

## Pengembangan dan Pemanfaatan Platform Digital Untuk Desa Wisata di Desa Ngoro-oro Gunungkidul

Herman Yuliansyah<sup>1</sup>, Surahma Asti Mulasari<sup>2</sup>, Fatwa Tentama<sup>3</sup>, Sulistyawati<sup>4</sup>, Lu'lu'  
Nafiati<sup>5</sup>, Tri Wahyuni Sukei<sup>6</sup>

Fakultas Teknologi Industri, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia<sup>1</sup>

Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia<sup>2,4,6</sup>

Fakultas Psikologi, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia<sup>5</sup>

Email Korespondensi : herman.yuliansyah@tif.uad.ac.id

Received 14 Oktober 2021, Revised 12 Januari 2022, Accepted 19 Januari 2022

### ABSTRAK

Desa Ngoro-oro adalah salah satu desa di Kabupaten Gunungkidul yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi desa wisata. Namun, pada masa pandemi COVID-19 penyebaran informasi wisata tidak dapat dilakukan secara konvensional. Pada program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan dan memanfaatkan platform digital untuk mendorong operasional baik dari penyebaran informasi, transaksi jasa dan jual beli barang hasil usaha kecil dan menengah (UKM). UKM ini diberi nama dengan UKM "Bangkit". Pada program pengabdian masyarakat ini dikembangkan beberapa sistem diantaranya, *website* portal dan reservasi wisata, sistem informasi keuangan, kanal *YouTube*, *Facebook*, *Instagram* sebagai media *digital marketing*, dan pembuatan akun aplikasi *e-commerce* pada platform *Shopee*. Pendampingan dan pelatihan penggunaan kanal-kanal, fotografi, dan *video editing*. Dampak yang dirasakan adalah pengurus dan anggota UKM "Bangkit" memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan dan pemanfaatan platform digital untuk desa wisata di Desa Ngoro-oro Gunungkidul. Selain itu, pemanfaatan platform digital ini dapat menumbuhkan intensi untuk mengembangkan desa wisata.

**Kata kunci:** Platform Digital, Desa Wisata, Gunungkidul.

### ABSTRACT

*Ngoro-oro is a village in Gunungkidul District, which can be developed into a tourist village. However, during the COVID-19 pandemic, the distribution of tourist information could not be performed conventionally. This community service program aims to develop and utilize digital platforms to encourage operations, from disseminating information, service transactions, buying and selling goods produced by small and medium enterprises (SME). These SME s were given the name UKM "Bangkit". Several systems were developed in this community service program, including portal and tourist reservation websites, financial information systems, YouTube, Facebook, Instagram channels as digital marketing media, and creating e-commerce application accounts on the Shopee platform. Moreover, mentoring and training related to the platform used, photography and video editing are also conducted as part of filling platform content. The perceived impact is that the management and members of the UKM "Bangkit" have knowledge and skills in using and utilizing digital platforms for tourist villages in Ngoro-oro Village, Gunungkidul. In addition, the use of this digital platform can foster intentions to develop tourist villages.*

**Keywords:** Digital Platform, Tourism Village, Gunungkidul.

## PENDAHULUAN

Desa Ngoro-oro adalah salah satu desa yang berada di kawasan Kecamatan Patuk Kabupaten Gunungkidul Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa yang dikenal dengan desa seribu *tower* dimana terdapat banyak berdiri stasiun relai televisi lokal dan nasional. Terdapat kurang lebih 153 pelaku usaha kecil dan menengah dengan jenis usaha yang tersebar diantaranya pada pengolahan kayu, bambu, kerajinan kulit dan makanan olahan. Selain itu juga terdapat potensi-potensi sumber daya alam seperti bukit, sungai, air terjun dan wisata alam lainnya. Permasalahan yang dihadapi Pemerintah Desa Ngoro-oro adalah pengentasan kemiskinan karena terdapat 295 keluarga Pra Sejahtera dan Keluarga Sejahtera I. Selain itu, air bersin dan lahan persawahan yang bergantung pada curah hujan dan kemarau ini juga berdampak pada pakan ternak yang perlu menemukan solusi.

