

# Rebranding Wisata Sejarah Padusan Melalui Peta Digital berbasis *Virtual Reality*

Deny Yudo Wahyudi\*, Daya Negri Wijaya, Andhika Yudha Pratama, Vita Sabrina Azda Laili, & Muhammad 'Afwan Mufti

<sup>1</sup>Universitas Negeri Malang; Jalan Cakrawala No. 5, Sumber Sari, Malang

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang

e-mail: \*<sup>1</sup>deny.yudo.fis@um.ac.id

## Abstrak

*Desa Padusan di Kabupaten Mojokerto memiliki potensi wisata yang tidak hanya terbatas pada sumber air panas dan bentang alam vulkanik, tetapi juga warisan sejarah dan budaya. Temuan ini membuka peluang pengembangan edu-wisata dan wisata budaya, yang dapat menambah ragam aktivitas destinasi tersebut. Namun, tantangan stagnasi dapat terjadi dalam pengelolaan wisata sehingga memerlukan strategi rebranding yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Pengabdian ini dilaksanakan dengan menyediakan instrumen rebranding serta menerapkan teknologi virtual reality (VR) dalam proses rebranding Desa Padusan melalui pengembangan peta digital interaktif yang menyajikan simulasi visual destinasi sejarah. Metode yang digunakan mengadaptasi pendekatan difusi IPTEKS dengan langkah-langkah identifikasi kebutuhan, desain, integrasi teknologi, serta diseminasi hasil. Rebranding melalui media digital ini diharapkan mampu menjangkau audiens lebih luas serta memperkuat posisi Desa Padusan sebagai destinasi wisata edukatif yang berdaya saing. Kolaborasi antara tim pengabdian Universitas Negeri Malang dan Pemerintah Desa Padusan menjadi faktor utama dalam implementasi dan keberlanjutan program. Melalui pendekatan ini, kegiatan pengabdian tidak hanya memberikan solusi inovatif, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan identitas dan daya tarik desa wisata berbasis sejarah dan budaya.*

**Kata kunci**— *Rebranding, Virtual Reality, Edu-Wisata, Desa Wisata, Peta Digital*

## Abstract

*Padusan Village in Mojokerto Regency has tourism potential that is not only limited to hot springs and volcanic landscapes, but also historical and cultural heritage. This opens up opportunities for the development of edu-tourism and wisata budaya, which can add to the variety of activities in the destination. However, the challenge of stagnation can occur in tourism management so that it requires a rebranding strategy that is adaptive to technological developments. This service is carried out by providing rebranding instruments and applying virtual reality (VR) technology in the Padusan Village rebranding process through the development of interactive digital maps that present visual simulations of historical destinations. The method used adapts the diffusion of science and technology approach with steps of needs identification, design, technology integration, and dissemination of results. Rebranding through digital media is expected to reach a wider audience and strengthen the position of Padusan Village as a competitive educational tourism destination. Collaboration between the State University of Malang service team and the Padusan Village Government is a major factor in program implementation and sustainability. Through this approach, service activities not only provide innovative solutions, but also contribute to strengthening the identity and attractiveness of history and culture-based tourism villages.*

**Keywords**— *Rebranding, Virtual Reality, Educational Tourism, Tourist Village, Digital Map.*

## 1. PENDAHULUAN

Potensi wisata Desa Padusan, Kabupaten Mojokerto tidak terbatas pada keindahan bentang

alam dan sumber mata air panas. Melalui pelaksanaan eksplorasi, diketahui terdapat potensi wisata berbasis sejarah dan budaya yang mengindikasikan bahwa Desa Padusan di masa

lampau telah menjadi salah satu lokasi penting pada era kuno (sekitar abad 14-16 Masehi) hingga kolonial (Bennett & Savani, 2003)(Ridhoi et al., 2022, 2024). Temuan potensi sejarah dan budaya di wilayah Desa Padusan tentu melengkapi khazanah ilmu pengetahuan sekaligus memperkuat daya tarik Padusan yang sebelumnya telah diketahui publik sebagai desa wisata yang menawarkan pengalaman rekreasi pemandian air panas (Rizky Amalia, 2019; Wiyata & Ayupuji, 2015).

