SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan
Volume 9, Nomor 2, Maret 2025, hal. 0992 – 0999
ISSN : 2614-5251 (print) | ISSN : 2614-526X (elektronik)

Pelatihan pembuatan konten kreatif untuk pengembangan objek wisata kawasan usaha di Lasiana

Yosefina K.I.D.D Dhae[1], Yuri S. Fa'ah[1], Marianus S. Neno[1], Lazarus Djehamat [2], Efandri Agustian[1]

[1]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana, Indonesia
[2]Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nusa Cendana, Indonesia

Penulis korespondensi : Yosefina K.I.D.D Dhae
E-mail : yosefina.dhae@staf.undana.ac.id

Diterima: 03 Februari 2025 | Disetujui: 29 Maret 2025 | Online: 29 Maret 2025
© Penulis 2025

Abstrak
Kelurahan Lasiana merupakan salah satu kelurahan yang sebagian daerahnya adalah daerah pesisir yang berhadapan langsung dengan teluk kupang dan sering disebut sebagai kelurahan pesisir yang wisata unggulannya adalah pantai. Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan, salah satu masalah utama adalah kurangnya partisipasi masyarakat khususnya para pemuda dalam pengembangan objek wisata dan kawasan usaha di sekitar objek wisata. Pada kenyataannya, pengembangan objek wisata tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah namun juga menjadi tanggung jawab semua pihak termasuk para pemuda yang ada di sekitar lokasi wisata. Dengan demikian Program Kemitraan Masyarakat ini ialah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat sekitar khususnya para pemuda tentang konsep pengembangan pariwisata dan pengembangan objek wisata di kelurahan Lasiana melalui kegiatan promosi dalam bentuk pembuatan konten digital. Metode yang digunakan berupa ceramah dan diskusi tentang konsep pengembangan wisata dan promosi kawasan usaha sekitar Lasiana melalui konten digital. Peserta dalam kegiatan ini ialah Para pemuda Kelurahan Lasiana khususnya Pemuda Gereja Genesaret Danai Ina Lasiana sebanyak 25 orang. Luaran dari kegiatan ini adalah terbangunnya pengetahuan dan pemahaman serta kesadaran pemuda untuk berpartisipasi aktif dalam mengembangkan objek wisata dan promosi kawasan usaha di sekitar objek wisata melalui pembuatan konten digital.

Kata kunci: pariwisata; pantai lasiana; partisipasi masyarakat; konten; digital;pemuda.

Abstract
Lasiana Village is one of the villages where part of the area is a coastal area directly facing Kupang Bay with the beach as the main tourism attraction. Based on the initial observations, one of the main problems is the lack of community participation, especially the youth, in the development of tourist attractions and business areas around tourist attractions. The development of tourist attractions is not only the responsibility of the government but also the responsibility of all parties. Thus, this Community Partnership Program is to provide knowledge and understanding to the youth, about the concept of tourism development in Lasiana village through promotional activities in the form of digital content creation. The method used were lectures and discussions with material about the concept of tourism development and the promotion of business areas around Lasiana through digital content. Participants in this activity were the youth of Lasiana Village, especially the Youth of the Genesaret Danai Ina Lasiana Church as many as 25 people. The output of this activity is the development of knowledge and understanding as well as youth awareness to actively participate in developing tourist attractions and promoting business areas around tourist attractions through the creation of digital content.

Keywords: tourism; lasiana beach; community participation; content; digital; youth

