

Development of the Burong Mandi tourist village through a digital-based sustainable tourism model

Handika Akmal Ramadani¹, Muamar Faturohman², Ririn Apriyani³, Lely Badriyatul Hasanah⁴, Faruq Damar Fattah⁵, Nunung Nurjanah⁶, Muhammad Fiqri Lewa⁷, Deta Cerelia Berliana⁶, Karunia Bintang⁶, Muhammad Renaldi³, Dita Nur Febiyanti⁸, Mohamad Anwar⁹, Haiyudi³✉

¹ Universitas Muhammadiyah Jakarta, Tangerang Selatan, Indonesia

² Universitas Muhammadiyah Cirebon, Cirebon, Indonesia

³ Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Pangkal Pinang, Indonesia

⁴ Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta, Tangerang Selatan, Indonesia

⁵ Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia


⁶ Sekolah Tinggi Farmasi Muhammadiyah Cirebon, Cirebon, Indonesia

⁷ Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, Indonesia

⁸ Universitas Muhammadiyah Surabaya, Surabaya, Indonesia

⁹ Universitas Muhammadiyah Palu, Palu, Indonesia

✉ haiyudi@unmuhbabel.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.11432>

Abstract

Burong Mandi, a village blessed with diverse tourist attractions ranging from beaches to hills and mountains, faces challenges in promoting sustainable tourism while leveraging digital approaches. To address these gaps, this community outreach program aimed to enhance the understanding of tourism stakeholders, including village officials and Pokdarwis (tourism awareness groups), on the principles of digital sustainable tourism. The program employed a training methodology, encompassing presentations and mentorship sessions. The outcomes of these activities included the creation of a tourist map, tourism packages, and a YouTube channel. Additionally, evaluation results indicated a significant improvement in the understanding of digital sustainable tourism among the participants.

Keywords: *Development of tourist villages; Sustainable tourism; Digital tourism; Tourist map*

Pengembangan desa wisata Burong Mandi melalui model pariwisata berkelanjutan berbasis digital

Abstrak

Desa Burong Mandi, merupakan satu desa dengan beragam objek wisata mulai pantai sampai bukit dan pegunungan. Dengan potensi tersebut, sayangnya permasalahan dan tantangan masih sangat kuat terutama dalam mendukung pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) dengan mengutamakan pendekatan digital. Oleh karena itu, program pengabdian ini bertujuan untuk menguatkan pemahaman pelaku pariwisata mulai dari pemerintah desa hingga Pokdarwis tentang *digital sustainable tourism*. Program ini menggunakan metode pelatihan yang memuat pemaparan dan pendampingan. Rangkaian kegiatan ini menghasilkan peta wisata, paket wisata, dan channel YouTube. Selain itu, hasil evaluasi menunjukkan bahwa mitra mengalami peningkatan pemahaman terkait *digital sustainable tourism*.

Kata Kunci: Pengembangan desa wisata; Pariwisata berkelanjutan; Pariwisata digital; Peta wisata

1. Pendahuluan

Indonesia sebagai negeri dengan kekayaan alam yang besar telah mengembangkan kekayaan tersebut menjadi daya tarik wisata yang menarik banyak turis domestik dan asing. Berdasarkan data tahun 2017, pariwisata telah memberikan kontribusi 11,3% atau sekitar Rp 172 triliun kepada ekonomi nasional Indonesia (Trianggono et al., 2018). Di tengah pengelolaan dan pengembangan pariwisata yang semakin masif di Indonesia, prospek ini diperkirakan akan meningkat. Namun, kekayaan sumber daya alam juga rentan terhadap kerusakan jika tidak diurus dengan baik. Pada akhirnya, ini akan berdampak pada pendapatan sektor pariwisata, yang memiliki risiko terbesar untuk kehilangan destinasi wisata karena kerusakan yang timbul.