Keberadaan situs sejarah dan budaya dapat menambah daftar jenis rekreasi yang ditawarkan Desa Padusan kepada masyarakat. Jenis kegiatan yang dimaksud adalah widya wisata atau edu-wisata. Potensi wisaya sejarah dan budaya Padusan dapat mengakomodir kebutuhan pembelajaran luar kelas atau *educational tourism* sehingga apabila dikembangkan dan diseminasikan kepada publik dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Langkah komunikasi pariwisata untuk membentuk *village branding* (Faiz & Didik, 2023) diperlukan agar potensi Desa Padusan dapat secara optimal memberikan manfaat kepada masyarakat lokal. Strategi *rebranding* dapat dilaksanakan guna mendukung kesadaran atau pengetahuan publik atas potensi edu wisata yang dimiliki Desa Padusan.

*Rebranding* memungkinkan pemilik atau pengembang untuk memposisikan ulang produk maupun jasa di sektor pasar yang lebih menguntungkan, selain itu, citra merek yang baru menyampaikan pesan bahwa tempat tersebut kini menawarkan variasi produk yang lebih luas kepada investor bisnis, pengunjung, dan wisatawan (Bennett & Savani, 2003). Paparan di atas selaras dengan tujuan *rebranding* yakni menambah *equity* guna memperkuat posisi produk atau jasa (Weda et al., 2023). *Rebranding* menjadi penting untuk dilaksanakan ketika terjadi stagnasi. Proses ini (*rebranding*) mendorong inovasi untuk menciptakan perspektif baru yang positif bagi konsumen. Melalui perubahan ini, merek yang sudah dikenal luas dapat mengubah citra dan posisinya agar lebih relevan dan menarik (Krutikov, 2019).

Berdasarkan analisis kebutuhan serta manfaat dan tujuan *rebranding* seperti yang telah dipaparkan, maka langkah *rebranding* dilaksanakan melalui pengembangan peta digital berbasis *virtual reality* untuk kemudian didiseminasikan agar dapat diakses publik atau calon wisatawan. Melalui pemanfaatan teknologi digital seperti *virtual reality* diharapkan kegiatan *rebranding* dapat terlaksana dengan optimal agar mejangkau masyarakat luas karena produk berupa peta digital berbasis *virtual reality* dapat

diakses berbagai jenis *device*.

Hasil penelitian Lo & Cheng (2020) menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi *virtual reality* dalam promosi pariwisata dapat menumbuhkan rasa kehadiran (*presence*) pada calon wisatawan, yaitu perasaan seolah-olah berada langsung di lokasi tujuan. Rasa kehadiran ini berdampak positif terhadap meningkatnya ketertarikan dan niat kunjungan wisatawan ke destinasi yang dipromosikan. Selaras dengan hal tersebut, dipaparkan Dias (2024) bahwa teknologi modern memiliki kapasitas untuk memperkaya pengalaman wisatawan sekaligus meningkatkan efisiensi operasional organisasi di bidang pariwisata khususnya dalam upaya *branding* maupun *rebranding*.

Pelaksana kegiatan *rebranding* wisata sejarah Desa Padusan merupakan Tim Pengabdian Universitas Negeri Malang yang tentu berkoordinasi dengan pihak Pemerintah Desa Padusan. Pelaksanaan *rebranding* diawali dengan proses observasi guna mengetahui urgensi dan kebutuhan serta potensi Desa Padusan. Selanjutnya dilaksanakan pengembangan dan integrasi. Proses pengembangan dan integrasi didasarkan pada kebutuhan dan instrumen komunikasi publik yang dikembangkan sebelumnya atau dimiliki oleh Desa Padusan.

