

## PEMBERDAYAAN DESA WISATA MELALUI KEMAS ULANG INFORMASI POTENSI DESA DI KECAMATAN NGANTANG, KABUPATEN MALANG

Anita Tri Widiyawati<sup>1</sup>, Romula Adiono<sup>2</sup>, Akhmad Amirudin<sup>3</sup>, Rizki Fitria Dewi<sup>4</sup>, Mukhlis<sup>5</sup>,  
Tri Puspita Sari<sup>6</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya  
E-mail: [anitatriw@ub.ac.id](mailto:anitatriw@ub.ac.id)

<sup>2</sup> Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya  
E-mail: [romulaadiono@ub.ac.id](mailto:romulaadiono@ub.ac.id)

<sup>3</sup> Program Studi Magister Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya  
E-mail: [akhmadamirudin@ub.ac.id](mailto:akhmadamirudin@ub.ac.id)

<sup>4</sup> Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya  
E-mail: [rizkifd@ub.ac.id](mailto:rizkifd@ub.ac.id)

<sup>5</sup> Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya  
E-mail: [mukhlis@ub.ac.id](mailto:mukhlis@ub.ac.id)

<sup>6</sup> Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya  
E-mail: [tri\\_puspitasari@student.ub.ac.id](mailto:tri_puspitasari@student.ub.ac.id)

### Abstrak

Desa merupakan kesatuan masyarakat yang memiliki pemerintahan sendiri, sehingga potensi yang ada di wilayahnya merupakan hak bagi pemerintahan desa dan masyarakat. Potensi yang ada di desa salah satunya dapat dimanfaatkan menjadi desa wisata. Akan tetapi, tidak semua desa dapat dijadikan desa wisata, terdapat 3 karakteristik yang harus ada di desa sebelum desa tersebut dijadikan desa wisata yaitu *something to see, something to do, something to buy*. Untuk mengembangkan desa wisata diperlukan adanya pemberdayaan desa wisata yang melibatkan masyarakat dan pemerintahan desa. Salah satu bentuk pemberdayaan desa wisata dapat melalui kemas ulang informasi, kemas ulang informasi bertujuan untuk mem-branding potensi wisata yang ada di desa. Desa Pandansari dan Desa Banjarejo merupakan desa yang memiliki peluang untuk dijadikan sebagai desa wisata. Hal ini karena potensi sumber daya alam dan potensi budaya yang dimiliki kedua desa tersebut berpotensi untuk dijadikan sebagai desa wisata. Akan tetapi, Desa Pandansari memiliki keterbatasan untuk memanfaatkan teknologi membuat orang-orang di desa tersebut kesulitan menentukan metode pemasaran yang efektif untuk produk mereka. Untuk itulah pemberdayaan desa wisata melalui kemas ulang informasi potensi desa menjadi langkah solusional. Metode yang digunakan yaitu Desk and dept interview, penyampaian prinsip dan konsep kemas ulang informasi, *fasilitasi* dan *coaching*, dan evaluasi. Hasil dari pengabdian tersebut adalah berupa diagram fishbone yang menghasilkan pemetaan permasalahan berdasarkan sebab-akibat sebagai dasar program penguatan profil desa dan pemetaan potensi desa. Selain itu, terdapat juga kegiatan sosialisasi dan fasilitasi pembuatan konten profil desa.

**Kata Kunci:** Desa Wisata, Pemberdayaan, Kemas Ulang Informasi

### Abstract

*Villages are the unity of communities with their own government, so the potential within the territory is the right for village and community governments. The potential in one village can be harnessed into a tourist village. However, not all villages can be made a tourist village, there are three characteristics that must exist in the village before the village is made a tourist village of something to see, something to do, something to buy. To develop a tourist village requires the empowerment of a tourist village involving people and village government. One form of village empowerment can be through repackaging information, repackaging information aimed at*