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu penyebab bergeraknya perekonomian masyarakat di negara tujuan wisata yang disebabkan oleh meningkatnya industri pariwisata. Negara-negara di dunia pun telah melakukan upaya peningkatan pengelolaan pariwisata. Sektor ini diharapkan bisa jadi leading sektor dan sekaligus mampu menggerakkan sektor industri lainnya (Andika, 2023). Di Indonesia, pariwisata merupakan sektor ekonomi penting dan menjadi salah satu sektor prioritas pembangunan nasional (Sumiasih, 2018). Data Kementerian Pariwisata 2018 menunjukkan, sejak 2013 sektor pariwisata menempati posisi keempat setelah minyak dan gas bumi, batubara, serta kelapa sawit sebagai penghasil devisa negara (INDONESIA.GO.ID, 2019)). Selain memberi manfaat bagi negara, dengan adanya pariwisata maka dapat memberi dampak juga bagi masyarakat sekitar lokasi wisata salah satunya adalah dengan adanya kawasan usaha yang dapat terus menarik dan mendorong sektor ekonomi, seperti tumbuh kembangnya UMKM yang sering bermunculan di kawasan-kawasan wisata (Dhae, Bunga, Ndoen, & Foenay, n.d.). Untuk itu penting bagi semua pihak termasuk masyarakat untuk juga peduli terhadap pengembangan wisata.

Berbicara tentang pengembangan pariwisata tidak saja meluluh berkaitan dengan objek fisik, atraksi buatan dan alami tetapi juga terutama berkaitan dengan aspek-aspek yang mendukung seperti kehadiran para pelaku usaha, partisipasi masyarakat, singkatnya hal-hal yang berkaitan dengan aspek *Aminities*, *Accesibility* dan *Hospitality* dan juga partisipasi masyarakat dalam pengembangan objek wisata berupa promosi objek wisata dan promosi Kawasan usaha di sekitar lokasi wisata (Hidayah, 2019). Kelurahan Lasiana merupakan salah satu kelurahan yang sebagian daerahnya adalah daerah pesisir yang berhadapan langsung dengan teluk kupang. Oleh karena itu sering juga disebut sebagai kelurahan pesisir. Karena merupakan daerah pesisir maka salah satu potensi besarnya ialah pariwisata. Lasiana memang dikenal luas oleh masyarakat kota Kupang atau bahkan masyarakat Nusa Tenggara Timur (NTT) karena terdapat salah satu objek wisata yang sangat menarik yaitu Pantai Lasiana; dan belakangan dikenal ada beberapa objek wisata yaitu: pantai warna dan pantai Nunsui yang selalu menjadi pilihan masyarakat kota Kupang untuk berwisata bukan saja di waktu libur tetapi setiap hari terutama saat sore-malam hari. perlu adanya promosi wisata agar objek wisata ini tetap terus dikunjungi sehingga dapat membantu meningkatkan jumlah wisatawan khususnya wisatawan lokal dan juga memberikan kontribusi ekonomi bagi warga sekitar objek wisata. Dengan demikian peran penting masyarakat khususnya pemuda sekitar lokasi wisata pantai Lasiana untuk giat mempromosikan objek wisata yang ada di kelurahan Lasiana.

METODE

Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2024 bertempat di Aula Gereja Genesaret Danau Ina Lasiana Kota Kupang – NTT. Mitra dalam PKM ini adalah Pemuda Gereja Genesaret Danau Ina Lasiana sebanyak 25 orang. Sasaran mitra adalah Pemuda dikarenakan mereka merupakan generasi milenial yang familiar dalam pembuatan konten digital. Metode pelaksanaan dalam PKM ini adalah berupa ceramah, diskusi dan juga dilakukan pendampingan dalam pembuatan konten. Adapun tahapan pelaksanaan dari kegiatan ini adalah:

Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan beberapa kegiatan yang pertama adalah penentuan mitra. Mitra dalam kegiatan PKM ini adalah Pemuda Gereja Genesaret Danau Ina Lasiana. Mitra ini dipilih karena lokasi mereka yang dekat dengan objek wisata Lasiana. Kelompok pemuda gereja yang dipilih karena mereka juga menjadi perwakilan dari masing-masing kelompok pemuda di wilayah RT mereka masing-masing yang nantinya diharapkan dapat mentransfer pengetahuan yang mereka dapat kepada pemuda-pemuda yang ada di wilayah RT masing-masing. Tahap persiapan selanjutnya adalah dengan melakukan survey dan diskusi bersama mitra untuk mengidentifikasi masalah dan kendala yang dihadapi mitra, serta mempersiapkan materi dan alat pelatihan yang akan digunakan dalam PKM sesuai dengan permasalahan yang mereka hadapi.

