

Pemberdayaan Pengrajin dan Penyiapan Identitas Desa Wisata Kampung Wayang Kepuhsari Manyaran Kabupaten Wonogiri

Mulyadi¹, Yunastiti P.², Tri Mulyaningsih³, Lely Ratwianingsih⁴

^{1,2,3,4}Universitas Sebelas Maret

¹mulyadi_fe@staff.uns.ac.id

Received: 15 Oktober 2020; Revised: 6 September 2021; Accepted: 26 November 2021

Abstract

Kepuhsari Village has been declared a tourist village in Wonogiri Regency. However, if you pay close attention, there is nothing different between this Kepuhsari village and other villages that are not tourist villages. There is no certain attribute that becomes Kepuhsari's special identity as a tourist village. As a result, the existence of this tourist village is not visited by many domestic and foreign tourists. This program is designed to get the idea of developing a tourism village identity according to local tourism actors. Besides getting development ideas, this activity also focuses on providing a tourism village identity that can distinguish this village from other villages that are not tourist villages. The results of the FGD with tourism actors in Kepuhsari stated that the identity of a tourist village that needs to be held in Kepuhsari is a signpost to the Tourism Village, a signboard for roads and alleys at the center of Kampung Wayang, a Homestay nameplate, and media for exhibitions of craftsmen's work. Suggestions that can be given for the development of this tourism village are for example cooperation with provincial and district authorities to provide supporting facilities for tourism activities.

Keywords: *tourism village identity; community based tourism; wayang art*

Abstrak

Kampung Kepuhsari telah dideklarasikan menjadi salah satu desa wisata di Kabupaten Wonogiri. Hanya saja, jika diperhatikan dengan seksama tidak ada yang berbeda antara desa Kepuhsari ini dengan desa lainnya yang bukan desa wisata. Tidak ada atribut tertentu yang menjadi identitas khusus Kepuhsari sebagai desa wisata. Dampak dari kondisi yang demikian, keberadaan desa wisatawan ini tidak banyak dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun asing. Kegiatan pengabdian ini dirancang untuk mendapatkan gagasan pengembangan identitas desa wisata menurut para pelaku wisata setempat. Ini karena Kepuhsari merupakan objek wisata yang berkembang berdasarkan komunitas (*Community Based Tourism*). Di samping mendapatkan gagasan pengembangan, kegiatan pengabdian ini juga fokus pada pemberian identitas desa wisata yang mampu membedakan desa ini dengan desa lain yang bukan desa wisata. Hasil FGD dengan pelaku pariwisata di Kepuhsari menyebutkan bahwa identitas desa wisata yang perlu diadakan di Kepuhsari adalah papan penunjuk arah menuju desa wisata, papan nama jalan dan gang di sentra Kampung Wayang, Papan nama *Homestay*, dan media untuk pameran hasil karya pengrajin. Saran yang bisa diberikan untuk pengembangan desa wisata ini misalnya kerjasama dengan pihak propinsi dan Kabupaten untuk penyediaan fasilitas pendukung aktivitas pariwisata.

Kata Kunci: *desa wisata; community based tourism; seni wayang kulit*

Pemberdayaan Pengrajin dan Penyiapan Identitas Desa Wisata Kampung Wayang Kepuhsari Manyaran Kabupaten Wonogiri

Mulyadi, Yunastiti P., Tri Mulyaningsih, Lely Ratwianingsih

A. PENDAHULUAN

Kepuhsari merupakan salah satu desa di Kecamatan Manyaran Kabupaten Wonogiri yang telah dikenal luas sebagai desa penghasil produk wayang kulit. Banyak pelaku seni pewayangan (dalang) yang telah menggunakan produk Kepuhsari. Tidak hanya itu saja, Kepuhsari juga dikenal sebagai sebuah desa wisata yang berbasis pada pembuatan wayang kulit (Anung & Basnendar, 2019). Wisata berbasis wayang kulit yang dimaksud yang bisa didapatkan di Kepuhsari misalnya seni pertunjukkan wayang kulit, wisata edukasi tentang proses pembuatan wayang, dan belajar kisah pewayangan (Putri, 2015).

