

OPTIMALISASI PENGELOLAAN OBJEK WISATA MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING DENGAN PENDEKATAN APPRECIATIVE COACHING

Daddy Darmawan¹, Intan Purnama Dewi², Rahmat Syah³
^{1,2}Universitas Negeri Jakarta
daddydarmawan@unj.ac.id

Abstract

Several villages in Sukamakmur District may be used as tourist villages. Tourism villages can be the focus of development and a driving force for the community economy, especially in Sirnajaya Village. Sirnajaya village has several tourism developments, one of which is beautiful rural natural scenery, social activities and community crafts, all of which can be combined into a created tourist destination. Requires an effort to optimize tourism activities in Sirnajaya, the first thing that must be correct is the mastery of digital marketing, this has an important role as a medium of information and publication of village activities. This activity is carried out to optimize the use of digital or presenters from the world and activists to share their life stories and provide strategies for digitalizing tourist attractions. The PkM activity which 50 participants wanted to participate in, starting from the government elements of Sirnajaya Village, Pemuda to the community, gave new ideas to make Sirnajaya Village more developed by utilizing its local wisdom. This activity managed to get a positive response from the participants because in addition to digital marketing training, this activity also succeeded in providing understanding and education about the importance of digital marketing in the era of globalization.

Keywords: digital marketing, marketing, travel, appreciative coaching

Abstrak

Beberapa desa yang berada di Kecamatan Sukamakmur berpotensi sebagai desa wisata. Desa wisata dapat menjadi fokus pembangunan dan pendorong ekonomi kemasyarakatan terutamanya di Desa Sirnajaya. Desa Sirnajaya mempunyai beberapa pengembangan wisata salah satunya ialah pemandangan alam perdesaan yang cantik, aktivitas sosial dan kerajinan tangan masyarakat yang keseluruhnya bisa dipadukan menjadi tujuan wisata yang memikat. Memerlukan usaha optimasi aktivitas wisata di Sirnajaya, hal pertama kali yang harus benahi ialah kepenguasaan digital pemasaran, hal tersebut berperan penting sebagai media informasi dan publikasi aktivitas wisata desa. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan optimalisasi penggunaan digital pemasaran atau mendatangkan pemateri dari dunia kampus dan pegiat untuk membagi kisah hidupnya dan memberikan strategi dalam membuat tempat wisata secara digitalisasi. Aktivitas PkM yang hendak dituruti oleh 50 peserta dimulai dari elemen pemerintahan Desa Sirnajaya, Pemuda sampai tokoh masyarakat ini memberi ide baru untuk membuat Desa Sirnajaya semakin berkembang dengan memanfaatkan kearifan lokalnya. Hasil dari kegiatan pelatihan ini berhasil menuai tanggapan yang positif dari para peserta karena selain diajarkan pelatihan digital marketing, kegiatan ini juga berhasil memberikan pemahaman dan edukasi akan pentingnya digital marketing di era globalisasi.

Kata Kunci: digital marketing, pemasaran, wisata, appreciative coaching

1. PENDAHULUAN (*Introduction*)

Konsep daya tarik dalam terminologi pariwisata digunakan untuk menggambarkan ciri-ciri destinasi yang menarik bagi wisatawan, yang berpotensi untuk pengembangan *inbound* tertentu dan memenuhi kebutuhannya (Baouali et al., 2019). Selama pandemi Covid-19 jumlah wisata di dunia mengalami penurunan (Persson-Fischer & Liu, 2021). Hal ini dikarenakan terdapat pembatasan sosial manusia oleh kebijakan pemerintah. Oleh sebab itu untuk pemulihan kondisi pariwisata tersebut perlu strategi dan pengelolaan wisata (Yeh, 2021). Salah satu pemulihan pariwisata adalah dengan pengelolaan pemasaran secara digital bersama dengan elemen sistem pendukung produk wisata lainnya seperti infrastruktur, transportasi, akomodasi, dan sikap ramah penduduk tuan rumah (Boripunt et al., 2010).