Selama Pandemi COVID-19, beberapa kelompok usaha hampir semuanya tidak berproduksi. Sehingga sebagai sebuah upaya untuk mengatasi permasalahan yang ada maka dibentuk sebuah usaha kecil menengah yang dinamakan dengan UKM “Bangkit”. UKM “Bangkit” ini adalah salah satu luaran juga dari Hibah UKM Bangkit 2020 yang berhasil diperoleh. UKM “Bangkit” memiliki sistem selayaknya unit usaha milik bersama yang memiliki tugas menampung, memasarkan, dan mempromosikan semua potensi yang ada di Desa Ngoro-oro. Beberapa kegiatan yang telah dilakukan dalam UKM “Bangkit” ini diantaranya adalah pelatihan motivasi wirausaha, penyuluhan adaptasi COVID-19, membuat sistem jejaring produsen, pemasok bahan baku dan pemasaran (Mulasari et al., 2021). Selanjutnya, penyuluhan dan pelatihan kewirausahaan juga dilakukan untuk memberikan pemahaman konsep wirausaha dan menumbuhkan niat untuk berwirausaha (Sulistiyawati, Mulasari, Tentama, Nafiati, & Yuliansyah, 2021).

Pada tahun 2021 ini, kegiatan lanjutan sebagai upaya membantu menyelesaikan permasalahan-permasalahan di Desa Ngoro yaitu dengan mengambil tema Desa Wisata Ngoro-oro Patuk Gunungkidul dimana salah satu programnya adalah pengembangan ekosistem digital sebagai media untuk implementasi desa wisata. Pemanfaatan teknologi informasi sebagai pendorong arah transformasi digital sebagai solusi untuk memperkenalkan Desa Wisata Ngoro-oro dipilih sebagai salah satu strategi selain mempersiapkan konten desa wisata melalui penguatan pelatihan, manajemen dan pengembangan objek-objek wisata.

Pada masa pandemi COVID-19 berdampak pada perubahan kebiasaan masyarakat dimana banyak aktivitas-aktivitas yang dilakukan menggunakan *Internet* (Hasan, Dzakiyyah, Kumalasari, Safira, & Aini, 2021). Pemanfaatan *digital enabler* untuk meningkatkan pengenalan desa dengan memanfaatkan perangkat seperti perangkat seluler, aplikasi *web/mobile*, *Internet* dan media sosial diharapkan dapat membantu mencapai kerangka pemasaran digital (Nirmala & Lavianto, 2019). Dengan mengaplikasikan pemasaran digital ini diharapkan dapat tumbuh menjadi wisata yang profesional dan dikenal global (Warmayana, 2018).

UKM adalah sektor yang terbukti dapat bertahan dalam krisis sehingga perlu dilakukan percepatan transformasi digital sebagai cara mendorong UKM untuk unggul dalam tantangan pandemic COVID-19 dengan pemilihan model yang dapat memberikan probabilitas dari pengembangan yang dilakukan (Widnyani, Astitiani, & Putri, 2021). Fenomena yang juga perlu diperhatikan adalah adanya ulasan pelanggan yang dapat menentukan pengenalan kepada masyarakat dalam mencapai pasar global dan juga membuat iklan yang lebih murah (Suroyo, 2021). Transformasi digital ini yang mendorong kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini untuk pengembangan ekosistem digital pada Desa Wisata Ngoro-oro. Ekosistem digital ini dikembangkan untuk menghubungkan sistem dan proses dan terdiri dari orang, strategi, teknologi dan kanal. Penggunaan kanal-kanal digital seperti media sosial dan *e-commerce* telah banyak sukses diterapkan untuk memperkenalkan suatu produk. Geblek Yu

lastris adalah salah satu contoh usaha pemberdayaan masyarakat yang telah sukses mempromosikan produksinya melalui media sosial Instagram dan Whatsapp untuk pemasaran *online* (Wulandari, Riyanto, Munib, Adib, & Suharto, 2020). Instagram sebagai salah satu kanal ekosistem digital yang digunakan dan dengan melalui program pemberian pelatihan dan pendampingan sebagai strategi *visual branding* maka promosi dapat dilakukan.

