



Pemanfaatan Atraksi Badut sebagai Media Hiburan dan Interaksi Sosial pada Acara Keluarga dan Ruang Publik

Koesratno ¹, Aep Saefullah ²

^{1,2} Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ganesha

Penulis korespondensi : Koesratno
E-mail : kusratno200678@gmail.com

Diterima: 09 September 2025| Direvisi: 15 November 2025| Disetujui: 03 Januari 2026

Abstrak

Hiburan atraktif berbasis interaksi memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman sosial yang menyenangkan, mempererat hubungan emosional, serta meningkatkan kepuasan peserta dalam berbagai kegiatan publik maupun keluarga. Rumah Badut Indonesia hadir sebagai salah satu bentuk hiburan kreatif yang mengombinasikan unsur atraksi, komunikasi, dan partisipasi audiens secara langsung. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengkaji dan mengimplementasikan hiburan badut sebagai media komunikasi atraksi dalam berbagai acara, sekaligus mengevaluasi dampaknya terhadap kepuasan dan pengalaman peserta. Mitra sasaran kegiatan adalah Rumah Badut Indonesia, dengan sasaran langsung masyarakat dan pengunjung acara ulang tahun, kegiatan di pusat perbelanjaan dan hotel, serta kegiatan family gathering, yang melibatkan sekitar 100 peserta dari berbagai kelompok usia. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tahapan perencanaan atraksi, pelaksanaan hiburan interaktif, observasi partisipatif, serta evaluasi kepuasan peserta menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa hiburan badut mampu menciptakan komunikasi dua arah yang efektif, meningkatkan keterlibatan audiens, serta menghasilkan pengalaman kolektif yang positif. Secara kuantitatif, tingkat kepuasan peserta menunjukkan hasil yang dominan pada kategori sangat puas dan puas sebesar 80%, cukup puas 15%, serta kurang dan tidak puas sebesar 5%. Secara kualitatif, peserta menilai atraksi badut mampu menciptakan suasana ceria, interaktif, dan berkesan. Kegiatan ini membuktikan bahwa hiburan atraktif dapat menjadi media komunikasi sosial yang efektif dan berpotensi dikembangkan lebih luas dalam kegiatan pengabdian masyarakat berbasis industri kreatif.

Kata kunci: hiburan atraktif, Rumah Badut Indonesia, komunikasi interaktif, kepuasan peserta, pengabdian masyarakat.

Abstract

Interactive, attraction-based entertainment plays an important role in creating enjoyable social experiences, strengthening emotional connections, and increasing participant satisfaction in various public and family-oriented activities. Rumah Badut Indonesia represents a form of creative entertainment that combines performance, communication, and direct audience participation. This community service activity aimed to examine and implement clown entertainment as an attraction-based communication medium in various events, while also evaluating its impact on participant satisfaction and overall experience. The activity partnered with Rumah Badut Indonesia and targeted community members and event participants, including birthday celebrations, events held in shopping malls and hotels, as well as family gathering activities, involving approximately 100 participants from diverse age groups. The implementation method consisted of several stages, including attraction planning, interactive entertainment performance, participatory observation, and evaluation of participant satisfaction using descriptive qualitative and quantitative approaches. The results indicate that clown entertainment effectively facilitates two-way communication, enhances audience engagement, and generates positive collective experiences. Quantitatively, participant satisfaction was predominantly classified as very satisfied and satisfied (80%), followed by fairly satisfied (15%), and less satisfied and dissatisfied (5%). Qualitatively, participants perceived the clown performances as creating a cheerful, interactive, and memorable atmosphere. These findings demonstrate that interactive entertainment can serve as an

effective medium of social communication and holds strong potential for broader development within community service activities based on the creative industry.

Keywords: interactive entertainment, Rumah Badut Indonesia, interactive communication, participant satisfaction, community service

PENDAHULUAN

Hiburan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sosial masyarakat. Dalam berbagai konteks budaya, hiburan berfungsi tidak hanya sebagai sarana rekreasi, tetapi juga sebagai media untuk membangun kebersamaan, memperkuat relasi sosial, serta menciptakan pengalaman kolektif yang menyenangkan. Kehadiran hiburan dalam kegiatan sosial, keluarga, maupun acara publik berperan penting dalam membentuk suasana yang hangat, komunikatif, dan penuh interaksi. Di tengah dinamika masyarakat modern yang cenderung individualistis dan didominasi oleh teknologi digital, hiburan berbasis interaksi langsung menjadi semakin relevan sebagai ruang perjumpaan sosial yang hidup dan bermakna.