Beberapa jenis aktivitas wisata berbasis produk wayang tersebut menjadi salah satu inovasi dan bentuk adaptif Kepuhsari dengan arus modernisasi zaman. Industri wayang sulit bertahan di tengah kemajuan zaman seperti sekarang ini jika tidak mampu berinovasi dan beradaptasi dan menyesuaikan dengan perubahan yang ada. Fakta menunjukkan jenis wisata budaya dan klasik seperti wayang ini tidak banyak disukai oleh turis daripada jenis wisata lain seperti wisata alam dan kuliner (Kusumaningrum & Wachyuni, 2020).

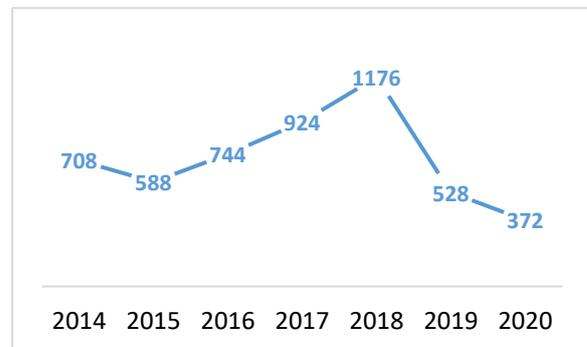
Inovasi yang dimunculkan Kepuhsari baru dalam bentuk penyediaan *homestay*/ penginapan. *Homestay* ini diperuntukkan bagi wisatawan yang bermaksud menginap untuk banyak belajar tentang seni membuat wayang, seni pementasan wayang, dan berbaur dengan kehidupan masyarakat penghasil produk wayang. Keberadaan *homestay* yang dikelola oleh masing-masing warga dapat mendukung aktivitas pariwisata yang ada di Kepuhsari. Beberapa *homestay* yang tersedia di Kepuhsari tersaji dalam Tabel 1.

Keberadaan *Homestay* ini menunjang aktivitas pariwisata di Kepuhsari sebenarnya telah dimulai jauh-jauh hari sebelum kampung ini dideklarasikan/diumumkan ke publik sebagai sebuah desa wisata. Banyak pengunjung dari luar yang datang ke Kepuhsari tentunya untuk mendapatkan produk wayang kulit sebagai komoditas perniagaan. Aktivitas kunjungan tersebut

kemudian mulai berubah dengan status desa wisata yang ditetapkan Pemerintah Kabupaten Wonogiri untuk Kepuhsari pada tahun 2014 (Octavia et al., 2018).

Tabel 1. Daftar *Homestay* di Kepuhsari, Manyaran

No	Nama <i>Homestay</i>	Rate
1	<i>Homestay</i> Rama	Rp. 55.000,-
2	<i>Homestay</i> Sinta	Rp. 55.000,-
3	<i>Homestay</i> Nakula	Rp. 55.000,-
4	<i>Homestay</i> Wisanggeni	Rp. 155.000,-
5	<i>Homestay</i> Hanoman	Rp. 55.000,-
6	<i>Homestay</i> Indro	Rp. 55.000,-
7	<i>Homestay</i> Werkudoro	Rp. 55.000,-
8	<i>Homestay</i> Bayu	Rp. 55.000,-
9	<i>Homestay</i> Srikandi	Rp. 55.000,-
10	<i>Homestay</i> Arimbi	Rp. 55.000,-
11	<i>Homestay</i> Larasati	Rp. 55.000,-
12	<i>Homestay</i> Semar	Rp. 55.000,-
13	<i>Homestay</i> Bromo	Rp. 55.000,-
14	<i>Homestay</i> Baladewa	Rp. 55.000,-
15	<i>Homestay</i> Ontoseno	Rp. 55.000,-
16	<i>Homestay</i> Dewi Utari	Rp. 55.000,-
17	<i>Homestay</i> Sembodro	Rp. 55.000,-
13	<i>Homestay</i> Banowati	Rp. 55.000,-
14	<i>Homestay</i> Kunti	Rp. 55.000,-
15	<i>Homestay</i> Sadewa	Rp. 55.000,-
16	<i>Homestay</i> Dewi Utari	Rp. 55.000,-
17	<i>Homestay</i> Rama	Rp. 55.000,-
18	<i>Homestay</i> Arjuna	Rp. 155.000,-



