

## **Penggunaan sosial media terhadap keberlanjutan ekowisata**

**Hanna Tresia Silalahi, Dayun Ifanda, Sundari Marsudi, Hardiansyah Tambunan**

Program Studi Manajemen Hutan, Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Universitas Satya Terra bhinneka, Indonesia

Penulis korespondensi : Hanna Tresia Silalahi  
E-mail : hannasilalahi@satyaterrabhinneka.ac.id

Diterima: 11 Juni 2025 | Direvisi: 01 Juli 2025 | Disetujui: 02 Juli 2025 | Online: 05 Juli 2025  
© Penulis 2025

### **Abstrak**

Media sosial saat ini sudah sangat melekat bagi semua orang. Pentingnya dalam mengelola sosial media dengan baik dapat menjaga lingkungan terkhusus ekowisata. Ekowisata mempunyai banyak manfaat, tidak hanya dirasakan oleh manusia tetapi juga bermanfaat bagi lingkungan, flora serta fauna yang ada. Dengan banyaknya pengunjung yang datang ke lokasi ekowisata diharapkan ekowisata yang ada di Indonesia dapat berkelanjutan. Pengabdian ini dilakukan di SMA Swasta Buddhis Bodhicitta Medan pada hari Jumat, 14 Maret 2025 dengan jumlah peserta sebanyak 40 (empat puluh) siswa/i kelas X SMA Swasta Buddhis Bodhicitta Medan. Pengabdian ini diawali dengan para dosen memperkenalkan diri serta memberikan pretest tentang ekowisata dan peran dari sosial media kepada peserta. Kemudian pemaparan materi oleh dosen, setelah itu dilanjutkan pembagian posttest kepada peserta. Sesi tanya jawab juga dilakukan mengenai pembuatan promosi yang baik dan seputar ekowisata yang ada di Indonesia. Kegiatan ini diakhiri dengan pelatihan membuat promosi melalui sosial media pribadi peserta. Selanjutnya dilakukan dengan memberikan materi berupa informasi penggunaan sosial media, ekowisata, dan contoh yang tepat dalam melakukan promosi. Pemahaman mengenai promosi ekowisata terhadap anak-anak generasi Z membuat para siswa sadar akan menjaga ekowisata. Selain itu juga akan mempunyai dampak yang baik bagi mereka terhadap pemakaian sosial media. Hasil pretest yang menunjukkan pemahaman yang baik ada 11 orang, pemahaman yang sedang ada 10 orang, sedangkan pemahaman yang kurang ada sebanyak 19 orang. Sedangkan untuk hasil posttest menunjukkan pemahaman yang baik ada 30 orang, pemahaman yang sedang ada 9 orang, sedangkan pemahaman yang kurang ada sebanyak 1 orang. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang ekowisata dan cara mempromosikannya.

**Kata kunci:** ekowisata; sosial media; pengabdian; generasi z; lingkungan

### **Abstract**

Social media is now very attached to everyone. The importance of managing social media well can protect the environment, especially ecotourism. Ecotourism has many benefits, not only felt by humans but also benefits the environment, existing flora and fauna. With the many visitors who come to ecotourism sites, it is hoped that ecotourism in Indonesia can be sustainable. This service was carried out at SMA Swasta Buddhis Bodhicitta Medan on Friday, March 14, 2025 with 40 (forty) participants from class X SMA Swasta Buddhis Bodhicitta Medan. This service began with the lecturers introducing themselves and giving pretests about ecotourism and the role of social media to the participants. Then the presentation of the material by the lecturer, after which the posttest was distributed to the participants. A question and answer session was also held regarding making good promotions and about ecotourism in Indonesia. This activity ended with training in making promotions through the participants' personal social media. Furthermore, it is carried out by providing material in the form of information on the use of social media, ecotourism, and appropriate examples of promotion. Understanding the promotion of ecotourism to generation Z children makes students aware of

maintaining ecotourism. It will also have a good impact on their use of social media. The pretest results showed a good understanding of 11 people, a moderate understanding of 10 people, while a lack of understanding was 19 people. As for the posttest results, there were 30 people with good understanding, 9 people with moderate understanding, and 1 person with poor understanding. With this activity, it is hoped that it can add insight and knowledge about ecotourism and how to promote it.

