

## DIGITALISASI KAMPUNG BUDAYA MASSALEONG UNTUK PENGUATAN PROMOSI WISATA

Sirmayanti Sirmayanti<sup>1,\*</sup>, Ichsan Mahjud<sup>2</sup>, Nuraeni Umar<sup>3</sup>, Lidemar Halide<sup>4</sup>, Amalia Amri<sup>5</sup>, Muhammad Rizal<sup>6</sup>,  
Syahril Syam<sup>7</sup>, Mahyati Latief<sup>8</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

<sup>7</sup> Jurusan Teknik Mesin, Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

<sup>8</sup> Jurusan Teknik Kimia, Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

### ABSTRACT

Massaleong Cultural Village, as part of the Rammang-Rammang tourist destination, faces challenges in tourism promotion and management due to limited internet access and the community's low level of digital literacy. This condition has resulted in cultural potential and local wisdom being less widely exposed, highlighting the need for a digitalization strategy to support community-based tourism promotion. This community service research aims to enhance local capacity in utilizing digital technology to strengthen the image of Massaleong Cultural Village as a leading cultural tourism destination. The method applied was a mixed-method approach, involving needs analysis through focus group discussions (FGD), development of digital infrastructure in the form of a captive portal integrated with the village tourism information system, as well as training in digital literacy, photography, videography, and social media management. The implementation showed positive results, indicated by improved community skills in digital content production and dissemination through various media platforms, including YouTube and Instagram. Documentation of the cultural tradition *Maudu Jalloro*, packaged into creative content, successfully gained wider audience engagement. These outcomes demonstrate that participatory digitalization can foster sustainable tourism promotion, strengthen local cultural identity, and enhance the competitiveness of Massaleong Cultural Village's tourism sector.

**Keywords:** Village digitalization, traditional village, digital literacy, tourism promotion, human resource training

### ABSTRAK

Kampung Budaya Massaleong sebagai bagian dari destinasi wisata Rammang-Rammang menghadapi tantangan dalam promosi dan pengelolaan pariwisata akibat keterbatasan akses internet serta rendahnya literasi digital masyarakat. Kondisi ini menyebabkan potensi budaya dan kearifan lokal kurang terekspos secara luas, sehingga diperlukan strategi digitalisasi yang mampu mendukung promosi wisata berbasis komunitas. Penelitian pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital guna memperkuat citra Kampung Budaya Massaleong sebagai destinasi wisata budaya unggulan. Metode yang digunakan adalah pendekatan *mixed-method* dengan tahapan meliputi analisis kebutuhan melalui FGD, pembangunan infrastruktur digital berupa *captive portal* terintegrasi dengan sistem informasi wisata desa, serta pelatihan literasi digital, fotografi, videografi, dan pengelolaan media sosial. Implementasi kegiatan menunjukkan hasil positif, ditandai dengan meningkatnya keterampilan masyarakat dalam produksi konten digital serta publikasi melalui berbagai kanal media, termasuk YouTube dan Instagram. Dokumentasi tradisi budaya *Maudu Jalloro* yang dikemas menjadi konten kreatif berhasil menarik perhatian audiens lebih luas. Hasil ini membuktikan bahwa digitalisasi partisipatif mampu mendorong promosi wisata berkelanjutan, memperkuat identitas budaya lokal, dan meningkatkan daya saing pariwisata Kampung Massaleong.

**Kata Kunci:** Digitalisasi desa, desa adat, literasi digital, promosi wisata, pelatihan SDM

### 1. PENDAHULUAN

Industri pariwisata Indonesia mengalami transformasi signifikan di era digital, dimana konektivitas internet menjadi faktor penentu dalam pengalaman dan promosi destinasi wisata [1]. Wisatawan modern, khususnya generasi milenial dan Gen Z, tidak lagi memisahkan pengalaman wisata dengan aktivitas digital mereka. Mereka mengharapkan konektivitas yang memadai untuk berbagi pengalaman secara real-time, mengakses informasi destinasi, dan melakukan transaksi digital [2].