*branding potential travel in the village. The villages of Pandansari and Banjarejo are villages that have the opportunity to be used as tourist villages. This is because the potential for natural resources and cultural potential of both villages has the potential for a tourist village. However, the village pandansari has limited access to the technology, making the people in the village struggle to determine effective marketing methods for their products. That is how village empowerment through repackaging of village potential information becomes a soluble move. The methods used are desk and dept interviews, principles and concepts of repackaging information, facilitation and correction, and evaluation. The result of such devotion was a fishbone diagram that produced a causal map of problems based on a program for strengthening village profiles and mapping potential villages. In addition, there are also socialized and facility-producing village profile content activities.*

**Keywords: Tourist Village, Empowerment, Repackaging Information**

## 1. PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut desa karena adanya kesatuan hukum yang memiliki batas wilayah berwenang untuk menjalankan urusan pemerintahan dalam arti mengatur dan mengurus wilayahnya, berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan hak tradisional yang disahkan dan dihormati pemerintahan NKRI.

Desa dapat dijadikan sebagai objek wisata apabila terdapat 3 karakteristik penting yang perlu diperhatikan dari objek wisata dalam upaya pengembangan, seperti yang diungkapkan Yoeti (2001), adapun karakteristik tersebut yaitu :

- a. Daerah yang memiliki sesuatu yang dapat dilihat atau "something to see", dalam hal ini dapat dimaknai adanya objek wisata yang didalamnya ada atraksi berbeda dengan daerah lain.
- b. Daerah yang memiliki fasilitas, sarana prasarana mendukung objek wisata sehingga wisatawan menetap lebih lama ditempat tersebut atau "something to do"
- c. Daerah yang memiliki fasilitas untuk berbelanja atau "something to buy".

Perkembangan industri pariwisata yang begitu pesat menjadikan banyaknya ragam objek wisata yang semakin lama memiliki ciri-ciri tersendiri. Munculnya perkembangan ini berdasarkan akan kebutuhan wisatawan yang saat melakukan

perjalanan wisata karena adanya alasan dan tujuan berbeda-beda. Diuraikan (Pendit, 2002) mengenai beberapa jenis objek wisata yaitu, objek wisata budaya, objek wisata kesehatan, objek wisata olahraga, objek wisata komersial, objek wisata politik, objek wisata pilgrim, dan objek wisata bahari.

Objek wisata budaya biasanya dapat ditemui pada desa wisata, hal ini karena desa wisata selain menampilkan keindahan sumber daya alam juga menampilkan sosial budaya yang dimiliki desa tersebut sebagai suatu ciri khas. Menurut ICOMOS (1981), terdapat prinsip-prinsip dasar dalam wisata budaya, yaitu:

1. Alat yang paling penting dalam pertukaran budaya yaitu wisata domestik dan internasional.
2. Tempat historis dan wisata bersifat dinamis karena keduanya memiliki hubungan dan melibatkan nilai-nilai yang mempunyai konflik.
3. Perencanaan wisata dan konservasi untuk tempat-tempat warisan budaya.
4. Dalam perencanaan konservasi wisata perlu melibatkan masyarakat asli dan penduduk lokal.
5. Untuk meningkatkan karakteristik budaya dan warisan alam perlu adanya program wisata budaya.

Untuk mewujudkan pengembangan desa wisata berbasis budaya perlu adanya pemberdayaan wisata bagi masyarakat. Pemberdayaan secara etimologis menurut Suwatno (2011) berasal dari kata daya yang

memiliki makna kemampuan untuk bertindak. Soemodiningrat dalam tulisannya mengatakan bahwa pemberdayaan memiliki 3 indikator, yaitu enabling, empowering dan protecting.

1. Enabling artinya menciptakan iklim atau suasana yang mendukung masyarakat untuk mengembangkan potensinya.
2. Empowering artinya memperkuat daya tarik atau potensi yang ada di masyarakat.
3. Protecting bermakna memberikan perlindungan serta melakukan pembelaan dalam rangka pemenuhan kepentingan masyarakat minoritas atau lemah.