## 2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini mengadaptasi pendekatan difusi IPTEKS (Ningrum et al., 2021; Sulistyono et al., 2024) yang menekankan pentingnya penyebaran teknologi berbasis kebutuhan masyarakat. Langkah pertama dimulai sejak Maret 2025, dengan pelaksanaan identifikasi kebutuhan melalui survei mendalam dan wawancara terstruktur terhadap para pemangku kepentingan desa wisata. Proses ini bertujuan untuk menggali potensi, permasalahan, dan peluang strategis desa, khususnya dalam upaya menghindari stagnasi *branding* pariwisata. Hasil identifikasi menjadi landasan pengembangan desain peta digital berbasis VR (*Virtual Reality*), yang tidak hanya menampilkan titik destinasi wisata tetapi juga menghadirkan simulasi visual interaktif untuk meningkatkan daya tarik dan pengalaman pengguna secara imersif.

Selanjutnya, dilakukan pengembangan teknologi yang melibatkan pemodelan area tertentu yang memiliki potensi wisata sejarah di lingkungan desa, integrasi peta spasial digital, serta pengkodean sistem *virtual reality* agar dapat diakses melalui perangkat mobile. Guna menjamin keberlanjutan, tim pengabdian melaksanakan integrasi peta digital

berbasis *virtual reality* dengan infrastruktur pariwisata digital yang telah ada, salah satunya adalah *website* milik Desa Padusan. *Monitoring* dan evaluasi berkala dilakukan guna mengukur dampak terhadap peningkatan citra dan kunjungan wisatawan. Hasil evaluasi dijadikan dasar iterasi produk apabila dibutuhkan, sedangkan proses diseminasi dilakukan melalui media sosial, dan publikasi ilmiah.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dengan tujuan pengembangan instrumen *rebranding*, maka pada hasil serta pembahasan merincikan tiga sub-bahasan yakni a) potensi wisata sejarah Desa Padusan, b) eksplorasi dan *data aquisition*, serta c) integrasi peta digital berbasis *virtual reality* dalam infrastruktur pariwisata Desa Padusan.

#### a. Potensi wisata sejarah Desa Padusan

Desa Padusan diperkirakan telah menjadi lokasi penting sejak masa pra-Islam, ditandai dengan cerita lisan tentang Ki Gede Padusan, tokoh yang diyakini berasal dari masa akhir Majapahit dan membuka kawasan ini sebagai tempat penyebaran Islam. Asal-usul nama Padusan diduga berasal dari aktivitas pemandian di sumber air panas setempat. Meskipun belum ada bukti tertulis yang kuat, keberadaan situs seperti makam Ki Danurejo di Bukit Krapyak memperkuat dugaan adanya aktivitas penting di masa lampau. Pada masa kolonial, Padusan mulai dikenal sebagai tempat peristirahatan, terlihat dari peta dan laporan kolonial yang menyebutkan adanya vila, hotel air panas (*badhotel*), dan kunjungan warga Eropa, menandakan kawasan ini telah dihuni dan dimanfaatkan secara intensif sejak paruh kedua abad ke-19 (Ridhoi et al., 2024).

Sebagai bagian dari wilayah Kabupaten Mojokerto, Padusan tentu juga memiliki kekayaan sejarah dan budaya yang layak dikembangkan menjadi destinasi wisata unggulan, terutama dalam sektor wisata sejarah. Penelitian Rahayu & Utami, (2019) menunjukkan bahwa kawasan yang masuk dalam wilayah administratif Kabupaten Mojokerto menyimpan berbagai situs penting seperti Candi Jolotundo, Arca Reco Lanang, dan PPLH Seloliman, yang tidak hanya memiliki nilai historis, tetapi juga potensi edukatif tinggi.

