



STRATEGI PENGEMBANGAN DIGITAL TOURISM DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN KE DESA WISATA ALAM ENDAH KECAMATAN RANCABALI, KABUPATEN BANDUNG

Oleh

Sukmadi¹, Andar Danova L. Goeltom², Haryadi Darmawan³, Violetta Simatupang⁴,

Wisnu Bawa Tarunajaya⁵

^{1,2,3,4,5}Poltekpar NHI Bandung

E-mail: ads.stpnhi@gmail.com

Abstract

This study aims to identify and analyse digital tourism development strategies in increasing tourist visits to the Alam Endah tourist village, Rancabali District, Bandung Regency. The method used in this study is a descriptive qualitative method with a case study approach. Sources of data in this study are primary funds and secondary data. Primary data were obtained through interviews and field observations. While the data analysis technique used is data analysis using the interactive model of analysis developed by Miles and Hubermann. The results showed that (1) the digital tourism development strategy in the Alam Endah tourism village was still focused on the use of social media such as Instagram, Tiktok, Facebook and other social media; (2) factors that influence the increase in tourist visits to the Alamendah Tourism Village include tour packages for glamping activities and sports tourism as well as plantation tourism; (3) The digital tourism development strategy can increase tourist visits to the Alamendah Tourism Village, this is marked by the increasing number of reservations and access traffic through the Jadesta website and other digital media.

Keywords: Digital Tourism, Tourist Visits, Tourism Village

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha memperbesar pendapatan asli daerah, maka program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Kontribusi sektor pariwisata dalam memperoleh devisa pun, setiap tahunnya terus mengalami kenaikan dengan kedatangan tamu mancanegara yang setiap tahun turut meningkat jumlahnya (Sunaryo, 2013).

Sektor pariwisata di Indonesia telah mengalami metamorfosis dan perkembangannya didukung oleh pemerintah daerah. Kebijakan otonomi menuntut pemerintah daerah untuk memberdayakan

potensi alam sebagai modal pembangunan. Potensi wisata dari lingkup kota, kabupaten, hingga yang terkecil yaitu desa, mulai dipasarkan demi meningkatkan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, serta mendukung perkembangan usaha kecil di daerah masing - masing. Wilayah yang memiliki potensi wisata yang cukup besar salah satunya adalah Desa Wisata Alam Endah, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung.

Desa Alamendah terletak di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Ditetapkan sebagai Desa Wisata melalui Keputusan Bupati Bandung No. 556.42/kep.71-DISBUDPAR/2011 pada tanggal 2 Februari 2011. Pada masa awal berdiri, Desa Wisata Alamendah (DWA) belum memiliki produk dan paket wisata yang dapat ditawarkan pada calon wisatawan. Akibatnya,



pada periode delapan tahun pertama, DWA hanya sedikit menerima kunjungan wisatawan.

Pada awal tahun 2019, tim pengelola DWA mulai berfokus pada pengembangan Inovasi Produk dan Paket Wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada di desa kami. Paket aktivitas yang kami tawarkan mulai dari bertani, membuat olahan makanan dan souvenir UMKM, berlatih Pencak Silat, menyaksikan pertunjukkan seni Karinding, memerah susu sapi, mempelajari pengolahan kopi, hingga bersepeda keliling kampung. Upaya tersebut membuahkan hasil. Produk dan paket wisata yang sebetulnya merupakan kebiasaan dan aktivitas masyarakat lokal ini mampu menjadi daya tarik wisata yang menciptakan pengalaman tidak terlupakan bagi wisatawan. Hasilnya, pada semester kedua tahun 2019 DWA mampu menarik lebih dari 30 grup kunjungan dari berbagai institusi, seperti dari Institusi pemerintahan, sekolah, rombongan keluarga ataupun umum. Pada periode tersebut, total wisatawan yang berkunjung mencapai lebih dari 2500 orang. Wisatawan yang berkunjung tersebut umumnya mengikuti paket Alamendah Trip yang menawarkan aktivitas bertani, pemerahan susu, UMKM, prakarya, dan kesenian (<https://jadesta.kememparekraf.go.id/>).

Desa Wisata Alamendah merupakan salah satu desa Agronomi termaju dan terpadat di Kec Rancabali dengan mayoritas mata pencaharian penduduknya petani dan pedagang. Selain itu Alamendah dikenal dengan Wisata Alam, Wisata Religgi, dan Agrowisatanya. Oleh karena itu, banyak alih fungsi lahan dari lahan pertanian dan hutan menjadi tempat wisata, menimbulkan semakin sepihnya lahan pertanian dan berkurangnya sumber mata air, di sisi lain wisata mejadi sumber penghasilan yang menguntungkan bagi masyarakat Alamendah.