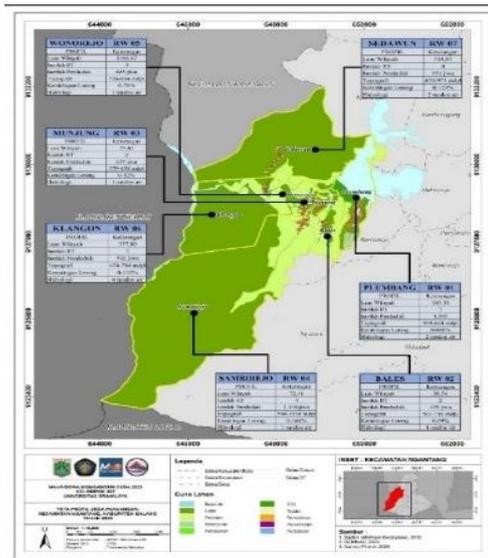
Dalam desa wisata perlu adanya branding untuk menarik wisatawan dan juga mengenalkan potensi desa. Metode untuk menyebarkan informasi mengenai desa wisata yaitu bisa menggunakan kemas ulang informasi. Pengemasan ulang informasi adalah salah satu bentuk dalam pengembangan inovasi, utamanya informasi yang berkaitan dengan desa wisata. Produk informasi yang dihasilkan dalam bidang tertentu (termasuk bidang pariwisata) harus dikemas secara menarik berdasarkan kebutuhan informasi masyarakat pengguna dan mengikuti perkembangan informasi terbaru (Rizkiyah, 2017). Dengan begitu, informasi yang terkemas mencerminkan daya kritis dan kecermatan dalam mengidentifikasi, menganalisis, serta mengemas ulang informasi dengan bentuk paket-paket informasi secara menarik, interaktif, dan *up to date* (Misdar, 2015). Di samping untuk mem-branding, kemas ulang informasi dapat meminimalisir informasi yang kurang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Kemas ulang informasi memiliki tahapan menetapkan target pengguna, mengidentifikasi dan menilai kebutuhan pengguna, seleksi channel, feedback pengguna, dan evaluasi (Okunade 2015). Sedangkan menurut Aganda (1995) adapun tahapan kemas ulang informasi dimulai dengan analisis isi, sintesis isi, penggunaan bahasa yang baik dan mudah dipahami, dan

membuat informasi baru. Menurut Bruch (1984) tahapannya yang pertama adalah seleksi muatan informasi, proses ulang informasi, pengemasan sesuai format baku, penyusunan ulang format sesuai kebutuhan.

Desa Pandansari merupakan salah satu desa wisata dari 13 desa yang ada di Kecamatan Ngantang, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Posisi geografisnya yang berdekatan dengan kawasan wisata Waduk Selorejo menempatkan Desa Pandansari memiliki sumber daya alam yang melimpah. Desa yang memiliki luas wilayah 1.103.425 ha dan terbagi menjadi 7 dusun di dalamnya, yaitu Dusun Plumbang, Dusun Bales, Dusun Munjung, Dusun Sambirejo, Dusun Wonorejo, Dusun Klangon, dan Dusun Sedawun memiliki berbagai macam produk unggulan seperti durian, kopi, susu sapi, dan masih banyak lagi.

Sedangkan Desa Banjarejo memiliki luas wilayah 3.473,44 km<sup>2</sup> yang terbagi menjadi 4 dusun yaitu Dusun Laju, Dusun Babeh, Dusun Turus, Dusun Selobrojo. Desa Banjarejo memiliki potensi wisata budaya yang menjajikan. Hal ini karena di Desa Banjarejo sendiri memiliki situs sejarah seperti adanya 4 punden yang tersebar di masing-masing dusun. Selain itu, Desa Banjarejo juga memiliki kesenian yang sampai saat ini masih dilestarikan seperti seni dangdut lesehan, seni campur sari, seni kuda lumping, seni pencak silat, seni macapatan, seni terbang jidor, seni drum band. Kendati demikian, Desa Pandansari dan Desa Banjarejo memiliki keterbatasan untuk memanfaatkan teknologi membuat orang-orang di desa tersebut kesulitan menentukan metode pemasaran yang efektif untuk produk mereka. Untuk itulah pemberdayaan desa wisata melalui kemas ulang informasi potensi desa menjadi langkah solusional. Hal tersebut menempatkan kemas ulang informasi yang dianggap mampu merepresentasikan potensi desa sekaligus sebagai sarana pemberdayaan desa wisata melalui produk kemasan informasi baru yang lebih mutakhir, relevan, dan interaktif yang siap digunakan sebagai sarana promosi sekaligus mengedukasi masyarakat.