Selain itu, strategi pemasaran berbasis *e-commerce* juga dilakukan pada Industri Kecil Menengah (IKM) Kerajinan Kemuning di Desa Muarareja di Kecamatan Tegal (Qisthani, Darmawan, Fauziah, & Hidayatuloh, 2021). Pemasaran ini dilakukan dengan pelatihan pemasaran dengan *e-commerce* dimana bertujuan untuk mengatasi masalah kurang optimalnya penjualan karena masih menggunakan strategi pemasaran tradisional sehingga dapat tercapainya peningkatan penjualan. Selanjutnya, pemasaran berbasis *e-commerce* juga dilakukan pada kegiatan pelatihan *digital marketing* di Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik (Qisthani et al., 2021). Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pembekalan pengetahuan untuk praktik secara langsung dengan platform *Shopee* sebagai media penjualan *online*.

Berdasarkan latar belakang ini, tim pelaksana Pengabdian Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan melakukan pengembangan ekosistem digital di Desa Ngoro-oro Patuk Gunungkidul sebagai bagian dari program Desa Wisata. Kegiatan ini berkolaborasi dari multi disiplin keilmuan diantaranya adalah Informatika, Kesehatan Masyarakat, Akuntansi dan Psikologi. Harapannya ekosistem digital ini dapat membantu realisasi Desa Wisata dalam memperkenalkan dan meningkatkan kunjungan wisata di Desa Ngoro-oro Patuk Gunungkidul.

## **METODE**

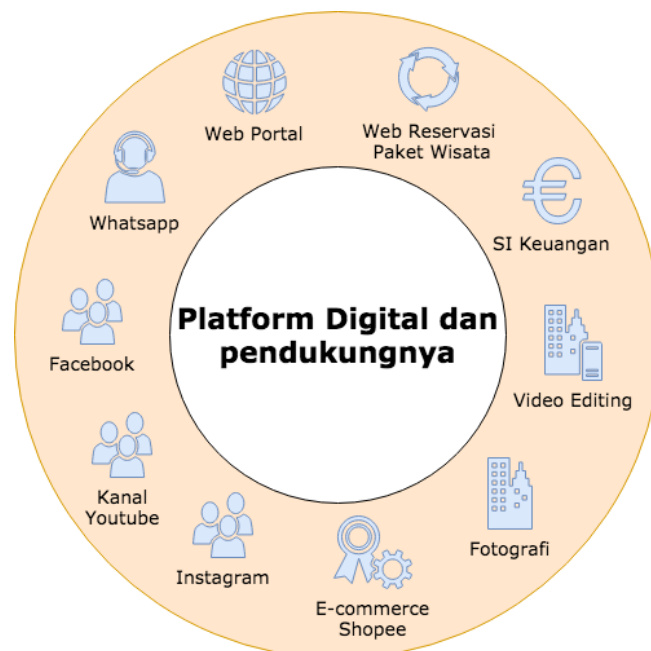
Masyarakat Desa Ngoro-oro melalui UKM “Bangkit” adalah sasaran dari program ini. Peserta yang terlibat terdiri dari ibu-ibu yang memiliki usaha kecil dan menengah, remaja karang taruna sebagai pelaksana program-program terkait produk-produk jasa yang ditawarkan dalam desa wisata. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah pengembangan aplikasi, pelatihan dan pendampingan untuk memanfaatkan aplikasi baik yang dikembangkan sendiri atau menggunakan platform yang sudah ada. Sistem yang dikembangkan diantaranya adalah web portal dan reservasi wisata, sistem informasi keuangan. Selain itu penggunaan platform yang sudah ada berupa kanal YouTube, Facebook, Instagram, akun aplikasi *e-commerce* pada platform *Shopee*. Pengelola kanal ini adalah remaja dalam tim kreatif digital yang mana selain sebagai pengelola juga sebagai *content creator*. Pelatihan yang diberikan berupa penggunaan kanal-kanal tersebut, fotografi dan *video editing*.

## **HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK**

Ekosistem digital merupakan jaringan dinamis dan saling terhubung yang membutuhkan komunikasi yang andal antara pelanggan dan mitra dagang (Cleo, 2021). Ketika ekosistem digital terintegrasi, ini memungkinkan untuk memanfaatkan teknologi baru dan lama serta membangun proses otomatis di sekitarnya untuk terus mengembangkan bisnis. Selanjutnya terdapat dua tiga ekosistem digital yaitu ekosistem *digitizer*, ekosistem platform dan ekosistem platform super (Brush, 2021). Ekosistem *digitizer* fokus pada digitalisasi produk yang ada dengan bantuan mitra bisnis, sambil juga mempertahankan kompleksitas manajerial yang rendah. Ekosistem *digitizer* dapat menambahkan fungsionalitas baru ke sistem dan menciptakan pendapatan layanan digital. Selanjutnya, ekosistem platform berfokus pada menghubungkan pengguna dan perangkat pintar dengan sempurna pada suatu platform, sekaligus menjamin tingkat layanan yang tinggi dan hambatan yang terbatas. Ekosistem platform menciptakan aliran pendapatan dari penggunaan platform. Kemudian,