Kampung Budaya Massaleong, sebagai destinasi wisata budaya yang kaya akan nilai tradisional, arsitektur lokal, kerajinan tangan, dan kuliner khas, menghadapi tantangan dalam mempromosikan potensinya ke audiens yang lebih luas. Data kunjungan wisatawan menunjukkan tren stagnan selama tiga tahun terakhir, dengan mayoritas pengunjung berasal dari promosi word-of-mouth yang terbatas jangkauannya [3]. Keterbatasan

---

\*\* Korespondensi penulis: Sirmayanti Sirmayanti, email sirmayanti.sirmayanti@poliupg.ac.id

infrastruktur digital, khususnya akses internet yang memadai, menjadi hambatan utama dalam pengembangan strategi promosi modern [4].

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penyediaan WiFi gratis di destinasi wisata tidak hanya meningkatkan kepuasan wisatawan, tetapi juga menciptakan efek multiplier dalam promosi melalui user-generated content (UGC) di media sosial [5]. Setiap foto, video, atau ulasan yang dibagikan wisatawan berpotensi menjangkau ratusan hingga ribuan calon wisatawan baru. Fenomena ini dikenal sebagai *electronic word-of-mouth* (eWOM) yang terbukti lebih efektif daripada iklan konvensional [6].

Digitalisasi melalui penyediaan akses WiFi juga membuka peluang pemberdayaan ekonomi lokal. UMKM dapat memanfaatkan *platform e-commerce* dan media sosial untuk memasarkan produk mereka, meningkatkan jangkauan pasar dari lokal ke regional bahkan nasional [7]. Namun, implementasi digitalisasi di desa wisata bukan tanpa tantangan, termasuk keterbatasan literasi digital masyarakat, biaya investasi infrastruktur, dan risiko kehilangan autentisitas budaya [8].

Rammang-Rammang telah mendapat pengakuan sebagai situs warisan budaya dunia oleh UNESCO sejak tahun 2001 [9, 10]. Kawasan ini merupakan bagian dari Kawasan Karst Maros-Pangkep (KKMP), yang dikenal memiliki formasi menara karst terindah di dunia, dengan luas mencapai sekitar ±46.200 hektar [11]. Formasi karst di wilayah ini berbentuk pegunungan yang mengelilingi objek-objek wisata utama, seperti gua-gua dan batu kapur berpori, yang terbentuk dari proses pelarutan batuan gamping. Keunikan geologis ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, menjadikan Rammang-Rammang sebagai salah satu destinasi unggulan di Sulawesi Selatan, tepatnya di Desa Salenrang. Kampung Berua, sebagai salah satu titik sentral kawasan ini, telah dikenal luas sebagai ikon kampung wisata.

Menyusul kesuksesan Kampung Berua, masyarakat Desa Salenrang saat ini tengah mengembangkan Kampung Massaleong sebagai destinasi baru yang berorientasi pada pelestarian seni dan budaya local [12]. Kampung ini dirancang sebagai kampung budaya, yang diharapkan dapat memperkaya ekosistem pariwisata Rammang-Rammang, yang merupakan salah satu sektor sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Maros [13].

Kampung Budaya Massaleong menyajikan beragam atraksi seni dan tradisi yang mencerminkan kearifan lokal masyarakat. Tradisi seni dan budaya telah mengakar kuat di kampung yang dihuni sekitar 50 kepala keluarga dengan jumlah penduduk lebih dari 100 jiwa ini. Nilai historisnya semakin menambah daya tarik, karena kampung ini dikenal sebagai pemukiman tertua di Desa Salenrang [14]. Tradisi kesenian telah lama melekat, terlihat dari penggunaan alat musik seperti biola, kecapi, dan gambus yang biasa digunakan dalam acara-acara adat maupun pernikahan. Sayangnya, pertunjukan musik tradisional tersebut kini mulai jarang ditemukan, bahkan terancam punah. Kondisi ini justru memicu semangat generasi muda setempat untuk melestarikan dan membangkitkan kembali kesenian tradisional, sebagai bagian dari gerakan budaya berbasis komunitas.