Sumber: Mulyadi et al. (2020)

Gambar 1. Jumlah Rata-Rata Pengunjung Desa Kepuhsari (Per Tahun)

Jumlah kunjungan tersebut dirasakan oleh pelaku wisata di Kepuhsari sebagai jumlah yang belum banyak, jika dibandingkan dengan kunjungan wisata untuk jenis objek wisata yang lain. Pelaku wisata di Kepuhsari berharap jika mendatang intensitas kunjungan wisatawan ke Kepuhsari dapat meningkat dilihat dari jumlah pengunjung maupun dari frekuensi kunjungan. Harapan berkembangnya pariwisata Kepuhsari ini

seakan menjadi sekedar cita-cita yang belum tercapai dalam beberapa tahun terakhir. Fakta tersebut terlihat dari jumlah pengunjung ke desa wisata ini setiap tahunnya (Gambar 1).

Volume kunjungan justru cenderung terus mengalami penurunan yang disebabkan oleh 3 faktor utama, yaitu mundurnya PT. Budaya Persada Nusantara sebagai lembaga pendamping, konflik internal berupa politik kepemimpinan pemerintah desa, serta persaingan pasar dengan Desa Wisata Conto sebagai kompetitor (Dewi & Prohantoro, 2019). Ketiga hal tersebut berdampak pada perkembangan pariwisata di Kepuhsari yang cenderung stagnan dan seadanya meskipun sebenarnya, banyak pihak yang sudah masuk ke Kepuhsari dan ikut berpartisipasi untuk kemajuan aktivitas pariwisata di Kepuhsari.

Bentuk partisipasi yang dilakukan dari pihak eksternal (perguruan tinggi, Telkom, Perusahaan Swasta, dan Investor) bentuknya juga berbeda-beda. Berikut adalah beberapa keterlibatan pihak luar untuk kemajuan Kepuhsari: (1) perguruan tinggi melakukan beberapa kajian penelitian dan pengabdian untuk pengembangan beberapa aspek di Kampung Wayang ini; (2) Pemkab Wonogiri memfasilitasi berdirinya sanggar seni untuk pemberdayaan masyarakat yang dimaksudkan untuk pendidikan dan pelatihan non formal membuat wayang kulit (Mulyadi et al., 2018); serta (3) pihak Telkom yang memberikan bantuan berupa perangkat komputer dan pembuatan *website*.

Meskipun terdapat dukungan dari beberapa pihak tersebut, pada prinsipnya Kampung Kepuhsari ini masih membutuhkan beberapa hal berikut: (1) dukungan pengembangan tempat-tempat yang bisa dikomersilkan, (2) penyediaan fasilitas-fasilitas yang mendukung aktivitas wisata, (3) penyediaan fasilitas publik seperti perbaikan akses ke lokasi wisata, dan (4) proses pemasaran menggunakan media sosial (Mulyadi, Yunastiti, & Lely, 2020).

Berkaitan dengan hal tersebut, kegiatan pengabdian ini berfokus pada penyediaan penanda identitas (*sign*) yang dibutuhkan untuk memberikan kesan yang kuat bahwa

Kepuhsari adalah sebuah desa wisata. Penanda (*sign*) ini memberikan pengaruh penting pada sebuah objek wisata. Flognfeldt, Jr (2019) menyebutkan bahwa semestinya di sebuah situs wisata terdapat sesuatu yang dapat menarik orang untuk berhenti di objek tersebut. Demikian juga menurut Hu & Ritchie (1993), bahwa sebuah destinasi wisata merupakan kombinasi dari beberapa atribut seperti fasilitas dan pelayanan.

Contoh nyata dari berhasilnya keberadaan atribut dan penanda yang paling populer adalah Desa Wisata Panglipuran di Bali. Penanda (*sign*) yang dimunculkan cukup lengkap dan terintegratif, mulai dari bangunan rumah adat yang dipertahankan, papan penunjuk yang tersedia lengkap, dan aktivitas warga yang menunjukkan produk ciri khas desanya. Hasilnya kunjungan wisata ke Panglipuran cukup tinggi dari waktu ke waktu.