**Keywords:** ecotourism; social media; service; generation z; environment

---

## PENDAHULUAN

Sosial media sangat melekat pada kehidupan sehari-hari terkhusus pada anak-anak generasi sekarang. Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat sangat mengubah masyarakat. Media sosial mulai mengubah norma, kebiasaan masyarakat, dan budaya yang ada di masyarakat. Indonesia, negara dengan populasi yang besar dan berbagai budaya. Diversitas ras, agama, dan suku memiliki banyak potensi untuk mengubah masyarakat. Media sosial memiliki banyak manfaat, seperti memperluas pergaulan, mempermudah dalam berinteraksi dengan banyak orang, membuat ekspresi lebih mudah, waktu dan jarak tidak lagi masalah, dan informasi dapat dibagikan lebih cepat dan lebih murah (Cahyono, 2016).

Ekowisata adalah jenis pariwisata di mana kegiatan wisata diutamakan pada konservasi alam, tidak hanya itu, ekowisata juga memperhatikan kepada pemberdayaan dan pengembangan sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat sekitar. Perkembangan industri saat ini menuntut pemasar untuk mengetahui keadaan pelanggan untuk memenuhi keinginan wisatawan dan kebutuhannya (Mondal, 2015). Ekowisata memiliki banyak keuntungan dari ekonomi, ekologi dan sosial. Dengan perencanaan dan strategi yang baik diharapkan ekowisata yang ada di Indonesia dapat berkembang (Silalahi et al., 2024).

Ada tiga cara berbeda untuk melihat ekowisata. Yang pertama adalah sebagai produk, yang berarti semua atraksi bergantung pada sumber daya alam. Yang kedua adalah sebagai pasar, yang berarti perjalanan yang berfokus pada pelestarian lingkungan. Yang ketiga adalah pendekatan pengembangan, di mana ekowisata digunakan untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam secara ramah lingkungan (Arida, 2009). Beragam situs web dapat digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti komunikasi sosial biasa, hubungan profesional, hiburan, berita, barang, kencana, jasa, hobi, dll. Setiap media sosial memiliki cara yang berbeda untuk mempromosikan. Media sosial memungkinkan setiap orang mendapatkan informasi dan berinteraksi karena struktur jaringannya yang kuat.

Sejak tahun 2002, SMA Swasta Buddhis Bodhicitta Medan telah berdiri di bawah naungan yayasan yang terus berkembang untuk membantu generasi muda bangsa. Menurut data pokok Kemdikbud, SMA Swasta Buddhis Bodhicitta memiliki 566 siswa/i, dengan 228 siswa laki-laki dan 238 siswi perempuan, dengan akreditasi "A". Akreditasi ini menunjukkan bahwa SMA Swasta Buddhis Bodhicitta memiliki peran yang baik dalam mendidik siswa. Pastinya, sekolah akan mempertahankan akreditasi ini. Untuk membangun budaya pendidikan, sangat penting untuk bekerja sama. Salah satu cara untuk bekerja sama adalah dengan bekerja sama dengan universitas untuk melakukan pengabdian dan transfer ilmu. Salah satu bagian dari pelatihan adalah pentingnya penggunaan media sosial untuk mempromosikan ekowisata. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk 40 siswa/i kelas X IPS 2 SMAS Buddhis Bodhicitta.

Bersamaan dengan kemajuan zaman yang sangat pesat di era globalisasi saat ini, masyarakat umum sangat membutuhkan penggunaan media sosial. Banyak orang menggunakan media sosial, terutama Instagram, untuk berbagai tujuan, baik positif maupun negatif. Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki keindahan alam yang luar biasa, menjadikannya tujuan wisata yang menarik baik untuk wisatawan domestik maupun internasional. Untuk memperkenalkan tempat wisata ini, promosi murah yang menjangkau semua orang diperlukan, dan media sosial dapat dimanfaatkan. Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah agar siswa/i SMA Swasta Buddhis Bodhicitta paham tentang peran

penting keberadaan ekowisata serta untuk memberikan arahan kepada siswa/i SMA Swasta Buddhis Bodhicitta agar menggunakan sosial media mereka secara baik dan bermanfaat yaitu dengan mempromosikan ekowisata yang ada. Hal ini juga diharapkan ekowisata yang ada di Indonesia dapat dikenal banyak orang sehingga dapat banyak pengunjung.

