

Pengembangan Materi Ajar *Storynomics* Berbasis Audio Visual pada Perguruan Tinggi Vokasi

Muhammad Kasim¹, Muhammad Yahya², Hamsiati³, Andi Abriani⁴, Matius Tinna Sarira⁵, Muhammad Amin Talip⁶, Akbar⁷

^{1,2,4,6,7}Prodi Destinasi Pariwisata, Jurusan Destinasi, Politeknik Pariwisata Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

³Prodi Tata Hidang, Jurusan Perhotelan, Politeknik Pariwisata Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

⁵Prodi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: bulan, tahun

Disetujui: bulan, tahun

Dipublikasi: bulan, tahun

Kata kunci: Bahan Ajar, *Storynomics*, Pariwisata

Keywords: *Teaching Materials, Storynomics, Tourism*

Corresponding Author:
Muh. Yahya

Email:
yahyaakil@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan materi ajar dengan menggunakan audio visual. Lokasi penelitian dilakukan di Pantai Date, Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat dengan pendekatan R&D (Penelitian dan Pengembangan). Subjek penelitian adalah 19 mahasiswa prodi destinasi Politeknik Pariwisata Makasar sebagai responden, sementara validasi produk dilakukan oleh ahli materi dan ahli media. Tahapan penelitian diantaranya Identifikasi Masalah, Pengumpulan data, Desain Produk, Validasi desain, revisi desain, testing produk, Revisi Produk, mengoperasikan produk dan final produk hasil revisi. Hasil validasi aspek materi rata-rata menunjukkan skor 86,75% dengan kategori sangat baik. Aspek yang dinilai oleh ahli materi adalah tentang Bahasa, Asynchronous, Grammar dan Informasi tentang produk wisata. Sementara validasi pada aspek media menunjukkan skor rerata 84,5 dengan kategori Sangat Baik. Simpulan penelitian bahwa materi yang dikembangkan dengan menggunakan media audio visual pada tema *Storynomics tourism products* layak digunakan sebagai bahan pembelajaran mata kuliah Bahasa Inggris. Diperlukan penelitian di masa datang tentang pengaruh media yang memuat *Storynomics* Pantai Date terhadap hasil belajar atau motivasi belajar mahasiswa. Dibutuhkan juga uji coba pada kelompok yang besar.

Kata Kunci: Bahan Ajar, *Storynomics*, Pariwisata

ABSTRACT

*This research aims to develop teaching materials using audio-visual. The research location was Date Beach, East Banggae, Majene Regency, West Sulawesi Province, with an R&D (Research and Development) approach. The research subjects were 19 students of the destination study program of the Makassar Tourism Polytechnic as respondents, while material experts and media experts carried out product validation. The research stages include Problem Identification, Data Collection, Product Design, Design Validation, Design Revision, Product Testing, Product Revision, Product Operation, and Final Revised Product. The average material aspect validation results scored 86.75%, with a very good category. Aspects assessed by material experts are Language, Asynchronous, Grammar, and Information about tourist products. Validation on the media aspect showed an average score of 84.5, with a very good category. It is concluded that the material developed using audio-visual media on the theme of *Storynomics tourism products* is feasible for use as learning materials for English courses. Future research is needed on how media containing *Storynomics**

Pantai Date affects learning outcomes or student motivation. It also needs to be tested on a large group.

Keywords: *Teaching Materials, Storynomics, Tourism*

© 2024 Muhammad Kasim, Muhammad Yahya, Hamsiati, Andi Abriani, Matius Tinna Sarira, Muhammad Amin Talip, Akbar

This is an open-access article under the CC BY-SA 4.0 license



PENDAHULUAN

Kebutuhan materi ajar pada perguruan tinggi vokasi diharapkan berorientasi pada teknologi dan informasi. Mahasiswa vokasi membutuhkan bahan ajar yang dapat merangsang minat melalui penerapan teknologi yang *up to date* (Peng et al., 2023). Selain mahasiswa, dosen dan instruktur pembelajaran dituntut menjadi fasilitator yang kreatif dan inovatif serta mengintegrasikan penggunaan teknologi secara efisien (Tu & Akhter, 2023). (Xiangyang, 2023) mengemukakan bahwa Proses Integrasi teknologi ke dalam pengajaran di perguruan tinggi vokasi dapat diberikan melalui materi audio visual yang spesifik sesuai kebutuhan. Dengan demikian, pembelajaran berbasis audio visual pada perguruan tinggi vokasi dapat mendobrak keterbatasan materi pembelajaran yang selama ini masih konvensional.

