka. Desa Pinge adalah satu diantara banyaknya desa adat di Bali yang pada tahun 2003 ditetapkan sebagai desa wisata. Namun demikian, minat wisatawan untuk mengunjungi Desa Wisata Pinge masih dinilai kurang signifikan, terutama jika dibandingkan dengan popularitas Desa Panglipuran dan Desa Ubud. Oleh karena itu, Program Studi Ilmu Komunikasi mendukung promosi Desa Wisata Pinge agar bisa dilakukan secara mandiri oleh warga desanya. Kegiatan PKM berupa pelatihan dan lomba fotografi jurnalistik ini adalah perwujudan pengabdian dosen dan mahasiswa ilmu komunikasi UKI dan UNDIKNAS kepada warga Desa Wisata Pinge pada hari Senin-Selasa, 11-12 Juni 2023. Program pelatihan yang dilakukan mencakup: (1) edukasi tentang perlunya mendekatkan ekspektasi wisatawan terhadap potensi Desa Wisata Pinge melalui foto di media digital; (2) melakukan pelatihan terkait jurnalistik dan nilai berita bagi warga Desa Wisata; (3) melakukan edukasi terkait *branding* Desa Wisata; dan (4) melakukan pelatihan teknik *mobile jurnalistik*. Selanjutnya, warga Desa Wisata Pinge melakukan praktek dan *coaching clinic*, lalu hasilnya dikompetisikan dalam bentuk lomba foto jurnalistik. Serangkaian kegiatan PKM tersebut berhasil mendorong minat warga untuk lebih mengeksplorasi obyek wisata lokal, baik dalam fitur tetap maupun atraksi budaya dengan menggunakan *handphone* mereka, serta menyebarkanluaskannya melalui media sosial.

Kata Kunci: *Branding*; Desa Wisata; Jurnalistik; Komunikasi Antarbudaya; *Mobile Photography*.

Abstract

The high interest in tourism on the island of Bali has led the government to develop several traditional village locations into tourist villages to increase economic growth, people's welfare, eliminate poverty, overcome unemployment, preserve nature, the environment and resources, and advance culture. The development was carried out in Pinge Tourism Village due to its high natural potential and potential cultural attractions. Even so, tourists' interest in visiting Pinge Tourism Village is still considered lacking, as indicated by the popularity of Pinge Tourism Village, which is not as popular as Panglipuran Village and Ubud Village. With this background, a photography journalism workshop was conducted, which is expected to be helpful in making promotional materials for Pinge's traditional village. Some of the objectives of doing community service in the form of this journalistic photography workshop include: 1) Encourage the community to find the potential of Pinge tourism village that can attract both local and foreign tourists who will visit Bali; 2) Conducting photojournalism training activities to Pinge tourism village residents to be able to photograph the potential of the Pinge tourism village; 3) Evaluating through photojournalism competition activities to participants of photography journalism training. Through the post-test conducted after the presentation of the material, it can be seen that the people who attended this

workshop had a deeper understanding of journalistic photography after listening to the presentation of the material from several speakers.

Keywords: *Intercultural Communication; Journalism; Mobile Photography; Tourism Village; Bali Island.*

PENDAHULUAN

Penyebaran teknologi yang berkembang pesat di seluruh dunia memberikan implikasi terhadap komunikasi antarbudaya. Banyak orang yang sudah terhubung ke internet melakukan interaksi dengan budaya yang baru, sehingga tercipta kebiasaan baru dalam komunikasi mereka sehari-hari. Kebiasaan baru tersebut bisa diperoleh sesuai karakter yang ada pada media digital itu sendiri (Deuze, 2012; Hadi, 2009). Namun dalam hal ini, budaya baru mengacu pada latarbelakang budaya yang dimiliki oleh setiap interektan. Masing-masing pihak yang melakukan komunikasi itu berasal dari latarbelakang budaya yang berbeda satu dengan lainnya, sehingga terjadi proses komunikasi antarbudaya di media digital (Nasrullah, 2012).