Lain halnya dengan yang sudah ada di Kepuhsari, tidak ada penanda (*sign*) yang atraktif sehingga mampu menghentikan orang yang lewat. Apalagi untuk menarik orang untuk datang berkunjung. Di pintu masuk desa sudah jelas tidak ada penanda sebagai sebuah Desa Wisata. Pintu masuk desa hanya terdapat sebuah Gapura yang bertuliskan sentra wayang kulit, dan tidak menyebutkan adanya desa wisata. Sedikit masuk ke permukiman warga ternyata juga tidak ditemukan atribut layaknya desa wisata pada umumnya. Tidak terdapat sebuah monumen atau bangunan yang mudah dijangkau oleh pandangan mata sekilas sebagai penanda desa wisata (*sign*). Kondisi demikian serupa dengan Industri Batik di Trimurti Srandakan Jogja yang kurang mendapatkan kunjungan karena tidak adanya papan nama, merk produk, dan pasar yang luas (Gunawan, 2020).

Penanda adanya aktivitas ini dapat berfungsi dengan optimal jika didukung dengan adanya aktivitas wisata yang dilakukan (Kim, 1998). Pendapat Kim (1998) diperkuat oleh Vengesayi et al. (2009) yang menjelaskan bahwa keberadaan aktivitas dan

atraksi sosial justru lebih besar pengaruhnya daripada penanda (*sign*) dalam konteks mendatangkan pengunjung. Kepuasan orang untuk menikmati aktivitas dan atraksi sosial lebih tinggi dan daripada menyaksikan penanda (*sign*). Oleh sebab itu perlu adanya bukti dari aktivitas warga dalam memproduksi kesenian wayang untuk dipamerkan kepada pengunjung yang datang.

Kedua hal tersebut menjadi fokus dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Hal tersebut juga yang menjadi poin penting kontribusi artikel ini untuk pengetahuan dan pengembangan desa wisata yang ada di Indonesia. Banyak desa wisata yang dirintis dan berkembang tanpa identitas yang jelas (Hanindharputri & Pradnyanita, 2017; Perguna & Tawakkal, 2020; Prabowo et al., 2019; Yuliati & Suwandono, 2016) Berdasarkan temuan dari (Hibbert et al., 2013) kegiatan inisiasi penanda/ identitas (*sign*) bagi sebuah desa wisata adalah sesuatu yang penting karena akan mampu menciptakan keputusan untuk melakukan perjalanan wisata atau tidak bagi wisatawan.

Kontribusi berikutnya artikel ini terletak pada penerapan mengenai keberadaan identitas sebuah desa wisata yang berupa papan penunjuk arah, nama jalan, nama bangunan (toko, gedung, monumen, dan sejenisnya) akan lebih memudahkan pengunjung untuk mengingat sebuah destinasi wisata (Chang, 2015). Ini akan berdampak baik untuk terjadinya kunjungan kembali di periode berikutnya. Hal inilah yang mungkin belum disadari sepenuhnya oleh praktisi dan *stake holder* sebuah desa wisata.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Semula kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini pada prinsipnya merupakan pendampingan dan penguatan eksistensi desa wisata wayang yang sudah ada di Kepuhsari Manyaran, yang dibagi menjadi 3 tahapan besar. Tahap pertama berupa pemberdayaan pelaku seni wayang yang berupa penjangkaran gagasan dari pelaku seni wayang (lukis, sungging, dan dalang) tersebut terkait dengan

upaya untuk pelestarian desa wisata wayang Kepuhsari.

Tahap kedua adalah proses identifikasi dan perumusan atribut desa wisata yang menjadi pendukung adanya aktivitas wisata di kepuhsari manyaran. Identifikasi dilakukan dengan model diskusi terfokus dengan pihak-pihak yang berkepentingan tersebut. Hasil dari diskusi tersebut kemudian dirumuskan untuk menjadi prioritas dalam kegiatan pengabdian ini.