Pengelolaan pemasaran untuk desa wisata secara digital menjadi tema sentral saat ini (Yanti, 2020). Pertimbangan tersebut terlihat bahwa internet berkembang dengan cepat dan memiliki peran utama dalam komunikasi pemasaran di era digital (Herningtyas & Wirasenjaya, 2019). Masyarakat dapat mengakses berbagai informasi dari belahan dunia tanpa batas (Darmawan et al., 2021). Pemanfaatan Internet sebagai alat pemasaran digital dalam mendapatkan target yang sesuai dengan segmen pasarnya, dalam hal ini respon positif wisatawan dalam menyikapi informasi tentang destinasi liburan yang ingin dituju merupakan sebuah keharusan yang harus diupayakan oleh masyarakat dan pemerintah daerah wisata (Syah & Darmawan, n.d.). Oleh sebab itu pengelola parawisata perlu mengembangkan dirinya melalui penguasaan teknologi digital dalam hal pemasaran wisata (Lin et al., 2020).

Penguasaan pemasaran digital dapat digali melalui pelatihan dan pengembangan diri, yang mana sebelum pengelola wisata menguasai pemasaran secara digital mereka harus menguasai literasi digital terlebih dahulu (Mkwizu, 2019). Pengembangan digital marketing saat ini menjadi konsen praktisi pendidikan masyarakat (Watermeyer et al., 2021). Pendidikan masyarakat dengan pendekatan *appreciative coaching* menjadi sebuah kombinasi dalam memecahkan masalah pengembangan SDM khususnya pada penguasaan digital marketing pengelola desa wisata. *Appreciative coaching* merupakan aplikasi personal dari *appreciative inquiry*, sebuah pendekatan revolusioner terhadap perubahan organisasi. *Appreciative coaching* akan memfasilitasi dalam mendisain ulang proses performance review dalam kerangka performance management (Bednarz et al., 2011). Optimalisasi pengelolaan objek wisata melalui pelatihan digital marketing dengan pendekatan *appreciative coaching* menjadi sebuah tawaran yang menarik dalam mengoptimalkan kemampuan pengelola objek wisata.

Pengelolaan objek wisata melalui optimalisasi digital marketing pada pengabdian masyarakat di Desa Sirnajaya Kecamatan Sukamakmur Bogor Jawa Barat. Desa Sirnajaya merupakan salah satu dari 10 desa yang berada di Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Kecamatan Sukamakmur merupakan pemekaran dari Kecamatan Jonggol yang saat ini sedang membangun destinasi wisatanya sendiri yang disebut Kawasan Wisata Puncak Dua, Sukamakmur memiliki beberapa destinasi wisata diantaranya yaitu desa Sirnajaya. Desa Sirnajaya yang memiliki destinasi berupa wisata Curug Cidulang, Curug Rawagede, *Camp Ground* dan Wisata *The Green Villa's* yang berdekatan dengan destinasi wisata yang sudah ada bisa dikembangkan menjadi destinasi wisata baru sebagai lokasi pariwisata alternatif bagi wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Bogor. Selain itu Desa Sirnajaya juga dilengkapi dengan wisata kuliner seperti Saung Bahagia, Warkop Dedemit Rawagede, dan beberapa *coffee shop* dengan konsep perkebunan.



Gambar 1. Argowisata Rawa Gede di Desa Sirnajaya (Sumber PkM Penmas UNJ)

Desa Sirnajaya mempunyai warga yang sebagian besar berprofesi sebagai petani. Desa Sirnajaya mempunyai rentang alam yang cantik dengan pemandangan tempat persawahan yang prospektif untuk diatur sebagai sisi dari kegiatan wisata (Iriyanti et al., 2020). Desa Sirnajaya berpotensi agrowisata berbentuk tempat persawahan dan budidaya kopi dan talas. Warga Desa Sirnajaya benar-benar ramah, kegiatan warga selainnya sebagai petani sebagai pengerajin tradisional berbentuk anyaman.