Melalui pembentukan citra pariwisata yang tepat maka daya tarik kawasan dapat diperkuat dengan menghadirkan wisata yang memberikan pengalaman belajar bermakna, misalnya melalui kegiatan konservasi alam, pengenalan flora-fauna lokal, hingga eksplorasi tinggalan arkeologis masa klasik. Hal ini memperlihatkan bahwa wisata sejarah di wilayah Mojokerto bukan hanya sekadar rekreasi, tetapi juga sarana pelestarian budaya dan pembentukan kesadaran sejarah kolektif.

Kawasan seperti Desa Padusan juga menyimpan potensi sejarah lokal yang dapat diberdayakan untuk mendukung *rebranding* desa wisata. Meski sebagian narasi masih bersifat historis lisan dan dugaan, keberadaan tokoh Ki Gede Padusan serta situs-situs seperti makam dan pemandian air panas menunjukkan bahwa desa ini memiliki jejak penting dalam perlintasan budaya dari masa pra-Islam hingga kolonial (Ridhoi et al., 2024).

Salah satu kolam pemandian yang masih aktif dan ramai digunakan hingga saat ini di wilayah Padusan adalah Kolam Gambiran, yang dipercaya memiliki kandungan belerang lebih kuat dibandingkan kolam lain. Keberadaan pemandian air panas Padusan di Mojokerto, jika dikaji dari perspektif sejarah dan ekologi budaya, mengindikasikan kesinambungan antara aktivitas manusia dengan lanskap geologis dan keyakinan religius sejak masa Hindu-Buddha. Sebagaimana dijelaskan oleh Munandar, (2011), situs-situs petirtaan pada masa klasik, seperti Jalatunda dan lainnya, berfungsi sebagai tempat ritual penyucian diri yang tidak hanya bersifat praktis tetapi juga simbolik—mewakili hubungan manusia dengan kesucian dan spiritualitas.

Fenomena yang sama juga dapat dilihat di Padusan, kawasan tersebut berasal dari akar kata *adus* (mandi), yang secara etimologis mengacu pada tradisi perendaman dan penyucian yang berakar pada praktik ritual Hindu-Buddha di masa lampau. Keberadaan makam Islam di sekitar area pemandian yang disucikan atau disakralkan oleh masyarakat Desa Padusan juga memperkuat dugaan bahwa area pemandian memiliki fungsi spiritual dan pemahaman tersebut diwariskan. Pada proses eksplorasi, ditemui pula area diduga punden yang berada di sebelah utara/barat laut Kolam Pemandian Gambiran.



Gambar 1. Makam Mbah Melati

Kondisi ekologis dan spiritual mendasari pemilihan lokasi-lokasi seperti Padusan untuk dimanfaatkan secara berkelanjutan, baik sebagai tempat ritual maupun rekreasi sejak masa klasik hingga era kontemporer. Sehingga, pengembangan kawasan air

panas Padusan sebagai destinasi wisata sejarah tidak hanya didukung oleh daya tarik alamiah, tetapi juga oleh nilai historis yang kuat dalam kerangka ekosistem budaya dan spiritual masyarakat Jawa Timur.

Dengan mengacu pada prinsip identifikasi potensi destinasi seperti yang dilakukan oleh tim Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto, pengembangan destinasi sejarah harus didasarkan pada indikator yang sistematis meliputi kelembagaan, perizinan, profil wisata, dan desain promosi (Efendi et al., 2022). Oleh karena itu, penguatan sektor wisata sejarah berbasis komunitas dan teknologi digital menjadi strategi penting dalam menjawab tantangan pariwisata Desa Padusan agar tidak stagnan dan mampu bersaing secara regional.