Pengembangan infrastruktur telekomunikasi dalam rangka digitalisasi Kampung Massaleong perlu mengacu pada empat prinsip utama pembangunan digitalisasi Desa Wisata [15], yaitu:

1. Layak secara ekonomi (*economically feasible*): pembangunan harus meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.
2. Berwawasan lingkungan (*environmentally feasible*): pengelolaan infrastruktur harus memperhatikan kelestarian ekologi, terutama di situs budaya dunia.
3. Dapat diterima secara sosial (*socially acceptable*): pembangunan selaras dengan nilai dan norma lokal.
4. Tepat guna secara teknologi (*technologically appropriate*): penggunaan TIK harus sesuai dengan kapasitas dan sumber daya masyarakat setempat serta berorientasi jangka panjang

## 2. METODE PELAKSANAAN

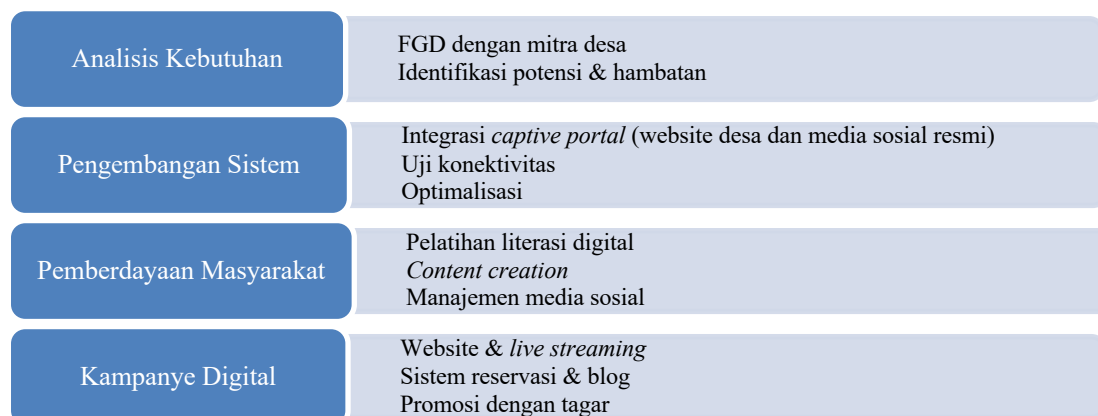
### Pendekatan Kegiatan

Kegiatan ini menggunakan pendekatan penelitian *mixed-method* dengan menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Metode kualitatif diterapkan melalui keterlibatan langsung dengan masyarakat lokal, sehingga diperoleh pemahaman mendalam mengenai aspek sosial, budaya, dan ekonomi. Sementara itu, metode kuantitatif digunakan untuk mengukur hasil implementasi sistem serta menilai efektivitas program secara terukur. Pendekatan partisipatif dijadikan dasar agar masyarakat berperan aktif dalam setiap tahapan, sesuai prinsip *community-based tourism* [16].

## Tahapan Pelaksanaan

### 1) Analisis Kebutuhan dan Survei Awal

Tahap pertama dilakukan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) yang melibatkan tokoh masyarakat, pengelola wisata, dan pemerintah desa. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali kebutuhan, permasalahan, serta harapan masyarakat terkait pengembangan Kampung Budaya Massaleong. Hasil FGD menjadi acuan dalam merancang intervensi yang relevan sekaligus memastikan keputusan berbasis pada aspirasi masyarakat. Data dari survei awal juga digunakan untuk memetakan potensi sumber daya serta hambatan dalam pengelolaan wisata.