Dalam sub ilmu komunikasi, yakni jurnalistik, kemajuan teknologi dan komunikasi yang pesat ini menjadi titik balik positif bagi beberapa media yang mampu beradaptasi (Junaidi dkk, 2020). Meskipun tingkat akurasi media digital lebih rendah, namun kecepatan dan kemudahan aksesnya sangat

membantu kebutuhan masyarakat akan informasi terbaru. Masyarakat kini pun mulai terbiasa mengonsumsi media tersebut, sehingga perlahan tapi pasti mereka pun meninggalkan media nondigital. Evolusi media jurnalistik ini paling dirasakan oleh kaum milenial yang sehari-harinya sudah biasa hidup bersama internet, sehingga menjadikan mereka sebagai pasar baru media digital (Creighton, 2018; Hermida, 2012).

Apabila melihat dari sisi budaya, eksistensi media digital ini beresiko sebagai ancaman bagi keberlangsungan budaya pada masyarakat lokal. Terutama masyarakat berbudaya lokal yang selama ini berkomunikasi langsung tatap muka tanpa menggunakan medium . Media digital yang dipenuhi berbagai informasi multi etnis memungkinkan setiap pelaku komunikasi digital untuk masuk dalam pusran budaya global (Hamdani, 2021). Entitas budaya lokal lambat laun tergerus tanpa disadari sepenuhnya oleh para milenial yang aktif memakai ponsel setiap hari (Trompenaars dkk,

2012). Meski secara kasat mata kita melihat para milenial masih cukup patuh melakukan aktivitas budayanya, namun globalisasi melalui ponsel perlu dianggap sebagai bentuk ancaman laten bagi kesinambungan keberadaan masyarakat adat. Seringkali, modernitas membunuh tradisi yang telah mengakar pada individu-individu yang memiliki keterikatan terhadap kelompok sosial budayanya (Tobing, 2022).

Salah satu masyarakat adat di Indonesia yang paling dikenal ketat dalam menjalankan ritualitas budaya adalah kelompok masyarakat adat Bali di Desa Pinge. Bali merupakan destinasi utama sekaligus penyumbang devisa terbesar dalam sektor pariwisata di Indonesia (Yanwardhana, 2021). Bali tidak hanya menyuguhkan panorama alam yang cantik, tetapi juga memberikan pelayanan prima bagi setiap turis yang mengunjunginya. Selain itu, masyarakat Bali juga memiliki sistem budaya dan artefak yang indah dan unik, yang menjadikannya sebagai daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung ke Bali.

Pulau Bali memiliki luas 570.000 hektar, dan dikelilingi oleh samudera Hindia dan Selat Bali (Detikcom, 2020). Meskipun demikian, Bali memiliki

sangat banyak destinasi wisata, sehingga wisatawan dapat tinggal selama berbulan-bulan dan berinteraksi dengan warga sekitar tanpa merasa jenuh. Lagi pula, setiap destinasi wisata itu selalu dipelihara dan dijaga kebersihannya oleh warga sehingga setiap pengunjung dapat merasakan kenyamanan dan keterbukaan warga dalam menyambut kedatangan setiap tamunya. Bali juga merupakan salah satu daerah yang seringkali terjadi pertukaran budaya didalamnya. Proses pertukaran budaya terjadi karena interaksi antara turis dengan masyarakat lokal (Tobing, 2018).

Tingginya tingkat lama tinggal dan keterlibatan turis dalam kegiatan budaya Bali, membuat pemerintah mendorong munculnya lokasi-lokasi baru sebagai destinasi wisatawan yang datang ke Bali. Tujuan pemerintah mengembangkan desa adat di Bali menjadi desa wisata adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, serta memajukan kebudayaan (Ristini & Citra, 2022). Oleh karenanya, keberadaan desa wisata ini dapat membantu

meningkatkan kinerja pemerintah dalam mendorong industri pariwisata nasional, dan memberikan manfaat ekonomi secara langsung kepada masyarakat.