Perkembangan teknologi mengubah perilaku konsumen yang berperan sebagai wisatawan. Dengan demikian, mahasiswa membutuhkan materi ajar yang memadukan antara teori yang terbaharukan pada bidang promosi wisata. (Nafees et al., 2021) mengemukakan tentang prinsip dasar pemasaran di era modern saat ini. Prinsip dasar pemasaran yang kontekstual hari ini diantaranya memahami operasi bisnis digital, penciptaan nilai pelanggan dan pendorong nilai, merek dan pemosisian merek, promosi produk, strategi untuk pertumbuhan dan perluasan bisnis, persaingan dalam lanskap digital. Dibutuhkan materi ajar yang mampu merangsang keterampilan mahasiswa pada produk pariwisata yang memanfaatkan digitalisasi.

Menuangkan materi ajar melalui video dapat menciptakan proses pembelajaran yang menarik di kelas. Pembelajaran bermakna terjadi ketika gagasan yang terkini diintegrasikan ke dalam struktur mental peserta didik melalui implementasi keterampilan kognitif sehingga menghasilkan pembelajaran yang bermakna dan relevan (Wang et al., 2023). (Safira & Saehana, 2021) Media pembelajaran menjadi lebih menarik jika dikemas dalam bentuk video pembelajaran. Sebagai Pengajar dengan berbagai kewajiban tri darma perguruan tinggi, seperti mengajar, meneliti dan pengabdian masyarakat, pembuatan materi ajar dengan menggunakan video dapat merefresentasikan kehadiran seorang pengajar. (Kato et al., 2019) mengemukakan bahwa bahan ajar video yang disusun dengan terampil mempunyai efek yang sama ketika pengajar melakukan transfer pengetahuan secara langsung. Efek tersebut berlaku, jika video ajar dikemas sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

Mahasiswa pada perguruan tinggi vokasi bidang pariwisata dituntut dapat mengembangkan kompetensi ketika berada di industri atau masyarakat. Pembelajaran berbasis produk, khususnya di lingkup industri pariwisata dapat memberikan kontribusi bagi lembaga pendidikan dalam membangun program pendidikan vokasi (Dalimunthe, 2023). Selain itu, pembelajaran yang menghasilkan produk dapat bermanfaat bagi masyarakat karena

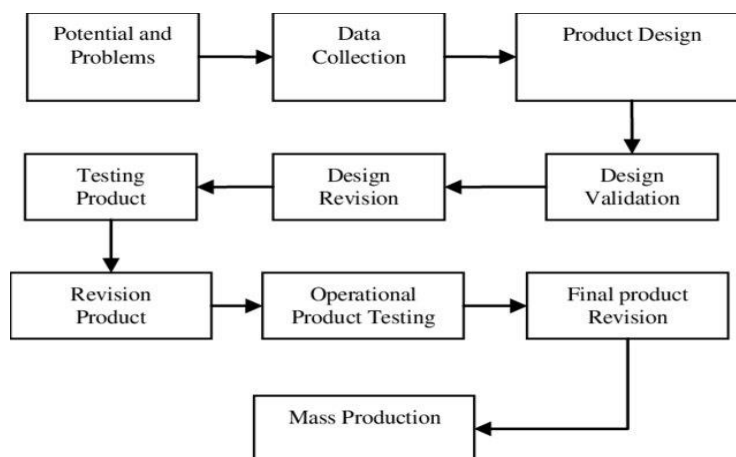
membantu dalam mempromosikan pengembangan (Marquez et al., 2023). Salah satu hasil pembelajaran pada pendidikan vokasi bidang pariwisata adalah ketersediaan media promosi wisata. Di sisi lain, (Adona et al., 2023) menguraikan bahwa pengelola objek wisata dituntut untuk mampu menyediakan brand merek melalui informasi yang berkualitas. Dengan demikian, media ajar melalui penggunaan video branding wisata membantu mahasiswa mencapai kompetensi yang pada akhirnya dapat diterapkan pada masyarakat pengelola objek wisata.