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan PKM berupa penyampaian materi terkait dengan konsep pengembangan wisata dan materi selanjutnya tentang pembuatan konten digital kreatif. Materi disampaikan oleh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan juga di dampingi mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang juga menjadi salah satu konten kreator.

Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, evaluasi dilakukan dengan melakukan pendampingan terhadap kelompok pemuda gereja untuk merencanakan pembuatan konten kreatif terkait dengan pengembangan objek wisata dan kawasan usaha di sekitar Lasiana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Pengembangan Wisata

Materi pertama yang diberikan adalah tentang konsep pengembangan wisata (Gambar 1). Sebelum masuk ke dalam konsep pengembangan wisata penting untuk mengetahui definisi dan konsep pariwisata serta manfaat dari pariwisata. Menurut (Hidayah, 2019) pariwisata adalah perjalanan wisata yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling baik secara terencana ataupun tidak terencana yang dapat menghasilkan pengalaman total bagi pelakunya. Ada tiga komponen yang digunakan sebagai alasan

Wisatawan berkunjung ke tempat wisata untuk mendapatkan pengalaman berharga ketika berwisata, yaitu (1) daya tarik wisata; (2) sarana penunjang wisata; dan (3) Infrastruktur/prasarana. Daya tarik wisata merupakan objek dari tempat wisata itu sendiri. Untuk meningkatkan jumlah wisatawan maka ketiga hal tersebut diatas harus menjadi perhatian khusus dalam konsep pengembangan wisata.

Gambar 1. Materi tentang Konsep Pengembangan wisata.

Konsep pengembangan wisata merupakan tanggung jawab dari pemerintah dan juga lapisan Masyarakat (Ashaab et al., 2024). Hal ini diakibatkan karena manfaat pariwisata tidak hanya meningkatkan pendapatan daerah namun juga berdampak bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar lokasi wisata. Untuk itu partisipasi aktif Masyarakat dalam pengembangan wisata sangat diperlukan terutama para pemuda (Ashaab et al., 2024). Ditengah gencarnya disrupsi teknologi terutama penggunaan internet maka digitalisasi di bidang pariwisata sangatlah membantu proses pengembangan pariwisata khususnya untuk promosi wisata (Aziz, 2022). Promosi wisata tidak lagi dilakukan secara konvensional namun secara digital sehingga cakupannya lebih luas dan dapat dilakukan dari manapun dan kapanpun (Hanum, 2020). Hal ini dapat terlaksana khususnya bagi para

pemuda yang melek teknologi dan familiar dengan pengunaan media sosial dapat membuat konten-konten digital yang berisikan promosi wisata dan Kawasan usaha di sekitar objek wisata (Ernawati & Hananto 2023). Contohnya di lokasi Lasiana. Para pemuda yang tinggal di sekitar lokasi Lasiana dapat menggunakan media sosial dan membuat konten pada akun masing-masing atau akun pemuda gereja untuk memberikan pesan positif dan promotif terhadap lokasi-lokasi wisata yang ada di Lasiana dan Kawasan usaha di sekitarnya. Hal ini akan sangat membantu perkembangan lokasi wisata

Materi membuat konten digital

Di era digital yang semakin maju, dan penggunaan media sosial yang sangat tinggi, konten kreatif memegang peranan penting dalam menarik perhatian dan memengaruhi audiens. Konten kreatif yang variatif dengan narasi yang unik serta musik yang menghibur dapat memberikan respon positif dari pengguna media sosial (Ardani & Harahap 2024). Dalam kaitannya dengan promosi wisata digital maka konten yang dibuat harus menarik, unik dan sesuai dengan branding (Puspita & Vivaldy, 2023). Untuk memenuhi kebutuhan target audiens maka perlu dilakukan analisis secara demografis, psikografis, kebutuhan dan preferensi (Nurmalina & Astuti,1970). Ada banyak strategi konten efektif untuk media sosial diantaranya melalui platform Facebook (dengan jenis konten berupa posting, cerita, iklan); Instagram (foto, reel, sorotan); dan Tiktok (berupa video pendek) serta WhatsApp (story, video). Dari berbagai jenis konten yang sudah disesuaikan dengan platform media sosial, konten video sudah terbukti menjadi konten yang sangat efektif untuk meningkatkan perhatian pengguna (Kietzmann, et al, 2011). Hal ini dikarenakan konten video dibuat dengan narasi cerita yang menarik, memberi kesan mendalam, sehingga kedekatan emosional pun dapat tercipta antara pencipta dan audiens yang melihat video tersebut (Muntinga, et al, 2011).