Gambar 1. Tahapan kerja pelaksanaan PkM

### 2) Fase Implementasi

Tahap kedua berfokus pada pengembangan sistem serta pemberdayaan masyarakat. Secara teknis, dilakukan pembangunan *captive portal* yang terintegrasi dengan sistem informasi wisata desa, diikuti dengan pengujian konektivitas dan optimalisasi konfigurasi. Selain itu, pemberdayaan masyarakat diwujudkan melalui pelatihan literasi digital bagi 10 peserta, workshop fotografi dan videografi dengan smartphone untuk *content creation*, serta pengelolaan media sosial. Untuk mendukung promosi, dilaksanakan kampanye digital berupa pembuatan website resmi dengan fitur *virtual tour*, sistem reservasi, dan blog, disertai kampanye media sosial dengan tagar #KampungBudayaMassaleong. Seluruh kegiatan ini bertujuan meningkatkan visibilitas desa wisata, menarik lebih banyak pengunjung, dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan tahap Analisis Kebutuhan dan Survei Awal melalui *Focus Group Discussion* (FGD) berhasil menghimpun masukan dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk tokoh masyarakat, pengelola wisata, dan pemerintah desa. Hasil diskusi menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kesadaran tinggi terhadap potensi Kampung Budaya Massaleong sebagai destinasi wisata, namun menghadapi keterbatasan dalam hal promosi digital, penguasaan teknologi, serta akses informasi wisata yang terintegrasi. Survei awal juga mengidentifikasi adanya sumber daya budaya, alam, dan kearifan lokal yang belum terdokumentasi secara sistematis. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya integrasi teknologi informasi sebagai instrumen pengelolaan dan promosi yang lebih efektif. Gambar 2 menunjukkan beberapa aktivitas FGD yang telah dilakukan.

Pada Fase Implementasi, pengembangan sistem *captive portal* yang terhubung dengan sistem informasi wisata desa menunjukkan hasil positif dalam memperkuat infrastruktur digital desa. Uji coba konektivitas membuktikan bahwa sistem mampu menyediakan akses internet terkontrol sekaligus menjadi pintu masuk informasi wisata bagi pengunjung. Program pemberdayaan masyarakat juga memberikan dampak signifikan, terlihat dari meningkatnya keterampilan peserta dalam literasi digital, pembuatan konten berbasis foto dan video, serta pengelolaan media sosial. Hasil pelatihan ini memperkuat kapasitas masyarakat untuk terlibat langsung dalam pengelolaan promosi wisata.

Pada Fase Implementasi, pengembangan sistem *captive portal* yang terhubung dengan sistem informasi wisata desa menunjukkan hasil positif dalam memperkuat infrastruktur digital desa. Uji coba konektivitas membuktikan bahwa sistem mampu menyediakan akses internet terkontrol sekaligus menjadi pintu masuk informasi wisata bagi pengunjung. Program pemberdayaan masyarakat juga memberikan dampak signifikan, terlihat dari meningkatnya keterampilan peserta dalam literasi digital, pembuatan konten berbasis foto dan

video, serta pengelolaan media sosial. Hasil pelatihan ini memperkuat kapasitas masyarakat untuk terlibat langsung dalam pengelolaan promosi wisata.



Gambar 2. Aktivitas FGD bersama mitra aparat desa dan pengelola desa wisata Salenrang berupa analisis kebutuhan dan survei awal.