ekosistem platform super fokus pada integrasi beberapa platform ke dalam satu layanan terintegrasi, sambil juga menangkap data pengguna dari platform terintegrasi. Jenis ekosistem ini menyediakan berbagai macam data pengguna dan juga mengubah data menjadi uang menggunakan model bisnis yang berdekatan.

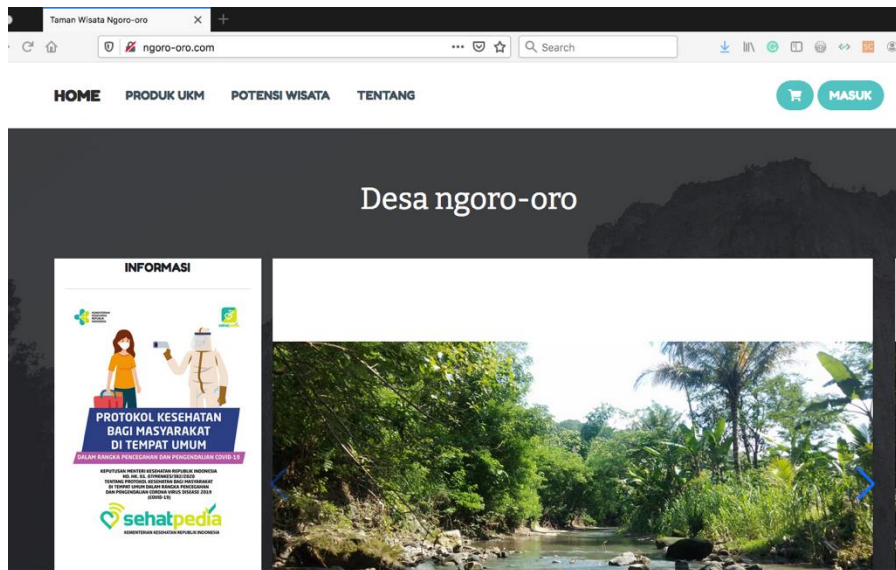
Berdasarkan ide ini maka dalam program program pengabdian masyarakat ini dikembangkan sebuah kolaborasi platform digital dan memanfaatkan platform yang sudah tersedia untuk mendukung perkembangan desa wisata. Pengembangan dan pemanfaatan platform digital ini menjadi sebuah kolaborasi sesuai dengan kebutuhan dari pengembangan desa wisata, seperti ditunjukkan pada Gambar 1. Beberapa platform digital yang dikembangkan adalah *website* portal, *website* reservasi paket wisata dan sistem informasi keuangan. Selanjutnya untuk kanal *digital marketing* juga disiapkan dalam bentuk kanal Youtube, Instagram dan Facebook. Pelatihan video editing dan fotografi juga dilakukan untuk mendukung kanal *digital marketing*. Kemudian untuk menjual produk usaha kecil dan menengah, *e-commerce* Shopee dipilih sebagai platform awal untuk mentransaksikan jual beli dan penggunaan platform Whatsapp sebagai media komunikasi dengan pihak luar.