Peningkatan kunjungan wisatawan ke Alam Endah semakin pesat dan terus terjai peningkatan. Hal ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat era

milennial yang memprioritaskan liburan sebagai bagian dari gaya hidup dan juga sebagai penghilang kepenatan dari rutinitas keseharian. Apalagi saat ini media internet seperti website, media sosial seperti facebook, twitter, dan instagram memberikan informasi destinasi wisata baru dan menarik dengan cepat dan mudah serta didukung fasilitas transportasi yang lebih beragam dan murah menjadikan setiap orang ingin berwisata. Berbeda dengan era sebelumnya, dimana informasi destinasi wisata hanya diperoleh melalui iklan di media massa, cerita dari teman dan promosi konvensional lainnya. Globalisasi yang direpresentasikan melalui kemajuan teknologi melalui internet dan transportasi sangat berpengaruh terhadap perkembangan industri pariwisata.

Kunci utama para pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif bertahan di tengah pandemi adalah memiliki kemampuan adaptasi, inovasi, dan kolaborasi yang baik. Ketiga kemampuan itu sebenarnya sudah mulai diterapkan melalui *digital tourism*. *Digital tourism* merupakan salah satu strategi yang efektif dalam mempromosikan berbagai destinasi dan potensi pariwisata Alam Endah melalui berbagai *platform*. Artinya, *digital tourism* tidak hanya sekedar mengenalkan, namun juga menyebar keindahan pariwisata secara luas untuk meningkatkan jumlah wisatawan domestik dan mancanegara berkunjung ke Desa Wisata Alam Endah.

Tren *digital tourism* tentu akan menjadi lompatan besar bagi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Sebab, *digital tourism* secara tidak langsung membuat masyarakat semakin melek dan ikut beradaptasi dalam perkembangan teknologi. Tentu bukan hal yang sulit, karena gaya hidup masyarakat cenderung cepat dan bersentuhan langsung dengan internet. Bukan hanya itu saja, saat ini tren pariwisata juga mulai bergeser ke arah digital. Salah satu buktinya terlihat dari aktivitas wisatawan yang mulai merencanakan perjalanan, *pre-on-post journey*, hampir



seluruhnya dilakukan secara digital. Menariknya lagi, ternyata perkembangan teknologi saat ini menjadikan industri pariwisata dan ekonomi kreatif sebagai salah satu sektor yang mengalami digitalisasi dengan pesat dalam beberapa tahun terakhir (<https://www.kemendparekrif.go.id/>).

Platform media sosial memiliki peranan yang cukup kuat untuk mempromosikan destinasi wisata Alam Endah. Oleh karena itu, membuat spot-spot wisata *Instagramable* menjadi salah satu strategi mempromosikan tempat wisata secara gratis agar dapat meningkatkan wisatawan. Karena semua serba digital, tentu harus dibarengi dengan kemudahan akses wisatawan untuk menuju lokasi wisata. Mulai dari memesan tiket perjalanan, memilih transportasi, menentukan akomodasi, hingga mencari informasi tentang destinasi wisata yang dituju semua bisa dilakukan lewat *smartphone*. Bukan hanya itu saja, saat ini semua dituntut untuk serba cepat, mudah, dan aman, termasuk soal pembayaran. Maka dari itu, telah banyak sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang beralih ke sistem pembayaran *cashless environment*, atau pembayaran digital menggunakan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) (<https://www.kemendparekrif.go.id/>).

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan jenis pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif umumnya bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif, dilakukan dengan situasi yang wajar (*natural setting*) dan data dikumpulkan umumnya bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif-deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mendeskripsikan secara terperinci fenomena sosial tertentu tanpa menggunakan hipotesa yang telah dirumuskan secara ketat (Singarimbun, 2013). Penelitian kualitatif mempunyai tujuan agar peneliti lebih

mengenal lingkungan penelitian, dan dapat terjun langsung ke lapangan sebagai *key instrument* (instrumen kunci).