Rentang alam yang cantik dan kegiatan sehari-harinya warga yang bersahaja serta adat yang masih terawat bila dibungkus secara baik bisa menjadi satu diantara pertunjukan wisata untuk mengedepankan Desa Sirnajaya sebagai desa wisata yang hasilnya bisa tingkatkan ekonomi dan kesejahteraan warga di tempat. Kondisi saat ini, pengembangan objek wisata yang dipunyai oleh Desa Sirnajaya belum juga dimaksimalkan, keadaan ini diperhitungkan karena masih rendahnya kesadaran warga pada kekuatan yang ada, masih minimnya simpatisan dari pemerintahan desa di tempat. Kesadaran warga dan *support* dari faksi desa benar-benar berperan penting untuk memaksimalkan pengembangan desa wisata yang dipunyai Desa, dan kedua nya harus jalan bersama-sama.

Usaha optimasi kekuatan Desa Sirnajaya dalam peningkatan bidang pariwisata, perlu dilaksanakan beberapa langkah kongkret seperti mengenali potensi-potensi vital dan peningkatan wisata Desa Sirnajaya, memberi pengetahuan pada warga di tempat akan ada kekuatan dalam bidang pariwisata yang dipunyai dan faedahnya untuk warga di tempat. Disamping itu pentingnya kerja sama di antara faksi pemerintahan desa dengan warga untuk memberikan fasilitas kepentingan simpatisan buat meningkatkan pengembangan desa wisatadi Desa Desa Sirnajaya. Berdasar analisis permasalahan, persoalan khusus yang ditemui dalam usaha penggembanagn desa Desa Sirnajaya sebagai desa wisata ialah belum maksimalnya *digital marketing*.

2. METODE PELAKSANAAN (*Materials and Method*)

Lokasi Kegiatan

Pengabdian Kepada Masyarakat ini berlokasi di Desa Sirnajaya Kec. Sukamakmur, Kab. Bogor Jawa Barat. **Sasaran** untuk kegiatan adalah masyarakat dan pengelola desa wisata:

Tabel 1. Sasaran Pengabdian

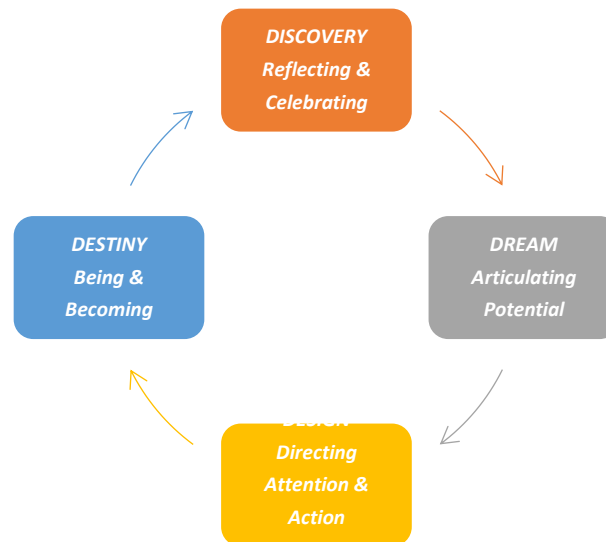
Sasaran	Jumlah
Aparatur Desa	10 Orang
Pemuda	10 Orang
Tokoh Masyarakat	10 Orang
UMKM	20 Orang
	50 Orang

Jenis Kegiatan

Dalam mengatasi permasalahan yang terjadi pada masyarakat mitra sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, maka dalam Program Kemitraan Masyarakat ini ditawarkan beberapa metoda pendekatan yang dapat membantu dalam menyelesaikan masalah yang ada yaitu dengan melakukan Metode pendampingan dan pelatihan digital marketing dengan pendekatan *appreciative coaching*.