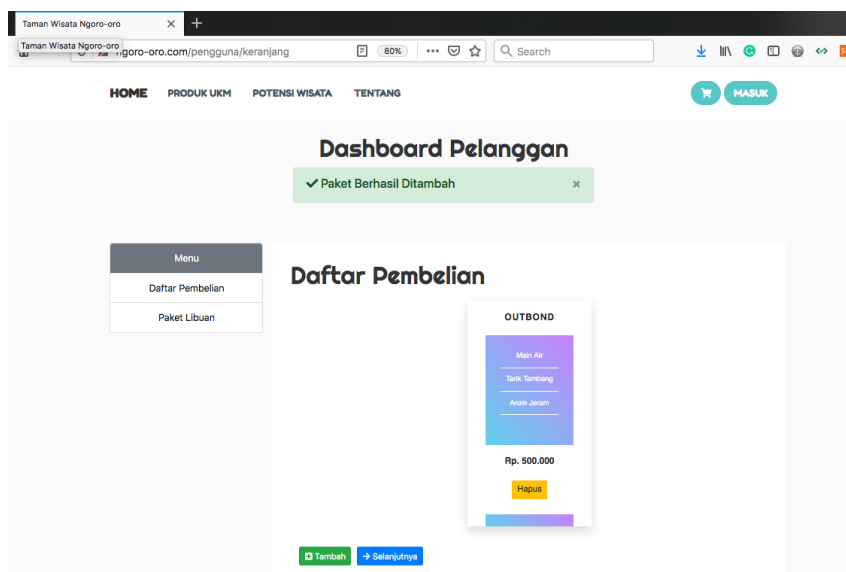
Gambar 1. Platform Digital untuk Desa Wisata Ngoro-oro

*Website* portal dan *website* reservasi paket wisata dikembangkan sebagai media identitas dari desa wisata dan sistem reservasi paket wisata sebagai jalur transaksi pemesanan dan penjualan tiket paket wisata. *Website* portal desa wisata ini dapat diakses pada <http://ngoro-oro.com/> dan *website* reservasi paket wisata dapat diakses melalui <http://ngoro-oro.com/pengguna/keranjang>, seperti ditunjukkan pada Gambar 2 dan Gambar 3. Kemudian untuk pencatatan transaksi keuangan, sistem informasi keuangan dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan jual beli barang. Transaksi jual beli ini dikembangkan untuk membantu membuat laporan transaksi sehingga dapat dirasakan nominal margin yang didapat. Hal ini diperlukan karena, selama ini para ibu-ibu di Desa Ngoro-oro dalam melakukan jual beli produk usaha kecil menengah tidak melakukan pencatatan yang dampaknya tidak diketahui pendapatan dalam kondisi untung atau rugi. Pelatihan keuangan juga dilakukan sebagai wujud pendampingan dalam penggunaan dan pemahaman transaksi keuangan. Sistem

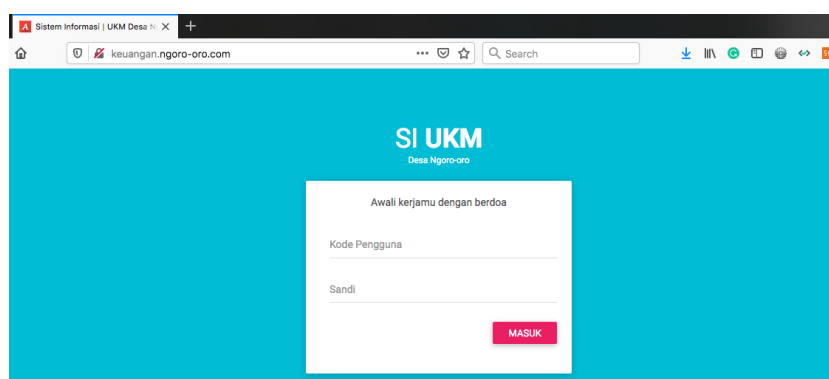
informasi keuangan ini dapat diakses pada <http://keuangan.ngoro-oro.com/>, seperti ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 2. Website Portal