## **METODE**

### **Lokasi dan Waktu Kegiatan**

Kegiatan ini dilaksanakan di sekolah SMA Swasta Buddhis Bodhicitta, Medan Deli, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Kegiatan ini dilaksanakan di dalam ruang kelas sekolah. Pengabdian ini dilaksanakan pada hari Jumat, 14 Maret 2025. Pengabdian masyarakat mengenai penggunaan sosial media sekolah SMA Swasta Buddhis Bodhicitta Medan dilaksanakan dengan memberikan penyuluhan untuk memberi dan menambah pengetahuan tentang pentingnya media sosial terhadap keberlanjutan ekowisata yang ada di Indonesia. Metode ini diharapkan memberikan pemahaman kepada para siswa SMA Swasta Buddhis Bodhicitta Medan tentang pentingnya media sosial sebagai media promosi untuk keberlanjutan ekowisata.

### **Metode Pelaksanaan**

Kegiatan ini dilaksanakan oleh dosen dari Program studi Manajemen Hutan, Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Universitas Satya Terra Bhinneka dengan dihadiri oleh 40 (empat puluh) siswa/i kelas X SMA Swasta Buddhis Bodhicitta Medan. Sebelum acara dimulai, masing-masing dosen memperkenalkan diri dihadapan para siswa. Keterlibatan dosen di sini ingin menjelaskan kepada para peserta pentingnya menggunakan sosial media dengan bijak dan positif, menciptakan kesadaran terhadap pentingnya sosial media yang digunakan sehari-hari untuk mempromosikan ekowisata yang sudah ada agar menciptakan ekowisata yang berkelanjutan. Pada saat melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa penyuluhan tentang ekowisata dan sosial media ini dilakukan langkah-langkah, seperti; (1) Dosen membuka dengan memperkenalkan diri masing-masing serta memberikan pretest kepada siswa (2) Dosen mempresentasikan atau pemaparkan dengan materi yang terkait dengan ekowisata dan penggunaan sosial media. (3) Setelah selesai dilakukannya pemaparan oleh dosen maka dilanjutkan oleh pembagian posttest untuk siswa (4) Sesi tanya jawab oleh para siswa mengenai pembuatan promosi yang baik serta ekowisata yang ada di Indonesia (5) Pelatihan membuat promosi melalui sosial media pribadi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pemberian Materi**

Saat teknologi internet dan telepon berkembang, media sosial juga berkembang dengan pesat. Remaja modern sangat tergantung pada media sosial dan sering memposting kegiatan sehari-hari mereka, seolah-olah mencoba mengikuti tren zaman. Pemasar pariwisata modern memanfaatkan teknologi untuk mendekati konsumen mereka. Sektor pariwisata mulai menggunakan internet dan aplikasi tambahan seperti media sosial. Salah satu perubahan yang paling penting harus dilakukan karena teknologi informasi memungkinkan komunikasi langsung antara penyedia layanan atau barang dengan pembeli melalui saluran yang difokuskan pada data dan informasi. Facebook, YouTube, dan situs berbagi video seperti Instagram dan Flickr adalah aplikasi yang digunakan untuk mencari informasi di Internet. Mereka akan berbagi informasi dan foto sebelum dan sesudah bepergian (Dewi et al., 2019).

Pengabdian ini bertujuan memberikan pemahaman kepada siswa-siswi Bodhicitta tentang penting penggunaan media sosial untuk mempromosikan ekowisata mangrove yang ada di Indonesia. Dengan memberikan edukasi mengenai pentingnya media sosial dan cara mempromosikannya maka diharapkan ekowisata yang ada akan semakin berkembang dan akan menjadi ekowisata bertaraf Internasional. Perubahan wawasan, keterampilan, nilai, sikap dan pengetahuan remaja dihasilkan dari kegiatan yang menggunakan komunikasi positif, dan kegiatan ini memiliki manfaat penting bagi keberlangsungan ekowisata (Riana et al., 2022).