Dalam konteks penyelenggaraan acara, baik berskala kecil seperti ulang tahun keluarga maupun berskala besar seperti kegiatan di pusat perbelanjaan, hotel, dan ruang publik, hiburan sering kali menjadi elemen utama yang menentukan keberhasilan acara. Hiburan yang dirancang dengan baik mampu menarik perhatian audiens, menciptakan keterlibatan emosional, serta meninggalkan kesan positif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, hiburan tidak lagi dipahami semata-mata sebagai pengisi acara, melainkan sebagai strategi komunikasi dan interaksi sosial yang terintegrasi dalam keseluruhan pengalaman acara.

Salah satu bentuk hiburan yang berkembang pesat di Indonesia adalah hiburan atraksi berbasis karakter, seperti pertunjukan badut. Rumah Badut Indonesia hadir sebagai salah satu penyedia hiburan atraktif yang telah dikenal luas dalam berbagai kegiatan, mulai dari acara ulang tahun anak, kegiatan keluarga, hingga event publik di mall, hotel, dan ruang terbuka. Kehadiran badut dengan kostum menarik, ekspresi ceria, serta gaya komunikasi yang khas menjadikan hiburan ini mudah diterima oleh berbagai kalangan usia. Lebih dari sekadar hiburan visual, atraksi badut mampu menciptakan interaksi dua arah antara penghibur dan audiens, sehingga membangun suasana yang partisipatif dan inklusif.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa hiburan atraktif memiliki potensi besar dalam menciptakan pengalaman positif dan berkesan bagi peserta acara. Makmur Jaya dan Rita Zahara (2022) menjelaskan bahwa konsep hiburan yang menggabungkan unsur atraksi dan interaksi mampu meningkatkan keterlibatan audiens serta memperkuat nilai emosional dalam suatu kegiatan. Dalam konteks ini, Rumah Badut Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai penyedia hiburan, tetapi juga sebagai medium yang memfasilitasi komunikasi, ekspresi, dan interaksi sosial di tengah masyarakat.

Secara konseptual, hiburan dapat didefinisikan sebagai segala bentuk aktivitas atau pertunjukan yang dirancang untuk memberikan kesenangan, relaksasi, dan kegembiraan kepada individu maupun kelompok. Hiburan memiliki fungsi psikologis untuk mengurangi kejenuhan, stres, serta tekanan rutinitas sehari-hari, sekaligus fungsi sosial untuk mempererat hubungan antarindividu. Dalam acara keluarga dan publik, hiburan menjadi sarana penting untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dan mendorong keterlibatan aktif peserta.

Rumah Badut Indonesia menghadirkan hiburan yang dirancang untuk berbagai segmen usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Program hiburan yang ditawarkan tidak bersifat eksklusif, melainkan inklusif, sehingga dapat dinikmati oleh seluruh peserta acara. Melalui pendekatan yang ramah, ceria, dan komunikatif, hiburan badut mampu menjembatani perbedaan usia, latar belakang, dan karakter

audiens. Hal ini menjadikan hiburan bukan hanya sebagai tontonan, tetapi juga sebagai pengalaman sosial yang memperkuat kebersamaan.

Hiburan sebagai atraksi menekankan pada unsur pertunjukan yang mampu menarik perhatian dan membangkitkan rasa antusias audiens. Atraksi yang efektif biasanya menggabungkan unsur visual, gerak, suara, dan kejutan yang dirancang untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan. Dalam konteks Rumah Badut Indonesia, hiburan atraksi diwujudkan melalui penampilan karakter badut yang unik, permainan interaktif, trik sulap sederhana, serta aktivitas yang melibatkan audiens secara langsung.

Atraksi badut tidak hanya berfungsi sebagai pusat perhatian, tetapi juga sebagai pemicu interaksi sosial di dalam acara. Ketika audiens terlibat dalam permainan atau aktivitas bersama badut, tercipta ruang interaksi yang cair dan menyenangkan. Kondisi ini mendorong partisipasi aktif, tawa bersama, serta terbentuknya pengalaman kolektif yang positif. Dengan demikian, hiburan sebagai atraksi memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas acara dan menciptakan memori yang melekat bagi peserta.