Gambar 2. Pemberian Materi tentang Konten Digital Kreatif

Banyak aplikasi yang bisa digunakan untuk membuat konten dan dua aplikasi yang memimpin untuk pembuatan konten adalah Canva dan juga Capcut. Hal ini dikarenakan penggunaanya yang mudah dan kedua aplikasi ini memberikan banyak fitur dan kemampuan unik dalam pembuatan konten (capcut.com, 2024). Dalam kegiatan pengabdian ini para pemuda dikenalkan dengan aplikasi Canva dan Capcut untuk membuat konten kreatif. Untuk awalnya mereka diminta untuk membuat perencanaan konten.

Setelah pemberian materi tentang konten digital kreatif (Gambar 2), selanjutnya para pemuda berdiskusi dalam kelompok kecil dan melakukan pembuatan perencanaan konten. Hasilnya seperti yang terlampir dalam gambar berikut.

KONTEN 1

No.	Scene	Transisi	Voiceover	Musik	Visual & Elemen
1	Shot Wide: Pemandangan pantai Lasiana saat senja yang memukau, dengan ombak yang bergulung dan langit yang berwarna oranye kemerahan.	Slow motion, zoom in	"Siapa yang gak jatuh cinta sama keindahan Pantai Lasiana? Setiap sudutnya, setiap detiknya, selalu bikin terpukau."	Musik upbeat dengan nuansa tropis	Tambahkan efek cahaya yang lembut untuk mempercantik pemandangan.
2	Shot Close-up: Seorang pengunjung yang sedang berpose di tepi pantai, dengan latar belakang matahari terbenam.	Quick cut ke shot berikutnya	"Selain pemandangannya yang juara, di sini kamu juga bisa berpose sepuasnya. Dijamin feed Instagram kamu bakal makin kece!"		Gunakan filter yang estetik untuk foto pengunjung.
3	Shot Medium: Berbagai macam jajanan UMKM yang menggugah selera, seperti jagung bakar, sate, dan es kelapa.	Wipe transition	"Habis puas berfoto, jangan lupa cobain jajanan khas Kupang yang super enak. Dijamin bikin nagih!"		Tambahkan efek suara mengunyah yang menggelitik.
4	Shot Close-up: Seseorang sedang menikmati nogki cantik sambil memandang laut.	Slow motion, zoom in	"Nongkrong sambil menikmati nogki cantik di pinggir pantai, siapa yang gak mau coba?"		Gunakan warna-warna cerah dan hangat untuk memperlihatkan kesegaran nogki.
5	Montage: Potongan-potongan video yang memperlihatkan aktivitas seru di Pantai Lasiana, seperti bermain pasir, berenang, dan bersantai bersama teman.	Quick cuts dengan musik yang semakin cepat	"Di Pantai Lasiana, kamu bisa melakukan banyak hal seru. Dijamin gak bakal bosen!"		Gunakan efek suara yang ceria dan menyenangkan.
6	Shot Wide: Pemandangan pantai Lasiana saat malam hari, dengan lampu-lampu yang menyala.	Fade out	"Jadi, tunggu apalagi? Yuk, ajak teman-temanmu buat liburan seru ke Pantai Lasiana!"		Tambahkan teks "Pantai Lasiana: Surga Tersembunyi di Kupang" dengan font yang menarik.