Teknik menyampaikan pesan dengan teknik *Storynomics* dapat digunakan untuk promosi wisata. Metode *storynomic tourism* sebagai solusi terkait permasalahan penurunan jumlah wisatawan melalui peningkatan kemampuan skill masyarakat pengelola (Zahara et al., 2023). (Wibowo et al., 2023) mengungkapkan bahwa *storynomic* memiliki kekuatan pada untuk mengungkap memiliki ciri khas budaya daerah yang kuat. Senada dengan (Arymami, 2023) produksi video wisata dengan menggunakan *storynomics* dapat memberikan pemahaman terhadap dinamika video promosi pariwisata dalam lanskap digital ini. Dengan demikian, teknik *Storynomics* dapat digunakan untuk menceritakan potensi wisata sebuah kawasan wisata.

Penelitian ini berupaya untuk mengembangkan media ajar materi *Storynomics* pada mata kuliah Bahasa Inggris.

METODE

Penelitian yang digunakan merupakan penelitian dan pengembangan atau penelitian dan pengembangan (RnD). Berdasarkan Borg dan Gall penelitian ini menggunakan penelitian dan desain pengembangan (Sugiyono, 2020).



Gambar 1. R&D research design
(Gustiani, 2019)

Berdasarkan tahapan penelitian R&D pada gambar 1, Penelitian ini dilakukan hingga tahap uji coba media ajar berbasis video. Kelompok kecil digunakan sebagai subjek uji coba. Video yang dikembangkan berfokus pada penilaian kelayakan sebagai materi kemampuan mendeskripsikan potensi wisata menggunakan Bahasa Inggris dengan teknik *Storynomics* dan kualitas informasi tentang potensi wisata Pantai Date, Banggae Timur, Kabupaten

Majene, Provinsi Sulawesi Barat. Subjek pengembangan media ajar yaitu 19 mahasiswa yang mengikuti kelas Bahasa Inggris semester 3A Prodi Destinasi Pariwisata Politeknik Pariwisata Makassar. Materi yang dikembangkan tentang kemampuan melakukan interpretasi objek wisata dengan menggunakan bahasa Inggris. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu instrumen tertulis berupa kuesioner yang diperiksa dan diberi penilaian secara kuantitatif oleh profesional, diantaranya ahli media, materi, dosen mata pelajaran dan mahasiswa sebagai responden. Indikator pada setiap pertanyaan kuesioner merupakan pengembangan dari komponen kualitas video dan kelayakan pembelajaran yang dihasilkan. Secara umum, point pertanyaan di kuesioner meliputi: (1) Konten teoritis dan praktek; (2) muatan materi Bahasa Inggris berbasis *Storynomics*; (3) Kebutuhan Produk di lapangan ; (4) Display video; (5) Durasi; (6) Produk Wisata.

Teknik analisis yang digunakan melalui penentuan skor sesuai dengan pengamatan dari profesional media, materi dan responden. Penetapan skor maksimum dan minimum sebagai berikut:

Tabel 1. Skor Validitas Produk Pembelajaran

Presentasi Skor	Kriteria
$x < 50\%$	Tidak Baik
$x \geq 50\%$	Sangat Baik

Olahan data yang diperoleh setelah menyebar kuesioner tentang kelayakan bahan ajar serta umpan balik mahasiswa. Tahapan analisis data dengan penghitungan rata-rata (Arikunto & Suharsimi, 2013; Gustiani, 2019). Deskripsi hasil temuan di olah dengan menggunakan pendekatan kualitatif sesuai dengan kategori. Produk yang dikembangkan dianggap berhasil tanpa revisi jika kualitas bahan ajar multimedia interaktif mempunyai kriteria layak, yaitu jika nilai validitas mencapai di atas 62,51 hingga 10, Sementara proses revisi jika produk berada pada skore 62,50 hingga 43, 76 serta tidak layak jika di bawah 43, 74 hasil Pengelompokan kesioner sebagai ukuran kriteria penilaian. Urutan dari kriteria penilaian dapat diperoleh dengan cara menghitung interval, berdasarkan perhitungan interval diperoleh penilaian kriteria sebagai berikut:

Tabel 2. Kriteria skor interval penilaian

Presentasi Skor	Kriteria
$81,26 < \text{skor} \leq 100\%$	Sangat Layak
$62,51 < \text{skor} \leq 81,25$	Layak
$43,76 < \text{skor} \leq 62,50$	Cukup
$25 < \text{skor} \leq 43,75$	Kurang Layak

Sumber: (Sugiyono, 2013)

Teknik analisis data menggunakan dua pendekatan yaitu (data kuantitatif dan kualitatif) (Lexy J, 2019). Analisis data kuantitatif melalui pentabulasian hasil pengisian kuesioner dan hasil pengamatan di kelas melalui pemantauan dan observasi. Kemudian pelaksanaan teknik analisis deskriptif melalui penghitungan data kuantitatif.

HASIL

Spesifikasi produk pembelajaran yang dihasilkan merupakan rincian pengembangan materi ajar yang diharapkan. Pada hasil wawancara dengan dosen pengampuh dan

mahasiswa sebagai subjek penelitian ditemukan persoalan mendasar yaitu materi tentang teknik *Storynomics* selama ini masih bersifat umum. Dosen pengampuh mata kuliah (MY) mengungkapkan bahwa selama ini menggunakan contoh-contoh dari internet seperti *Storynomics* objek yang ada di Pulau Jawa dan Bali. Sementara yang dibutuhkan oleh mahasiswa dengan memberi materi yang berada di lingkungan peserta didik, (Liaw & Chen, 2023) menyebutkan bahwa teknik pembelajaran dengan pemberian materi yang kontekstual dapat mengungkapkan nilai-nilai pedagogis yang positif untuk meningkatkan pengalaman belajar memanfaatkan berbagai cara untuk mengetahui dan membuat makna pada lingkungan sekitar mahasiswa.

Hasil validasi ahli media dan materi sebagai berikut:

a) Hasil ahli materi

Tabel 3. Validasi Ahli Materi

Materi	Persentase Skore	Kategori
Teori Bahasa	86%	Sangat Layak
<i>Asynchronous</i>	89%	Sangat Layak
Materi <i>Grammar</i>	85%	Sangat Layak
Produk Wisata	87%	Sangat Layak
Rerata	86,75	Sangat Layak

Sumber: Olahan data, 2024

Tabel 3 menampilkan bahwa hasil validasi aspek materi rata-rata menunjukkan skore 86,75% dengan kategori sangat baik. Aspek yang dinilai oleh ahli materi adalah tentang Bahasa, *Asynchronous*, *Grammar* dan Informasi tentang produk wisata.

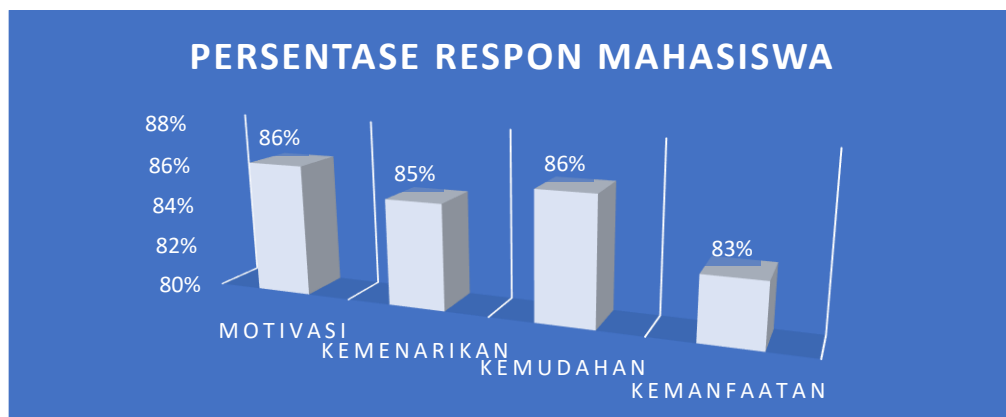
b) Hasil validasi materi

Tabel 4 Validasi Ahli Media

Media	Persentase Skore	Kategori
Relevansi	84%	Sangat Layak
Ketersediaan Informasi	83%	Sangat Layak
Kebermanfaatan	87%	Sangat Layak
Efisiensi	84%	Sangat Layak
Jumlah	338%	Sangat Layak
Rerata	84,5	Sangat Layak