Salah satu bentuk penguatan daya tarik yang dapat dilakukan adalah pemanfaatan teknologi *virtual reality* untuk eksplorasi dan promosi destinasi sejarah. *Virtual reality* memungkinkan pengguna merasakan suasana situs secara imersif tanpa harus hadir secara fisik, sehingga sangat efektif untuk wilayah yang aksesnya terbatas atau narasinya masih dalam tahap pengembangan. Studi oleh Akay &

Mapaly (2024) menunjukkan bahwa implementasi *virtual reality* berhasil menghadirkan pengalaman menjelajah secara realistis melalui perangkat *mobile*, sementara Fatma et al., (2019) membuktikan efektivitas tur virtual berbasis foto 360° dalam meningkatkan minat wisatawan terhadap destinasi yang kurang dikenal. Dengan demikian, integrasi teknologi *virtual reality* dalam pengembangan wisata sejarah Desa Padusan dapat memperkuat narasi lokal sekaligus memperluas jangkauan promosi destinasi secara digital dan berkelanjutan.

#### **b. Eksplorasi Desa Padusan serta *Data Acquisition***

Langkah eksplorasi dan *data acquisition* dilaksanakan untuk mendapatkan data akurat dan mendalam mengenai potensi maupun pengembangannya. *Data acquisition* sendiri merupakan proses mengumpulkan, menyaring, dan mentransfer data dari lingkungan nyata ke sistem digital untuk dianalisis atau digunakan lebih lanjut, dan merupakan tahap awal yang penting dalam siklus pengolahan data, baik untuk keperluan ilmiah maupun pengembangan produk digital seperti *virtual reality* (Lyko et al., 2005; Sternin, 1985).

Data yang dikumpulkan tidak hanya mencakup kondisi fisik seperti sumber air panas atau letak geografis, tetapi juga toponimi, sejarah, dan kebiasaan masyarakat sekitar. Informasi ini dibutuhkan agar pengembangan sesuai dengan karakter lokal dan tidak mengabaikan nilai budaya yang sudah ada. Menurut Sternin (1985), sistem pengumpulan data yang baik harus akurat, dan mudah dikembangkan. Dalam konteks wisata sejarah seperti Padusan, proses ini dilakukan

melalui survei, wawancara mendalam, dokumentasi visual, dan catatan sejarah maupun data terkait kondisi pariwisata Padusan saat ini.

Setelah data terkumpul, teknologi seperti *virtual reality* dapat digunakan untuk membuat tampilan digital dari lokasi wisata. Teknologi ini bisa membantu promosi destinasi kepada masyarakat luas, terutama mereka yang belum pernah berkunjung. *Virtual reality* juga sangat bermanfaat untuk tempat-tempat yang sulit diakses langsung. Cavanillas et al., (2016) menjelaskan bahwa pengumpulan dan pengolahan data adalah bagian penting dalam pengembangan sistem digital seperti *virtual reality*.

Teknologi *virtual reality* tidak hanya memberikan pengalaman visual, tetapi juga mampu meningkatkan rasa kehadiran dan keterlibatan emosional pengguna terhadap suatu destinasi wisata. Hal ini penting dalam proses rebranding desa wisata karena membantu menciptakan citra destinasi yang kuat dan mudah diingat. Studi oleh Bae et al., (2020) menunjukkan bahwa karakteristik *virtual reality* seperti interaktivitas dan kejelasan visual (*vividness*) secara signifikan meningkatkan kepuasan pengunjung serta kesadaran dan loyalitas terhadap suatu merek destinasi budaya.

Sementara itu, penelitian oleh Lo & Cheng (2020) membuktikan bahwa penggunaan *virtual reality* dalam promosi wisata dapat memengaruhi respons positif calon wisatawan melalui rasa kehadiran (*presence*), yang berperan sebagai penghubung antara pengalaman virtual dan keinginan berkunjung. Dengan demikian, penerapan *virtual reality* dalam promosi dan edukasi wisata berbasis sejarah di desa seperti Padusan dapat meningkatkan daya tarik, memperluas jangkauan promosi digital, dan memperkuat identitas destinasi.