**Gambar 1.** Pemberian materi

Upaya yang dilakukan penyuluhan diisi ceramah, tanya jawab dan praktik. Hal-hal yang dimuat dalam bagian solusi permasalahan adalah sebagai berikut.

1. Pengetahuan tentang ekowisata  
Meningkatkan pemahaman akan pentingnya ekowisata mangrove yang ada di Indonesia.
2. Konsep dan Praktik Promosi  
Memdorong anak-anak generasi muda untuk mempromosikan ekowisata mangrove di sosial media pribadi.
3. Inovasi dan Kreatifitas  
Pemanfaatan sosial media dapat dalam mempromosikan ekowisata mangrove dapat menjadikan ekowisata mangrove Indonesia menjadi ekowisata Internasional

### Pengetahuan Peserta

Pada kegiatan ini disediakan pretest dan posttest yang diberikan kepada semua peserta. Pretest dan posttest yang dibagikan dengan scan barcode yang ada di slide persentase berupa google form. Terdapat 10 (sepuluh) pertanyaan pilihan, dan semuanya sudah di isi oleh peserta. Pembagian pretest dan posttest ini digunakan untuk mengetahui pemahaman peserta terhadap ekowisata dan penggunaan sosial media sebagai alat promosi serta penggunaan kata-kata yang baik dalam promosi.

Hasil yang di dapat untuk pretest dan posttest siswa/i SMA Boddhicitia yang dikategorikan menjadi 3 yaitu baik (Soal benar  $\geq 7$ ), sedang (Soal benar 4-6), dan kurang (Soal benar  $\leq 3$ ) adalah sebagai berikut.

**Tabel 1.** Data Pretest dan Posttest

Test	Baik	Sedang	Kurang
Pretest	11 orang	10 orang	19 orang
Posttest	30 orang	9 orang	1 orang

Dari Tabel 1 didapat hasil pretest yang menunjukkan pemahaman yang baik ada 11 orang, pemahaman yang sedang ada 10 orang, sedangkan pemahaman yang kurang ada sebanyak 19 orang. Ini artinya pemahaman siswa/i terhadap ekowisata dan promosi masih kurang. Hal ini disebabkan tidak adanya kurikulum pendidikan tentang integrasi ekowisata (Jaya et al., 2025). Pretest terbukti memberikan pengaruh positif terhadap pemahaman siswa/i (Adri, 2020). Sedangkan untuk hasil posttest menunjukkan pemahaman yang baik ada 30 orang, pemahaman yang sedang ada 9 orang, sedangkan pemahaman yang kurang ada sebanyak 1 orang. Hasil pretest dan posttest yang di dapat menunjukkan tingkat perbedaan (Ramadhanti et al., 2019). Hasil pembelajaran yang diberikan pretest dan posttest kepada siswa akan lebih baik daripada yang tidak diberikan pretest dan posttest (Effendy & Abi Hamid, 2016).

Penggunaan sosial media terhadap keberlanjutan ekowisata

Pertanyaan dibuat untuk mengetahui betapa pentingnya ekowisata. Selama perjalanan, banyak masyarakat menjadi sadar akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan mengubah parawisata menjadi ekowisata. Dampak positif yang menarik adalah pembentukan hubungan yang lebih kualitatif antara masyarakat dengan masyarakat sekitar dan lembaga pemerintah dalam pembangunan desa wisata (Rohani & Purwoko, 2020).

Adapun rencana atau metode untuk menarik minat wisatawan ke destinasi wisata lokal yaitu dengan promosi. Promosi adalah salah satu upaya yang dapat dilakukan. Proses membuat sesuatu yang ingin diketahui orang banyak dikenal sebagai promosi. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan menggunakan media sosial, di mana Anda dapat memposting foto atau video yang menunjukkan keindahan destinasi wisata. Karena mengandalkan koneksi internet yang cepat dan efisien, promosi ini tidak membutuhkan banyak biaya (Batubara et al., 2021).