Dalam setiap penelitian disamping menggunakan metode yang tepat juga diperlukan kemampuan memilih metode pengumpulan data yang relevan. Data merupakan faktor penting dalam penelitian, karena di dalam setiap penelitian pasti memerlukan data. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Data yang diperoleh dari pengumpulan data yang menunjang data primer. Data sekunder dalam penelitian ini adalah teks-teks berita mengenai Strategi Pengembangan *Digital Tourism* Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Ke Desa Wisata Alam Endah Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, buku-buku, dan dokumentasi lain yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data dengan menggunakan *interactive model of analysis* (analisis model interaktif) yang dikembangkan oleh Miles dan Hubermann. Pada model interaktif ini berfokus pada tiga komponen, yaitu reduksi data (*data reduction*), *data display*, dan *conclusion drawing* yaitu terdiri dari tahap penarikan dan verifikasi (Miles dan Hubermann, 2012). Model ini menganjurkan untuk tetap selalu mempertimbangkan tiga komponen analisis dengan kegiatan pengumpulan data, selama proses pengumpulan data berlangsung dan sesudah pengumpulan data selesai dengan menggunakan waktu yang ada bagi penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi wisata Agro-ekowisata di Desa Alamendah meliputi potensi wisata alam, religi, budaya, dan agrowisata. Dengan banyaknya potensi yang dimiliki Desa Alamendah, maka potensi tersebut perlu digali dan dikembangkan sehingga diharapkan dapat berdampak bagi kesejahteraan masyarakat lokal. Daya tarik Agro-ekowisata Desa Alamendah berdasarkan



teori pengembangan destinasi pariwisata 4A (Fletcher et al, 2018) sebagai berikut. Attraction, merupakan komponen penting pariwisata yang dapat menjadi hal pematik bagi wisatawan, sehingga hal tersebut menjadi satu-satunya motivasi bagi seseorang untuk berkunjung. Potensi atraksi yang terdapat di Desa Alamendah diklasifikasikan menjadi atraksi wisata alam, budaya dan buatan. Atraksi alam yang terdapat di Desa Alamendah meliputi bentang alam seperti Arboretum Park, Curug Awi Langit, Kawah Putih, Patuha Pinus Land dan Punceling Pass. Atraksi wisata budaya, meliputi atraksi yang berasal dari kebudayaan seperti seni tari jaipong, seni musik (karinding, calung, kecapi suling) hingga seni bela diri pencak silat. Atraksi buatan, meliputi seluruh atraksi yang dibuat oleh manusia seperti seperti Ciwidey Valley, Kampung Cai Rancaupas dan Patuha Bike Park. Terdapat berbagai harga dari paket wisata (Tabel) yang terdapat di kawasan Agro-ekowisata Desa Alamendah.

Desa Wisata Alamendah menyediakan berbagai paket wisata yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Paket wisata Alamendah Trip merupakan aktivitas yang memanfaatkan berbagai kegiatan yang biasa dilakukan oleh masyarakat local untuk dijadikan sebagai suatu pengalaman bagi para wisatawan. Aktivitas tersebut seperti pertanian, peternakan, UMKM, dan kesenian yang terdapat di Desa Alamendah. Harga dari paket Alamendah Trip mulai dari Rp 165.000/pax dengan minimal pemesanan sebanyak 50 pax. Paket ini meliputi aktivitas wisata pertanian, peternakan, kuliner, snack, makan siang dengan air mineral serta pemandu lokal. Kegiatan pertanian meliputi edukasi budidaya mulai dari pembersihan lahan, penanaman, pemanenan hingga pengemasan. Kegiatan UMKM meliputi pengolahan hasil pertanian mulai dari pengupasan, pembersihan, pengolahan hingga pengemasan. Kegiatan kesenian menjadi salah satu implementasi dari prinsip agro-ekowisata dikarenakan

membuktikan adanya konservasi kebudayaan dan seni.

Coffee Trip merupakan paket wisata yang ditawarkan kepada wisatawan untuk mendapatkan pengalaman mengenai kopi secara mendalam. Harga dari paket Coffee Trip mulai dari Rp 205.000/pax dengan minimal pemesanan sebanyak 10 pax. Paket ini sudah termasuk dengan tiket masuk objek kopi, pertunjukan kesenian, kuliner (nasi liwet), snack dengan air mineral serta pemandu lokal. Aktivitas yang dilakukan selama di kebun kopi meliputi penanaman kopi, pemanenan hingga pengolahan biji kopi menjadi kopi siap minum.

Paket Ngagoes Ulin Kalembur memberikan pengalaman bagi wisatawan melalui penawaran aktivitas wisata dengan bersepeda mengelilingi Desa Alamendah. Wisatawan dapat menikmati pemandangan serta aktivitas warga lokal seperti pertanian, pengolahan produk pertanian dan sebagainya. Harga yang ditawarkan untuk paket Ngagoes Ulin Kalembur mulai dari Rp 250.000/pax dengan minimal pemesanan sebanyak 10 pax. Paket ini meliputi aktivitas wisata pertanian, peternakan, kuliner, snack dengan air mineral serta pemandu lokal dan sudah termasuk peminjaman sepeda. Amenities, berkembangnya sarana dan prasarana sejalan dengan semakin bertambahnya kebutuhan yang diperlukan oleh wisatawan. Fasilitas yang tersedia di kawasan Agro-ekowisata Desa Alamendah (Tabel 3) sudah cukup memadai, namun kondisi toilet yang tersedia belum sepenuhnya memenuhi syarat toilet yang baik yakni masih dalam keadaan basah dan belum menggunakan toilet duduk. Desa Alamendah juga belum memiliki titik kumpul atau tempat evakuasi sementara apabila terjadi bencana.