#### **c. Integrasi peta digital berbasis *virtual reality* dalam infrastruktur pariwisata**

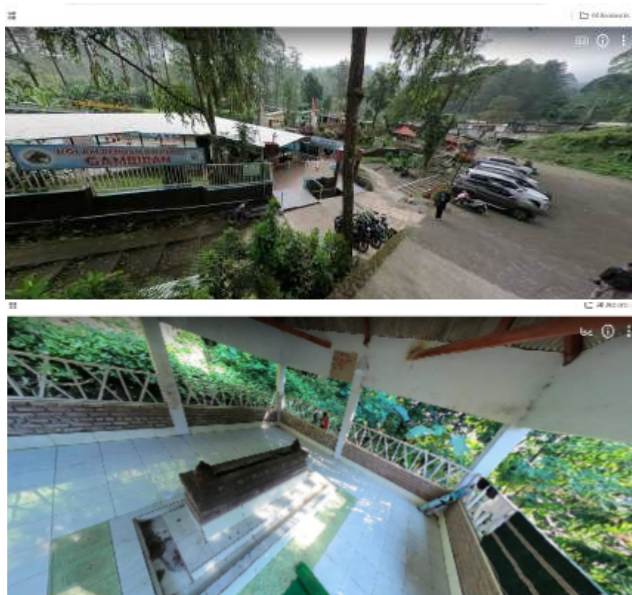
Tahap selanjutnya setelah pembuatan peta digital berbasis *virtual reality* di Desa Padusan adalah integrasi dengan situs web resmi desa dengan memanfaatkan layanan Google Maps. Pendekatan ini memungkinkan pengguna mengakses tur *virtual reality* melalui browser, sehingga memudahkan calon wisatawan untuk memperoleh gambaran destinasi secara langsung dan praktis. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan platform berbasis web dalam integrasi *virtual reality* dapat meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan pengguna secara signifikan (Pratisto et al., 2022).

Pemanfaatan layanan Google Maps, dipilih karena tingkat aksesibilitasnya yang tinggi dan kompatibilitasnya dengan berbagai jenis perangkat tanpa memerlukan aplikasi tambahan. Teknologi ini memungkinkan peta dibuka langsung melalui browser baik melalui komputer, tablet, maupun ponsel pintar, sehingga pengguna tidak dihadapkan pada hambatan teknis yang merepotkan. Dengan mengintegrasikan

data sejarah dan budaya (yang belum tersedia pada Google Maps konvensional) ke dalam sistem basis Google Maps, maka proses eksplorasi menjadi jauh lebih mudah, intuitif, dan menyenangkan.



**Gambar 2.** Tampilan peta digital dengan titik sebaran lokasi yang memiliki potensi sejarah (kuno)



**Gambar 3.** Tampilan *virtual reality*

Pratisto et al., (2022) memaparkan bahwa kombinasi *virtual reality* dengan antarmuka berbasis web dapat memperkuat persepsi nilai destinasi dan mendorong keterlibatan pengguna. Studi lain oleh Kim & Lee, (2019) juga mendukung temuan tersebut, bahwa tur 360 derajat berbasis web memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi dan minat berkunjung.

Lebih lanjut, peta *virtual reality* yang diintegrasikan dengan Google Maps memungkinkan penggabungan data dinamis seperti kondisi aktual Desa Padusan. Israel et al., (2019) menegaskan bahwa penggunaan data *real-time* dalam sistem pariwisata digital tidak hanya memperkaya pengalaman pengguna, tetapi juga membantu pengelola dalam merespons kebutuhan wisatawan secara adaptif. Oleh karena itu, integrasi peta *virtual reality* berbasis Google Maps ke situs web desa menjadi strategi penting dalam mendukung rebranding dan promosi destinasi yang efektif dan efisien.