**Gambar 2.** Pemberian Hadiah

Hasil dari pretest menunjukkan bahwa siswa SMA Swasta Buddhis Bodhicitta tidak mengerti arti ekowisata dan pentingnya keberadaan ekowisata di Indonesia. Semua siswa mempunyai sosial media tetapi tidak pernah menggunakan sebagai media promosi. Sedikit siswa yang paham bagaimana cara yang baik dan benar dalam penggunaan sosial media untuk mempromosikan ekowisata yang ada. Penggunaan caption yang gambar yang baik dan benar merupakan hal yang terbaik dalam promosi.

Penyampaian materi terlaksana dengan baik bahkan para peserta terlihat antusias dan berharap kegiatan dapat berlanjut dengan pemberian materi yang lainnya terutama terkait bagaimana tips and trik dalam pembuatan promosi. Para siswa juga berharap kegiatan yang dilakukan terus berkelanjutan untuk menambah pengetahuan mereka. Setelah pemaparan materi, tim pengabdian membagikan kuesioner posttest untuk mengukur kembali tingkat pengetahuan para siswa dalam mempromosikan ekowisata yang ada di Indonesia terkhusus di Sumatera Utara.

Waktu untuk melakukan pretest dan posttest diberikan hanya 10 menit sebelum materi disampaikan dan setelah materi disampaikan kepada para siswa. Hasil yang diperoleh dalam posttest adalah hampir semua siswa dapat menjawab dengan benar semua pertanyaan yang diberikan. Pemberian hadiah dilakukan setelah pretest dan posttest untuk memberikan motivasi dan semangat kepada para siswa. Siswa yang benar lebih banyak dan cepat adalah yang mendapat hadiah tersebut.

### **Hasil Praktik Promosi**

Pemanfaatan dan penggunaan media sosial sudah menjadi kegiatan sehari-hari dan dapat memberikan dampak positif. Indonesia adalah salah satu negara yang sangat menghargai keindahan alamnya, sehingga menjadikannya sebagai tujuan wisata yang dapat menarik pengunjung lokal dan asing. Untuk memperkenalkan lokasi. Promosi wisata harus murah dan menjangkau semua orang, dan media sosial dapat membantu. Selain itu, hal ini dapat membantu pengelola bisnis ekowisata dalam memperkenalkan lokasi mereka (Bahari & Ashoer, 2018). Untuk mempromosikan pariwisata Sumatera

melalui penggunaan media sosial, peran humas harus sesuai. Namun, kendalanya terletak pada seberapa efektif penggunaan media sosial untuk mempromosikan pariwisata (Marta & Havifi, 2019).

Media sosial memainkan peran yang sangat penting dalam memengaruhi keputusan yang dibuat wisatawan tentang destinasi kuliner. Jika digunakan dengan benar, media sosial dapat menjadi alat promosi pariwisata kuliner yang jauh lebih efektif daripada pendekatan tradisional (Ulfitriana et al., 2024). Agar menarik pelanggan, promosi harus kreatif mungkin. Prinsip pemasaran ini telah berkembang ke bidang online seiring dengan peningkatan penggunaan internet, dan dikenal dengan istilah guerilla digital marketing. Pemasaran gerilya berusaha membuat konsep yang menarik, interaktif, dan unik. Misalnya, fitur Instastory akun Instagram secara tidak langsung membantu kampanye iklan guerilla karena orang-orang yang melihat foto atau video tentang makanan atau tempat wisata akan tertarik untuk membeli produk tersebut (Subroto et al., 2021).

Setelah memaparkan materi, para siswa mempraktikkan cara mempromosikan ekowisata yang ada di Indonesia. Promosi dapat dilakukan di sosial media pribadi. Branding adalah bagian penting dari strategi pemasaran destinasi wisata, dan analisis branding melalui media sosial sangat penting. Sosial media dapat membantu meningkatkan pariwisata berkelanjutan (Dewi et al., 2023). Berikut merupakan hasil dari praktik untuk mempromosikan ekowisata.



