

Di Kirimkan, November 2021  
Diterim, Januari 2022

**PELATIHAN LITERASI DIGITAL KEPADA PEMUDA KARANG  
TARUNA DAN IBU-IBU PENJUAL UMKM DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN PROMOSI KUNJUNGAN KEOBJEK WISATA DI  
DESA LAKO AKELAMO KEC. SAHU KAB. HALMAHERA BARAT**

<sup>1</sup>Bakri Soamole

<sup>2</sup>Yustiana Djaelani

<sup>1,2</sup> Universitas Khairun

Jl. Jusuf Abdulrahman, Ternate Selatan 97719

<sup>1</sup> yustiana@yahoo.co.id

**Abstrak**

Kunjungan Pengabdian di desa Lako akelamo kecatan sahu adalah salah Abdi kampus untuk terus membangun Mitra dengan masyarakat dengan berupaya menjaga kelestarian lingkungan Pantai dengan astri serta nyaman. Tentu pariwisata pantai ini merupakan andalan lokasi wisata yang yang terdapat di desa lako akelamo dengan Tujuan membangun wisata ini yaitu dapat menarik kunjungan wisata yang lebih banyak serta pelayanan dan keramahan tamahan yang baik dan menjadi out line bagi pengunjung lokal dan nasional, sebagai menu yang tersedia dalam paket untuk bisa terbaca dan di ketahui oleh bagi masyarakat Tentu dengan pelatihan literasi digital agar masyarakat dapat mengetahui tempat dan lokasi untuk beristirahat yang dapat menghibur semua orang yang berkunjung tentu peran pemuda dalam mengalng masyarakat bersatu memajukan ekonomi masyarakat. Pelatihan leterasi digital sebagai pengenalan, berwisata melalui web-side jaringan internet seperti : youtube, twitter, whatshApp, instagram dan facebook sudah maksimal digunakan. Jadi pelatihan literasi digital yang baik dapat mendukung dan mendorong masyarakat menggunakan media internet dapat mempromosi wisata Lako akelamo kec. Sahu Kabupaten Halmahera Barat, agar tujuan keobjek wisata dapat dengan mudah di akses secara baik dalam internetan.



**Kata kunci: *Membangun Literasi Digital Desa Lako Akelamo, Sahu Jailolo***

## 1. PENDAHULUAN

Peran pemuda dalam menjaga kelestarian lingkungan tentu menjadi perhatian desa Lako akelamo menjadi sentral dimana kawasan pantai di desa ini menjadi motor penggerak di mana anak-anak muda bekerja sama dengan pemerintah desa serta kelompok Pemuda Karang Taruna, ibu-ibu UMKM untuk saling membahu memajukan pariwisata pantai Lapasi yang terdapat di desa kami ini, Pada era industri 4.0 Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) merupakan sarana yang membantu dalam kehidupan dalam berbagai bidang termasuk dalam dunia pariwisata. Di zaman sekarang menjadi suatu kebutuhan mendasar dalam sebuah organisasi, perusahaan, instansi pemerintah dan instansi pendidikan. Peranan TIK dalam dunia pariwisata sebagai sarana dan prasarana dalam mempromosikan pariwisata yang sering kita dengar secara elektronik dengan nama digital marketing/promosi daerah tujuan wisata. Hubungan era industry 4.0 dengan digital marketing sangat berhubungan dengan prinsip yang terintegrasi satu sama lain.

Literasi digital merupakan bagian perkembangan industri 4.0 yang menjadi acuan dan cara bagaimana masyarakat dapat mengakses informasi lewat internet sehingga dalam promosi daerah wisata perlu adanya masyarakat dapat memahami bagaimana dapat menggunakan Facebook, Whatshap untuk dapat memperkenalkan dan menarik orang kedaerah-daerah tujuan wisata. dalam pelatihan kepada masyarakat mengenai literasi digital tentu ada kelompok komunitas-komunitas yang memiliki Whatshap dan facebook untuk membuat links serta akun, untuk menjadi wadah yang isi akaun akan menjadi konten-konten kekinian pariwisata mangrove. Kemudian ini akan di share atau berbagi akun untuk di promosikan.