Selain sebagai sarana hiburan dan atraksi, hiburan juga memiliki fungsi penting sebagai media komunikasi. Melalui hiburan, pesan-pesan tertentu dapat disampaikan secara halus, persuasif, dan mudah diterima oleh audiens. Dalam praktik Rumah Badut Indonesia, atraksi badut sering kali disisipi pesan moral, nilai edukatif, serta ajakan positif yang disampaikan melalui cerita, permainan, dan interaksi ringan.

Komunikasi dalam hiburan badut lebih banyak mengandalkan komunikasi nonverbal, seperti ekspresi wajah, gerakan tubuh, intonasi suara, serta penggunaan properti. Bentuk komunikasi ini bersifat universal dan mudah dipahami oleh berbagai kelompok usia, termasuk anak-anak. Dengan pendekatan yang menyenangkan dan tidak menggurui, pesan yang disampaikan melalui hiburan badut cenderung lebih efektif dan berkesan. Oleh karena itu, hiburan badut dapat dipandang sebagai media komunikasi alternatif yang mampu menjangkau audiens secara emosional dan sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa hiburan yang diselenggarakan oleh Rumah Badut Indonesia memiliki dimensi yang kompleks, mencakup aspek hiburan, atraksi, dan komunikasi. Ketiga aspek ini saling terintegrasi dalam menciptakan pengalaman acara yang menyenangkan, interaktif, dan bermakna. Oleh karena itu, kajian mengenai peran Rumah Badut Indonesia sebagai media komunikasi, hiburan, dan interaksi atraksi menjadi relevan untuk ditelaah lebih lanjut, khususnya dalam konteks kegiatan keluarga dan acara publik di Indonesia.

Studi terdahulu menunjukkan bahwa hiburan atraktif berperan penting dalam meningkatkan keterlibatan audiens dan menciptakan pengalaman positif dalam berbagai kegiatan sosial dan komersial. Penelitian Makmur Jaya dan Rita Zahara (2022) menegaskan bahwa hiburan berbasis atraksi dan interaksi mampu membangun suasana emosional yang menyenangkan serta memperkuat relasi sosial peserta acara. Penelitian lain menyoroti peran hiburan sebagai media komunikasi nonverbal yang efektif dalam menyampaikan pesan moral dan edukatif, khususnya kepada anak-anak dan keluarga dalam ruang publik. Namun, sebagian besar kajian tersebut masih berfokus pada aspek hiburan sebagai pertunjukan atau media promosi, tanpa mengkaji secara mendalam fungsi hiburan sebagai sarana komunikasi interaktif yang terintegrasi dengan pengalaman audiens. Oleh karena itu, gap penelitian terletak pada minimnya kajian yang membahas hiburan badut secara komprehensif sebagai media hiburan, atraksi, dan komunikasi sekaligus dalam konteks kegiatan pengabdian masyarakat, khususnya pada acara keluarga dan ruang publik di Indonesia.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan aplikatif dengan melibatkan tim Rumah Badut Indonesia sebagai mitra pelaksana. Kegiatan dilaksanakan selama lima bulan, yaitu dari September 2024 hingga Januari 2025, yang mencakup rangkaian perencanaan, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan hiburan pada berbagai jenis acara.

Tahap perencanaan diawali dengan identifikasi kebutuhan hiburan pada acara keluarga, ulang tahun, kegiatan di pusat perbelanjaan, hotel, dan ruang publik. Pada tahap ini dilakukan koordinasi intensif dengan penyelenggara acara untuk menentukan konsep hiburan, segmentasi audiens, jenis atraksi, serta pesan komunikasi yang ingin disampaikan melalui pertunjukan badut.

Tahap persiapan meliputi penyusunan materi hiburan, pemilihan karakter badut, penyiapan kostum dan properti, serta perancangan alur atraksi yang bersifat komunikatif dan interaktif. Pembagian peran dalam tim dilakukan untuk memastikan setiap anggota menjalankan fungsi hiburan, atraksi, dan komunikasi secara optimal.