Gambar 3. Hasil Praktik Promosi

Penggunaan Instagram dan Facebook sebagai platform media sosial dapat membantu promosi, meningkatkan penjualan, meningkatkan citra merek, berkomunikasi dengan konsumen, dan meningkatkan kesadaran dan promosi merek (Paramita et al., 2023). Hasilnya menunjukkan bahwa destinasi dapat membangun citra pribadi dan menarik melalui narasi yang kuat dan konten visual melalui media sosial. Visualisasi di platform ini menjadi kunci untuk menciptakan daya tarik destinasi. Sebuah bukti telah menunjukkan bahwa cerita dapat membentuk ikatan emosional dengan pengunjung, yang merupakan komponen penting dalam pembentukan citra asli. Masalah seperti manajemen reputasi dan penanggulangan krisis dalam penggunaan media sosial ditemukan dalam penelitian ini (Andzani et al., 2024). Pengelola melakukan sedikit promosi, dan kerjasama berbasis lembaga diperlukan untuk meningkatkan promosi dan jumlah kunjungan. Pemasaran ekowisata dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti iklan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung. Dengan melakukan promosi, suatu tempat dapat dikenal oleh wisatawan. Promosi yang tepat sangat penting untuk mengelola kegiatan ekowisata dan memenuhi ekspektasi wisatawan. Oleh karena itu, sangat penting untuk mempromosikan bidang dengan konten pemasaran yang menjelaskannya (Siregar & Elfikri, 2022).

## SIMPULAN DAN SARAN

Pembelajaran tentang penggunaan sosial media oleh siswa berdampak positif pada siswa, ekowisata, dan lingkungan. Selain memberikan wawasan dan informasi, siswa harus belajar menggunakan sosial media dengan baik dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dikarenakan banyak pemakaian sosial media yang kurang penting atau berguna dalam pemakaiannya. Pentingnya dalam mengelola sosial media dengan baik dapat menjaga lingkungan terkhusus ekowisata. Ekowisata adalah jenis pariwisata yang mengutamakan konservasi alam, pemberdayaan sosial, pendidikan dan pembelajaran, dan budaya masyarakat lokal, serta ekonomi masyarakat lokal. Ekowisata mempunyai banyak manfaat, tidak hanya untuk masyarakat tetapi juga untuk lingkungan serta flora dan fauna yang ada. Dengan banyaknya pengunjung yang datang ke lokasi ekowisata diharapkan ekowisata yang ada di Indonesia dapat berkelanjutan. Pengabdian ini dilakukan dengan memberikan materi berupa informasi penggunaan sosial media, ekowisata, dan contoh yang tepat dalam melakukan promosi. Para siswa SMAS Buddhis Bodhicitta yang awalnya tidak tahu mengenai ekowisata sekarang menjadi tahu ekowisata dan manfaatnya. Mengetahui cara mempromosikan wisata ke generasi Z membuat peserta sadar akan mempertahankannya, yang akan berdampak positif bagi mereka dalam penggunaan sosial media dan pengelola wisata akan merasakan manfaatnya. Peserta menikmati pemahaman yang diberikan oleh tim dosen, yang mendorong mereka untuk bertanya jawab dengan antusias.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada bapak/ibu kepala sekolah SMAS Buddhis Bodhicitta yang menerima kami melakukan kegiatan pengabdian di sekolah SMAS Buddhis Bodhicitta serta memberika fasilitas sebagai penunjang terlaksananya kegiatan pengabdian ini. Kami juga berterimakasih atas bantuan para guru yang mau memberikan waktu mengajarnya untuk kami lakukan kegiatan ini. Tak lupa kami juga amat sangat banyak berterimakasih kepada siswa/siswi SMAS Buddhis Bodhicitta yang sangat aktif dan antusias terhadap pemaparan yang diberikan oleh tim pengabdian.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adri, R. F. (2020). Pengaruh pre-test terhadap tingkat pemahaman mahasiswa program studi ilmu politik pada mata kuliah ilmu alamiah dasar. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 14(1).
- Andzani, D., Virgin, D., & Setijadi, N. (2024). Peran media sosial dalam membangun citra destinasi pariwisata yang menarik. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 11(1), 188-195.
- Arida, S. (2009). *Meretas jalan ekowisata Bali: proses pengembangan, partisipasi lokal, dan tantangan ekowisata di tiga desa kuno Bali*. Udayana University Press.
- Bahari, A. F., & Ashoer, M. (2018). Pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen ekowisata. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 68-78.
- Batubara, M. H., Nurmalina, N., Nasution, A. K. P., Agusmawati, A., & Maharani, A. (2021). Pelatihan Media Sosial Instagram Untuk Sarana Promosi Ekowisata. *JPMA-Jurnal Pengabdian Masyarakat As-Salam*, 1(1), 1-8.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Dewi, K., Angligan, I. G. K. H., & Mahardika, I. M. N. O. (2023). Strategi meningkatkan peran media sosial dalam membranding destinasi wisata sebagai media pemasaran. *Waisya: Jurnal Ekonomi Hindu*, 2(1), 1-11.
- Dewi, N. I. K., Astawa, I. P., Siwantara, I. W., & Mataram, I. G. A. B. (2019). Peranan Sosial Media dalam Menentukan Daerah Tujuan Wisata. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 15(3), 127-136.
- Effendy, I., & Abi Hamid, M. (2016). Pengaruh pemberian pre-test dan post-test terhadap hasil belajar mata diklat hdw. dev. 100.2. a pada siswa smk negeri 2 lubuk basung. *VOLT: Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknik Elektro*, 1(2), 81-88.