Kekuatan utama yang dimiliki Agro-ekowisata Desa Alamendah adalah kelembagaan yang sinergis dan berkembangnya ekonomi kreatif berbasis agroindustri dengan rata – rata total skor tertinggi yaitu 0,45. Faktor strategi internal tersebut menjadi kekuatan utama dikarenakan



perannya yang mampu menopang keberlangsungan perekonomian Desa Alamendah di saat adanya kehadiran pandemi. Komponen 3A (atraction, amenity, accessibility) sangat penting bagi kelangsungan sektor pariwisata, namun peran lembaga juga tidak kalah penting dalam keberhasilan suatu pariwisata sehingga kelembagaan menjadi suatu kekuatan utama yang terdapat di Desa Alamendah. Kelemahan utama yang dialami Agro-ekowisata Desa Alamendah adalah kurangnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat terhadap sapta pesona dengan rata-rata total skor terendah yaitu 0,15. Pengetahuan masyarakat mengenai pariwisata memang sudah mulai terealisasi, namun sapta pesona tampaknya masih belum dipahami oleh masyarakat local.

Dengan kekayaan Desa wisata Alamendah, *digital tourism* akan menjadi pemicu daya tarik wisatawan bahwa ketika mereka di sana akan mendapatkan hiburan tak sekedar alam. Desa wisata merupakan salah satu contoh implementasi dari pembangunan berkelanjutan (sustainable development) yang memang menjadi agenda global. Komponen pembentuk desa wisata terdiri dari manajemen dan keterlibatan masyarakat, edukasi wisatawan, kemitraan, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Pengolahan pariwisata yang baik pada sebuah daerah dapat menjadi branding yang dapat meningkatkan kuantitas pengunjung. Pendekatan smart tourism dapat diterapkan sebagai branding bagi suatu destinasi pariwisata, salah satu implementasinya adalah pengembangan desa wisata dengan cara penawaran dan pemasaran (branding) berbasis digital yang kerap disebut dengan digitalisasi wisata.

Transformasi digital menjadi sebuah terobosan dalam membidik pasar industri sehingga menjadi sebuah peluang besar, mengingat kini perilaku masyarakat Indonesia yang tidak bisa lepas dari penggunaan internet dalam kegiatan sehari-hari. Khususnya dalam menghadapi Industrial Era 4.0, maka hal

tersebut akan melahirkan banyak manfaat serta menjadi tantangan tersendiri bagi para pelakunya. Digitalisasi industri pariwisata adalah salah satu langkah tepat dalam menyikapi peradaban masyarakat yang berorientasi digital dalam memenuhi kebutuhan mereka untuk berwisata. Salah satu upaya dalam mewujudkan digitalisasi pariwisata adalah dengan pemanfaatan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi). Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah relevan dalam tingkatan operasional, struktural, strategi dan pemasaran untuk mendukung interaksi global antara produsen, perantara, dan konsumen di seluruh dunia.

Desa Alamendah telah memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam pengembangannya (berbasis digital). Bentuk pemanfaatan TIK pada pengembangan Desa Wisata Alamendah antara lain; media sosial, situs web, aplikasi messenger, virtual tour, online travel agent, hingga e-ticketing. Pengelolaan dalam pemanfaatan TIK tersebut dikelola langsung oleh kelompok masyarakat setempat dan Pokdarwis. Implikasi penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Desa Wisata Alamendah sudah diperoleh manfaatnya, seperti contohnya adalah keberhasilan dalam pelestarian lingkungan seperti menurunkan produksi limbah dengan adanya sistem e-ticketing dan penurunan pembutan brosur iklan. Hal yang paling penting adalah memunculkan peluang kerja baru bagi masyarakat dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Desa Alamendah telah memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam pengembangannya (berbasis digital). Bentuk pemanfaatan TIK pada pengembangan Desa Wisata Alamendah antara lain; media sosial, situs web, aplikasi messenger, virtual tour, online travel agent,



.....
hingga e-ticketing. Adapun dalam pelaksanaan digital tourism dilakukan dengan beberapa tahapan berikut (1) Strategi pengembangan digital tourism pada desa wisata Alam Endah masih terfokus pada pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan media sosial lainnya; (2) faktor yang mempengaruhi peningkatan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Alamendah diantaranya ada paket-paket wisata untuk kegiatan glamping dan wisata olahraga serta wisata perkebunan; (3) Strategi pengembangan *digital tourism* dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Alamendah hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah reservasi dan traffic akses melalui wibesite jadesta dan juga media digital lainnya.