Sumber: Olahan data, 2024

Tabel 4 menampilkan bahwa hasil validasi pada aspek media menunjukkan skore rerata 84,5 dengan kategori Sangat Baik. Dengan demikian, video pembelajaran yang digunakan layak untuk menjadi materi ajar mata kuliah Bahasa Inggris. Respon mahasiswa pada video pembelajaran Bahasa Inggris juga menunjukkan nilai yang positif. Berikut ini persentase respon mahasiswa terhadap uji keefektifan media audio visual tentang *Storynomics*.



Gambar 2. Respon mahasiswa terhadap materi video bahasan inggris

Sumber: Olahan data

Gambar 3. menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan mahasiswa terhadap ketersediaan media pembelajaran bahasa Inggris dengan menggunakan rumus liker diperoleh skor persentase rata-rata sebesar 85%. Oleh karena itu, rata-rata persentase skor tanggapan siswa mengenai ketersediaan materi pembelajaran Bahasa Inggris pada sub materi *Storynomics* adalah 85% yang berarti materi yang dikembangkan memiliki nilai yang efektif. Adapun yang menjadi indikator penilaian efektivitas bagi mahasiswa sebagai responden diantaranya motivasi, tingkat kemenarikan, kemudahan untuk digunakan serta manfaat terhadap kebutuhan informasi tentang produk wisata.

PEMBAHASAN

Tabel 5 Spesifikasi materi pengembangan

Nama Mata Kuliah	Materi Sublemen dan	Konten Pengembangan dan Aktivitas
Bahasa Inggris	<i>Storynomics</i> <i>tourism products</i>	Video berdurasi 3 menit dan 10 detik.
		Pantai date, Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat
	<i>Grammar</i>	Membuat naskah sesuai dengan grammar dalam bahasa Inggris tentang Pantai date.
	<i>Asynchronous</i>	Mahasiswa menyimak, melihat dan Menonton video pembeljaran tentang <i>Storynomic Pantai date</i>
	Media yang digunakan	Proyektor, LCD, TV, papan tulis
	Format	MP4

Link Video

https://drive.google.com/file/d/1BPP9yx4dVjVbw09Ch1POqvYDx8v0_fLB/view?usp=drivesdk

Sumber: Olahan data, 2024

Penelitian ini bertujuan mengembangkan bahan ajar melalui pengembangan materi *Storynomics tourism products* menggunakan media video yang berkualitas serta layak digunakan. Penelitian dilakukan pada semester ganjil dengan subjek penelitian mahasiswa 3A Prodi Destinasi Pariwisata Politeknik Pariwisata Makassar. Hasil pengembangan

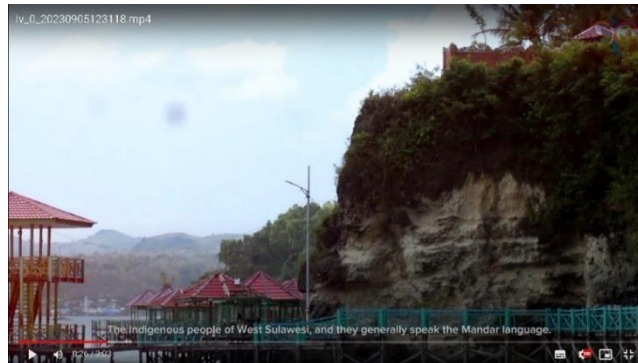
a) Tampilan Pengantar



Gambar 1. Tampilan Logo Poltekpar dan Pemerintah Majene
Sumber: Peneliti, 2023

Pada bagian pengantar, konten video menampilkan kawasan pantai Date, Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat. Selain itu, peneliti menampilkan logo Dinas Kabupaten Majene, sehingga video ini dapat juga digunakan oleh pemerintah setempat sebagai bahan kampanye wisata objek wisata di Pantai Date. Tampilan logo pada video memberikan informasi kepada mahasiswa tentang strategi pengembangan destinasi pariwisata dapat berjalan jika terdapat sinergitas antara stakeholder. (Ansell & Gash, 2008; Chris Ansell & Alison Gash, 2007) menyebut fenomena kolaborasi antara stakeholder sebagai strategi mencapai tujuan bersama.