Gambar 1. Peta Desa Pandansari  
Sumber : Tim Pengabdian dan Mahasiswa MMD UB (2023)

Mengacu kepada butir Analisis Situasi, maka dapat diuraikan permasalahan mitra yang terkait dengan pengembangan Desa Wisata dan pemasarannya. Dalam menentukan masalah prioritas mitra diarahkan pada rencana pengembangan desa Binaan Unggul disesuaikan dengan potensi desa. Berikut langkah-langkahnya.

1. Sosialisasi Layak Desa Wisata dan Pemasarannya melalui Kemas Ulang Informasi Potensi Desa.
2. Pendampingan dalam pelatihan Kemas Ulang Informasi Potensi Desa.
3. Pengarahan Layak Desa Wisata berdasarkan potensi keunggulan desa, potensi kekurangan desa, dan mengacu pada hasil IDM Desa Pandansari dan Desa Banjarejo Tahun 2022 dan Rumusan Pokok dari Indikator IDM berdasarkan skor.

## 2. METODE DAN PELAKSANAAN

Sasaran dalam pemberdayaan potensi desa wisata menggunakan kemas ulang informasi adalah pemerintahan desa serta masyarakat dari Desa Pandansari dan Desa Banjarejo. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian “Pemberdayaan

Desa Wisata Melalui Kemas Ulang Informasi Potensi Desa, yaitu:

1. *Desk and dept interview* dalam rangka untuk mengkonfirmasi permasalahan, solusi, dan rancangan pelaksanaan.
2. Penyampaian prinsip dan konsep kemas ulang informasi potensi desa untuk menunjang desa wisata.
3. Fasilitasi dan *Coaching* Praktik untuk menunjang pengembangan kemas ulang informasi potensi desa.
4. Prosedur Pelaksanaan Program Rancangan Evaluasi pelatihan akan diadakan setelah rangkaian acara telah selesai yaitu dengan dua cara:
  - a. Tes pemahaman yaitu berisi tentang soal soal yang berkaitan tentang prinsip yang telah diajarkan.
  - b. Praktik yaitu dengan menilai hasil praktik peserta sesuai yang diajarkan.

Waktu pelaksanaan desk review dan interview dilaksanakan bulan Juli selama satu bulan. Untuk penyampaian prinsip dan konsep kemas ulang informasi dilaksanakan pada hari Kamis 20 September 2023 melalui kegiatan Sosialisasi Kemas Ulang Informasi Potensi Desa Wisata, yang berlokasi di Balai Desa Pandansari. Waktu pelaksanaan Fasilitas dan *Coaching* dilaksanakan pada bulan Agustus. Sedangkan untuk program penguatan profil dan pemetaan potensi desa terbagi menjadi 3 tahap, yakni studi literatur, wawancara tokoh masyarakat, observasi wilayah desa, serta analisa data dan pemetaan. Keseluruhan tahap tersebut dilakukan dalam 4 minggu yakni pada tanggal 2-31 Juli 2023 selama waktu pelaksanaan MMD.

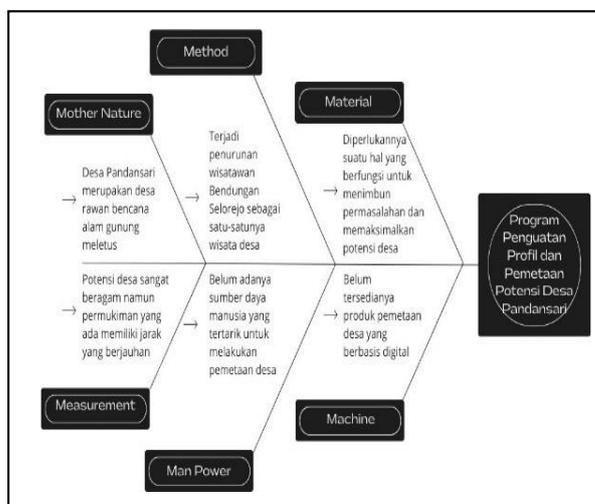
## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sub-kegiatan antara penguatan profil desa dan pemetaan potensi desa merupakan hal yang berbeda namun memiliki rangkaian kegiatan yang saling berkesinambungan dan berjalan bersama-sama satu sama lain. Hal ini dibuktikan dengan muatan dari profil desa sendiri berisi keunggulan-keunggulan dari potensi desa yang ada.