#### 4. SIMPULAN

Peta digital berbasis *virtual reality* menjadi suatu instrumen yang diperlukan dalam upaya *rebranding* Desa Padusan. Upaya *rebranding* tidak hanya dilaksanakan guna optimalisasi potensi Padusan, namun juga merupakan upaya untuk menghindari stagnasi pariwisata dengan memberikan variasi kepada calon wisatawan. Instrumen berupa peta digital berbasis *virtual reality* diintegrasikan dengan infrastruktur digital yang telah ada yakni website desa, sebagai upaya untuk memastikan upaya *rebranding* terlaksana dengan efektif serta efisien.

Aksesibilitas peta digital dipastikan mudah karena layanan Google Maps, yang memungkinkan pengalaman *virtual reality* dapat diakses secara langsung melalui peramban (*browser*) pada berbagai jenis perangkat. Dengan pendekatan ini, pengguna tidak perlu untuk mengunduh aplikasi tambahan untuk mengakses peta digital, sehingga proses akses menjadi lebih efisien dan praktis. Hal tersebut tentunya memberikan kemudahan bagi calon wisatawan dalam memperoleh visualisasi langsung mengenai destinasi yang dituju, sekaligus meningkatkan kenyamanan dalam eksplorasi awal sebelum melakukan kunjungan secara fisik ke lokasi dengan potensi sejarah dan budaya di area Desa Padusan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang telah berkontribusi atas terlaksananya kegiatan pengabdian, Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Negeri Malang, Pemerintah dan Masyarakat Desa Padusan, Kabupaten Mojokerto, serta pihak pengelola maupun pemelihara Wana Wisata Padusan.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Akay, Y. V., & Mapaly, H. A. (2024). *Virtual Reality as a Media For Japanese Cave Exploration*. *19(04)*, 279–287.
- Bae, S., Jung, T. H., Moorhouse, N., Suh, M., & Kwon, O. (2020). The influence of mixed reality on satisfaction and brand loyalty in cultural heritage attractions: A brand equity perspective. *Sustainability (Switzerland)*, *12(7)*. <https://doi.org/10.3390/su12072956>
- Bennett, R., & Savani, S. (2003). The rebranding of city places: An international comparative investigation. *International Public Management Review*, *4(2)*, 70–87.
- Cavanillas, J. M. a, Curry, E., & Wahlster, W. (2016). *New Horizons for a Data-Driven Economy A Roadmap for Usage and Exploitation of Big Data*