Tahapan kegiatan

Tahapan kegiatan dalam pengabdian ini menggunakan skema model *appreciative model of coaching* yang digambarkan oleh Clancy & Aiello (2021) yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2 . Skema model *Appreciative Coaching*

Appreciative Coaching menjelaskan pendekatan coaching yang berakar pada Appreciative Inquiry. Pada intinya, metode Appreciative Coaching menunjukkan kepada individu bagaimana memanfaatkan (atau menemukan kembali) rasa takjub dan kegembiraan mereka sendiri tentang kehidupan saat ini dan kemungkinan masa depan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN (*Results And Discussion*)

Kegiatan pengabdian masyarakat di Kecamatan Sukamakmur dilakukan dengan pengembangan objek wisata di Kabupaten Bogor kecamatan Sukamakmur. Keterlibatan profesional dan stakeholder serta akademisi dilakukan dalam kegiatan PkM ini. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Sirnajaya Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Kegiatan berlangsung pada tanggal 12-14 Juli 2022 bersama Program Studi (Prodi) Pendidikan Masyarakat (Penmas) Universitas Negeri Jakarta, pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berlangsung pada beberapa rangkaian kegiatan bersama ke 17 Dosen Prodi Penmas UNJ dan mahasiswa Prodi Penmas yang tergabung dalam organisasi Himpunan Mahasiswa. Pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terlibat juga yang membantu pelaksanaan pengabdian dari unsur Pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDES), pemuda karang taruna dan tokoh masyarakat.



Gambar 3. Kegiatan Pemberian Materi oleh Akademisi di Desa Sirnajaya



Gambar 4. Kegiatan Kegiatan Pemberian Materi oleh Akademisi di Desa Sirnajaya

Setelah dilakukan sosialisasi kegiatan ini dimulai dari *discover* atau membangun Discovery. Pada tahapan ini ialah proses mengeruk info pada peserta aktivitas dan menghargakan apa yang dimiliki oleh pribadi dari mendengar narasi kesuksesan atau pengalaman berkenaan keadaan digital pemasaran di desa Desa Sirnajaya. Menceritakan akan pengalaman kesuksesan di masa lalu dan cari tahu pemicunya, siapa yang turut serta dan bagaimana meraihnya. Selanjutnya hasil dari narasi masing-masing peserta digolongkan dan dipetakan kemampuan yang ada di diri pribadi, kemudian diringkas dengan kemampuan peserta yang lain menjadi kemampuan dalam komune.

Dream, pada tahapan ini beberapa peserta dibawa untuk mimpi dan berfantasi akan masa datang yang diharapkan mengenai komune, lingkungan, dan diri kita dengan menyangkut pada kemampuan pengendalian wisata di Desa Sirnajaya. Pada tahapan ini juga pribadi dibawa untuk membuat deskripsi akan masa datang yang positif dan pro aktif yang memberi kemampuan untuk capai mimpi berkenaan perubahan wisata di Desa Sirnajaya.

Desain, di proses ini yakni anggota dibawa untuk lakukan analisis kemampuan dan kekuatan yang dimiliki agar bisa capai mimpi besar yang ingin diraih. Pada proses pendefinisian taktik perlu disamakan dengan kemampuan dari pribadi atau barisan untuk hasilkan gagasan yang memiliki sifat provokatif untuk capai arah Bersama yakni menggerakkan warga untuk meningkatkan wisata Desa Desa Sirnajaya. Arah pada tahapan ini munculkan kemampuan untuk sampaikan mimpi. Kegiatan yang hendak dilaksanakan ialah membuat action rencana untuk mengimajinasikan beberapa hal kecil

apa yang bisa dilaksanakan hingga berpengaruh besar pada kepercayaan dalam memikul pekerjaan sebagai anggota komune dan diharap sanggup membuat apa yang hendak dilaksanakan untuk capai mimpi besar.