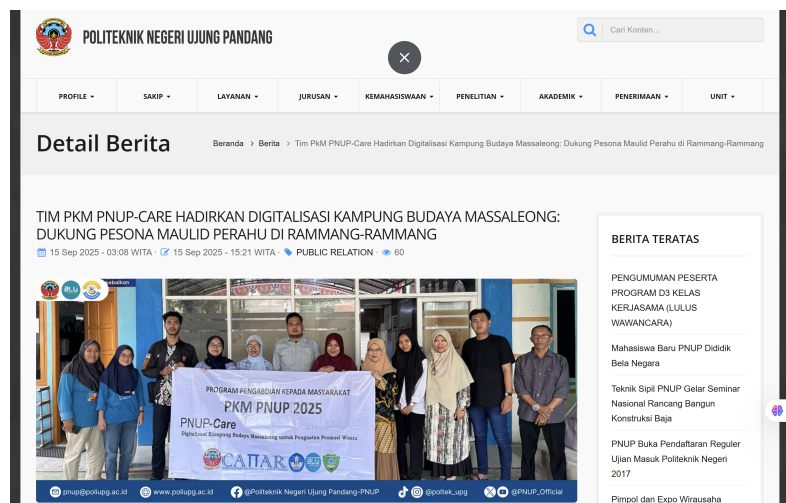
Salah satu kegiatan penting pada fase implementasi adalah pendampingan pengoperasian drone dalam peliputan kegiatan budaya Maulid Akbar oleh masyarakat Desa Salenrang, khususnya di Kampung Massaleong. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan teknologi drone sebagai sarana dokumentasi modern yang mampu menghasilkan visual berkualitas tinggi dari berbagai sudut pandang, termasuk pengambilan gambar udara yang sebelumnya sulit dilakukan. Gambar 3 menunjukkan beberapa aktivitas pengenalan cara kerja drone yang telah dilakukan.



Gambar 3. Peserta diperkenalkan cara kerja drone, fungsi utamanya dalam dokumentasi, serta praktik dasar pengoperasian untuk peliputan kegiatan budaya maupun promosi wisata terutama pada liputan.

Tim PkM PNUP Care hadir dalam liputan *Maudu Jalloro*, tradisi tahunan *maulid perahu* masyarakat Desa Massaleong, sebagai bagian dari pelatihan produksi konten digital. Prosesi budaya ini merupakan wujud rasa syukur dan penghormatan kepada Nabi Muhammad SAW, yang dipadukan dengan kearifan lokal pesisir berupa arak-arakan perahu berhias penuh makna simbolis. Seluruh rangkaian kegiatan didokumentasikan melalui foto dan video, kemudian dikemas menjadi konten digital kreatif yang disebar di berbagai media sosial. Publikasi ini diharapkan memperkenalkan keindahan budaya lokal secara lebih luas, mendukung promosi pariwisata, serta memperkuat citra Rammang-Rammang sebagai destinasi budaya unggulan yang mampu menarik perhatian wisatawan nasional maupun internasional. Liputan kegiatan seperti pada Gambar 4 dan Gambar 5.

Pendampingan dilakukan secara praktis dengan melibatkan masyarakat setempat, baik dalam tahap persiapan, pengendalian perangkat, maupun proses perekaman. Peserta dilatih mengenai teknik dasar penerbangan drone, prosedur keamanan, serta strategi pengambilan gambar untuk kebutuhan promosi wisata budaya. Hasil peliputan kemudian diolah menjadi konten foto dan video yang dipublikasikan melalui media sosial dan website resmi desa wisata. Melalui kegiatan ini, masyarakat tidak hanya memperoleh keterampilan teknis baru, tetapi juga semakin terlibat aktif dalam upaya dokumentasi dan promosi potensi budaya lokal secara mandiri.



Gambar 4. Potongan berita liputan tim PkM PNUP Care pada media online <https://www.poliupg.ac.id/berita/read/2025/09/15/1582/tim-pkm-pnup-care-hadirkan-digitalisasi-kampung-budaya-massaleong-dukung-pesona-maulid-perahu-di-rammang-rammang>



Gambar 5. Potongan berita liputan tim PkM PNUP Care pada media online <https://www.nusantarainsight.com/news/rammang-rammang-berdaya-digital-pkm-pnup-care-dukung-budaya-wisata-dan-kearifan-lokal/>

Sementara itu, kampanye digital yang dilakukan melalui pembuatan website resmi dengan fitur *virtual tour*, sistem reservasi, dan blog, serta diperkuat dengan promosi media sosial menggunakan tagar #KampungBudayaMassaleong, berhasil meningkatkan visibilitas kampung budaya di ruang digital. Respon positif terlihat dari peningkatan interaksi pengguna pada media sosial dan jumlah akses ke website. Diskusi dengan masyarakat menunjukkan bahwa strategi digitalisasi ini membuka peluang lebih besar dalam menarik

wisatawan sekaligus memperkuat identitas budaya lokal. Dengan demikian, kombinasi antara intervensi teknologi dan pemberdayaan masyarakat terbukti mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan di Kampung Budaya Massaleong.