Lokasi dan atraksi menjadi dua hal yang ada pada tempat-tempat wisata di Bali, termasuk di Desa Wisata Pinge. Desa wisata yang menjadi lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan satu desa di antara puluhan desa adat yang dikembangkan pemerintah. Meskipun telah membuka diri sebagai desa wisata sejak tahun 2004, namun baru pada tahun 2014 pemerintah menetapkan desa adat Hindu Bali ini sebagai desa wisata (Geovani & Suryawan 2014).

Dibandingkan dengan beberapa desa wisata yang telah dikenal masyarakat, nama Desa Pinge belumlah sepopuler Desa Panglipuran maupun Desa Ubud. Padahal mereka memiliki potensi yang sama banyak dan menariknya dengan kedua desa wisata tersebut. Melakukan promosi budaya adalah hal yang tepat bagi Desa wisata Pinge (Jandt, 2016; Yurisma, 2021). Hal ini menjadi landasan bagi tim PKM untuk bisa lebih mempopulerkan Pinge sebagai salah satu desa wisata andalan di Pulau Bali.

Promosi budaya dinilai sangat penting dan menjadi kebutuhan di Desa wisata Pinge. Kemajuan teknologi dapat mempermudah promosi budaya melalui foto jurnalistik (Yudha, 2021; Puspita & Suciati, 2020).

Berdasarkan latarbelakang tersebut, maka tim PKM merumuskan tiga tujuan kegiatan yang dilakukan, sebagai berikut:

- a) Mendorong masyarakat untuk menemukan potensi desa wisata Pinge yang dapat menjadi daya tarik wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang akan berkunjung ke Bali.
- b) Melakukan kegiatan pelatihan fotografi jurnalistik kepada warga desa wisata Pinge agar bisa memotret potensi desa wisata Pinge tersebut.
- c) Melakukan evaluasi melalui kegiatan lomba foto jurnalistik kepada peserta pelatihan fotografi jurnalistik.

Berdasarkan pada tujuan PkM yang sudah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu masyarakat agar dapat menemukan dan memotret potensi desa wisata Pinge sehingga mampu menarik jumlah wisatawan yang akan

berkunjung ke Bali, baik wisatawan lokal maupun mancanegara.

METODE

Lokasi Desa Wisata Pinge berada di Kecamatan Tabanan, Bali Utara. Lokasi ini dapat ditempuh melalui transportasi darat yang berjarak sekitar 40 km dari bandara udara Ngurah Rai, atau sekitar 80 menit. Lokasi Desa Wisata Pinge berbatasan dengan Desa Apuan di sebelah utara dan dengan Desa luwus di sebelah timur (Sudarta et al., 2016).

Desa wisata Pinge dihuni oleh 40 KK, atau sejumlah 200 orang. Leluhur mereka tinggal sejak abad ke-19 Masehi, setelah masuknya Kerajaan Majapahit ke Pulau Bali. Semua warga desa wisata Pinge memiliki agama Hindu Bali. Agama Hindu Bali ini lebih kontekstual dan sedikit dipengaruhi oleh Hindu Majapahit namun berbeda dengan ajaran Hindu dari India. Ritualitas agama Hindu Bali ini menyatu dalam kegiatan sosial masyarakat sehari-hari (Astawa, 2017).

Kegiatan PKM ini dilakukan berkolaborasi dengan Program Studi Ilmu Komunikasi FISHUM UNDIKNAS yang berlokasi di Jl. Bedugul, Denpasar – Bali.

Sebelum melakukan presentasi pertama dilakukan pre-test dan setelah melakukan presentasi terakhir dilakukan *post-test*. Deskripsi tes awal dan tes akhir tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Tes awal, dilakukan saat sebelum presentasi dimulai. Tes awal ini dilakukan untuk mengetahui kompetensi peserta sebelum mendengarkan pemaparan.
- 2) Tes akhir dilakukan setelah presentasi dengan tujuan untuk mengetahui apakah pemaparan yang dilakukan mampu dicerna dan menambah kompetensi para peserta. Butir soal pada tes akhir disamakan dengan butir soal pada tes awal, sehingga perkembangan kemampuan peserta dapat terukur dengan baik.