Tahap ketiga adalah pemasangan atribut desa wisata. Tahapan ini melibatkan masyarakat di sentra desa wisata. Masyarakat yang terlibat langsung dalam hal ini adalah pemilik *homestay*, pemangku RT, dan warga sekitar lokasi yang akan dipasang atribut identitas desa wisata tersebut.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas utama kegiatan pengabdian ini berhasil dilaksanakan yakni: Pelaksanaan FGD, penulisan buku panduan wisata, pembuatan papan nama jalan dan plang penunjuk arah, pembuatan papan nama *homestay*, dan pengambilan foto sebelum pemasangan atribut desa wisata. Hasil yang penting dari aktivitas tersebut antara lain sebagai berikut.

Pemberdayaan Pelaku Seni Wayang Kepuhsari Dilakukan dalam Format yang Sangat Terbatas

Semula direncanakan ada sebuah diskusi grup terfokus (*focus group discussion*) dengan 30 pelaku desa wisata Kepuhsari. Namun dikarenakan ada wabah COVID 19, pemerintah desa tidak mengizinkan adanya kegiatan kerumunan massa di lingkungan Kepuhsari. Akhirnya pemberdayaan pelaku seni wayang dalam hal gagasan memajukan desa wisata dilakukan dalam format yang sangat terbatas.

Gagasan dari pelaku seni wayang untuk memajukan desa wisata disiasati dengan wawancara terpisah. Tim pengabdian menjangkaran gagasan terkait dengan pengembangan atribut desa wisata yang mampu menjadi identitas Kepuhsari sebagai desa wisata dan membedakannya dari desa

lain yang bukan desa wisata. Aktivitas penjangkaran gagasan dari pelaku desa wisata ini dilaksanakan Selasa, 24 Agustus 2020 (Gambar 2).



Gambar 2. Pelaksanaan Diskusi Penjangkaran Gagasan Pengembangan

Aktivitas di tahap pertama ini juga semula direncanakan ada bentuk pemberian pelatihan membuat wayang untuk anak-anak di sekitar Kepuhsari. Konsep awalnya anak-anak usia sekolah dikumpulkan dalam kegiatan Desa Wayang Belajar, yang setiap 5 orang akan didampingi oleh 1 orang pengrajin yang sudah mahir.

Pelatihan ini semula direncanakan diikuti minimal 30 anak usia sekolah dengan instruktur sebanyak 6 Orang. Materi yang diberikan adalah seni membuat wayang, agar supaya seni kerajinan yang sudah turun temurun diwariskan di Kepuhsari ini tidak hilang. Namun demikian, ketika wabah COVID 19 masuk ke Indonesia di awal bulan Maret 2020 membuat semua sektor kehidupan terpengaruh. Tidak terkecuali di Kepuhsari, wabah COVID 19 juga terjadi dan sudah ada korban meninggal dunia.

Berdasarkan penjelasan dari Pihak Desa Kepuhsari, terdapat 13 kasus COVID 19 di Kepuhsari dengan satu korban meninggal dunia, satu dinyatakan sembuh, dan 11 dalam perawatan. Kejadian ini tidak mengurangi kewaspadaan dari pemerintah desa Kepuhsari untuk melindungi warganya. Desa memutuskan untuk membatasi dan melarang semua bentuk aktivitas kerumunan masa di lingkungan Kepuhsari. Kebijakan pemerintah

desa tersebut berdampak pada tahapan kegiatan pengabdian ini.

Hasil dari Proses Identifikasi

Identitas desa wisata bisa berupa tanda-tanda (*sign*). Desa wisata Kepuhsari membutuhkan papan/ plang penunjuk arah yang dipasang di titik 2 km dan 1 km menuju lokasi. Penunjuk arah terakhir yang terpasang adalah di pertigaan arah Eromoko dan Manyaran. Padahal jarak pertigaan besar ini menuju ke Kepuhsari masih sekitar 2 km. Kemudian memasuki wilayah Manyaran jalan berbelok-belok tidak cukup plang penunjuk arah ke Kepuhsari. Ini cukup membingungkan bagi pengunjung yang akan menuju Kepuhsari, sehingga perlu ditambahkan juga.