**Diagram Fishbone**

Diagram fishbone atau bisa disebut diagram tulang ikan adalah metode pendekatan secara terstruktur yang memungkinkan dilakukan analisis secara terperinci untuk menemukan penyebab masalah, ketidaksesuaian, dan kesenjangan yang ada melalui penelusuran permasalahan sebab-akibat (Monoarfa dkk, 2021). Tahapan dari pembuatan diagram *fishbone* yakni menyepakati pernyataan masalah, mengidentifikasi penyebab masalah, identifikasi kategori penyebab, menentukan sebab potensial, mengkaji kembali, serta mencapai kesepakatan.

Hasil dari pemetaan dengan menggunakan diagram *fishbone* menampilkan permasalahan berupa sebab-akibat sebagai latar belakang pemilihan Program Penguatan Profil dan Pemetaan Potensi Desa Pandansari menjadi program yang penting untuk dilaksanakan. Terdapat 6 kategori penyebab yakni 6M yang terdiri dari *Milieu / Mother Nature* (lingkungan), *Method* (metode atau proses), *Material* (termasuk *raw material, consumption*, dan informasi), *Measurement* (pengukuran atau inspeksi), *Man Power* (tenaga kerja atau pekerjaan fisik)/*Mind Power* (pekerjaan pikiran: kaizen, saran, dan sebagainya), dan *Machine* (mesin atau teknologi).



Gambar 2. Diagram Fishbone  
 Sumber: Hasil Analisis Tim Pengabdian dan Mahasiswa MMD UB (2023)

**Studi Literatur**

Studi literatur merupakan suatu metode pengumpulan data serta informasi yang bersumber pada dokumen-dokumen, baik dalam bentuk, tertulis, gambar, dokumen elektronik, yang dapat mendukung proses penulisan (Hendrawati, 2016). Beberapa sumber dokumen literatur yang digunakan yakni dokumen Profil Desa Pandansari 2022 serta dokumen Sejarah Desa Pandansari keluaran tahun 2014. Analisis data hasil studi literatur yang digunakan dalam perolehan data penguatan profil desa dan pemetaan potensi Desa Pandansari. Dapat diketahui bahwa sebagian besar muatan yang ada dalam dokumen Profil Desa Pandansari diperbarui dalam lingkup dusun yang bertujuan untuk menguatkan data yang ada. Sementara dokumen Sejarah Desa Pandansari sepenuhnya digunakan sebagai dasar dari identifikasi potensi dalam setiap dusun di Desa Pandansari.

**Wawancara Tokoh Masyarakat**

Tahap kedua dari program Penguatan Profil Desa dan Pemetaan Potensi Desa Pandansari yakni wawancara. Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian, terutama penelitian kualitatif (Rachmawati, 2007). Wawancara pada penelitian kualitatif adalah pembicaraan yang didasari adanya tujuan dengan didahului beberapa pertanyaan informal. Wawancara yang dilakukan dalam kondisi sudah melakukan perekapan data hasil studi literatur dan mempersiapkan segala pertanyaan dalam rangka penggalan data potensi desa. Hal ini dilakukan agar pada saat wawancara berjalan secara efektif dan efisien namun menghasilkan data yang maksimal. Wawancara yang dilakukan yakni memiliki narasumber seperti kepala desa, perangkat desa, kepala dusun, maupun tokoh masyarakat yang bersangkutan. Hasil dari wawancara yang dilakukan untuk menggali informasi terkait potensi desa yang berpotensi untuk dipetakan. Dapat diketahui bahwa sektor-sektor yang teridentifikasi yakni sektor peternakan, pertanian, sumber daya air, sosial-

budaya, sarana pemerintahan, sarana pendidikan, serta lahan pemakaman. Beberapa narasumber tidak berkenan untuk melakukan dokumentasi, oleh karena itu dokumentasi diganti dengan gambar lain yang terkait.