Caption:
"Sunset , jajanan enak , dan suasana yang santai . Semua itu bisa kamu temukan di Pantai Lasiana! Yuk, ajak teman-temanmu buat liburan seru di sini. Jangan lupa tag kita ya! #PantaiLasiana #Kupang #ExploreNTT"

Referensi konten :
https://vt.tiktok.com/ZS2pGfkmP/

Gambar 3. Rencana Konten

KONTEN 2

No.	Scene	Transisi	Voiceover	Musik	Tips
1	Shot pembuka: Lanskap pantai yang indah saat matahari terbit dengan cahaya keemasan.	Slow-motion	"Mulai hari dengan semangat baru di pantai yang menawan. Udara segar dan pemandangan yang memukau siap menyambutmu."	Musik upbeat dengan instrumen akustik	Gunakan filter yang hangat untuk memperkuat suasana pagi.
2	Shot tengah: Teman-teman sedang menyiapkan tikar piknik, makanan, dan minuman.	Quick cuts	"Piknik bersama sahabat atau keluarga? Kenapa tidak! Persiapkan bekal kesukaanmu dan nikmati momen kebersamaan."	Musik yang sama	Tambahkan efek suara seperti gemerisik dedaunan atau ombak.
3	Shot close-up: Berbagai macam jajanan UMKM yang menggugah selera.	Zoom in/out	"Jangan lewatkan kesempatan untuk mencicipi jajanan khas lokal. Rasakan kelezatannya yang autentik!"	Musik yang sama	Gunakan teks overlay untuk menampilkan nama jajanan dan UMKM.
4	Shot wide: Pemandangan pantai saat sore hari dengan langit berwarna oranye.	Slow-motion	"Saat matahari terbenam, keindahan pantai semakin terlihat sempurna. Ajak orang terkasihmu untuk menikmati momen romantis ini."	Musik yang lebih mellow	Gunakan filter yang lembut untuk menciptakan suasana yang hangat.
5	Shot close-up: Pasangan sedang duduk di tepi pantai sambil menikmati minuman.	Kenop film	"Nikmati segelas minuman segar sambil memandang lautan luas. Rasakan ketenangan yang tak tergantikan."	Musik yang sama	Tambahkan efek suara seperti ombak yang menghantam karang.
6	Shot montage: Potongan-potongan video yang menampilkan berbagai aktivitas seru seperti bermain pasir, berfoto, dan menikmati pemandangan.	Quick cuts	"Selain berfoto, kamu juga bisa melakukan banyak aktivitas seru di sini. Dijamin tidak akan bosan!"	Musik yang sama	Gunakan transisi yang kreatif untuk membuat video lebih menarik.
7	Shot penutup: Semua orang sedang tersenyum bahagia sambil menikmati pemandangan malam.	Fade out	"Piknik di dekat Kupang adalah pilihan yang tepat untuk melepas penat. Datang dan rasakan sendiri keseruannya!"	Musik yang sama	Tambahkan teks overlay dengan informasi lokasi dan tagar yang relevan.

Caption :
"Cari suasana baru? Piknik di Kupang adalah jawabannya! Rasakan sensasi berbeda dengan menikmati pemandangan pantai, kuliner lokal, dan momen bersama orang terdekat. Jangan lupa abadikan momenmu ya! #piknikkupang #exploreNTT"
Tips Tambahan

Referensi konten :
https://vt.tiktok.com/ZS2pGWUqH/

Gambar 4. Rencana Konten 2

Setelah pemberian materi dan latihan Ketua Pemuda Gereja yang diwakili oleh sekretarisnya menyampaikan terima kasih kepada tim PKM atas kegiatan yang sangat bermanfaat dan semoga tetap ada kegiatan lanjutan lainnya yang bertujuan untuk memberdayakan para pemuda di sekitar Lokasi wisata Lasiana.

Pelatihan pembuatan konten kreatif untuk pengembangan objek wisata kawasan usaha di Lasiana

Gambar 5. Sambutan Sekretaris Pemuda Gereja.