Atribut desa wisata yang perlu mendapatkan perbaikan adalah papan nama jalan. Jalan utama di sentra kampung wayang dahulu sudah dibuatkan nama, yakni Jalan Bima. Gang-gang yang ada di jalan Bima pun sudah diberikan nama. Namun saat ini kondisi atribut tersebut mengalami kerusakan karena bahan yang digunakan untuk papan nama jalan hanya terbuat dari bahan kayu. Lama terkena panas dan hujan akhirnya banyak yang rusak. Atribut ini juga bisa membedakan situasi desa wisata Kepuhsari dengan desa lain di sekitarnya. Kondisi plang penunjuk arah yang ada tersaji pada Gambar 3.



Gambar 3. Kondisi Papan Nama Jalan yang Rusak

Papan nama *Homestay* juga perlu diberikan perbaikan. Papan nama yang ada tidak memiliki keseragaman dalam desain dan hanya terbuat dari bahan MMT. Papan nama yang ada sekarang dalam kondisi yang perlu perbaikan mengingat proses pembuatannya pada tahun 2013 yang lalu. Papan nama *Homestay* yang ada terlihat pada Gambar 4.

Pemberdayaan Pengrajin dan Penyiapan Identitas Desa Wisata Kampung Wayang Kepuhsari Manyaran Kabupaten Wonogiri

Mulyadi, Yunastiti P., Tri Mulyaningsih, Lely Ratwianingsih



Gambar 4. Kondisi Papan Nama *Homestay* yang ada

Desa Wisata Kepuhsari membutuhkan adanya media informasi ke pengunjung/turis. Papan informasi tentang sejarah kampung wayang atau katalog produk dari kampung wayang diperlukan dalam hal ini.

Tindak lanjut yang merupakan konsep pemantapan identitas desa wisata Kampung Wayang ini sebenarnya sudah diinisiasi oleh Pemerintah Propinsi Jawa Tengah. Hasil diskusi antara masyarakat Kepuhsari dengan Pemerintah Jawa Tengah terkait dengan pengembangan identitas desa wisata yang sejalan dengan pengabdian ini, misalnya: (1) memunculkan tempat-tempat yang bisa dikomersialkan, (2) membangun fasilitas yang mendukung aktivitas wisata seperti gapura dan ornamen-ornamen khas wayang, serta (3) menyediakan fasilitas publik seperti perbaikan akses ke lokasi wisata dan beberapa toko oleh-oleh atau warung makan.



Gambar 5. Perbandingan Kondisi Sebelum dan Sesudah Pengabdian

Hasil pengabdian ini diwujudkan dengan perbaikan dan pemasangan atribut Desa Wisata Kepuhsari. Pertama, papan nama jalan yang semula sedikit dan dalam kondisi rusak, sekarang setiap gang terpasang papan nama jalan yang baru. Juga terpasang papan penunjuk arah menuju Desa Wisata Kepuhsari di KM 1 dan 2 menuju Kepuhsari.

Semua *homestay* yang ada sudah memiliki papan nama *homestay* yang seragam. Gambar 6 menjelaskan perbandingan identitas desa wisata berupa papan nama *homestay*.



Gambar 6. Perbandingan Atribut Papan Nama *Homestay* Sebelum dan Sesudah Pengabdian

D. PENUTUP

Kampung wayang Kepuhsari merupakan salah satu jenis destinasi wisata berbasis komunitas (*Community Based Tourism*), sehingga pemikiran masyarakat setempat menjadi sumber aktivitas pengembangan. Pemberdayaan pemikiran pelaku wisata di Kepuhsari menghasilkan nilai tambah tersendiri. Termasuk perumusan identitas desa wisata yang membedakan desa ini dengan desa lainnya. Berkaitan identitas Desa Wisata Kepuhsari yang merupakan buah pemberdayaan pemikiran dari masyarakat kampung wayang antara lain: penanda untuk arah menuju kampung wayang, penanda jalan dan gang yang ada di sentra kampung wayang, penanda keberadaan *homestay*, dan papan informasi objek wisata.