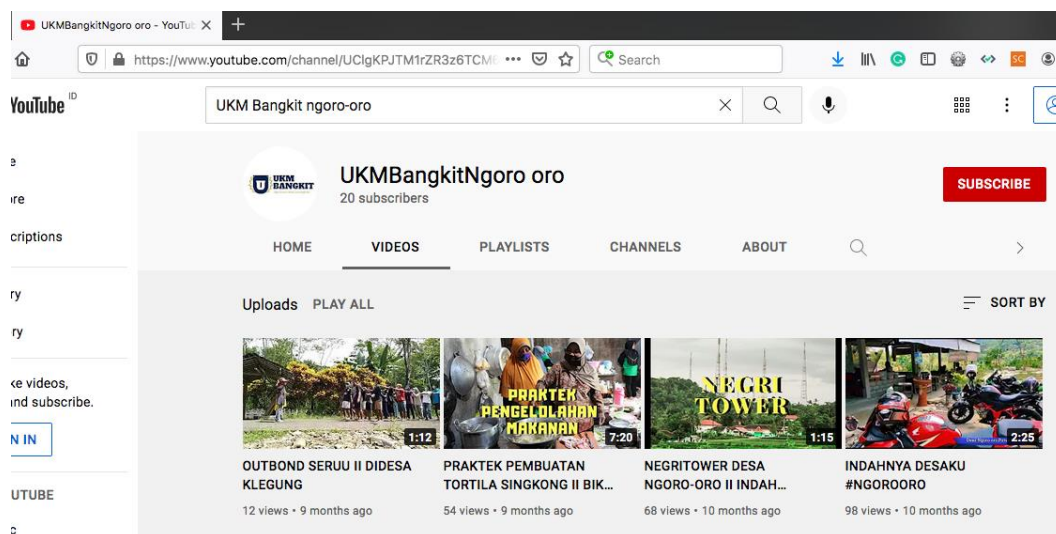


Gambar 3. Website Reservasi Paket Wisata

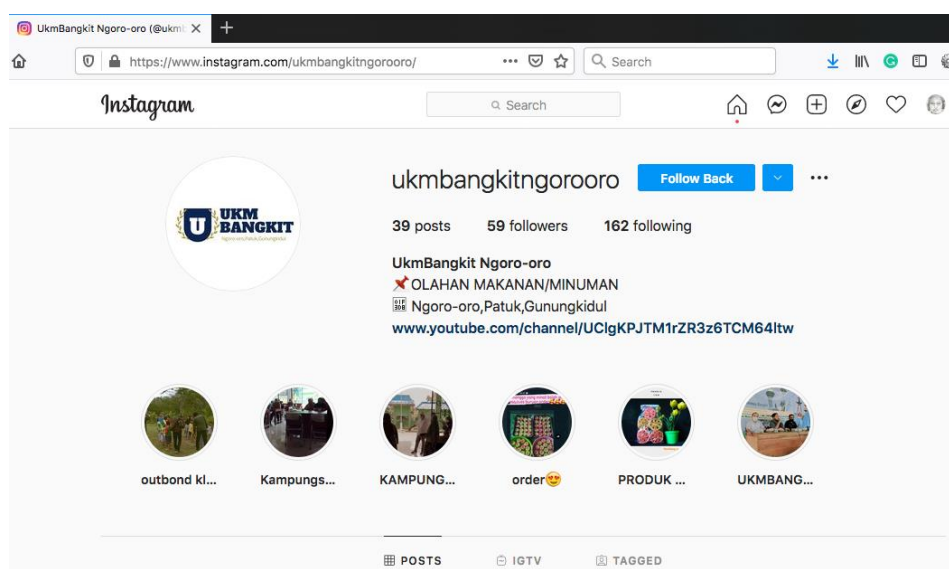


Gambar 4. Sistem Informasi Keuangan

Strategi pemanfaatan sosial media dipilih sebagai platform digital untuk memperkenalkan Desa Ngoro-oro lebih luas. Kanal *YouTube* sebagai media publikasi video untuk memberi gambaran terkait Desa Ngoro-oro lebih luas dapat diakses pada <https://www.youtube.com/channel/UClgKPJTM1rZR3z6TCM64ltw>, seperti ditunjukkan pada Gambar 5. Selain pembuatan kanal *YouTube*, pendampingan pelatihan *video editing* juga diberikan untuk mendorong pembuatan konten-konten Desa Ngoro-oro. Selanjutnya untuk media publikasi dalam bentuk photo, platform *Instagram* dipilih untuk menyajikan dan memperkenalkan desa wisata dalam photo digital. Platform *Instagram* ini dapat diakses pada laman <https://www.instagram.com/ukmbangkitngorooro/>, seperti ditunjukkan pada Gambar 6. Pendampingan berupa pelatihan fotografi dilakukan bersama dengan pengelola UKM “Bangkit” sebagai kegiatan untuk memperkaya konten photo digital ini..