Pelaksanaan kegiatan selama dua hari (Senin – Selasa, 12-13 Juni 2023) yang dilakukan secara bergantian bersamaan dengan topik PKM lainnya, yaitu: Seminar Literasi, Anti Hoaks dan *Bullying*; Seminar *Public Speaking* dan Organisasi Siswa, dan Kegiatan Video Dokumenter. Lokasi kegiatan menggunakan dua tempat, yaitu: Balai

Desa Laduma dan Ruang Serbaguna SMPN 3 di Desa Wisata Pinge.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini diawali dengan pemaparan Dr. Melati Mediana Tobing, M.Si. yang berjudul “Mendekatkan Ekspektasi Wisatawan terhadap Potensi Desa Wisata Pinge melalui Foto di Media Digital” Materi menekankan pada 3 hal, yaitu: 1)

Pentingnya nilai dan budaya Bali digali sebagai potensi Desa Wisata Pinge yang dapat diperkenalkan kepada calon wisatawan melalui media sosial, 2) Mengajak peserta untuk menggali potensi desa wisata Pinge, yang mencakup dua hal: Lokasi dan Atraksi, 3) Memotivasi dan membimbing peserta untuk memotret potensi desa wisata Pinge di media sosial Instagram.



Gambar 1. PKM di Laduma



Gambar 2. PKM di SMPN 3 Desa Pinge



Gambar 3. Pemaparan materi

Setelah pemaparan dari Dr. Melati Mediana Tobing, M.Si, acara dilanjutkan dengan pemaparan materi dari I Putu Dharmawan Pradhana, M.M. mengenai “Jurnalistik bagi Warga Desa Wisata”. Materi menekankan

bagaimana jurnalistik mampu mengembangkan minat kunjungan wisatawan di Desa Wisata Pinge. Tidak hanya itu, I Putu Dharmawan Pradhana, M.M. juga membahas mengenai penulisan jurnalistik dengan

meninjau langsung situs Desa Wisata Pinge yang sudah ada.

Acara dilanjutkan dengan pemaparan dari I Made Suyasa, M.I.Kom. yang membahas mengenai "Nilai Berita Dalam Jurnalistik". Pemaparan ini menekankan mengenai keberadaan nilai berita dan bagaimana untuk menemukan nilai berita dalam sebuah peristiwa.

Pemaparan kemudian dilanjutkan oleh Ni Made Prasiwi Bestari, M.Par. yang membahas topik "Membuat Foto Berita". Topik ini menekankan pada bagaimana syarat dan kriteria yang perlu diperhatikan dalam membuat sebuah foto berita agar menjadi layak terbit.

Pemaparan materi kemudian dilanjutkan oleh I Nyoman Indra Kumara, M.T. yang memaparkan topik "Branding Desa Wisata". Pemaparan materi ini lebih menekankan pada: 1) Pentingnya brand identitas yang disematkan pada sebuah desa wisata, dalam hal ini Desa Wisata Pinge, 2) Bagaimana membentuk brand identitas Desa Wisata Pinge agar mampu menaikkan minat wisatawan untuk berkunjung dan menginap di Desa Wisata Pinge.

Pemaparan terakhir dilakukan oleh mahasiswa Universitas Kristen

Indonesia yaitu Franciscus Dicha Sidabutar. Pemaparan yang dilakukan mengenai topik "Teknik *Mobile Jurnalistik*". Sedikit berbeda dari pemaparan lainnya, pemaparan terakhir ini menekankan pada: 1) Bagaimana menciptakan sebuah foto jurnalistik yang menarik namun tetap mengedepankan nilai berita, serta 2) Bagaimana untuk mengaplikasikan teknik-teknik fotografi dalam membuat sebuah foto jurnalistik (.

Berikut hasil yang didapatkan dari pre-test dan post test yang disebarakan kepada peserta sebelum dan sesudah pemaparan materi.