Keberadaan penanda (*sign*) memang dapat membedakan sebuah desa wisata dengan desa bukan destinasi wisata. Namun itu saja tidak cukup, diperlukan aktivitas tambahan yang akan mendukung eksistensi sebuah desa wisata. Aktivitas yang bisa dilakukan untuk mendukung keberadaan identitas desa wisata yang sudah dirumuskan antara lain: program kampung belajar,

pameran hasil karya pengrajin, dan even-even insidental dalam skala yang besar. Namun, yang bisa dilakukan di tengah pandemi hanya pameran (*show*) dengan memanfaatkan media informasi desa wisata atau melalui bentuk buku panduan wisata dan katalog produk.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Anung, R., & Basnendar, H. (2019). *Karakter Wayang Purwa Sebagai Perancangan Media Promosi Dan Informasi Teknologi Audiovisual Desa Wisata Wayang Kepuhsari, Manyaran, Kabupaten Wonogiri*.
- Chang, H. H. (2015). Which One Helps Tourists Most? Perspectives of International Tourists Using Different Navigation Aids. *Tourism Geographies*, 17(3), 350–369.
- Dewi, & Prohantoro. (2019). *Dinamika Perkembangan Desa Wisata Di Kabupaten Wonogiri (Studi Kasus Kampung Wayang Kepuhsari Dan Desa Wisata Conto)*. Jogjakarta
- Flognfeldt Jr, Thor. (2019). The tourist route system – models of travelling patterns. *Belgeo (online)*, Vol 1-2 Year 2005. Online since 27 October 2013, connection on 30 April 2019. Url: <http://journals.openedition.org/belgeo/12406>.
- Gunawan, B. (2020). Pendampingan Industri Rumahan Batik di Trimurti Srandakan Bantul Yogyakarta. *E-Dimas*, 11(2), 209–214.
- Hanindhaputri, M. A., & Pradnyanita, A. A. S. I. (2017). Perancangan Identitas Visual Desa Wisata Guliang Kangin , Taman. *In Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Hibbert, J. F., Dickinson, J. E., Gössling, S., & Curtin, S. (2013). Identity and Tourism Mobility: An Exploration of The Attitude-Behaviour Gap. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(7), 999–1016.
- Hu, Y., & Ritchie, J. R. B. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 25–34.
- Kim, H. B. (1998). Perceived attractiveness of Korean destinations. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 340–361.
- Kusumaningrum, D. A., & Wachyuni, S. S. (2020). The Shifting Trends in Travelling After The Covid-19 Pandemic. *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 7(2), 31–40.
- Mulyadi, Yunastiti, P., & Lely, R. (2020). E-Branding Untuk Penguatan Eksistensi Kampung Wayang Kepuhsari Manyaran. *ABDIMAS*, 24(1), 1–13.
- Mulyadi, Yunastiti, P., Tri, M., & Lely, R. (2018). *Data Pengunjung Kepuhsari (Data Primer)*.
- Octavia, E. R., Ismail, A. I., Maret, U. S., Desain, J., Visual, K., Kepuhsari, D., Manyaran, K., Wonogiri, K., Tengah, J., & Wayang, K. (2018). Penguatan Branding Desa Kepuhsari Manyaran Wonogiri. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 1(1), 32–50.
- Perguna, L. A., & Tawakkal, M. I. (2020). Optimalisasi Desa Wisata Berbasis UMKM Melalui Destination Branding. *Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(2), 204–214.
- Prabowo, O. A., Kuntjara, A. P., & Sutanto, R. P. (2019). Perancangan Visual Branding Desa Wisata Jambu Kabupaten Kediri. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 10.
- Putri, F. E. (2015). Pengembangan UMKM di Desa Kepuhsari Wonogiri Melalui Kegiatan Assessment dan Bina Desa. *Research Report - Humanities and Social Science*, 2.
- Vengesayi, S., Mavondo, F. T., & Reisinger, Y. (2009). Tourism destination attractiveness: Attractions, facilities, and people as predictors. *Tourism Analysis*, 14(5), 621–636.
- Yuliati, E., & Suwandono, D. (2016). Arahkan Konsep dan Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Nongkosawit Sebagai Destinasi Wisata Kota Semarang. *Ruang*, 2(4), 263–272.