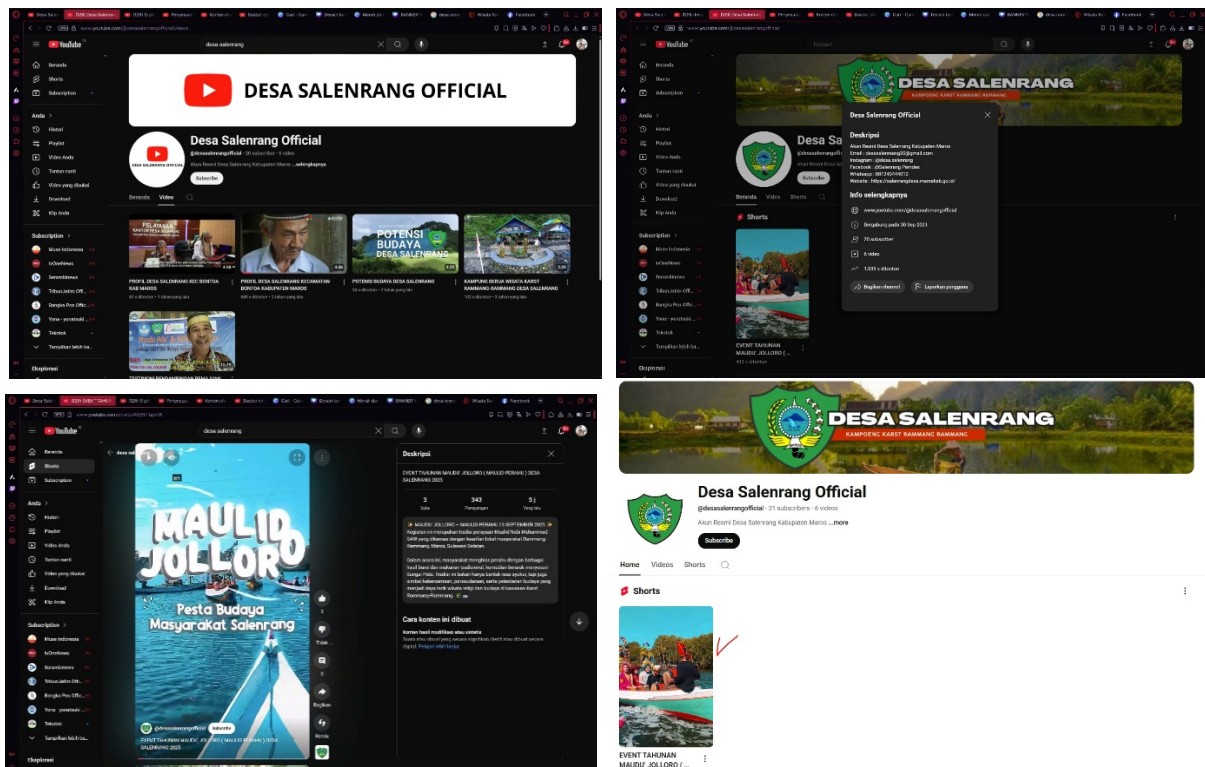
Aktivitas pelatihan dan pendampingan pembuatan konten budaya serta promosi kampung wisata merupakan salah satu langkah strategis untuk memperkuat kapasitas masyarakat dalam mengelola potensi lokal. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada keterampilan teknis pembuatan konten digital seperti fotografi, videografi, dan pengelolaan media sosial, tetapi juga memberikan pemahaman tentang strategi komunikasi efektif untuk mempromosikan daya tarik wisata Kampung Massaleong. Peserta diajak untuk memahami pentingnya narasi budaya dalam setiap konten yang dihasilkan, sehingga promosi tidak sekadar bersifat komersial, tetapi juga menekankan nilai kearifan lokal dan identitas budaya yang khas. Gambar 6 menunjukkan beberapa aktivitas yang telah dilakukan.