Gambar 5. Kanal YouTube

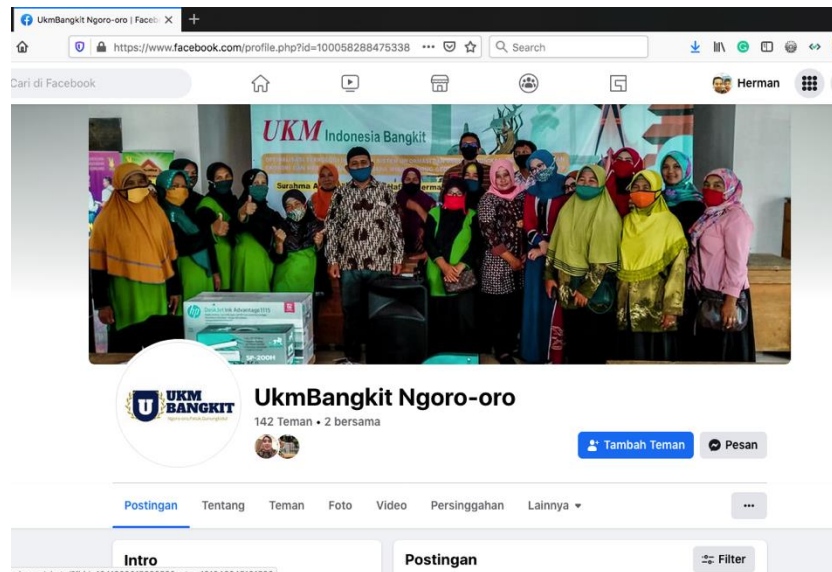


Gambar 6. Platform Instagram

Selain kanal *YouTube* dan platform *Instagram*, tim pelaksana pengabdian masyarakat juga mencoba untuk menambahkan kepada platform *Facebook*. Karena *YouTube*, *Instagram*



dan *Facebook* memiliki target pengguna dengan profil yang berbeda-beda. Platform *Facebook* yang telah dibuat seperti ditunjukkan pada Gambar 7.



Gambar 7. Platform Facebook

Hasil pemanfaatan pada *e-commerce* Shopee belum dapat ditampilkan pada artikel ini karena tim pengabdian masyarakat sedang melakukan pendampingan pembuatan produk hasil olahan makanan seperti kripik singkong, kripik pisang, kripik bayam, dan aneka kue seperti bika dan beberapa jenis brownies yang memiliki berbagai macam bentuk dan warna serta kemasan yang siap jual. Sedangkan produk jasa wisata yang sudah siap untuk dipasarkan adalah wisata outbond yang diberi nama dengan “Komunitas *Outbond* Klegung”, seperti ditunjukkan pada Gambar 8.



Gambar 8. Wisata *Outbond*

Komunitas ini juga menjadi komunitas mitra Universitas Ahmad Dahlan, seperti ditunjukkan pada Gambar 9. Pada Gambar 9 terlihat foto bersama tim pengurus pengabdian masyarakat beserta dukuh dan remaja pengelola *outbond*.



Gambar 9. Komunitas *Outbond* Klegung

Pendampingan dari program pengabdian ini dilakukan dari rentang waktu bulan maret sampai dengan oktober tahun 2021, dimulai dari pendampingan pengembangan konten sosial media pada tanggal 15 Maret 2021 dengan peserta para pembuat konten sosial media. Selanjutnya, Paparan terkait kegiatan yang keseluruhan yang akan dilakukan, penyerahan alat dan bahan, dan paparan peran dan kerjasama antara pengurus dengan mitra. Dilaksanakan pada tanggal 5-8 Juni 2021. Peserta kegiatan adalah Kepala Desa, warga dan pengiat desa wisata sehat. Kegiatan ini dilakukan di Balai Desa Ngoro Ngoro Patuk Gunungkidul. Kemudian pelatihan sistem manajemen keuangan dilakukan pada tanggal 12 Juni 2021 dan pelatihan Sistem Informasi Portal Wisata dilakukan pada tanggal 1 September 2021. Pada tanggal 7 Oktober 2021 dilakukan kerja bakti memasang plang komunitas mitra dan mempersiapkan lokasi outbound untuk pelaksanaan pagi harinya. Selanjutnya, pada tanggal 8 Oktober 2021 juga diberikan pelatihan kepada pengelola outbound tentang bagaimana membuat program pembiayaan dan bagaimana menentukan tarif jasa dan konsumsi untuk penyelenggaraan outbound.