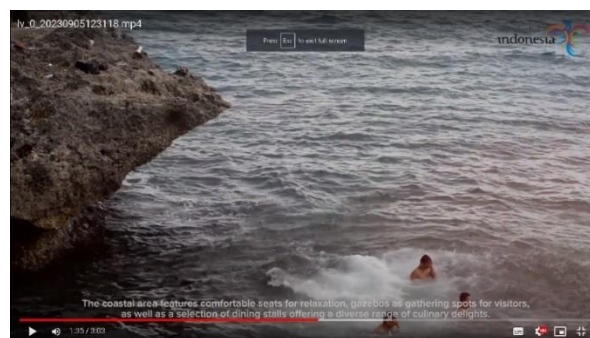
b) Tampilan Kondisi umum masyarakat sekitar Pantai Date



Gambar 4. Deskripsi Informasi Umum Pantai Date
Sumber: Peneliti, 2023

Scane tentang karakteristik masyarakat yang berada di sekitar Pantai Date berada pada penggalan detik 07 hingga menit 2 detik 12. Pada bagian ini memuat informasi tentang budaya, kondisi geografis dan aksesibilitas lokasi wisata. Informasi tentang budaya masyarakat sekitar adalah mayoritas merupakan suku Mandar, kondisi geografis Pantai Date berada di bagian barat Kabupaten Mandar dengan karakteristik geomorfologi adalah karst. Dengan Teknik *Storynomics*, video ini dengan kreatif menyuguhkan narasi yang saling berkaitan antara kondisi karst sehingga menghasilkan pasir putih pada Pantai Date. Selain itu, dengan teknik *Storynomics*, mampu mengungkap *living culture* masyarakat setempat sehingga menjadi kekuatan Pantai Date. Pengemasan *storynomic* dapat menciptakan konten cerita yang menarik (Parani & Juliana, 2023). Metode memperkenalkan pariwisata yang kreatif dapat dilakukan dengan mengusung tema budaya dan *living culture* yang bersumber dari kehidupan masyarakat sekitar (Parani & Juliana, 2023).

c) Tampilan Produk Destinasi Pantai Date



Gambar 5. Penggalan informasi tentang Produk Wisata di Pantai Date
Sumber: Peneliti, 2023

Pada bagian ini, scane tentang jenis atraksi, akomodasi dan informasi tentang aktivitas wisatawan dimuat pada menit 2 detik 14 hingga menit 3 detik 2. Video berisi tentang atraksi wisata yang terdapat di Pantai Date, informasi tentang akomodasi seperti penginapan, rumah makan dan fasilitas penunjang pariwisata misalnya ketersediaan toilet. Seperti pada

penggalan “*In addition, clean toilet facilities are also available, as well as a large car park. These facilities collectively enhance the experience of tourist activities at Dato beach*” pada menit 1 detik 43. Informasi tentang produk destinasi yang terdiri dari Atraksi, Amenitas, Akomodasi, Aksesibilitas sangat mendukung kualitas informasi destinasi (Jasman et al., 2023).

Produk yang dikembangkan yaitu audio visual tentang produk wisata menggunakan Bahasa Inggris dengan Teknik *Storynomics*. Penelitian dan pengembangan (R&D) hanya dilakukan melalui tahap Identifikasi Masalah, Pengumpulan data, Desain Produk, Validasi desain, revisi desain, testing produk, Revisi Produk, mengoperasikan produk dan final produk hasil revisi. Desain media pembelajaran bertujuan untuk menjawab kebutuhan mahasiswa dalam menghadirkan materi yang kontekstual melalui pemanfaatan atraksi wisata pantai date, Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