Destiny, pada tahapan paling akhir ini lebih fokus pada penegasan gagasan yang sudah diputuskan bersama, disamping itu tahapan ini mengutamakan kembali peran dan loyalitas dari pribadi dan komune untuk capai mimpi Bersama untuk meningkatkan desa wisata dengan optimasi digital pemasaran. Tingkatan ini diharap untuk peserta supaya terpacu dan memiliki komitmen atas mimpi-impian seterusnya.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan memberi gambaran mengenai pentingnya digital marketing untuk kelangsungan usaha, terutama di era dan pasca pandemi. Para peserta cukup antusias mendengar penjelasan yang telah dipaparkan oleh pemateri. Beberapa peserta juga sekaligus memaparkan keluhan kesah mereka berjualan di era pandemi ini. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan wawasan pelaku usaha UMKM mengenai kewirausahaan, terutama berbisnis secara online dengan pemasaran melalui media social.

Pelatihan Digital Marketing Setelah para peserta diberikan edukasi dan pelatihan Pendidikan masyarakat, kegiatan dilanjutkan dengan melakukan praktek pembuatan media social seperti Instagram, tiktok, serta pendaftaran go-food. Pengajaran yang dilakukan tergantung kepada kebutuhan para peserta UMKM. Di ajarkan pula cara menggunakan aplikasi tersebut dan cara memasarkan produk menggunakan platform media social.

Capaian kegiatan didukung oleh evaluasi kegiatan berupa tanggapan dari pelaku usaha UMKM di kecamatan sukamakmur terhadap kegiatan pelatihan serta pembelajaran yang telah dipaparkan. Evaluasi pelaksanaan PkM dikaji secara evaluatif dari hasil pengumpulan reaksi dan hasil pelatihan yang dilakukan dengan membandingkan kriteria dan indikator dengan data-data di lapangan. Adapun kriteria tersebut disusun berdasarkan kriteria kuantitatif dan kualitatif dengan pertimbangan (Arikunto, Suharsimi dan Jabar Abdul, 2014). Gambaran Reaksi Peserta Pendampingan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan memiliki tujuannya untuk mengetahui kepuasan peserta diklat terhadap proses pelatihan yang dilakukan dan dikaji dari beberapa aspek, yaitu materi yang diberikan, kemampuan narasumber, kesesuaian materi pelatihan, kepuasan dan reaksi kepuasan yang digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 2. Reaksi Peserta Pelatihan

Komponen	Kreteria	Score	Ket.
Kemampuan Narasumber	Kejelasan Penyampaian	80	Sangat Baik
	Kejelasan Materi	89	Sangat Baik
	Penguasaan Materi	80	Baik
Kesesuaian materi pelatihan	Kesesuaian materi	76	Baik
	Manfaat dan kegunaan materi	87	Sangat Baik
Kepuasan	Pelayanan	72	Cukup

	Kedisiplinan	84	Baik
	Akomodasi	70	Cukup
Rata-rata		80,70	Baik

Rata-rata keseluruhan hasil evaluasi reaksi peserta terhadap penyelenggara adalah 80,70. Nilai angka 80,70 menunjukkan pada kategori “Baik” Berdasarkan evaluasi reaksi peserta terhadap pelatihan ini dapat dikatakan puas. Namun ada beberapa catatan yang perlu yang menjadi perhatian lebih lanjut atau belum sesuai dengan harapan peserta yaitu: ketersediaan bahan ajar yang diberikan belum maksimal, keterbatasan bahan aplikasi dan kurangnya sinyal.

Tabel 3. Kemampuan & Motivasi Peserta

Komponen	Kreteria	Skor	Ket.
Kemampuan Penyerapan Materi	Pemahaman terhadap materi penulisan kewirausahaan digital	76	Baik
	Kemampuan mengembangkan ide usaha	82	Baik
	Pemahaman pengelolaan objek wisata	74	Cukup
	Kemampuan digital marketing	80	Baik
Motivasi Belajar	Keinginan untuk membuat usaha	84	Baik
	Dorongan untuk belajar usaha	85	Baik
	Ulet menghadapi kesulitan	80	Baik
	Dapat memecahkan masalah soal yang diberikan	79	Baik
	Rata-rata Skor	80	Baik