Tahap pelaksanaan dilakukan secara langsung di lokasi kegiatan selama periode September 2024–Januari 2025, dengan menghadirkan hiburan badut yang melibatkan audiens secara aktif melalui permainan, humor, ekspresi nonverbal, dan interaksi dua arah. Tahap akhir berupa evaluasi dilakukan melalui observasi respons audiens, tingkat partisipasi, dan suasana acara secara keseluruhan sebagai dasar pengembangan kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya

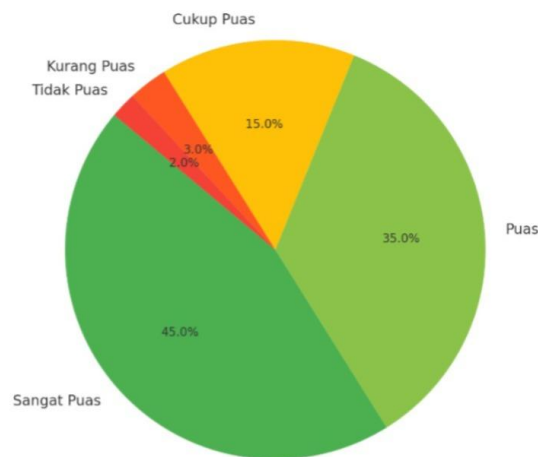
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada periode September 2024 hingga Januari 2025 menunjukkan bahwa hiburan badut yang diselenggarakan oleh Rumah Badut Indonesia berfungsi secara efektif sebagai media komunikasi atraksi yang selaras dengan tujuan kegiatan dan metode pelaksanaan yang telah dirancang. Sejalan dengan pendahuluan yang menempatkan hiburan sebagai sarana sosial dan komunikasi, temuan di lapangan memperlihatkan bahwa atraksi badut mampu menciptakan komunikasi dua arah antara pelaku hiburan dan audiens. Interaksi yang dibangun melalui humor, gerak tubuh, ekspresi nonverbal, serta keterlibatan langsung penonton dalam permainan dan aktivitas interaktif menjadikan hiburan tidak hanya bersifat tontonan, tetapi juga pengalaman partisipatif yang mempererat hubungan emosional antara pelaku dan peserta acara.

Pelaksanaan kegiatan pada berbagai konteks acara, seperti ulang tahun, kegiatan di mall dan hotel, serta family gathering, menunjukkan peran atraksi badut yang konsisten namun adaptif. Pada acara ulang tahun, hiburan badut berkontribusi dalam menciptakan suasana ceria dan aman bagi anak-anak melalui pendekatan personal dan interaksi langsung. Pada kegiatan di ruang publik seperti mall dan hotel, atraksi badut berfungsi sebagai daya tarik yang meningkatkan antusiasme pengunjung serta memperkaya pengalaman hiburan di ruang komersial. Sementara itu, pada kegiatan family gathering, hiburan badut mampu melibatkan seluruh anggota keluarga lintas usia, sehingga mendukung terciptanya kebersamaan dan suasana harmonis sesuai dengan tujuan kegiatan pengabdian yang menekankan interaksi sosial positif.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa metode pelaksanaan berbasis hiburan interaktif menghasilkan kebahagiaan kolektif dan pengalaman yang berkesan bagi peserta. Hal ini tercermin dari respons audiens berupa tawa, antusiasme, dan partisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Temuan ini memperkuat gagasan dalam pendahuluan bahwa hiburan bukan sekadar sarana rekreasi, melainkan media komunikasi atraksi yang efektif dalam membangun

pengalaman sosial yang positif, edukatif, dan bermakna dalam berbagai setting kegiatan masyarakat.



Gambar 1. Diagram kepuasan pelanggan Rumah Badut

Berdasarkan diagram lingkaran kepuasan pelanggan Rumah Badut Indonesia, dapat diinterpretasikan bahwa tingkat kepuasan terhadap layanan hiburan yang diberikan tergolong sangat tinggi. Mayoritas responden berada pada kategori “Sangat Puas” sebesar 45%, yang menunjukkan bahwa hampir setengah dari pelanggan merasakan pengalaman hiburan yang melampaui ekspektasi mereka. Tingginya persentase ini mengindikasikan bahwa atraksi badut, interaksi yang dibangun, serta suasana hiburan yang diciptakan mampu memberikan kesan mendalam dan pengalaman yang berkesan bagi audiens.