Oleh karena itu, ada kecenderungan bahwa model pariwisata Indonesia telah berubah akhir-akhir ini. Model ini awalnya berfokus pada pariwisata massal, dan sekarang beralih ke model pariwisata alternatif. Model pariwisata yang berubah menjadi model yang berkelanjutan disebabkan oleh keinginan untuk mempertahankan pelestarian alam, khususnya sumber daya alam. Upaya ini juga bertujuan untuk mengubah perspektif tentang pariwisata, yang selama ini hanya dianggap sebagai cara untuk menghasilkan keuntungan, dibandingkan dengan pelestarian alam yang berkelanjutan. Karena negara-negara di seluruh dunia, termasuk Indonesia, sedang berusaha mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Isu ini juga berperan dalam mengubah model pariwisata Indonesia (Herdiana, 2019; Trianggono et al., 2018).

Salah satu desa wisata di Kabupaten Belitung Timur adalah Burong Mandi, yang terletak di Kecamatan Damar, Kabupaten Belitung Timur. Desa ini berada di kawasan pantai dengan topografi pegunungan. Sebagaimana banyaknya desa di Bangka Belitung yang mengutamakan pariwisata, tidak hanya wisata pantai melainkan juga non-pantai (Arif et al., 2023). Namun, desa Burong Mandi memiliki keduanya. Desa ini terletak 20 km dari Manggar, pusat Belitung Timur, melalui jalan darat. Desa ini memiliki agrowisata yang perlu dikembangkan selain keunggulannya dengan wisata pantai. Beberapa tempat menarik di Desa Burong Mandi adalah Pantai Wisata Burong Mandi, Pantai Bukit Batu, Vihara Dewi Kwan Im, Air Terjun DAM, Budaya Kater, Tarian Tradisional, Agrowisata, dan Wisata Ekonomi Kreatif. Desa ini telah memulai pengelolaan pariwisata dan branding, dan telah terdaftar di Jejaring Desa Wisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan status “rintisan.”

Di era digital saat ini, kita dapat merencanakan liburan melalui internet tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) adalah salah satu cara untuk mengembangkan pariwisata di era digital (Heliany, 2019; Warmayana, 2018). Wisatawan dapat dengan mudah mendapatkan semua informasi tentang tempat wisata yang mereka inginkan dengan bantuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Lokasi, transportasi yang tersedia, budaya dan atraksi, pemandangan alam, makanan khas, tempat menginap, dan kehidupan masyarakat lokal semua termasuk dalam kategori ini. Sekarang juga dapat dengan mudah mempromosikan desa wisata melalui internet, asalkan kita memiliki orang-orang yang mahir menggunakan TIK. Pemasaran digital memiliki banyak keuntungan, seperti biaya yang lebih rendah dan jangkauan yang lebih luas daripada pemasaran media fisik.

Desa wisata telah mengadopsi konsep “desa wisata 4.0”. Istilah ini mengacu pada bagian atau seluruh wilayah desa yang memiliki potensi budaya, barang, dan aktivitas wisata yang dapat dikelola secara berkelanjutan oleh masyarakat desa dengan

memanfaatkan TIK (Nirmala & Paramitha, 2020; Rizal et al., 2022). Desa wisata Burong Mandi telah mencoba menggunakan pemasaran digital, tetapi masih ada ruang untuk perbaikan. Desa hanya menunjukkan potensinya tanpa menawarkan informasi tentang apa yang dapat dilakukan wisatawan. Selain itu, salah satu masalah terbesar adalah kurangnya staf yang berpengalaman dalam menggunakan media sosial dan memasarkan produk desa wisata Burong Mandi. Hal ini juga terjadi di beberapa daerah dan negara karena faktor rendahnya literasi digital di satu daerah tertentu (Afriansyah, 2020; Khatri, 2019; Mekonen, 2016; Menggo et al., 2022; Muliawanti & Susanti, 2020; Pierdicca et al., 2019; Radovanović et al., 2020).

Oleh karenanya, dibutuhkan peningkatan promosi desa wisata Burong Mandi dan pelatihan dan pendampingan bagi pengelola wisata dan masyarakat lokal untuk menjadikannya pariwisata yang berkelanjutan. Melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata adalah tujuan karena kemampuan masyarakat untuk terlibat dalam industri pariwisata akan menghasilkan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Konsepnya adalah untuk membuat Paket Desa Wisata Eksklusif. Pada akhirnya, ini akan memungkinkan paket wisata diberlakukan dengan batasan jumlah pengunjung (Amanda, 2022; Krismawintari et al., 2023). Selain untuk mencegah kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan wisata, pembatasan ini dianggap sebagai upaya untuk memberi pengalaman yang lebih baik kepada wisatawan saat mereka berada di desa. Konsep ini memiliki empat tujuan utama: kelestarian lingkungan, pelibatan masyarakat lokal, pendidikan wisatawan, dan memberikan kesan dan makna. Oleh karena itu, tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan tentang wawasan pariwisata berkelanjutan yang diikuti dengan pendampingan singkat tentang pembuatan peta wisata berbasis digital, paket wisata serta laman sosial media untuk promosi pariwisata.

2. Metode

Metode yang digunakan dalam program ini adalah pelatihan yang memiliki tiga tahapan yaitu pra-pelaksanaan, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi. Program ini dilakukan pada bulan Agustus 2023. Secara terperinci kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi beberapa tahapan. *Pertama*, perencanaan yang berupa pemetaan masalah dan tantangan di desa, studi pustaka, dan penentuan tujuan program. *Kedua*, pelaksanaan yang berupa pemaparan konsep *sustainable tourism*, pengembangan profil desa melalui video dan publikasi platform YouTube, perancangan paket wisata berbasis digital, dan pembuatan peta wisata desa Burong Mandi. Kegiatan terakhir adalah evaluasi tingkat pemahaman peserta pelatihan dan monitoring keberlanjutan program. Kegiatan ini juga didukung dengan kerja sama antara pemerintah desa, POKDARWIS, dan Asosiasi Pelaku Pariwisata Indonesia.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Perencanaan kegiatan

Analisis kebutuhan, pemetaan masalah, dan desain program dilakukan pada tahap awal ini. Pada tahap ini, observasi potensi wisata Desa Burong Mandi dilakukan dengan melakukan wawancara dengan masyarakat dan pemerintah desa, seperti yang ditunjukkan pada [Gambar 1](#). Selanjutnya, koordinasi internal antar kelompok dengan

pihak desa dilakukan untuk menentukan apakah program kerja sesuai dengan kebutuhan desa.

Selain itu, diskusi tersebut juga membahas pengembangan penggunaan IPTEK untuk mempromosikan desa wisata. Diskusi ini merupakan langkah awal untuk melihat seberapa jauh pengetahuan masyarakat tentang penggunaan IPTEK untuk mempromosikan desa wisata, karena penggunaan teknologi komunikasi adalah bagian penting dari pengembangan desa wisata yang berkelanjutan.



Gambar 1. Pembahasan program kerja

3.2. Pelaksanaan kegiatan

Tahapan ini dibagi menjadi beberapa kegiatan seperti pengenalan konsep pariwisata berkelanjutan berbasis digital, penyampaian peran dan fungsi POKDARWIS bagi pengelolaan dan pengembangan pariwisata, pembuatan media promosi desa wisata sebagai bentuk pemanfaatan media digital untuk promosi Desa Wisata Burong Mandi.

Pertama, pemaparan konsep *sustainable tourism* (Gambar 2). Hal ini penting untuk memberikan pemahaman kepada pelaku wisata dan perangkat desa tentang bagaimana mengembangkan keberlanjutan pariwisata yang ada di desa Burong Mandi. Pada fase ini, dijelaskan bahwa teknologi digital telah berkembang menjadi alat yang sangat berguna untuk mendorong pariwisata desa. Wisatawan dapat dengan mudah mendapatkan informasi tentang destinasi, kegiatan, akomodasi, dan produk lokal dengan membuat situs web atau aplikasi khusus pariwisata desa. Selain itu, media sosial adalah alat yang sangat efektif untuk mempromosikan barang dan jasa pariwisata kepada audiens yang tersebar di seluruh dunia. Teknologi informasi juga dapat membantu manajemen pariwisata, seperti manajemen data dan reservasi *online*.



Gambar 2. Pemaparan konsep *sustainable tourism*

Kedua, pemaparan peran dan fungsi pokdarwis dan pengelola pariwisata. Pokdarwis memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi pariwisata yang ada di satu daerah. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai pemangku kepentingan lokal yang mengawasi dan mengelola pengembangan pariwisata, tetapi mereka juga memiliki peluang besar untuk memanfaatkan teknologi digital. Mereka dapat mempromosikan pariwisata desa dan mendorong masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan pariwisata dengan menggunakan platform digital.

Pokdarwis Berage adalah kelompok sadar wisata desa wisata Burong Mandi. Pokdarwis Berage terdiri dari pemuda Desa Burong Mandi dan bertanggung jawab atas pengelolaan kawasan wisata yang ada di Desa Wisata Burong Mandi. Namun, sejak pandemi COVID-19 pada tahun 2020, aktivitas kelompok ini menurun dan bahkan mungkin berhenti. Ini karena tidak ada koordinator kelompok yang mampu mengajak dan mengkoordinir kembali kelompok tersebut.

Pada tahap ini, tim pengabdian menyampaikan peranan dan fungsi dari pokdarwis dalam pengembangan desa wisata. Dalam kesempatan yang sama disampaikan juga konsep-konsep pengelolaan pariwisata berbasis sapa pesona. Hal ini bertujuan untuk membangkitkan kembali minat anggota kelompok untuk mengelola dan mengembangkan pariwisata Desa Wisata Burong Mandi.

Ketiga, pembuatan media promosi desa wisata berbasis digital. Pada tahap ini dilakukan pembuatan media promosi Desa Wisata Burong Mandi yaitu berupa pamflet paket wisata, video profil kawasan wisata, dan peta wisata (*roadmap*). Dalam pembuatan media promosi ini, tim pengabdian bekerja sama dengan Pokdarwis dan staf pariwisata Desa Wisata Burong Mandi. Media promosi yang telah dibuat disajikan pada [Gambar 3](#).



Gambar 3. Laman Youtube yang menampilkan video profil kawasan wisata (kiri), Roadmap Desa Wisata Burong Mandi (tengah), dan pamflet paket wisata (kanan)

Pemanfaatan media digital sebagai pengembangan Desa Wisata Burong Mandi difokuskan pada promosi produk pariwisata melalui sosial media yang akan dikelola oleh pokdarwis desa. Beberapa akun sosial media yang telah dibuat yaitu akun [Youtube](#) dan [Instagram](#). Namun demikian, sebelumnya telah dibuat [katalog Desa Wisata Burong Mandi](#) oleh kelompok pokdarwis Berage.

3.3. Monitoring dan evaluasi

Tahap monitoring dan evaluasi ini bertujuan untuk mengukur beberapa hal, yang pertama mengukur capaian pembuatan media promosi Desa Wisata Burong Mandi. Metode pertama yang digunakan adalah metode wawancara yang diajukan kepada 3 (tiga) orang partisipan yang terdiri dari Kelompok Sadar Wisata, pelaku usaha ekonomi kreatif, dan staf pariwisata. Ketiga partisipan menyatakan bahwa pemanfaatan media digital sebagai media promosi pariwisata sangat memberikan dampak yang signifikan

bagi kemajuan pariwisata di Desa Wisata Burong Mandi. Tahap evaluasi juga dilakukan dengan metode survei yaitu memberikan kuesioner kepada masyarakat desa untuk mengukur peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai pariwisata berkelanjutan berbasis digital.

Tabel 1. Pengukuran pengetahuan masyarakat Desa Wisata Burong Mandi

No	Pertanyaan	Jawaban benar	Jawaban salah
1.	Apa yang dimaksud dengan pariwisata berkelanjutan berbasis digital?	80%	20%
2.	Bagaimana teknologi digital dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dalam pariwisata di Desa Wisata Burong Mandi?	92%	8%
3.	Sebutkan beberapa contoh aplikasi atau situs web yang dapat membantu pengunjung melacak dan mengidentifikasi wisata di Desa Wisata Burong Mandi selama kunjungan mereka.	85%	15%
4.	Bagaimana penggunaan teknologi digital dapat membantu dalam pelestarian lingkungan?	89%	11%
5.	Apa manfaat penggunaan kamera dan perangkat fotografi dalam pariwisata berkelanjutan berbasis digital?	97%	3%
6.	Bagaimana masyarakat dapat memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan pariwisata berkelanjutan berbasis digital?	95%	5%
7.	Apa yang harus dilakukan oleh pengunjung agar tetap beretika dan menghormati lingkungan saat menggunakan teknologi digital selama kunjungan mereka?	92%	8%
8.	Bagaimana pemerintah atau lembaga terkait dapat mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis digital?	89%	11%
9.	Sebutkan beberapa tantangan yang dapat muncul dalam mengintegrasikan teknologi digital dalam pariwisata di Desa Wisata Burong mandi yang berkelanjutan.	82%	18%
10.	Apa yang dapat Anda lakukan sebagai individu untuk mendukung pariwisata berkelanjutan berbasis digital?	90%	10%

Tabel 2. Kendala pelaksanaan program

No	Indikator Kendala	Solusi
1.	1. Kurang aktifnya POKDARWIS 2. Kurang mitra kerjasama luar desa 3. Kurang partisipasi aktif warga desa	- Pendampingan POKDARWIS yang untuk mengelola <i>sustainable tourism</i> - Menjalin mitra dengan <i>stakeholder</i> luar desa - Pelibatan masyarakat melalui perangkat desa
2.	1. Kurangnya perawatan infrastruktur 2. Lingkungan yang kurang bersih 3. Kurang sarana pendukung seperti fasilitas MCK, tempat sampah, dll	- Perbaiki fasilitas yang telah rusak - Pembersihan lingkungan pada destinasi wisata - Pengadaan sarana dan prasarana pendukung
3.	1. Rendahnya literasi digital dan <i>sustainable tourism</i> 2. Media sosial yang kurang terawat	- Paparan materi bagi pengelola pariwisata - Kaderisasi SDM dengan kategori <i>digital native</i> .

Tabel 1 menggambarkan bahwa pengetahuan masyarakat Desa Wisata Burong Mandi paling baik adalah terkait dengan pengetahuan manfaat penggunaan kamera dan

perangkat fotografi dalam pariwisata berkelanjutan berbasis digital dengan jawaban benar sebesar 97%. Adapun yang paling tidak dipahami adalah konsep pariwisata berkelanjutan berbasis digital (80%). Dengan data dari kedua metode ini, kami dapat menyusun laporan yang lebih akurat tentang kemajuan dan dampak inisiatif pengembangan pariwisata di desa ini.

Selanjutnya, dalam proses monitoring program, terdapat beberapa indikator yang menjadi kendala dalam pelaksanaan program. Kendala ini menjadi bahan evaluasi agar pengembangan desa wisata berkelanjutan di Desa Wisata Burong Mandi agar dapat terus berjalan. Adapun kendala yang dihadapi disajikan pada [Tabel 2](#).

4. Kesimpulan

Sebagaimana tujuan yang disampaikan, setelah dilakukan pelatihan pengembangan pariwisata berbasis digital, terdapat beberapa perubahan dalam sistem pengelolaannya. *Pertama*, pengelola pariwisata lokal memiliki pemahaman yang komprehensif terhadap konsep pariwisata yang berkelanjutan dengan rata-rata perolehan di atas 80%. Selanjutnya, konsep desa wisata berbasis digital telah dibuat dengan beberapa *platform* seperti peta wisata digital, laman Youtube yang menampilkan profil desa wisata serta paket wisata yang ditawarkan. Semuanya dapat diakses melalui platform digital. Proses ini tentu belum bisa dikatakan cukup, pendampingan lebih lanjut tetap harus dilakukan hingga terbentuknya Desa Wisata yang teratur dan terstruktur dengan baik. Oleh karena itu, beberapa saran bagi pelaku dan pengelola wisata setempat adalah sebagai berikut (1) meningkatkan pemberian informasi terkait digitalisasi kepada pengelola wisata agar perkembangan *digital marketing* semakin baik, (2) peningkatan manajemen dan kualitas SDM pengelola desa wisata dalam hal pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi agar lebih terampil dan kompeten, (3) merangkul generasi muda untuk ikut terlibat dalam pengembangan dan pengelolaan desa wisata, (4) menyediakan sarana dan prasarana yang berkualitas, dan (5) memantau jumlah kunjungan wisatawan sebagai upaya mencegah terjadinya degradasi lingkungan.

Ucapan Terima Kasih

Kelompok KKN Muhammadiyah Aisyiyah 2023 mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pemerintah Desa Burong Mandi dan Asosiasi Pelaku Pariwisata Indonesia yang telah memberikan dukungan penuh terhadap terselenggaranya program pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Afriansyah, R. (2020). Pembuatan Portal Website Sekolah SMA Negeri 1 Sungailiat Sebagai Media Informasi. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1).
- Amanda, S. R. (2022). Strategi Pemasaran Digital Marketing untuk meningkatkan jumlah Penjualan Paket Wisata Lombok. *Journal of Mandalika Review*, 1(1), 18–22. <https://doi.org/10.55701/mandalika.v1i1.4>
- Arif, M., Haiyudi, H., & Teu, T. (2023). Empowering Tourism Awareness Group Based on Sapta Pesona Concept to Actualize Agro-Tourism Villages in West Bangka.

- SPEKTA (*Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat : Teknologi Dan Aplikasi*), 4(1). <https://doi.org/10.12928/SPEKTA.V4I1.7613>
- Heliandy, I. (2019). Wonderful Digital Tourism Indonesia Dan Peran Revolusi Industri Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5.0. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 21–35. <https://doi.org/10.31334/JD.V1I1.551>
- Herdiana, D. (2019). Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6(1), 63–86.
- Khatri, I. (2019). Information Technology in Tourism & Hospitality Industry: A Review of Ten Years' Publications. *Journal of Tourism and Hospitality Education*, 9, 74–87. <https://doi.org/10.3126/JTHE.V9I0.23682>
- Krismawintari, N. P. D., Utama, I. G. B. R., & Feoh, G. (2023). Penerapan Pemasaran Digital dalam Pengembangan Paket Wisata Desa Blimbingsari, Jembrana, Bali. *Prosiding Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia*, 1. <https://doi.org/10.47747/snfmi.v1i.1496>
- Mekonen, T. A. (2016). The role of media in tourism promotion: A case study in Ethiopia. *Journal of Hospitality Management and Tourism*, 7(5), 50–56. <https://doi.org/10.5897/JHMT2016.0177>
- Menggo, S., Su, Y. R., & Taopan, R. A. (2022). Pelatihan Pembuatan Website Desa Wisata Di Desa Wisata Meler, Kabupaten Manggarai, NTT. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 108–115.
- Muliawanti, L., & Susanti, D. (2020). Digitalisasi Destinasi sebagai Strategi Pengembangan Promosi Pariwisata di Kabupaten Magelang. *Warta ISKI*, 3(02), 135–143. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i02.53>
- Nirmala, B. P. W., & Paramitha, A. A. I. I. (2020). Digitalisasi Desa dan Potensi Wisata Di Desa Kerta, Kabupaten Gianyar Menuju Pariwisata 4.0. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 350–355. <https://doi.org/10.22437/JKAM.V4I2.11273>
- Pierdicca, R., Paolanti, M., & Frontoni, E. (2019). eTourism: ICT and its role for tourism management. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(1), 90–106. <https://doi.org/10.1108/JHTT-07-2017-0043>
- Radovanović, D., Holst, C., Banerjee Belur, S., Srivastava, R., Vivien Houngbonon, G., Le Quentrec, E., Miliza, J., Winkler, A. S., & Noll, J. (2020). Digital literacy key performance indicators for sustainable development. *Social Inclusion*, 8(2), 151–167. <https://doi.org/10.17645/SI.V8I2.2587>
- Rizal, Y., Basriwijaya, K. M. Z., Indara, S. B., & Fairus, F. (2022). PKMBP ECOCR (Ecotourism Center Of Cinta Raja) Untuk Mengembangkan Potensi Desa Wisata Melalui Digitalisasi Desa di Desa Cinta Raja Kecamatan Langsa Timur Menuju Pariwisata 4.0. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 1521–1526. <https://doi.org/10.47492/eamal.v2i3.1994>
- Trianggono, B., Wiloso, P. G., & Sasongko, G. (2018). Pariwisata Dalam Perspektif Actor Network Theory (Studi Kasus Top Selfie Pinusan Kragilan Desa Pogalan, Jawa Tengah, Indonesia). *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(2), 91–104. <https://doi.org/10.26905/JPP.V3I2.2414>
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81–92. <https://doi.org/10.25078/PBA.V3I2.649>