Kunjungan wisata pantai dan aneka hidangan makanan juga menjadi daya tarik tersediri di desa Lako akelamo merupakan



bagian integral yang sangat astri nyaman dalam melakukan aktivitas santai pada hari-hari libur. Di tempat ini juga merupakan tempat interaksi dari lapisan masyarakat, dimana insiasi besar dari tokoh pemudakarang taruna di desa ini merupakan potensi besar untuk memajukan ekonomi desa dari kunjungan banyak orang, baik dari desa-desa tetangga sehingga menjadi budaya silaturahmi dari berbagai masyarakat di kecamatan sahu, jailolo. Peran Pemuda Karang Taruna dan Ibu-ibu UMKM menjadi Tolok Ukur majunya Pariwisata Pantai Lapasi, Kedepan desa Lako akelamo, jangan hanya sebatas kunjungan dan bersantai, akan tetapi bisa dikembangkan atraksi budaya lokan bisa tunjukan dengan prestasi yang di harapkan akan d kelolah pemuda karang taruna setempat. Pengabdian ini menarik apabila tersedia akun-akun yang menjadi tujuan wisata lokal akan menjadi di minati masyarakat yang berlibur dengan melihat fasilitas-fasilitas yang tersedia pada tempa-tempat wisata Pantai pada desa Lako akelamo, kec. Sahu.

**a. Masalah**

1. Apakah Pelatihan leterasi digital sebagai pengenalan, berwisata melalui web-side jaringan internet seperti : youtube, twitter, whatshap dan facebook sudah maksimal digunakan oleh Desa dan pemuda Karang taruna, Ibu-ibu UMKM Desa Lako akelamo, kec. Sahu
2. Apakah pelatihan literasi digital yang baik dapat mendukung dan mendorong pemuda Karang Taruna, Ibu-ibu UMKM dan masyarakat menggunakan media internet dapat mempromosi wisata Pantai Desa Lako akelamo, Kec Sahu Kabupaten Halmahera Barat.

**b. Tujuan**

1. Mengetahui Web-side pariwisata Lako Akelamo kec Sahu yang bisa di akses bagi semua orang, yang terkoneksi dengan akun facebook, youtube, twitter dan whatsapp.



2. Mengetahui Peran literasi digital yang dapat menarik tujuan wisata Pantai Desa Lako akelamo untuk menarik orang ke tempat wisata.

**c. Manfaat**

1. Bagi masyarakat dapat mengakses tempat wisata melalui web-side yang tersedia akunnya diyang terkoneksi dengan youtube, whatsapp, twitter serta facebook.
2. Bagi pemerintah dalam hal ini dapat menyediakan fasilitas terkait dengan kesedian tempat wisata, agar tempat tersebut bisa memberikan kontribusi buat menambah PAD daerah Kec. Sahu kabupaten Halmahera Barat.

**d. Tinjauan Pustaka**

Revolusi Industri 1, pertama kali terjadi pasca ditemukan mesin uap, sehingga terjadinya perkembangan dan pertumbuhan yang besar dalam mesin-mesin industri di Inggris pada Tahun 1764. revolusi ini berdampak pada sector pertanian dan manufactur / industri terutama industri tekstil dan turunya.

Revolusi Industri ke 2 adalah diawal abad ke 19, dimana terjadinya perbaikan pada sisi proses, dimana proses dalam skala besar (mass production) dikenal juga berkat inovasi dari ford. penemuan pada masa ini lebih kearah listrik dan transportasi, kombinasi cara produksi dan perkembangannya ini berpengaruh pada teknologi terutama untuk industri besi, mesin-mesin, minyak, kimia, kendaraan dan lain-lain.

Revolusi Industri Ke 3, dikenal masa otomasi, pasca perang dunia, ditandai dengan penggunaan teknologi tinggi otomatis, menggunakan elektronik dan teknologi informasi. inilah yang berlangsung sampai hari ini. dimana mesin dan peningkatan kapasitas produksi dan software menjadi pendukung utama pada proses manufactur.

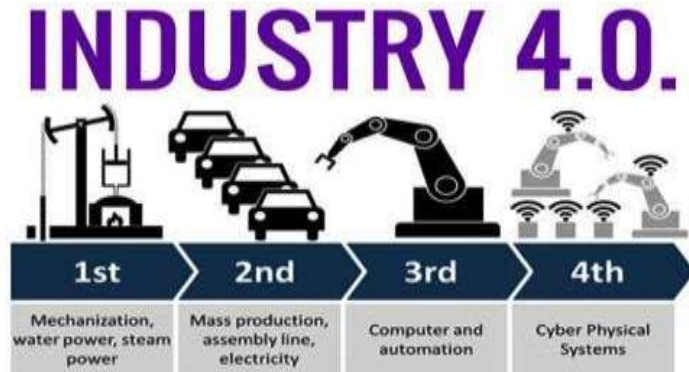


Revolusi Industri ke 4 yang saat ini dihadapi menjelaskan bahwa mesin dan kapasitas produksi saja, tidak cukup membuat pertumbuhan bagi suatu negara. Seiring dengan hal itu perkembangan teknologi informasi saat ini, software dan hardware serta pesatnya perkembangan penggunaan internet, maka oleh forum ekonomi dunia (World Economic Forum) menamakan gelombang perubahan saat ini, dengan gelombang perubahan yang melibatkan sejumlah gabungan teknologi perangkat dan software yang menyatukan hal fisik dan digital, yang memiliki dampak luas, jauh lebih besar dibandingkan revolusi industri sebelumnya, industri , teknologi ini diyakini akan mampu meningkatkan produktivitas hingga 30%.

Revolusi industri 4.0 ini tidak hanya merupakan pengembangan dari teknologi sebelumnya, namun bakal mampu mematikan bisnis konvensional, akibat dunia sudah tersambung dengan dunia internet dan teknologi informasi seperti transportasi online mampu mematikan industri salah satunya jasa transportasi yang ada saat ini. Revolusi industri 4.0 ini akan memberikan efek meperdekat jarak antara produsen dan target marketnya. yang menjadi penggerak terbesar dari transformasi digital adalah teknologi informasi. TIK yang sudah dimanfaatkan dalam semua bidang. tik mampu mengantarkan produsen dengan cepat kepada target market, dan memudahkannya untuk mendapatkan pebiayaan, dan dapat bertumbuh dengan cepat dengan mengembangkan jangkauan produk tanpa batas dengan dukungan kecepatan teknologi yang diakses. Namun bagaimanapun manusia adalah komponen terpenting "Man Behind The Gun" jadi pengembangan sumber daya manusia sangat penting. pada zamannya saat ini , sumber daya manusia yang terlibat langsung saat ini adalah generasi X yang lahir Tahun 1965-1980, Gen Y (Generasi Millennial) yang lahir antara 1981-1994 dan generasi Z lahir 1995-2010 yang memang merupakan



pelopor revolusi industri 4.0. Industri 4.0 adalah nama tren otomatis dan pertukaran data terkini dalam teknologi seperti gambar 2.



Gambar 1. Revolusi Industri 4.0

Industri 4.0 di bidang pariwisata menekankan pada Tourism and The Digital Transformation atau Pariwisata dan Transformasi Digital. Pada jurnal ini akan membahas mengenai pemanfaatan digital marketing bidang pariwisata di Bali yang dilatar belakangi oleh industri 4.0 dan perilaku generasi Y dan Z.



Gambar 2. Industri 4.0



Pengertian digital marketing menurut sumber (redtreeasia.com, 2018) adalah suatu usaha untuk melakukan

pemasaran sebuah brand atau produk melalui dunia digital atau internet. Tujuannya ialah untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu. Digital marketing ialah suatu cara untuk mempromosikan produk / brand tertentu melalui media internet. Bisa melalui iklan di internet, facebook, youtube, ataupun media sosial lainnya. Berdasarkan informasi pengguna internet di Indonesia masuk peringkat 6 besar dunia sampai tahun 2018 seperti gambar 3.1 (Kominfo.go.id, 2018).

Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata bahwa 63% dari keseluruhan kegiatan travelling saat ini dicari, dipesan dan dijual secara online dan 50% dari penjualan online travel menggunakan lebih dari satu gadget, bahkan sekitar 200 lebih ulasan mengenai travelling permenitnya telah diposting di TripAdvisor.

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang saat ini sedang digalakkan oleh pemerintah. Tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia terlihat dengan jelas dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1969, khususnya Bab II Pasal 3, yang menyebutkan “Usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan “industri pariwisata” dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan Negara (Yoeti,1996). Beberapa jenis objek wisata yang ada di Indonesia, antara lain:

1. Wisata Alam, Indonesia memiliki kawasan terumbu karang terkaya di Dunia dengan lebih dari 18% terumbu karang di dunia. Serta lebih dari 3000 species ikan, 590 jenis karang batu dan banyak lagi objek wisata yang sangat menarik. Seperti Raja Ampat di Papua Barat, Teluk Kiluan di Lampung dan Pulau Derawan
2. Wisata Belanja, Wisata di Indonesia terbagi dengan pusat belanja modern dan tradisional. Contohnya pusat belanja modern seperti mall dan setiap tahun selalu ada



Jakarta Great Sale yang memberikan diskon secara besar-besaran. Sedangkan pasar tradisional seperti Pasar Beringharjo di Jogjakarta, Pasar Klewer di Solo atau Pasar Terapung di Sungai Barito Banjarmasin.