Gambar 1. Dokumentasi Wawancara  
Sumber: Tim Pengabdi dan Mahasiswa  
MMD UB (2023)

### Observasi Wilayah Desa

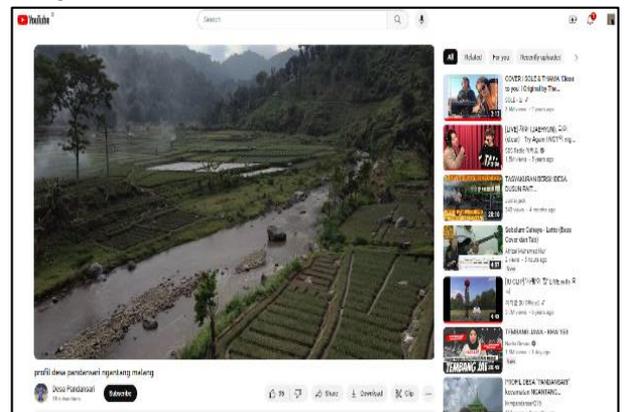
Observasi atau pengamatan merupakan salah satu teknik pengumpulan data atau fakta yang cukup efektif dalam rangka perolehan data potensi Desa Pandansari. Observasi adalah pengamatan langsung terkait lingkungan fisiknya atau suatu kegiatan yang sedang berjalan (Setiawan, Muin, & Ramadhani, 2019). Pada tahap ini dilakukan pengamatan terhadap sarana dan prasarana fisik yang sudah diidentifikasi pada tahap studi literatur dan wawancara. Semua hasil dari penggalan data baik studi literatur dan wawancara sudah pasti dilakukan observasi juga secara langsung untuk memastikan lokasi, kondisi fungsi, kondisi konstruksi, serta dokumentasi objek observasi. Hasil dari observasi langsung ke wilayah Desa Pandansari. Hampir semua kegiatan membutuhkan dokumentasi untuk keperluan *photo mapping* pada tahap analisis data dan pemetaan. Data hasil observasi menjadi sangat penting untuk kemudian diolah dan dilakukan analisa data dan pemetaan pada tahap berikutnya.

### Analisis Data dan Pemetaan

Pada tahap terakhir dari program Penguatan Profil Desa dan Pemetaan Potensi

Desa Pandansari yakni analisa data dan pemetaan. Keseluruhan data yang didapat selanjutnya dianalisis dan kemudian dipetakan menjadi peta-peta tematik yang informatif. Hasil pemetaan terbagi menjadi 9 peta tematik yang masing-masing dari peta tematik tersebut memuat muatan hasil dari analisis data dan pemetaan. Adapun hasil 9 peta tematik, yaitu Peta Profil Desa, Peta Administrasi Desa, Sektor Pertanian, Sektor Peternakan, Sumber Daya Air, Sosial-Budaya, Sarana Pemerintahan, Sarana Pendidikan, dan Lahan Pemakaman.

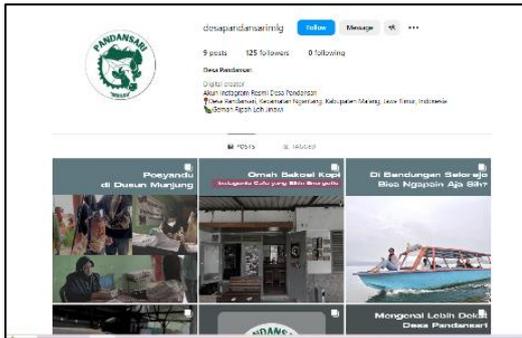
Pelaksanaan program kerja “Pembuatan, Pelatihan, dan Pendampingan Konten Branding Desa” memiliki dua output utama, yaitu publikasi konten di akun instagram resmi Desa Pandansari dan publikasi Video Profil Desa Pandansari di akun youtube resmi Desa Pandansari. Saat ini, akun instagram resmi Desa Pandansari (@desapandansarimg) memiliki 125 pengikut dan 9 postingan yang berisi tentang informasi-informasi menarik dari desa. Akun ini juga telah berhasil menjangkau 236 akun dalam 30 hari terakhir. Sedangkan untuk publikasi Video Profil Desa Pandansari yang diunggah pada tanggal 8 Agustus 2023 tersebut telah ditonton sebanyak 244 kali. (Wulandari, M./mahasiswa MMD UB dan Tim Pengabdi, 2023).