Selanjutnya, 35% responden menyatakan “Puas”, yang memperkuat temuan bahwa secara umum layanan Rumah Badut Indonesia telah memenuhi harapan pelanggan. Kelompok ini menilai bahwa hiburan yang disajikan sudah sesuai dengan kebutuhan acara, baik dari sisi performa, komunikasi atraksi, maupun kemampuan menghidupkan suasana. Jika digabungkan, kategori “Sangat Puas” dan “Puas” mencapai 80%, yang secara kuantitatif mencerminkan tingkat penerimaan dan kepuasan pelanggan yang sangat positif terhadap layanan hiburan yang diberikan.

Pada kategori “Cukup Puas” sebesar 15%, terlihat masih terdapat sebagian kecil pelanggan yang menilai layanan sudah baik, namun belum sepenuhnya optimal. Hal ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi penyelenggara untuk meningkatkan variasi atraksi, durasi interaksi, atau penyesuaian konsep hiburan dengan karakter audiens dan jenis acara. Sementara itu, persentase “Kurang Puas” (3%) dan “Tidak Puas” (2%) tergolong sangat kecil, menunjukkan bahwa ketidakpuasan pelanggan relatif minimal dan tidak menjadi isu dominan dalam pelaksanaan kegiatan.

Secara keseluruhan, diagram ini menguatkan temuan kualitatif dalam kegiatan pengabdian masyarakat bahwa hiburan badut Rumah Badut Indonesia berperan efektif sebagai sarana komunikasi atraksi dan pencipta pengalaman positif. Data kuantitatif ini dapat dijadikan dasar ilmiah bahwa model hiburan interaktif memiliki tingkat kepuasan tinggi, sekaligus membuka ruang perbaikan berkelanjutan untuk menjangkau kepuasan pelanggan secara lebih merata



Gambar 2. Penampilan Ultah dan Kembang Api Rumah Badut

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan melalui penyediaan hiburan atraktif oleh Rumah Badut Indonesia menunjukkan capaian yang selaras dengan tujuan kegiatan, yaitu menciptakan pengalaman hiburan yang komunikatif, interaktif, dan berkesan bagi masyarakat pada berbagai jenis acara. Secara kualitatif, kegiatan ini berhasil membangun interaksi dua arah antara pelaku hiburan dan audiens, memperkuat hubungan emosional, serta menciptakan suasana kebersamaan yang positif. Secara kuantitatif, hasil evaluasi kepuasan menunjukkan bahwa 80% responden berada pada kategori puas dan sangat puas, yang menandakan tingkat penerimaan masyarakat yang tinggi terhadap model hiburan ini. Temuan ini dapat dibenarkan secara ilmiah melalui pendekatan komunikasi atraksi dan experiential entertainment, di mana keterlibatan langsung audiens terbukti meningkatkan kepuasan dan makna pengalaman. Model hiburan ini memiliki potensi untuk diterapkan dan diperluas pada konteks lain, seperti kegiatan edukatif, promosi sosial, dan penguatan komunikasi komunitas di ruang publik. Adapun saran pengembangan ke depan adalah perlunya inovasi berkelanjutan dalam konsep atraksi, variasi karakter, serta penyesuaian tema hiburan dengan karakteristik audiens dan jenis kegiatan. Pengabdian selanjutnya juga dapat diperluas dengan mengintegrasikan unsur edukasi tematik, misalnya literasi anak atau kampanye sosial, sehingga dampak kegiatan tidak hanya bersifat rekreatif tetapi juga edukatif. Hambatan yang perlu diperhatikan meliputi keterbatasan durasi kegiatan, perbedaan karakter audiens, serta kondisi lokasi acara yang dapat memengaruhi efektivitas interaksi. Oleh karena itu, perencanaan teknis yang lebih matang dan evaluasi berkelanjutan menjadi kunci untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan kegiatan pengabdian di masa mendatang.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak pemberi dana dan donatur yang telah memberikan dukungan finansial sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang direncanakan. Dukungan tersebut menjadi faktor penting dalam menunjang kelancaran pelaksanaan kegiatan, mulai dari tahap persiapan hingga evaluasi akhir.

Selain itu, apresiasi yang setinggi-tingginya disampaikan kepada Rumah Badut Indonesia sebagai mitra kegiatan yang telah memberikan kesempatan, fasilitas, serta

dukungan teknis selama pelaksanaan pengabdian. Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pelaku hiburan, panitia kegiatan, serta pihak penyelenggara acara di berbagai lokasi yang telah bekerja sama secara aktif dan kooperatif.