Program pengabdian masyarakat ini adalah program multitalahun dimana pada tahun pertama target capaian yang diharapkan adalah membuat fondasi sebagai usaha untuk mengoptimalkan pengembangan Desa Wisata Ngoro-oro. Dampak yang diperoleh dari adanya pengembangan dan pemanfaatan platform digital yang dilakukan yaitu:

1. Memberikan pengetahuan dan ketrampilan tentang pengoperasian platform digital pada UKM "Bangkit".
2. Menumbuhkan potensi kreatif dalam pemanfaatan platform digital pada UKM "Bangkit".
3. Menumbuhkan inovasi baru dari hasil pengolahan bahan pangan lokal untuk berwirausaha.

Sedangkan kendala yang dihadapi dari dalam pemanfaatan platform digital ini adalah ide untuk konten digital dan penambahan jumlah *subscriber* untuk *YouTube*, *follower* untuk Instagram. Sehingga program kedepan adalah mengembangkan konten digital dan



mengoptimasi *digital marketing* untuk dapat dimonetisasi sebagai pendapatan tambahan dari UKM "Bangkit".

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan program pada pengabdian masyarakat multitahun ini adalah memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan dan pemanfaatan platform digital untuk desa wisata di Desa Ngoro-oro Gunungkidul. Pengembangan dan pemanfaatan platform digital serta pendampingan pelatihan yang sudah dilaksanakan sebagai modal dasar untuk terus memaksimalkan potensi wisata dalam menjual jasa wisata dan produk usaha kecil menengah. Dengan adanya platform digital ini telah menumbuhkan intensi pengurus dan anggota UKM "Bangkit" untuk memajukan wisata di Desa Ngoro-oro Gunungkidul. Pada tahun selanjutnya program-program penguatan telah dipersiapkan sebagai wujud pendampingan berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Program pengabdian masyarakat ini didukung oleh Universitas Ahmad Dahlan melalui Program Pengabdian Masyarakat Skema Multitahun dengan Nomor U.12/SPK-PPM-MULTITAHUN-004/LPPM-UAD/III/2021.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brush, K. (2021). Digital ecosystem. Retrieved October 14, 2021, from <https://searchcio.techtarget.com/definition/digital-ecosystem>
- Cleo, T. (2021). Why Digital Ecosystems are Driving Digital Transformation. Retrieved October 14, 2021, from <https://www.cleo.com/blog/digital-ecosystems>
- Hasan, M., Dzakiyyah, A., Kumalasari, D. A., Safira, N., & Aini, S. N. (2021). Transformasi Digital UMKM Sektor Kuliner Di Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 135–150. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i2.2529>
- Mulasari, S. A., Tentama, F., Sukesni, T. W., Sulistyawati, S., Nafiati, L., Yuliansyah, H., ... Rokhmayanti, R. (2021). UKM "Bangkit": Strategi Penguatan Ekonomi dan Kebangkitan di Era Kenormalan Baru COVID-19. *LOGISTA - Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 140. <https://doi.org/10.25077/logista.5.1.140-146.2021>
- Nirmala, B. P. W., & Lavianto, S. (2019). Pemanfaatan Digital Enabler Dalam Transformasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kerakyatan di Bali. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer*, 5(1).
- Qisthani, N. N., Darmawan, A., Fauziah, E., & Hidayatuloh, S. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran Berbasis E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Kerajinan Kemuning Di Tegal Jawa Tengah. *Indonesian Journal of Community Service and Innovation (IJCOSIN)*, 1(1), 27–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.20895/ijcosin.v1i1.271>
- Sulistyawati, S., Mulasari, S. A., Tentama, F., Nafiati, L., & Yuliansyah, H. (2021). Penyuluhan dan pelatihan kewirausahaan sebagai upaya peningkatan intensi berwirausaha pada UKM "Bangkit". *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i4.5661>
- Suroyo, S. (2021). Fenomena Media Sosial di Masa Pandemi COVID-19 Untuk Meningkatkan Bisnis Online. *Jurnal Indikator*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.37753/indikator.v2i2.162>
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81.

<https://doi.org/10.25078/pba.v3i2.649>

Widnyani, N. M., Astitiani, N. L. P. S., & Putri, B. C. L. (2021). Penerapan Transformasi Digital Pada UKM Selama Pandemi COVID-19 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 79–87. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i1.3093>

Wulandari, E., Riyanto, B., Munib, J. A., Adib, A., & Suharto, M. (2020). Digital Media Sosial Untuk Mempromosikan “Geblek Yu Lastri” di Desa Nanggulan Kulon Progo Pada Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 3, 30–35. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v3i0.857>