Gambar 2. Akun Youtube Desa Pandansari  
Sumber : Tim Pengabdi dan Mahasiswa  
MMD UB (2023).

Link:

<https://www.youtube.com/watch?v=a8rMhvaKV2k>

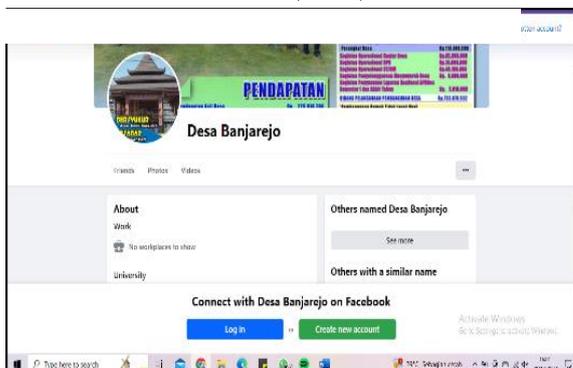


Gambar 5. Akun Instagram Desa Pandansari  
 Sumber: Tim Pengabdian dan Mahasiswa MMD UB (2023).

Link: <https://www.instagram.com/desapandansarimlg?igshid=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D>



Gambar 6. Akun Facebook Desa Pandansari  
 Sumber: Tim Pengabdian dan Mahasiswa MMD UB (2023)



Gambar 7. Akun Facebook Desa Banjarejo  
 Sumber: Tim Pengabdian dan Mahasiswa MMD UB (2023)

**Kegiatan Sosialisasi**

Kegiatan sosialisasi merupakan bentuk dari penyampaian prinsip dan konsep kemas ulang informasi potensi desa untuk menunjang desa wisata. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Kamis, tanggal 20 Juli 2023 di Balai Desa Pandansari, Kec. Ngantang, Kab. Malang dilakukan penyuluhan kepada masyarakat Desa Pandansari dan Desa Banjarejo terkait Pemberdayaan Desa Wisata Melalui Kemas Ulang Informasi Potensi Desa. Pemaparan materi tersebut merupakan bagian kegiatan Program Pengabdian Masyarakat MMD 1000 Desa yang diselenggarakan oleh LPPM UB. Program ini terlaksana atas kerjasama dengan mahasiswa MMD. Adapun peserta dari penyuluhan ini adalah perangkat Desa Pandansari, perangkat Desa Banjarejo, mahasiswa MMD Desa Pandansari, serta mahasiswa MMD Desa Banjarejo. Terdapat dua materi yang disampaikan yang pertama yaitu mengenai pengembangan desa wisata dan materi kedua mengenai kiat kemas ulang informasi potensi desa.



Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi Pemberdayaan Desa Wisata Melalui Kemas Ulang Informasi.

Sumber: Tim Pengabdian dan Mahasiswa MMD UB (2023)

**4. KESIMPULAN**

Tim Pengabdian dan Mahasiswa MMD bekerjasama untuk melakukan pemberdayaan desa wisata pada Desa Pandansari dan Desa Banjarejo, pemberdayaan yang dilakukan adalah melalui

kemas ulang informasi potensi desa. Hasil dari kegiatan tersebut adalah adanya pemetaan potensi Desa Pandansari dan Banjarejo. Pemetaan potensi desa menggunakan Diagram Fishbone, terdapat 6 kategori penyebab yakni 6M yang terdiri dari *Milieu / Mother Nature* (lingkungan), *Method* (metode atau proses), *Material* (termasuk raw material, consumption, dan informasi), *Measurement* (pengukuran atau inspeksi), *Man Power* (tenaga kerja atau pekerjaan fisik) / *Mind Power* (pekerjaan pikiran: kaizen, saran, dan sebagainya), dan *Machine* (mesin atau teknologi). Dari hasil pemetaan menggunakan Diagram Fishbone menghasilkan dampak seperti:

1. Adanya sosialisasi mengenai Layak Desa Wisata dan Pemasarannya melalui Kemas Ulang Informasi Potensi Desa, yang diadakan pada tanggal 20 Juli 2023 yang dihadiri kedua desa tersebut.
2. Adanya konten branding melalui sosial media, konten tersebut berupa video profil masing-masing desa.
3. Adanya buku yang memuat potensi desa.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agada, J. (1995). Analysis of Information Repackaging (IR) Processes using the Instructional Systems Design (ISD) Model. *Journal of Instructional Science and Technology*, 1-10.
- [2] Bagian Sumber Daya Alam, Sekda Kab. Malang. (2022). *Sumber Daya Alam dan Lingkungan Hidup Kabupaten Malang Tahun 2022*. Malang: Sekretariat Daerah Kabupaten Malang.
- [3] Desa Pandansari. (2023). Potensi Desa. Diakses melalui <<http://pandansari-malangkab.desa.id>> pada tanggal 18 April 2023 pukul 06.00 WIB
- [4] Dongardive, P. (2013). Information Repackaging in Library Services. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 204-209.
- [5] Fatmawati, E. (2009). Kemas Ulang Informasi: suatu tantangan bagi pustakawan. *Media Pustakawan*, 16(1-2), 23-27. doi:<https://doi.org/10.37014/medpus.v16i1&2.903>
- [6] International Council of Monuments and Site. (1981). *Charter for the Conservation of Places of Cultural Significance*. Burra, Australia: ICOMOS.
- [7] Iwhiwhu, E. B. (2008). Information Repackaging and Library Services: A Challenge to Information Professionals in Nigeria. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 7.
- [8] Kecamatan Ngantang. Potensi Desa Banjarejo. Diakses melalui <[https://ngantang.malangkab.go.id/pd/page/detail?title=ngantang-banjarejo-ngantang-banjarejo-ngantang-banjarejo-sektor-sektor](https://ngantang.malangkab.go.id/pd/page/detail?title=ngantang-banjarejo-ngantang-banjarejo-ngantang-banjarejo-ngantang-banjarejo-sektor-sektor)> pada tanggal 11 Mei 2023 pukul 09.30 WIB.
- [9] Kementerian Desa. (2022). Hasil Rekomendasi IDM. Diakses melalui <<https://idm.kemendes.go.id/rekomendasi>> pada tanggal 18 April 2023 pukul 09.05 WIB.
- [10] Misdar, P. (2015). Pengembangan dan inovasi untuk peningkatan layanan perpustakaan. *IQRA': Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 9(2), 26-36. doi:<http://dx.doi.org/10.30829/iqra.v9i2.127>
- [11] Okunade, B. (2015). *Information Repackaging and Community Information Services*. Ibadan: Distance Learning Centre. University of Ibadan.
- [12] Pendit, N. S. (2002). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- [13] Rizkiyah, F. (2017). *Produk Pohon Industri: Analisis Kemas Ulang Informasi di PDII-LIPI*. Jakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Humaniora UIN Syarif Hidayatullah.

[14] Suwatno. (2011). *Manajemen SDM*. Bandung: Alfabeta .

[15] Tupan, W. N. (2021). *Kemas Ulang Informasi: Konsep dan Praktiknya di Bidang Kepustakawanan*. Jakarta: ISIPII Press.

[16] Yoeti, O. A. (2001). *Ilmu Pariwisata: Sejarah, Perkembangan dan Prospeknya*. Jakarta: Perca.

[7] Hendrawati, H. (2016). Analisis Potensi Tenaga Kerja Lokal di Kawasan Bandara Internasional Jawa Barat (BIJB) di Kecamatan Kertajati Kabupaten Majalengka. *Jurnal UPI*, 33.

[18] Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 35.