Secara umum, audio visual tentang *Storynomics* Pantai Date yang dihasilkan layak untuk menjadi bahan ajar yang menarik bagi mahasiswa. Hasil validasi aspek materi rata-rata menunjukkan skor 86,75% dengan kategori sangat baik. Aspek yang dinilai oleh ahli materi adalah tentang Bahasa, Asynchronous, Grammar dan Informasi tentang produk wisata. Hasil validasi pada aspek media menunjukkan skor rerata 84,5 dengan kategori Sangat Baik. Dengan demikian, video pembelajaran yang digunakan layak untuk menjadi materi ajar mata kuliah Bahasa Inggris. Sementara rata-rata tanggapan mahasiswa terhadap ketersediaan media pembelajaran bahasa Inggris dengan menggunakan rumus liker diperoleh skor persentase rata-rata sebesar 85%. Oleh karena itu, rata-rata persentase skor tanggapan siswa mengenai ketersediaan materi pembelajaran Bahasa Inggris pada sub materi *Storynomics* adalah 85% yang berarti media tersebut menarik sebagai media ajar.

Hasil penelitian ini turut melengkapi penelitian tentang pemanfaatan media dalam mendukung proses pembelajaran. (Anggra et al., 2023; Aziza et al., 2023; Susanti et al., 2023) tentang pemanfaatan media video dalam pembelajaran dapat membantu mahasiswa memahami materi yang diajarkan. Pendekatan pariwisata berbasis *storynomic tourism* dapat membantu kemampuan berbahasa seperti bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris (Hanidar et al., 2022). Sementara keterbatasan penelitian ini berada pada tahapan pengembangan yang tidak melakukan tahapan publikasi massa. Penelitian yang dikembangkan hanya diuji coba pada kelompok kecil sebanyak 19 responden mahasiswa. Guna menghasilkan produk yang optimal diperlukan pengujian pada kelompok besar sehingga memiliki masukan yang variatif, selain itu diperlukan pengujian tentang pengaruh media ajar terhadap hasil belajar, minat belajar atau keterampilan Bahasa Inggris pada mahasiswa Poltekpar Makassar melalui metode kuantitatif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan disimpulkan bahwa pengembangan materi ajar dengan mengusung tema *Storynomics* produk wisata yang ada pantai date, Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat layak digunakan sebagai media pembelajaran. Hasil validasi dari para ahli seperti media dan materi menghasilkan rerata yang sangat layak, selain itu respon dari mahasiswa memberikan jawaban dengan rata-rata mengaku sangat efektif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Direktur Politeknik Pariwisata Makassar yang telah memberi kesempatan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pengelola pantai date yang memberikan kesempatan kepada peneliti melakukan pengambilan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Adona, F., Yusrani, Y., & Nita, S. (2023). Implementation of Digital Marketing in Building Padang City Branding. *Quantitative Economics and Management Studies*, 4(1). <https://doi.org/10.35877/454ri.qems1273>
- Anggra, R., Kashino, S., Vera, P., & Jiao, D. (2023). Utilization of the Kinemaster Application as a Learning Media. *Journal International Inspire Education Technology*, 2(1). <https://doi.org/10.55849/jiiet.v2i1.244>
- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4). <https://doi.org/10.1093/jopart/mum032>
- Arikunto, & Suharsimi. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. In *Rineka Cipta*.
- Arymami, D. (2023). Discovering Indonesia: Video Reactions of Jiwa Jagad Jawi Storynomic Tourism. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(1). <https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i1.715>
- Aziza, N. L., Surayensih, S., Wijayanti, T., & Sumari, A. D. W. (2023). Usability Effectiveness of the State Polytechnic of Malang's Learning Management System as e-Learning Media. *Compiler*, 12(1). <https://doi.org/10.28989/compiler.v12i1.1612>
- Chris Ansell, & Alison Gash. (2007). Collaborative Governance in Theory and Practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18.
- Dalimunthe, F. I. (2023). Implementation Of Entrepreneurship As A Product-Based Learning Device In Vocational Education (Case Study In Hospitality Department Of Medan Tourism Polytechnic). *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 11(1). <https://doi.org/10.36983/japm.v11i1.450>
- Gustiani, S. (2019). Research and Development (R&D) Method as a Model Design in Educational Research and its Alternatives. *Holistics Journal*, 11(2).
- Hanidar, S., Moehkardi, R. R. D., Hernawati, M., & Zahroh, A. Q. (2022). Menghidupkan Storynomic Tourism: Mempromosikan Kuliner Ponorogo Melalui Penulisan Feature. *Bakti Budaya*, 5(1). <https://doi.org/10.22146/bakti.4075>
- Jasman, J., Ridwan, M., Kamarudin, M. K. A., & Lubis, D. P. (2023). Production Of Spatial Geosite Itinerary Maps as Tourism Destinations. *JURNAL GEOGRAFI*, 15(2), 208. <https://doi.org/10.24114/jg.v15i2.48990>

- Kato, T., Nagayama, I., & Tamaki, S. (2019). Development and evaluation of video teaching materials in high school fisheries education skill transfer. *Nippon Suisan Gakkaishi (Japanese Edition)*, 85(4). <https://doi.org/10.2331/suisan.19-00004>
- Lexy J, M. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif. *Bandung, Remaja Rosdakarya*.
- Liaw, M. L., & Chen, H. I. (2023). Guest Editorial: Contextualized Multimodal Language Learning. *Educational Technology and Society*, 26(3). [https://doi.org/10.30191/ETS.202307_26\(3\).0001](https://doi.org/10.30191/ETS.202307_26(3).0001)
- Marquez, R., Barrios, N., Vera, R. E., Mendez, M. E., Tolosa, L., Zambrano, F., & Li, Y. (2023). A perspective on the synergistic potential of artificial intelligence and product-based learning strategies in biobased materials education. *Education for Chemical Engineers*, 44. <https://doi.org/10.1016/j.ece.2023.05.005>
- Nafees, L., Mehdi, M., Gupta, R., Kalia, S., Banerjee, S., & Kapoor, S. (2021). Netflix in India: expanding to success. *Emerald Emerging Markets Case Studies*, 11(2). <https://doi.org/10.1108/EEMCS-10-2019-0285>
- Parani, R., & Juliana. (2023). A Storytelling-Based Marketing Strategy Using the Sigale-Gale Storynomics as a Communication Tool for Promoting Toba Tourism. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(4). <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180425>
- Peng, F., Wang, S., & Qiu, J. (2023). Challenges and Suggestions in the Teaching of Mechanics of Materials in Vocational Colleges. *Scientific and Social Research*, 5(4). <https://doi.org/10.26689/ssr.v5i4.4841>
- Safira, N., & Saehana, S. (2021). The Development of Learning Video Media for Earthquake Themes Using Four-Step Teaching Materials Development (4S-TMD). *Berkala Ilmiah Pendidikan Fisika*, 8(3). <https://doi.org/10.20527/bipf.v8i3.9283>
- Sugiyono. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In Rake Sarasin (Issue March).
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Susanti, Y., Marilia, B., Geraldo, T., & Rita, C. (2023). Students' Perception of Kahoot Media Utilization in Arabic Language Learning. *Journal International of Lingua and Technology*, 2(2). <https://doi.org/10.55849/jiltech.v2i2.240>
- Tu, J. J., & Akhter, S. (2023). Exploring the role of Entrepreneurial Education, Technology, and Teachers' Creativity in excelling Sustainable Business Competencies. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 36(1). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2119429>
- Wang, J., Shimada, A., Oi, M., Ogata, H., & Tabata, Y. (2023). Development and evaluation of a visualization system to support meaningful e-book learning. *Interactive Learning Environments*, 31(2). <https://doi.org/10.1080/10494820.2020.1813178>
- Wibowo, S., Muchlis, N. F. F., & Yahya, M. (2023). Local Culinary Travel Pattern Development Model in Lerep Tourism Village. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel, and Business Events*, 5(1). <https://doi.org/10.33649/pusaka.v5i1.192>



- Xiangyang, X. (2023). Innovation of Music Teaching Mode in Vocational Colleges under the Information Environment Considering the Internet Trend. *International Journal of Science and Engineering Applications*. <https://doi.org/10.7753/ijsea1202.1014>
- Zahara, V. M., Anwar, C. J., Suci, S. C., & Ginanjar, R. A. F. (2023). SOCIOPRENEURSHIP CONCEPT DAN STORYNOMIC TOURISM KAPAL BOSOK SERANG Presentase Jumlah Wisatawan Kota Serang. *Community Development Journal*, 4(1).