- in Europe. In *New horizons for a data-driven economy: A roadmap for usage and exploitation of big data in Europe*. Springer International Publishing Cham.
- Dias, K. L. M. T. D. (2024). Discovering Innovative Destination Branding Strategies through Digital Marketing: A Bibliometric Analysis. *Sri Lanka Journal of Management Studies*, 6(1), 80–102. <https://doi.org/10.4038/sljms.v6i1.129>
- Efendi, M. J., Huda, K., Permatasari, O., Waluyo, S. E. Y., Santy, Y. J. N., Permatasari, O., & Fitriyani, Z. A. (2022). Pendampingan Identifikasi Potensi Wisata Dalam Mendukung Tata Kelola Destinasi Wisata Di Kota Mojokerto. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1), 283. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7481>
- Faiz, M., & Didik, B. (2023). Strategi Komunikasi Pariwisata dalam Membentuk Village Branding Ekowisata Taman Watu Kandang Desa Pandean. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(2), 294–302.
- Fatma, Y., Hayami, R., Budiman, A., & Rizki, Y. (2019). Rancang Bangun Virtual Tour Reality Sebagai Media Promosi Pariwisata Di Propinsi Riau. *Jurnal Fasilkom*, 9(3), 1–7.
- Firdawati, L. U. (2022). Pusat Peradaban masa Hindu-Budha di Kawasan Dataran Tinggi Malang. *Jurnal Budaya Etnika*, 6(2), 91–102.
- Israel, K., Zerres, C., & Tscheulin, D. K. (2019). Presenting hotels in virtual reality: does it influence the booking intention? *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(3), 473–493. <https://doi.org/10.1108/JHTT-03-2018-0020>
- Kim, M. J., & Lee, C.-K. (2019). Exploring Consumer Behavior in Virtual Reality Tourism Using an Extended Stimulus-Organism- Response Model. *Journal of Travel Research Published by Sage*, 11(1), 1–14. [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Krutikov, K. (2019). Rebranding and Marketing Communication I thank to my Supervisor for the systematic nature of our meetings and the. *Vysoká Škola Finanční a Správní*.
- Lo, W. H., & Cheng, K. L. B. (2020). Does virtual reality attract visitors? The mediating effect of presence on consumer response in virtual reality tourism advertising. *Information Technology and Tourism*, 22(4), 537–562. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00190-2>
- Lyko, K., Nitzschke, M., & Ngomo, A.-C. N. (2005). Data acquisition. In *Computers, Software Engineering, and Digital Devices* (pp. 6-1-6–9). <https://doi.org/10.1680/dtbe.65802.069>
- Munandar, A. A. (2011). Kisah-kisah dan Kepercayaan Rakyat di Seputar Kepurbakalaan di Seputar Kepurbakalaan. *Paradigma : Jurnal Kajian Budaya*, 2(1).
- Ningrum, F. W., Nurheni, A., Umami, S. A., Sufanti, M., & Rohmadi, R. (2021). Revitalisasi Budaya Literasi melalui Pemanfaatan Infografis di SMK Sukawati Gemolong Kala Pandemi. *Buletin KKN Pendidikan*, 3(2), 161–168. <https://doi.org/10.23917/bkkndik.v3i2.14550>
- Pratisto, E. H., Thompson, N., & Potdar, V. (2022). Immersive technologies for tourism: a systematic review. In *Information Technology and Tourism* (Vol. 24, Issue 2). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/s40558-022-00228-7>
- Rahayu, K. P., & Utami, W. S. (2019). Pengembangan Potensi Wisata Edukasi Di Kawasan Wisata Trawas Kabupaten Mojokerto Karinda. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 11(1), 1–14. [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Ridhoi, R., NUriansyag, J. S., Prahardana, M. W., & Novel, M. (2024). Desa Padusan Dalam Lintasan Sejarah. In *Java Creative* (Issue May).
- Ridhoi, R., Restanti, N. A. D., & Sayono, J. (2022). *Identifying Historical and Indigenous Potency of Padusan Village Mojokerto as a Humanities and Social Sciences Laboratory* (Vol. 1). Atlantis Press SARL. [https://doi.org/10.2991/978-2-494069-63-3\\_2](https://doi.org/10.2991/978-2-494069-63-3_2)
- Rizky Amalia, Z. (2019). Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran Wana Wisata Padusan Pacet Kabupaten Mojokerto Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan. *Commercium*, 2(2), 65–69.
- Sternin, E. (1985). Data acquisition and processing: A systems approach. *Review of Scientific Instruments*, 56(11), 2043–2049. <https://doi.org/10.1063/1.1138415>
- Sulistyo, G. B., Safitri, L. A., Kiswati, S., Adjie, B. K., & Fauzi, M. N. Z. (2024). Penerapan Sistem Smart Garden Berbasis Internet of Things pada Tanaman Anggrek di Kelompok Wanita Tani Indah Lestari. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 8(1), 75. <https://doi.org/10.30595/jppm.v8i1.20910>
- Weda, W., Dewi, A., Syauki, W. R., Yunita, P., & Rizky, F. (2023). Model Komunikasi

Pariwisata Taman Nasional Bali Barat Pada Era New Normal Berbasis E-Tourism. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6, 895–908.

Wiyata, S., & Ayupuji. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisata Diberbagai Objek Wisata Di Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Swara Bhumi*, 1(1), 162–168.  
<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/wara-bhumi/article/view/10635>