Tabel 1. Himpunan Jawaban Pre-Test dan Post Test

SOAL		A	B	C
1	PRE	8	0	5
	POST	8	0	5
2	PRE	6	0	7
	POST	8	0	5
3	PRE	2	0	11
	POST	3	0	10
4	PRE	13	0	0
	POST	11	2	0
5	PRE	10	3	0
	POST	7	6	0
6	PRE	3	6	4
	POST	9	3	1
7	PRE	0	1	12
	POST	0	0	13

8	PRE	6	1	6
	POST	9	0	4
9	PRE	13	0	0
	POST	13	0	0
10	PRE	0	7	6
	POST	0	7	6

Berdasarkan pada tabel himpunan jawaban tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemaparan materi dapat tersampaikan dengan baik sehingga pengetahuan dan wawasan masyarakat terkait fotografi jurnalistik semakin bertambah. Hal ini dapat dilihat dari jawaban pada post test dengan semakin bertambahnya total penjawab benar dari setiap butir soal tersebut.

Sejumlah foto dari peserta lomba yang diunggah pada laman instagram @ilmukomunikasi_uki kemudian dinilai oleh 3 (tiga) orang Juri, yang berasal dari UKI dan UNDIKNAS. Tiga orang juri tersebut adalah: Dr. Melati Mediana Tobing, I Made Suyasa, M.I.Kom., dan Franciscus Dicha Sidabutar.

Adapun tiga pemenang lomba foto jurnalistik dengan tema "Budaya Lokal Bali" sebagai berikut:

- 1) Juara 1 : akun Instagram @sing_nawangwwwkkk
- 2) Juara 2 : akun Instagram @bdytlynndri
- 3) Juara 3 : akun Instagram @bagus143_

Rekomendasi

Pendapat mitra terhadap kinerja Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UKI dalam Pengabdian Kepada Masyarakat tahun 2023 pada Pelatihan dan Lomba Foto Jurnalistik "Budaya Lokal Bali" pada Warga Desa Wisata Pinge (1) SINGKATNYA waktu pengabdian menyebabkan kegiatan ini tidak dapat meraih banyak audiens. Oleh karena itu, disarankan kegiatan selanjutnya dilakukan dengan durasi yang cukup misalnya satu hari untuk satu tema saja (tidak dengan tema lain), sehingga materi yang disampaikan bisa lebih mendalam dan detail. (2) Melanjutkan kegiatan PKM yang telah terlaksana dengan target audiens anak-anak sekolah jenjang SMP-SMA. Hal ini karena generasi Z adalah kelompok yang peduli dengan media sosial serta menjadi generasi penerus dalam melestarikan budaya.

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan kerjasama antara program studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia dengan Universitas Pendidikan nasional merupakan respon yang dilakukan untuk menambahkan wawasan masyarakat Desa Adat Pinge terhadap

fotografi jurnalistik dan pentingnya promosi budaya bagi Desa wisata Pinge untuk meningkatkan minat turis dan pengunjung yang akhirnya akan berpengaruh pada pelestarian budaya dan peningkatan ekonomi daerah tersebut. Kegiatan workshop ini dilakukan secara offline dengan menggunakan metode edukasi tentang perlunya mendekatkan ekspektasi wisatawan terhadap potensi Desa Wisata Pinge melalui foto di media digital; melakukan pelatihan terkait jurnalistik dan nilai berita bagi warga Desa Wisata; melakukan edukasi terkait branding Desa Wisata; dan melakukan pelatihan teknik mobile jurnalistik. Selanjutnya, warga Desa Wisata Pinge melakukan praktek dan *coaching clinic*, lalu hasilnya dikompetisikan dalam bentuk lomba foto jurnalistik. Pengabdian ini juga mengukur efektivitas kegiatan dengan melakukan *pre-test* dan *post-test*, dimana sebelumnya disebar *pre-test* dan setelahnya juga disebar *post test*. Melalui hasil *post test* yang didapatkan, masyarakat semakin mengetahui dan mendalami mengenai fotografi dan jurnalistik, serta fotografi jurnalistik. Setelah seluruh pemaparan materi dilakukan, panitia menyelenggarakan lomba fotografi

jurnalistik agar masyarakat dapat langsung mempraktikkan apa yang didupatkannya selama pemaparan.