Peserta pelatihan berdasarkan hasil data yang dikumpulkan memiliki skor rata-rata 80 atau dalam kategori baik. Dapat dikatakan bahwa *transferring* pengetahuan mengenai pengelolaan objek wisata melalui pelatihan digital marketing dalam kategori baik. Dari hasil pelatihan dapat dikatakan bahwa pengabdian kepada masyarakat desa Sirnajaya Kecamatan Sukamakmur melalui pengembangan usaha dapat meningkatkan pengetahuan

Karena peningkatan usaha pariwisata dan budaya ditujukan ke ada kebersamaan dan kesadaran dalam peningkatan satu teritori usaha wisata, dan nilai-nilai kebudayaan dan warisannya. Dalam peningkatan pariwisata yang berbasis warga, karena itu peraturan peningkatan yang sudah dilakukan ditujukan untuk hasilkan faedah yang sebesar-besarnya untuk warga, salah satunya taktik ialah bagaimana mendayagunakan budaya lokal, kualitas lingkungan dan mendayagunakan kreasi warga. Dengan

mengikutsertakan keterlibatan warga semenjak awalnya, jadi lebih terjaga kecocokan program peningkatan dengan inspirasi warga di tempat dan bagaimana membuat satu teritori wisata yang sanggup buka kesempatan penyertaan aktif warga sebagai subyek dalam aktivitas industri pariwisata. Dengan begitu, beragam inovasi atau pengembangan dalam peningkatan pariwisata ini akan memberi nilai pada peningkatan wilayah dan pendayagunaan warga.

1. Memajukan tingkat hidup warga sekaligus melestarikan identitas budaya dan adat lokal
2. Meningkatkan tingkat penghasilan secara ekonomis sekaligus membagikan secara rata pada warga lokal
3. Berorientasi pada peningkatan wiraswasta bertaraf kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja tinggi dan fokus pada teknologi kooperatif
4. Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penyumbang adat budaya dengan imbas negatif seminim kemungkinan
5. Menciptakan satu produk sesuai keperluan warga dan pariwisata yang dengan bekal modal budaya untuk mendapat kemandirian dan kesejahteraan ekonomi sendiri. peraturan bidang pariwisata untuk menimbang kembali skema peningkatan teritori wisata supaya warga sekitaran dapat lebih rasakan faedahnya. Dalam kata lain bagaimana membuat satu Teritori wisata yang sanggup buka kesempatan penyertaan aktif warga sebagai subyek dalam aktivitas industry pariwisata bukan sekedar sebagai objek. Hal itu menuntut adanya perhatian yang lebih dari para pengambil keputusan.

3. KESIMPULAN (Conclusions)

Optimasi pengendalian tempat wisata sukamakmur belum optimal, ini ditunjukkan lewat hasil riset seperti berikut:

- a. Kebijakan Pemerintahan Wilayah dalam fokus pengendalian kepariwisataan terutama desa Sirnajaya lewat support peruntukan bujet yang kurang, hingga belum sanggup mengoptimalkan tempat wisata yang ada, ditambah dalam support infrastruktur pariwisata.
- b. Promosi Kepariwisataan yang belum efisien, hanya karena hanya promo melalui edaran, stiker, pamphlet, atau pameranpameran, yang tidak bisa mencapai khalayak luas, apa lagi sampai tingkat luar negeri, ini diperparah dengan tidak ada promo yang sudah dilakukan lewat web, disebabkan belum terdapatnya web khusus yang diatur oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kepulauan Siau Tagulandang Biaro.
- c. Sikap Positif warga dalam memberikan dukungan peningkatan pariwisata di desa Sirnajaya, lambat ditanggapi oleh pemerintahan Kabupaten Bogor Kecamatan Sukamakmur, terutama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, di mana s/d sekarang ini belum diatur secara eksklusif, baik oleh pemerintahan, atau faksi swasta.