Ucapan terima kasih

Atas terlaksanakannya kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat ini, tim peneliti mengucapkan terimakasih terhadap seluruh pihak yang membantu diantaranya PUSLITABMAS Poltekpar NHI Bandung, Kepala Desa Alamendah, Ketua Desa Wisata Alamendah dan seluruh pihak yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdurahman, Maman. 2013. *Dasar-Dasar Metode Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia
- [2] Arikunto, Suharsimi. 2015. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [3] Arjana, I Gusti Bagus, 2016, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, Edisi 1., Cetakan 2, Jakarta: Rajawali Pers
- [4] Bambang Sunaryo, 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata. Konsep dan Aplikasinya di Inonesia*, Yogyakarta: Gava Media.
- [5] Bowen, David dan Clarke, Jackie. 2016. *Contemporary Tourist Behaviour: Yourself and Others as Tourists*. Cambridge: Cambridge University Press.
- [6] Cohen, Scott, A., Prayag, Girish., Moital, Miguel. 2013. *Current Issue In Tourism. Consumer behaviour in tourism: Ocnccept, influences, and oportunity*.
- [7] Damanik, Janianton dan Weber, Helmut. 2016. *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Puspar UGM.
- [8] Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln. 2015. *Qualitative Research. Third Edition*. California: Sage Publication. Inc.
- [9] Dewi, Fandeli, & Baiquni. 2013. Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Jatiluwih. *Jurnal Kawistara Vol.3*
- [10] Faris Zakaria dan Rima Dewi Suprihardjo. 2014. Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandung Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Jurnal teknik pomits vol. 3, no.2., Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya*.
- [11] Hermawan, Hary. 2016. “Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran. Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal”. *Jurnal Pariwisata Volume III. No 2*.
- [12] <https://genpi.id/>
<https://jadesta.kememparekraf.go.id/>.
- [13] Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis. Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- [14] Inskeep, Edward. 2014. *Tourism Planning and Integrated Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- [15] Isnaini, N. L. & Fauziyyah, S. 2017. *Peran Digital Marketing terhadap Brand Equity Produk Pariwisata*. *Snaper-Ebis*, 406–410.
- [16] Istiqomah Tya Dewi Pamungkas dan Mohammad Muktiali, 2015. Pengaruh Keberadaan Desa Wisata Karangbanjar terhadap Perubahan Penggunaan Lahan,



- Ekonomi dan Sosial Masyarakat. *Jurnal Teknik PWK Vol 4 No. 2.pp. 361-372.*
- [17] Kemenparekraf. 2014. Program Kemenparekraf untuk Pengembangan Desa Wisata.
- [18] Kozak, Martin dan Decrop, Alain. 2014. *Handbook of Tourist Behavior*. New York: Routledge.
- [19] Loudon, David L and Albert J. Della Bitta. 2013. *Consumer Behavior: Concepts and Applications, Forth edition*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- [20] Miles, Matthew B dan Huberman, A. Michael. 2012. *Analisis dan Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UI Press.
- [21] Ri'aeni, I. 2015. Penggunaan New Media dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Indonesia. *Jurnal Komunikasi, 9(2), 187-197.*
- [22] Sihite, Richard, 2013. *Tourism Industry* (Kepariwisataaan), Surabaya: Penerbit SIC.
- [23] Singarimbun, Masri. 2013, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES
- [24] Supratman, L. P. 2018. Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 15(1), 47-60.*
- [25] Swarbrooke, John dan Horner, Susan. 2014. *Consumer Behaviour in Tourism*. Jordan Hill: Reed Educational and Professional Publishing Ltd.
- [26] Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- [27] Wicaksono, M. S. & Yunitasari, D. 2018. Efektivitas Endorser dalam Promosi Pariwisata Indonesia. *Jurnal Gama Societa, 1(1), 1-8.*
- [28] Yanti, Dewi, 2019. Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata Di Toba Samosir. *Jurnal Darma Agung Volume XXVII, Nomor 1, April 2019: 814 – 821.*
- [29] Zebua, M., 2016. *Inspirasi Pengembangan Pariwisata daerah*, Yogyakarta: Deepublish.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN