

**PENATAAN DAN PENGEMBANGAN STRATEGI PROMOSI
PARIWISATA MELALUI SOSIAL MEDIA
DI GUNUNG TELOMOYO**

***STRUCTURING AND DEVELOPMENT OF TOURISM PROMOTION
STRATEGY THROUGH SOCIAL MEDIA IN MOUNT TELOMOYO***

Devira Aprillia Hartanu^{1*}

Universitas Semarang, Semarang
Devira.aprillia1@gmail.com

Herman Novry Kristiansen Paninggiran²

Universitas Semarang, Semarang
herman@usm.ac.id

Wafda Vivid Izziyana³

³Universitas Semarang, Semarang
wafda@usm.ac.id

ABSTRACT

This study aims to assess and analyze the structuring and development of tourism promotion strategies through social media in Mount Telomoyo. The management of Mount Telomoyo tourism has an important role in sustainable development and management of natural and cultural resources. The reason for structuring tourism is for Economic Development. Tourism can be one of the significant sectors of the economy. With a good arrangement, tourism can create jobs, increase community income, and contribute to the economic growth of a region. The methods used in this study are qualitative, data collection, and analysis techniques conducted through observation, interviews, and literature. The research results show that the strategy and promotion aspects of Mount Telomoyo tourism through social media are very important in providing information to tourists to make decisions to visit Mount Telomoyo

Keywords : *Structuring, Development, Tourism*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis penataan dan pengembangan strategi promosi pariwisata melalui sosial media di Gunung Telomoyo. Penataan pariwisata Gunung Telomoyo memiliki peran penting dalam pembangunan berkelanjutan dan pengelolaan sumber daya alam serta budaya. Alasan penataan pariwisata yaitu untuk Pembangunan Ekonomi. Pariwisata dapat menjadi salah satu sektor ekonomi yang signifikan. Dengan penataan yang baik, pariwisata dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, Teknik pengumpulan dan analisis data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek strategi dan promosi pariwisata Gunung Telomoyo melalui social media adalah hal yang sangat penting dalam memberikan informasi kepada wisatawan untuk mengambil keputusan berkunjung di Gunung Telomoyo.

Kata Kunci : Penataan, Pengembangan, Pariwisata

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor penyumbang devisa di Indonesia yang sangat strategis, dampak sektor pariwisata sangat besar bagi masyarakat, terutama masyarakat yang berada di kawasan atau lokasi yang dapat menggali potensi pariwisata daerahnya untuk dikembangkan secara profesional (Putra, 2023). Kebijakan pengembangan pariwisata di Indonesia dapat bervariasi dari waktu ke waktu dan pemerintahan ke pemerintahan (Sitompul dkk, 2023). Namun, pada umumnya, beberapa prinsip umum yang menjadi fokus dalam pengembangan pariwisata di Indonesia melibatkan aspek-aspek berikut:

Pertama, Diversifikasi Destinasi, Pemerintah Indonesia cenderung mendorong diversifikasi destinasi pariwisata untuk mengurangi ketergantungan pada satu atau beberapa tujuan wisata utama. Hal ini dapat mencakup pengembangan destinasi wisata alam, budaya, sejarah, dan petualangan di berbagai wilayah (Fitri, 2023).

Kedua, Infrastruktur Pariwisata, Peningkatan infrastruktur pariwisata menjadi prioritas, termasuk aksesibilitas transportasi, jaringan jalan, pelabuhan, dan bandara. Infrastruktur yang baik membantu mendorong pertumbuhan sektor pariwisata dan mempermudah perjalanan wisatawan (Rusmin dkk, 2023).

Ketiga, Pembinaan SDM (Sumber Daya Manusia): Pengembangan sumber daya manusia yang terlibat dalam sektor pariwisata juga penting. Ini mencakup pelatihan untuk tenaga kerja pariwisata, termasuk pemandu wisata, pekerja hotel, dan berbagai pekerjaan terkait lainnya (Budhijono dkk, 2023).

Keempat, Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Pemerintah berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dengan melibatkan mereka secara aktif dalam industri pariwisata. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan homestay, kerajinan lokal, dan usaha-usaha lain yang melibatkan komunitas setempat (Sari dkk, 2023).

Kelima, Promosi dan Pemasaran: Upaya promosi dan pemasaran pariwisata Indonesia dilakukan secara intensif baik di tingkat nasional maupun internasional. Ini melibatkan kampanye pemasaran, partisipasi dalam pameran pariwisata internasional, dan promosi melalui media sosial dan platform daring lainnya (Anggriani dkk, 2023).

Keenam, Pengelolaan Lingkungan: Berkelanjutan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan menjadi fokus penting. Pengelolaan yang baik terhadap destinasi wisata dan pelestarian alam menjadi perhatian untuk mendukung pariwisata berkelanjutan.

Ketujuh, Kerjasama Antar Pihak: Pemerintah berusaha untuk meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk sektor swasta, LSM, dan komunitas lokal. Kolaborasi ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi pariwisata dan mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Kusumawardhana, 2023).

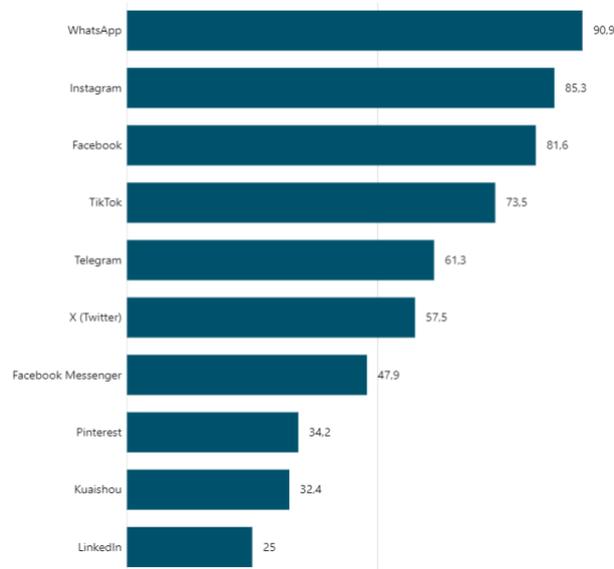
Salah satu Provinsi di Indonesia yang terletak di Pulau Jawa yaitu Provinsi Jawa tengah, memiliki daya tarik wisata yang banyak diminati oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Tentunya selain memiliki Candi Borobudur yang merupakan Destinasi Super Prioritas di kabupaten Magelang, beberapa tempat menarik yang dapat dikunjungi ,salah satunya adalah Gunung Telomoyo. Daya Tarik Wisata Gunung Telomoyo berada di wilayah perbatasan antara Kabupaten Semarang dan Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Gunung dengan ketinggian 1.894 mdpl ini merupakan gunung api aktif yang tercatat belum pernah mengalami erupsi. Meskipun demikian, Gunung Telomoyo menjadi salah satu gunung favorit bagi para wisatawan yang berkunjung untuk menikmati keindahan alam, udara segar, serta kegiatan pendakian dan petualangan di area sekitarnya.

Alternatif untuk memberikan pilihan berkunjung kepada wisatawan di suatu daya Tarik wisata tentunya membutuhkan strategi promosi yang efektif dan efisien dengan memperhatikan segmen pasar yang akan dituju, agar supaya memberikan hasil yang signifikan dengan usaha

yang dilakukan. Beberapa survey yang dilakukan menunjukkan bahwa pengguna sosial media yang bertumbuh pesat , turut memberikan andil dalam mempromosikan suatu tempat wisata. Bagi pengunjung yang belum pernah mengunjungi suatu tempat wisata tentunya akan mencari informasi yang dianggap paling akurat atau up to date sebelum memutuskan untuk berkunjung . Saat ini sosial media dianggap memberikan andil yang cukup besar dalam menyajikan informasi yang cukup dipercaya , sehingga digunakan juga untuk salah satu media promosi yang paling efektif.

Salah satu artikel databoks yang ditulis oleh Cindy Mutia Annur yang diterbitkan pada Bulan Oktober 2023 , menurut We Are Social, sebuah situs layanan manajemen medsos bahwa pada Bulan Oktober 2023 pengguna Instagram di Indonesia sekitar 104.8 juta orang , hal ini menempatkan Indonesia pada urutan keempat setelah Brasil, Amerika dan India dalam jajaran 10 negara pengguna Instagram terbanyak di dunia. Pada Januari 2024, disajikan data 10 aplikasi media sosial yang paling banyak dipakai pengguna internet di Indonesia.

Tabel 1.
10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet di Indonesia Januari 2024



Sumber: We Are Social dalam databox

Menurut Atiko et.all dalam Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI (studi deskriptif pada akun Instagram @indtravel) tahun 2016 Kementerian Pariwisata RI telah melakukan kegiatan promosi pariwisata dengan maksimal melalui Instagram untuk mencapai tujuan utamanya yaitu untuk mempromosikan pariwisata Indonesia dan melekatkan kesan bahwa Indonesia menakjubkan melampaui harapan dan perkiraan. Penyusunan strategi promosi menggunakan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Kemenpar memiliki beberapa tahapan yang mampu mempermudah Kemenpar dalam mencapai tujuannya. Tahapan yang dilakukan adalah penciptaan konten, penentuan platform, perencanaan program, implementasi program, monitoring dan evaluasi

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif tujuannya adalah untuk menggali informasi yang mendalam terhadap potensi wisata Gunung Telomoyo melalui observasi, wawancara dan literatur-literatur (Azhari dkk, 2023).

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

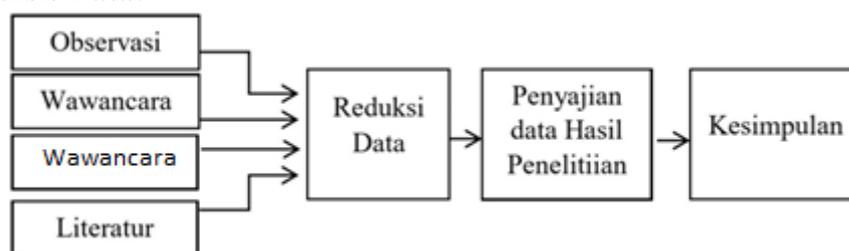
- Observasi*. Penulis melakukan pengamatan terhadap tempat penelitian mengenai fenomena-fenomena yang berhubungan langsung dengan data yang akan digunakan.
- Wawancara*. Penulis melakukan wawancara mendalam dengan informan kunci (*key informan*) untuk menggali informasi terkait dengan penelitian. Informan kunci terdiri dari Dinas Pariwisata Kab. Magelang, Dinas Lingkungan Hidup Kab. Magelang, Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) dari inisiator Desa Pandean.
- Literatur*. Dalam penelitian ini didukung oleh literatur-literatur sehingga dapat memperkuat hasil penelitian yang dilakukan.

2. Informan Kunci

Tabel 2.
Informasi Kunci (*Key Informan*)

No	Key Informan	Informasi Yang Di Dapat
1	Dinas Pariwisata Kabupaten Magelang	- Tentang Potensi Alam dan pariwisata - Tentang Wisata Minat Khusus
2	Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Magelang	- Tentang Potensi Alam Gunung Telomoyo
3	Desa Pandean	- Tentang Potensi Alam, fasilitas dan akses - Tentang Rencana Pengembangan Wisata Gunung Telomoyo pendukung lainnya

3. Teknik Analisis Data:



4. Operasional Variabel/Fokus Penelitian

Tabel 3.
Operasional Variabel/Fokus Penelitian

No	Variabel/ Fokus	Indikator	Ukuran	Sumber
1	Potensi	Keindahan Alam	Tingkat keindahan alam	Observasi

No	Variabel/ Fokus	Indikator	Ukuran	Sumber
		Keunikan	Tingkat keunikan wisata minat khusus <i>rafting</i>	Observasi & wawancara
2	Penataan dan Pengembangan	Aksesibilitas	Tingkat akses ke tujuan	Observasi
			Tingkat pengembangan akses	Wawancara
		Fasilitas	Tingkat fasilitas yang ada	Observasi & wawancara
			Tingkat pengembangan fasilitas	Wawancara
		Atraksi	Tingkat atraksi yang ada	Observasi
			Tingkat pengembangan atraksi	Wawancara
3	Strategi Promosi	Target Audience	wisatawan lokal atau internasional, kelompok usia tertentu, atau mereka yang tertarik pada jenis wisata alam di gunung	Observasi & wawancara
		Platform Media Sosial yang Tepat	Instagram dan Pinterest untuk konten visual, Facebook dan Twitter untuk berita dan interaksi lebih langsung	Observasi & wawancara
		Berkolaborasi dengan Influencer	influencer lokal untuk membantu promosi	Observasi & wawancara
		Konten Visual Menarik, Hashtag dan Caption yang Kreatif	Foto, video, hastag yang menarik	Wawancara

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan meliputi aspek: 1) potensi; 2) aspek penataan dan pengembangan dan; 3) aspek strategi promosi yang diuraikan sebagai berikut:

1. Aspek Potensi

- a. Gunung Telomoyo adalah sebuah gunung yang terletak di Jawa Tengah, Indonesia. Beberapa potensi Gunung Telomoyo antara lain :



- b. Pariwisata dan Pendakian: Gunung Telomoyo menawarkan potensi pariwisata yang menarik bagi para pendaki dan pecinta alam. Pendakian ke puncak gunung ini dapat memberikan pengalaman petualangan dan keindahan alam yang memukau.



- c. Konservasi Alam Sebagai bagian dari kawasan hutan, Gunung Telomoyo memiliki potensi sebagai area konservasi alam. Upaya pelestarian dan pemeliharaan ekosistem alam di sekitar gunung dapat menjadi fokus untuk melestarikan keanekaragaman hayati.



- d. Ekowisata Potensi ekowisata di sekitar Gunung Telomoyo dapat dikembangkan untuk menarik wisatawan yang tertarik dengan keindahan alam, flora, dan fauna yang unik di daerah tersebut. Program ekowisata yang berkelanjutan dapat membantu melestarikan lingkungan. Edukasi Lingkungan, Gunung Telomoyo dapat menjadi sumber edukasi lingkungan untuk masyarakat setempat maupun wisatawan. Program edukasi tentang keanekaragaman hayati, pentingnya menjaga lingkungan, dan informasi seputar gunung dapat membantu meningkatkan kesadaran lingkungan.



- e. Olahraga dan Rekreasi Gunung Telomoyo dapat menjadi tempat yang cocok untuk kegiatan olahraga dan rekreasi seperti hiking, trekking, dan camping. Fasilitas yang dikelola dengan baik dapat menarik pengunjung yang mencari kegiatan fisik dan hiburan alam.



- f. Potensi Sumber Daya Alam, Sebagai bagian dari pegunungan di Jawa Tengah, Gunung Telomoyo juga memiliki potensi sebagai sumber daya alam, seperti air bersih, yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan masyarakat setempat.
- g. Pengembangan Infrastruktur Pariwisata, Pengembangan infrastruktur pariwisata yang baik, seperti jalur pendakian yang aman, pos-pos pengamatan, dan fasilitas lainnya, dapat meningkatkan potensi pariwisata Gunung Telomoyo.

Pengembangan potensi Gunung Telomoyo harus dilakukan secara berkelanjutan dan seimbang dengan pelestarian lingkungan serta kesejahteraan masyarakat setempat. Melibatkan partisipasi aktif masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya dalam pengelolaan Gunung Telomoyo sangat penting untuk menjaga keberlanjutan pengembangan potensi tersebut.

Pengelola Wisata Gunung Telomoyo saat ini menyediakan Fasilitas, antara lain :

- a. Musola, Kamar Mandi dan Toilet
- b. Res Area di perjalanan KM 4
- c. Mobil jeep untuk sampai ke puncak Gunung Telomoyo dengan sewa Rp.450.000 untuk hari libur nasional , sedang hari biasa Rp.400.000
- d. Sepeda Motor dengan sewa Rp.60.000.
- e. Tim penyelamatan Wisata Gunung Telomoyo, untuk mengantisipasi bila terjadi hal – hal yang tidak di inginkan seperti Kendaraan bermotor mogok, kecelakaan dan bencana alam di area Gunung Telomoyo.

2. Aspek Penataan Dan Pengembangan

Dasar hukum pengembangan pariwisata antara lain:

- a. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata: Undang-Undang ini menyediakan dasar hukum untuk pengembangan sektor pariwisata di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah pengaturan mengenai pembentukan destinasi pariwisata,

- promosi pariwisata, dan perlindungan lingkungan dalam konteks pariwisata.
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional, Peraturan ini menetapkan arah kebijakan dan strategi pembangunan sektor pariwisata di tingkat nasional. Rencana ini mencakup aspek-aspek seperti infrastruktur, promosi pariwisata, dan pengembangan destinasi.
 - c. Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Kawasan Pariwisata, Peraturan ini memberikan dasar hukum untuk pengelolaan kawasan pariwisata. Hal ini mencakup pengaturan terkait izin usaha pariwisata, perlindungan lingkungan, dan tata ruang kawasan pariwisata.
 - d. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2013 tentang Klasifikasi Hotel: Peraturan ini mengatur klasifikasi hotel dan akomodasi pariwisata lainnya, yang merupakan bagian penting dalam peningkatan kualitas layanan pariwisata.
 - e. Peraturan Pemerintah Nomor 104 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah.

Peraturan ini berhubungan dengan aspek keuangan dalam pengembangan pariwisata di tingkat daerah, termasuk pengelolaan pendapatan dari sektor pariwisata. Selain dasar hukum tersebut, terdapat peraturan daerah (perda) tingkat kabupaten/kota yang mengatur aspek-aspek khusus terkait pariwisata di wilayah tertentu. Selain itu, dokumen perencanaan strategis seperti Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) dan Rencana Pembangunan Pariwisata Daerah juga dapat menjadi dasar hukum dalam pengembangan pariwisata di tingkat daerah.

Penting untuk selalu memahami dan mematuhi semua peraturan yang berlaku dalam konteks pengembangan pariwisata untuk memastikan bahwa kegiatan pengembangan pariwisata berjalan sesuai dengan hukum dan berkelanjutan. Penataan destinasi wisata Gunung Telomoyo, dilakukan untuk mencapai sejumlah tujuan yang melibatkan keberlanjutan, keberagaman, dan keamanan.

Beberapa tujuan penataan destinasi wisata gunung termasuk:

Konservasi Alam dimana menjaga keberlanjutan ekosistem alam di sekitar gunung. Ini mencakup pelestarian flora dan fauna lokal, serta menjaga keseimbangan ekosistem guna meminimalkan dampak negatif pariwisata terhadap lingkungan. Pelestarian budaya, menjaga dan mempromosikan nilai-nilai budaya yang terkait dengan Gunung Telomoyo.

Pemberdayaan Masyarakat Lokal, Mendorong partisipasi dan pemberdayaan masyarakat lokal dalam sektor pariwisata. Ini mencakup pelibatan mereka dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi, serta peningkatan ekonomi masyarakat melalui pelibatan dalam usaha-usaha pariwisata.

Pengembangan Infrastruktur Berkelanjutan, Membangun dan meningkatkan infrastruktur yang mendukung pariwisata dengan tetap memperhatikan keberlanjutan. Infrastruktur termasuk jalur pendakian, pos penyelamatan, tempat parkir, dan fasilitas umum lainnya yang perlu dikembangkan dengan bijak.

Pengelolaan Wisatawan, Menetapkan batas kunjungan harian atau musiman untuk menghindari over-tourism yang dapat merugikan ekosistem dan pengalaman pengunjung. Pengelolaan wisatawan juga dapat mencakup sistem perizinan dan aturan lainnya untuk menjaga keberlanjutan dan kenyamanan pengunjung. Keamanan dan Kesejahteraan Pengunjung, Menjaga keamanan dan kesejahteraan pengunjung dengan menyediakan informasi yang jelas dan akurat, serta memastikan adanya sistem evakuasi darurat jika diperlukan.

Pendidikan dan Kesadaran Lingkungan, Meningkatkan kesadaran lingkungan di antara pengunjung dan masyarakat lokal. Ini dapat dilakukan melalui kampanye pendidikan, informasi di pos pendakian, dan promosi perilaku bertanggung jawab selama kunjungan.

Keberlanjutan Ekonomi, Mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan

mengintegrasikan kegiatan pariwisata dalam perkembangan ekonomi lokal. Ini termasuk dukungan terhadap usaha kecil dan menengah, serta industri kreatif setempat.

Diversifikasi Pilihan Wisata, Menawarkan beragam kegiatan dan pengalaman bagi pengunjung, sehingga destinasi tidak hanya menjadi tempat pendakian, tetapi juga menarik bagi mereka yang tertarik pada kegiatan lain seperti fotografi, pengamatan burung, atau kegiatan budaya. Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, penataan destinasi wisata di Gunung Telomoyo diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang, baik bagi lingkungan, masyarakat lokal, maupun pengunjung.

3. Aspek Strategi Dan Promosi Melalui Sosial Media

Dalam upaya meningkatkan promosi pariwisata Gunung Telomoyo melalui media sosial, khususnya platform Instagram, strategi yang telah disusun dan diterapkan dapat menjadi pilar utama dalam mencapai tujuan tersebut. Dalam konteks ini, penyusunan konten yang menarik dan berkualitas tinggi menjadi aspek krusial. Melalui foto-foto indah pemandangan, video pendakian, serta informasi yang informatif tentang flora dan fauna lokal, pengguna Instagram dapat diberikan gambaran yang menyeluruh tentang keindahan dan potensi Gunung Telomoyo sebagai destinasi wisata yang menarik. Selain itu, penggunaan hashtag yang tepat dan relevan, seperti #GunungTelomoyo atau #WisataJawaTengah, akan membantu meningkatkan jangkauan konten serta memudahkan calon pengunjung untuk menemukan informasi tentang destinasi tersebut.

Interaksi yang aktif dengan pengguna juga menjadi strategi penting dalam memperkuat promosi melalui Instagram. Dengan merespons pertanyaan, mengapresiasi komentar positif, dan memberikan informasi tambahan kepada pengguna, akan tercipta keterlibatan yang lebih dalam serta kepercayaan yang lebih besar terhadap informasi yang disampaikan. Kolaborasi dengan influencer atau pengguna Instagram yang memiliki audiens yang relevan dengan target pasar juga dapat menjadi langkah strategis yang efektif. Melalui kunjungan mereka ke Gunung Telomoyo dan berbagi pengalaman melalui postingan dan cerita Instagram, akan tercipta efek viral yang dapat meningkatkan eksposur konten secara signifikan.

Mengadakan lomba foto atau kontes dengan tema Gunung Telomoyo untuk mengundang partisipasi pengguna Instagram. Dengan mendorong mereka untuk mengunggah foto-foto mereka dengan hashtag tertentu, akan tercipta interaksi yang lebih besar serta peluang untuk mendapatkan konten yang kreatif dan menarik. Selain itu, memanfaatkan fitur Stories untuk berbagi konten yang lebih sementara, seperti cuplikan pendakian harian, cuaca di Gunung Telomoyo, atau rekomendasi tempat untuk berkemah, juga dapat meningkatkan keterlibatan pengguna. Melalui langkah-langkah ini, diharapkan promosi pariwisata Gunung Telomoyo melalui Instagram dapat mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, serta memberikan dampak positif dalam peningkatan jumlah pengunjung.

SIMPULAN

Pengelola Wisata Gunung Telomoyo telah menggunakan sosial media Instagram untuk mempromosikan daya Tarik yang dimiliki oleh Gunung Telomoyo, karena melihat potensi pengguna Instagram yang menduduki peringkat kedua setelah Whatsapp di Indonesia. Beberapa strategi penataan dan pengembangan sosial media antara lain : Ajakan pada orang atau pengunjung untuk berbagi pengalaman mereka di Gunung Telomoyo melalui testimoni atau cerita perjalanan; Kontes dan Giveaway; Kemitraan dengan Influencer Lokal; Update

Berkala; Landing Page dan Tautan Langsung; Partisipasi dalam Komunitas Online; memonitor dan berinteraksi dengan pengikut.

DAFTAR PUSTAKA

- Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata Ri (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram@Indtravel). *eProceedings of Management*, 3(2).
- Anggriani, R., Febriana, W., Prasetyo, R., & Komala, R. (2023). Ekowisata Melalui Konsep Community Based Tourism. *JCOMENT (Journal of Community Empowerment)*, 4(3), 137-151. <http://thejournalish.com/ojs/index.php/jce/article/view/430>
- Azhari, M. T., Al Fajri Bahri, M. P., Asrul, M. S., & Rafida, T. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=P7OpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metode+kualitatif+menurut+para+ahli&ots=efC0BUviX_&sig=tB_nOezbrFAcQE WJ74N_vSPHDV0
- Budhijono, F., Sugiarto, S., Wahjudi, J., Sutrisno, S., & Fuad, M. (2023). Evaluasi Kinerja Tata Kelola Curug Cibereum Berbasis Indikator-Indikator Sapta Pesona. *Jurnal Bina Akuntansi*, 10(2), 536-556. <https://wiyatamandala.e-journal.id/JBA/article/view/456>
- Fitri, S. E. (2023). Pemetaan Potensi Pariwisata di Kota Yogyakarta dalam Rangka Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan. *Kainawa: Jurnal Pembangunan dan Budaya*, 5(1), 31-42. <http://jurnalkainawa.baubaukota.go.id/index.php/knw/article/view/57>
- Kusumawardhana, I. (2023). Pariwisata Berkelanjutan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa: Studi Kasus Di Desa Wisata Mas, Kecamatan Ubud, Gianyar. *Jurnal Administrasi Desa*, 4(1), 27-55. <https://villages.pubmedia.id/index.php/villages/article/view/45>
- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. C. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4).
- Putra, F. E. (2023). Dampak Pengembangan Kebijakan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) terhadap Pertumbuhan Industri Pariwisata dan Perekonomian Masyarakat Lokal. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 13(2), 168-179. https://journal.ugm.ac.id/tourism_pariwisata/article/view/92040
- Rusmin, U. H., Tompo, N., & Sore, U. B. (2023). Pengembangan Pulau Nusa Ra Sebagai Objek Wisata Bahari Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Halmahera Selatan. *Publician: Journal of Public Service, Public Policy, and Administration*, 2(1), 61-67. <https://journal.unibos.ac.id/jp/article/view/2190>
- Sari, F. P., Sumriyah, S., & Jusmadi, R. (2023). Perlindungan Hukum terhadap Wisatawan di Kawasan Wisata Religi menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. *Interdisciplinary Journal on Law, Social Sciences and Humanities*, 4(1), 76-94. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/idj/article/view/39439>
- Sitompul, S. D., Handayani, R., Sihotang, R., & Harianja, R. (2023). Pengembangan Industri Pariwisata Dengan Menggali Potensi Yang Ada Di Desa Sitanggor. *Jpm-Unita (Jurnal Pengabdian Masyarakat)*, 1(1), 17-25. <http://jpm.usxiitapanuli.ac.id/index.php/jurnal/article/view/3>