Saran

- a. Pemerintah Kabupaten Bogor Kecamatan Sukamakmur diharap menambahkan peruntukan bujet dalam pengendalian kepariwisataan yang ada, untuk mendukung pembangunan infrastruktur kepariwisataan, terutamanya lokasi wisata Desa Sirnajaya.
- b. Pemerintah Kabupaten Bogor Kecamatan Sukamakmur, lewat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata perlu tingkatkan promo kepariwisataan, tidak cuma lewat stiker, edaran, pamphlet, atau ikuti pameran, tapi lebih ke promo internasional untuk pelancong luar negeri.
- c. Respect pemerintahan agar lebih dipertingkat dalam menyongsong sikap positif warga dalam memberikan dukungan dikembangkannya kepariwisataan yang berada di Desa Sirnajaya.

4. DAFTAR PUSTAKA (References)

- Arikunto, Suharsimi dan Jabar Abdul, C. S. (2014). Evaluasi Program Pendidikan. In *PT bumi aksara*.
- Baouali, R., Baziz, A., & Hadjiedj, A. (2019). Comparative competitiveness indicators, which ranking for the Algerian tourism? *Geojournal of Tourism and Geosites*, 24(1). <https://doi.org/10.30892/gtg.24111-348>
- Bednarz, F., Cavicchiolo, E., Marchi, S., & Tomassini, M. (2011). Reflective practice, appreciative regard and organizational wellbeing: An experience in Swiss employment services. *Reflective Practice*, 12(2). <https://doi.org/10.1080/14623943.2011.561541>
- Boripunt, W., Noknoi, C., Ngowsiri, S., & Itsararuk, S. (2010). Ecotourism Management. *The Global Studies Journal*, 3(1). <https://doi.org/10.18848/1835-4432/cgp/v03i01/40666>
- Clancy, A. L., & Aiello, H. (2021). Appreciative Coaching Contributing to a Science of Positive Human Change. *AI Practitioner*, 23(2). <https://doi.org/10.12781/978-1-907549-47-2-2>
- Darmawan, D., Kustandi, C., Syah, R., & Wasan, A. (2021). Implementation of Web-Based SECI Knowledge Management Model For Coastal Communities. *Journal of Nonformal Education*, 7(2), 166–172. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/jne.v7i2.28056>
- Herningtyas, & Wirasenjaya. (2019). Pengembangan digital marketing desa wisata di dusun lopati kelurahan trimurti kabupaten Bantul Yogyakarta. *Seminar Nasional Abdimas II UMY*.
- Iriyanti, A., Nusabelani, S. A., Erlina, D., & Agustina, L. (2020). Menumbuhkan Sikap Tenggang Rasa antar Siswa dalam Pembelajaran Melalui Metode AI (Apreciative Inquiry). *Buletin Literasi Budaya Sekolah*, 1(2). <https://doi.org/10.23917/blbs.v1i2.10879>

- Lin, H. C., Han, X., Lyu, T., Ho, W. H., Xu, Y., Hsieh, T. C., Zhu, L., & Zhang, L. (2020). Task-technology fit analysis of social media use for marketing in the tourism and hospitality industry: a systematic literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(8). <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2019-1031>
- Mkwizu, K. H. (2019). Digital marketing and tourism: opportunities for Africa. *International Hospitality Review*, 34(1). <https://doi.org/10.1108/ihr-09-2019-0015>
- Persson-Fischer, U., & Liu, S. (2021). The impact of a global crisis on areas and topics of tourism research. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2). <https://doi.org/10.3390/su13020906>
- Syah, R., & Darmawan, D. (n.d.). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Literasi Visual pada Pendidikan Orang Dewasa Rahmat Syah, Daddy Darmawan* PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI LITERASI VISUAL PADA PENDIDIKAN ORANG DEWASA.
- Watermeyer, R., Chen, Z., & Ang, B. J. (2021). 'Education without limits': The digital resettlement of post-secondary education and training in Singapore in the COVID-19 era. *Journal of Education Policy*. <https://doi.org/10.1080/02680939.2021.1933198>
- Yanti, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisata Di Danau Toba The Effect Of Digital Marketing Toward Enhancement Tourist Visit In Toba Lake. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(1).
- Yeh, S. S. (2021). Tourism recovery strategy against COVID-19 pandemic. *Tourism Recreation Research*, 46(2). <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1805933>