Ucapan terima kasih turut ditujukan kepada masyarakat dan seluruh peserta kegiatan yang telah berpartisipasi dengan antusias, sehingga kegiatan ini dapat memberikan dampak positif dan pengalaman yang bermakna. Tidak lupa, penghargaan disampaikan kepada perguruan tinggi dan dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, pendampingan, dan dukungan akademik selama proses pengabdian masyarakat ini berlangsung.

DAFTAR RUJUKAN

- Aliyyah, R. R., Nurfaidah, C., Castara, T. I., & Rahayu, R. (2024). *Magang Mahasiswa: Persepsi Guru Sekolah Dasar / Karimah Tauhid*. <https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/view/11598>
- Andina, N., & Ali, H. (2024). Pengaruh Struktur Organisasi, Budaya Organisasi, dan Kinerja Karyawan Terhadap Strategi Perusahaan. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.38035/jsmd.v2i1.97>
- ATRAKSI ENTERTAINMENTDALAM KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK WISATA (STUDI: KEBUN RAYA BATURRADEN). (2021). *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 4(1). <https://doi.org/10.7454/jabt.v4i1.1022>
- Baidowi, A. (2024). Strategi Implementasi Visi dan Misi dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 4(02), Article 02.
- Firlana, S. R., Hardi, H., & Nurmalena, N. (2024). Atraksi Pertunjukan Tari Piriang Talam Badantiang di Sanggar Talang Sarumpun Kota Payakumbuh. *Abstrak : Jurnal Kajian Ilmu Seni, Media Dan Desain*, 1(4), 304–322. <https://doi.org/10.62383/abstrak.v1i4.260>
- Lephen, P., Raharja, B., & Hilmi, M. N. (2021). Pengembangan Potensi Atraksi Wisata Seni Suara dan Musik di Kampong Wisata Titik Nol Jateng, Desa Bligo, Magelang. *Jurnal Pengabdian Seni*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.24821/jps.v2i2.5550>
- Makmur Jaya & Rita Zahara. (2022). HIBURAN MEDIA (TEORI TEORI UNIVERSAL HIBURAN MEDIA , HIBURAN SEBAGAI MESIN EMOSI, HIBURAN SEBAGAI KOMUNIKASI, TEORI HIBURAN INTERAKSI). *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 2(1), 71–87. <https://doi.org/10.55606/juitik.v2i1.237>
- NOVITA RISKA, R. (2024). *FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU BERPINDAH MEREK (BRAND SWITCHING) PENGUNJUNG TAMAN HIBURAN BERDASARKAN PERSEPSI NILAI PENGUNJUNG [S1, Universitas Malikussaleh]*. <https://rama.unimal.ac.id/id/eprint/1246/>
- PENGEMBANGAN PROFESIONALISME MAHASISWA MAGANG MELALUI LESSON STUDY | Jurnal Vokatif: Pendidikan Bahasa, Kebahasaan, dan Sastra*. (n.d.). Retrieved February 11, 2025, from <https://etdci.org/journal/vokatif/article/view/1996>
- Rifaldi Dwi Syahputra & Nuri Aslami. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51–61. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i3.1615>
- Supriyanto, B., Ayuningsih, S. F., Latif, B. S., Agung, A. A. G., & Jakaria, J. (2022). Pengaruh Kualitas dan Nilai Fungsional-Emosional-Sosial Turis terhadap Kepuasan dan Minat Kunjung Ulang (Re-Visit) pada Atraksi Wisata Taman

-
- Hiburan Pesona Trukan Tambahrejo, Purworejo. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 4(1), 10–19. <https://doi.org/10.31334/jd.v4i1.2438>
- Yudhawati, N. L. P. S., Wijaya, Y. A., Dewi, K. A. K., Rusmayani, N. G. A. L., & Indrawan, N. K. A. P. (2022). IMPAK MANAJEMEN SENI HIBURAN GENDING JAWA TERHADAP DEGRADASI KECEMASAN LANSIA: The Impact of Gending Java's Entertainment Arts Management on Degradation Of Elderly Anxiety. *Jurnal Ilmiah Keperawatan (Scientific Journal of Nursing)*, 8(2), 338–345. <https://doi.org/10.33023/jikep.v8i2.1062>