Gambar 6. Tim PKM bersama Mitra.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan PKM Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mendukung Pengembangan Objek Wisata Dan Penguatan Keberadaan Kawasan Usaha Di Sekitar Objek Wisata Pantai Lasiana maka dapat dikatakan bahwa pemuda gereja yang menjadi sasaran dalam kegiatan ini sudah memiliki pengetahuan tentang bagaimana partisipasi dan masyarakat khususnya keterlibatan para pemuda dalam pengembangan objek wisata dan Kawasan usaha di sekitar Lokasi wisata dalam bentuk promosi wisata berupa pembuatan konten digital kreatif.

Adapun saran yang dapat diberikan terkait dengan pelaksanaan PKM ini adalah bagaimana para pemuda ini dapat membagi pengetahuan mereka dan mengajak lebih banyak pemuda yang ada di sekitar lokasi wisata untuk mulai terlibat dalam mempromosikan objek wisata melalui pembuatan konten digital kreatif. Lebih lanjut perlu juga diadakan kegiatan pendampingan secara reguler sehingga mereka benar-benar dapat menjadi konten kreator yang kreatif dan beretika.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada mitra kami Pemuda Gereja Genesaret Danau Ina Lasiana, Ketua LP2M Universitas Nusa Cendana dan Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Koordinator Program Studi Manajemen dan semua tim PKM.

DAFTAR RUJUKAN

Andika, R. (2023). Jurnal Kepariwisataan Indonesia. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisataan Indonesia*, *17*((2)), 156–345.

Ardani, S. P., & Widiya Lestari Harahap. (2024). Strategi Konten Kreatif Untuk Meningkatkan Engagement Umkm Di Social Media. *Jurnal Rupa Matra*, *2*(2), 136–143. https://doi.org/10.62375/jdkv.v2i2.228

Ashaab, D., Yamin, E., Salma, F., Noor, J., Salsabila, I., Khairani, J. N., … Ilmu, F. (2024). *Dampak Pariwisata dalam Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Wisata Karangrejo melalui Community Based Tourism (CBT)*. *14*(September), 108–123.

Aziz, M. H. (2022). Model Pariwisata Digital dalam Pengembangan Pariwisata Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, *22*(3), 2279. https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2246

capcut.com. (2024). Cupcut.pdf.

Dhae, Y., Bunga, M., Ndoen, W., & Foenay, C. (n.d.). *Tourism development strategy in South Central Timor (TTS) regency , East Nusa Tenggara Province (NTT), Indonesia*. *03*(04), 412–428.

Ernawati, H., & Hananto, K. (2023). Pariwisata Digital: Perspektif dan Agenda Riset Masa Depan. *Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah*, *17*(2), 144–156.

Hanum, F. (2020). Konsep Smart Tourism sebagai Implementasi Digitalisasi di Bidang Pariwisata. *Tornare*, *2*(2), 14–17. https://doi.org/10.24198/tornare.v2i2.25787

Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi*. Bandung: Alfabeta.

INDONESIA.GO.ID. (2019). Wisata Indonesia di Mata Dunia.

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, *54*(3), 241–251.

Muntinga, D. G., Moorman, M., & Smit, E. G. (2011). Introducing COBRAs. *Journal of Advertising*, *30*(1), 13–46.

Nurmalina, R., & Astuti, E. P. (1970). Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen terhadap Beras di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur (The Analysis of Preferences and Customer Satisfaction on Rice in Mulyorejo District, Surabaya, East Java). *Jurnal Sains Terapan*, *1*(1), 42–53. https://doi.org/10.29244/jstsv.1.1.42-53

Sumiasih, K. (2018). *Peran BUMDes Dalam Pengelolaan Sektor Pariwisata (Studi di Desa Pakse Bali , Kabupaten Klungkung)*. 565–585. https://doi.org/10.24843/JMHU.2018.v07.i04.p10

Tiara Dita Puspita, & Vivaldy Ismail. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, *19*(1), 10–23. https://doi.org/10.56910/gemawisata.v19i1.262