Gambar 6. Pelaksanaan pelatihan SDM terhadap pengelolaan media informasi promosi desa

Peserta kegiatan berjumlah 14 orang terdiri atas aparat administrasi desa, bagian humas, serta pengurus desa wisata (Deswita Salenrang) yang berperan langsung dalam pengelolaan destinasi. Dengan melibatkan unsur-unsur kunci tersebut, pelatihan diharapkan mampu mendorong sinergi dalam membangun strategi promosi yang konsisten dan berkesinambungan. Pendampingan dilakukan secara praktis, di mana peserta memproduksi konten secara langsung dengan bimbingan fasilitator, mulai dari pengambilan gambar, pengeditan, hingga publikasi di media sosial. Melalui pendekatan ini, peserta tidak hanya mendapatkan teori, tetapi juga pengalaman nyata yang dapat diterapkan dalam kegiatan promosi wisata sehari-hari. Dengan demikian, desa memiliki sumber daya manusia yang lebih siap dan terampil dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung perkembangan pariwisata berbasis masyarakat.

Foto-foto berikut pada Gambar 7 menunjukkan hasil implementasi kegiatan pelatihan berupa pembaruan konten promosi wisata yang telah diproduksi dan dipublikasikan oleh peserta. Konten promosi ini ditayangkan melalui berbagai kanal digital, termasuk YouTube, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan format yang lebih menarik dan interaktif. Produk hasil pada diakses melalui <https://www.youtube.com/shorts/43j8STlupkM> pada youtube ID @desasalenrangofficial. Pelatihan ini mulai dari proses editing video, upload video, dan latihan mendesain Banner Youtube dan Deskripsi serta penambahan video shortagar lebih cantik dan infotmatif sebagai konten promosi wisata



Gambar 7. Hasil konten dan desain oleh pengelola amin sistem informasi desa.

Konten yang diunggah tidak hanya menampilkan keindahan panorama alam dan budaya lokal Kampung Massaleong, tetapi juga mengangkat narasi tentang aktivitas masyarakat, tradisi budaya, serta potensi wisata yang dapat dinikmati wisatawan. Melalui publikasi rutin di platform digital tersebut, citra Kampung Massaleong sebagai destinasi wisata budaya semakin diperkuat, sekaligus memberikan wadah promosi berkelanjutan yang dikelola langsung oleh masyarakat desa.

#### 4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Kampung Budaya Massaleong menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital, khususnya melalui penyediaan infrastruktur telekomunikasi, pelatihan literasi digital, dan produksi konten berbasis budaya, memberikan dampak nyata terhadap pengembangan pariwisata lokal. Perubahan ini terlihat dari meningkatnya aktivitas digital masyarakat dan pelaku wisata setelah kegiatan dilaksanakan.

Selain itu, hasil pendampingan literasi digital menunjukkan peningkatan kemampuan warga dalam memanfaatkan perangkat digital untuk keperluan promosi. Sebelum kegiatan, dokumentasi kegiatan budaya hanya bersifat lokal dan tidak terpublikasi luas. Setelah pelatihan, peserta telah mampu membuat konten foto dan video pendek dengan narasi promosi wisata yang lebih menarik dan konsisten diunggah secara daring. Fakta ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dan kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital untuk memperkenalkan identitas budaya mereka ke audiens yang lebih luas.