Kegiatan ini hanya dapat menjangkau beberapa orang masyarakat desa. Namun demikian, kegiatan pelatihan yang telah dilakukan mulai dari mengambil foto, mengunggah foto, sampai menulis *caption* dapat menjadi ilmu yang bermanfaat bagi masyarakat desa secara luas dengan teknik pengajaran dari masyarakat desa yang telah menerima pelatihan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh jajaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia dan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Pendidikan Nasional yang telah membantu penyelenggaraan kegiatan ini, kepada bapak I Made Jadwayasa selaku bandesa adat Pinge dan masyarakat Desa Pinge untuk kesediannya dalam menerima kegiatan pengabdian dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Astawa, I. P. (2017). "Pemberdayaan desa wisata Pinge melalui produk unggulan pariwisata Politeknik Negeri Bali". *Bhakti*

- Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 2(1), 60.
- Creighton, Theodore B. (2018). "Digital Natives, Digital Immigrants, Digital Learners: An International Empirical Integrative Review of the Literature". *American College of Education, ICPEL Education Leadership Review*, 19(1).
- Detikcom. (2020, August 10). Kondisi Geografis Bali Berdasarkan Peta Lengkap dengan Batasnya. Travel Detik.
- Deuze, M. (2012). *Media Life*. Cambridge: Polity Press.
- Geovani, T., & Suryawan, I. B. (2014). "Potensi Desa Pingge Sebagai Desa Wisata Di Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan". *Jurnal Destinasi Pariwisata* ISSN, 2338, 8811.
- Hadi, I. P. (2009). "Perkembangan teknologi komunikasi dalam era jurnalistik modern". *Scriptura*, 3(1), 69-84.
- Hamdani, A. D. (2021). "Pendidikan di Era Digital Yang Mereduksi Nilai Budaya". *Cermin: Jurnal Penelitian*, 5(1), 62-68.
- Hermida, A. (2012). "Telling the Story with Data: The Use of Mobile and Social Media in Journalism". *Digital Journalism*, 1(1), 102-115.
- Jandt, F. E. (2016). *An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community (8th ed.)*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Junaidi, A., Loisa, R., & Paramita, S. (2020). "Edukasi Pengenalan Jurnalistik Kepada Generasi Digital". *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(2).
- Nasrullah, Rulli. (2012). *Komunikasi Antarbudaya: Di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana.
- Puspita, R., & Suciati, T. N. (2020). "Mobile Phone dan Media Sosial: Penggunaan dan Tantangannya pada Jurnalisme Online Indonesia". *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 132-146.
- Ristini, N. K., & Citra, M. E. A. (2022). "Peranan Desa Adat Dalam Pengembangan Desa Wisata di Desa Panglipuran". *Jurnal Hukum Mahasiswa*, 2(2).
- Sudarta, P., Setiawati, K. A., Novitanti, N. L. D., & Diarsa, I. P. (2016). "Program Kerja Mahasiswa KKN di Desa Baru Kecamatan Marga Kabupaten Tabanan".

- Tobing, Melati M., Paembonan, L., S. (2018). "Building Tourism and Sociopetal Cultural Understanding Through Proxemics Sharing of Authentic Artefacts from the Tongkonan of North Toraja, Indonesia". *International Journal of Engineering & Technology*, 7 (4.28) (2018) 548 -554.
- Tobing, Melati M., Wansa, G. (2022). "Penguatan Komunikasi Kaum Pariah Pada Ruang Publik Di Kampung Kota". *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 5, No. 2.
- Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (2012). *Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Yanwardhana, E. (2021, December 22). "Sandi Uno: Bali Penyumbang Devisa Terbesar di Pariwisata RI. CNBC".
- Yudha, I. G. A. N. A. (2021). 'Fotografi Sebagai Media Komunikasi Visual Dalam Promosi Budaya'. *Danapati: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 126-138.
- Yurisma, Dhika, Y. (2021). "Aset Budaya Sebagai Konsep Destination Branding Desa Ngadas Kabupaten Malang". *Jurnal Bahasa Rupa*, 5(1).