- Jaya, V. W., AR, M. M., Jannah, L., & Rofiana, W. (2025). Ekowisata sebagai Sumber Belajar; Menanamkan Nilai Cinta Lingkungan Melalui Pendidikan Berbasis Alam. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(1), 516-528.
- Marta, R., & Havifi, I. (2019). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA SUMATERA BARAT: Studi Pada Humas Pemprov Sumatera Barat. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2), 102-112.
- Mondal, S. (2015). Tourists SPOT buying behavior: An analytical study. *Journal of Tourism & Hospitality*, 4(1), 1-4.
- Paramita, M. K. P., Susanti, L. E., & Pambudi, B. (2023). Peranan Media sosial sebagai media pemasaran. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(4), 962-977.
- Ramadhanti, C. A., Adespin, D. A., & Julianti, H. P. (2019). Perbandingan penggunaan metode penyuluhan dengan dan tanpa media leaflet terhadap pengetahuan dan sikap ibu tentang tumbuh kembang balita. *Jurnal Kedokteran Diponegoro (Diponegoro Medical Journal)*, 8(1), 99-120.
- Riana, D., Subekti, A., Pardede, H. F., Putra, Z. P., & Aziz, F. (2022). Penyuluhan Literasi Media untuk Bijak di Media Sosial dan Pemanfaatan Media Digital. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 83-91.
- Rohani, E. D., & Purwoko, Y. (2020). Dampak Sosial Pariwisata Terhadap Masyarakat Desa Ekowisata Pampang Gunung Kidul Menuju Desa Ekowisata Berkelanjutan. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 14(2), 237-254.
- Silalahi, H., Basyuni, M., Aritonang, E., Slamet, B., Hartini, K., & Wee, A. (2024). Management of mangrove landscape and ecosystem for ecotourism. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 10(4), 1977-1992.
- Siregar, N., & Elfikri, M. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Kawasan Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat). *SOSEK: Jurnal Sosial dan Ekonomi*, 3(1), 1-9.
- Subroto, V. K., Kusumajaya, R. A., Yuniarto, I., & Endaryati, E. (2021). Peran social media dalam guerilla marketing pada era digital marketing. Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU),
- Ulfitriana, U., Dewi, N. Y. S., Agustina, A., Hidayanti, N. F., Ariani, Z., & Nur'aini, N. a. (2024). Peran Media Sosial dalam Membentuk Tren Pariwisata Kuliner: Studi Kasus Food Blogger dan Influencer. Seminar Nasional Paedagoria,