Dampak lain yang dapat diamati adalah meningkatnya jumlah kunjungan ke lokasi setelah informasi wisata mulai beredar di media sosial dan situs web pariwisata daerah. Beberapa pengunjung menyatakan mengetahui Kampung Budaya Massaleong melalui konten digital yang dihasilkan warga sendiri, yang menandakan efektivitas strategi promosi berbasis komunitas.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada P3M Politeknik Negeri Ujung Pandang atas dukungan pendanaan yang telah memungkinkan terlaksananya kegiatan ini. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh mitra PkM, khususnya Pemerintah Desa Salenrang, pengelola Kampung Wisata Rammang-Rammang, dan masyarakat Kampung Adat Massaleong.

## 6. DAFTAR RUJUKAN

- [1] K. Boes, D. Buhalis, and A. Inversini, "Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness," *Int. J. Tourism Cities*, vol. 2, no. 2, pp. 108–124, 2016.
- [2] Z. Xiang, V. P. Magnini, dan D. R. Fesenmaier. Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet. *Journal of retailing and consumer services*, vol. 22, pp. 244–249, 2015.
- [3] Dinas Pariwisata. *Statistik Kunjungan Wisatawan Daerah 2021-2023*. Laporan Internal, 2024.
- [4] S. E. Nurhidayati, L. Muliani, et al., *Pesona Pariwisata Indonesia: Potensi, Pengembangan, dan Inovasi Membangun Destinasi Pariwisata Indonesia*. Jakarta, Indonesia: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2025.
- [5] M. Kang and M. A. Schuett, "Determinants of sharing travel experiences in social media," *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol. 30, nos. 1–2, pp. 93–107, 2013.
- [6] S. W. Litvin, R. E. Goldsmith, and B. Pan, "Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management," *Tourism Management*, vol. 29, no. 3, pp. 458–468, 2008.
- [7] Y. Yerizal, "Meningkatkan kapasitas pemasaran usaha mikro, kecil, dan menengah melalui pelatihan e-commerce," *J. Pengabdian Sosial*, vol. 1, no. 10, pp. 1638–1647, 2024.
- [8] A. P. Russo and G. Richards, *Reinventing the Local in Tourism: Producing, Consuming and Negotiating Place*, vol. 73. Bristol, UK: Channel View Publications, 2016.
- [9] N. F. Rohim, A. Ahmadin, and M. R. Ridha, "Objek wisata Rammang-Rammang Kabupaten Maros 2012–2021," *Attoriolog: Jurnal Pemikiran Kesejarahan dan Pendidikan Sejarah*, vol. 9, no. 2, pp. 132–141, 2021.
- [10] N. H. Maskun, S. N. Bachril, and H. Assidiq, "Preservation of Rammang-Rammang biodiversity: Questioning legal certainty of local community," *IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci.*, vol. 886, no. 1, Art. no. 012024, 2021, doi: 10.1088/1755-1315/886/1/012024.
- [11] A. Munawar, *Potensi Wisata Alam dalam Kawasan Hutan, Pemanfaatan dan Pengembangan: Studi Kasus di Kabupaten Maros Sulawesi Selatan*. Jakarta, Indonesia: Inti Mediatama, 2019.
- [12] M. Suriani, "Kampung budaya Massaloeng perkaya wisata karst Rammang-Rammang," *Antara News*, 2022. [Online]. Available: <https://www.antaraneews.com/berita/2773261>.
- [13] M. Rinaldi, I. Nurdin, and S. Syahrir, "Community-based tourism development in karst area: A study from South Sulawesi," *Indonesian J. Geography*, vol. 55, no. 1, pp. 34–45, 2023.
- [14] S. W. Nur, "Kampung Massaloeng pelita baru bagi wisata Rammang-Rammang," *Antara News*, 2022. [Online]. Available: <https://www.antaraneews.com/berita/2818089>.
- [15] J. Y. Salukh, P. B. Pandie, and A. H. Fanggidae, "Analisis evaluasi kebijakan pengembangan pariwisata super prioritas berkelanjutan di Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur," *Madani: J. Ilmiah Multidisiplin*, vol. 1, no. 7, Aug. 2023.
- [16] P. Murphy, *Tourism: A Community Approach (RLE Tourism)*. London, UK: Routledge, 2013.