3. Wisata Budaya, Berdasarkan data sensus 2010, Indonesia terdiri dari 1.128 suku bangsa. Sehingga Indonesia terkenal dengan kayanya budaya tradisional, misalnya sendratari Ramayana yang sering di pentaskan di Candi Prambanan. Tari Kecak, Tari Legong di Bali. Serta tari Piring dari Padang.
4. Wisata Religi, Wisata Religi di Indonesia cukup banyak, misalnya Wisata Religi ke makam Walisongo, atau beberapa peninggalan sejarah yang menggambarkan agama Budha di Candi Borobudur.

Ada beberapa mempromosikan pariwisata diantaranya:

1. Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bisnis Pariwisata bahwa strategi bisnis terbaik adalah dengan melakukan Diversifikasi Produk, yaitu perubahan pangsa pasar dengan melakukan kombinasi dengan perubahan produk. Alternatif lain adalah dengan Penetrasi Pasar, Pengembangan Produk atau Pengembangan Pasar (Umar, Sasongko, Aguzman, & Nusantara, 2014)
2. Peran *Digital Marketing* Terhadap *Brand Equity* Produk Pariwisata bahwa kemajuan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan inovasi perusahaan sangat mempengaruhi *brand equity* suatu produk khususnya di bidang pariwisata (P, Fauziyyah, Jember, Jember, & Jember, 2017).
3. Analisa Strategi Pengembangan *E-Tourism* Sebagai Promosi Pariwisata Di Pulau Lombok bahwa dari analisis *SWOT* terkait dengan evaluasi pengembangan *e-tourism* di Pulau Lombok diketahui bahwa strategi yang



harus digunakan pemerintah adalah strategi *WO* yaitu berfokus untuk melakukan koordinasi secara *internal*, melakukan evaluasi diri terhadap penerapan *e-tourism* serta evaluasi yang sistematis terhadap penerapan promosi melalui internet dan meningkatkan strategi promosi pariwisata melalui internet (Irfan & Apriani, 2017)

4. Perancangan Sistem Informasi Wisata Religi Berbasis Website di Bali jurnal ini membahas rancang bangun membuat system informasi pariwisata religi yang berbasis website (Agus & Warmayana, 2018).

Dari beberapa penelitian diatas bahwa peranan digital marketing sangat berpengaruh untuk mendatangkan pariwisata adapun digital marketing di era industry 4.0 yang bisa di terapkan adalah menerapkan *E-tourism (IT enabled tourism / electronic tourism)* adalah memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan daya guna dalam bidang pariwisata, memberikan berbagai jasa layanan pariwisata kepada customers dalam bentuk telematika dan menjadikan penyelenggaraan pemasaran pariwisata lebih mudah diakses. *E-tourism* adalah sebuah cara promosi yang modern dan informasi terkini mengenai pariwisata yang dicari oleh wisatawan, seperti obyek wisata, hotel, agen perjalanan, dan event-event yang dapat diakses 24 jam kapanpun, dimanapun dan siapapun. *E-tourism* adalah sebuah sistem interaktif *online* yang mempermudah wisatawan untuk mendapatkan informasi dan melakukan pemesanan beberapa dari elemen pariwisata yang tersedia seperti hotel dan agen perjalanan. *E-tourism* memiliki prinsip yang diselaraskan dengan pemanfaatannya yaitu dalam peningkatan pembangunan pariwisata. Ada tiga unsur yang menjadi prasyarat dari *e-tourism* yaitu *ICT (Information and Communication Technologies)*, *Tourism* dan *Business*, serta dukungan dari pemerintah. (Novianti, 2018).



Website atau web adalah halaman informasi yang disediakan melalui internet sehingga bisa diakses diseluruh dunia selama terkoneksi internet, website ada yang dinamis statis. Website yang dinamis adalah web yang bisa di *input,update, dan delete* kontennya oleh admin web setiap saat sedangkan websiste statis yang tidak bisa langsung di input, update dan delete oleh admin web harus pembuat websitenya atau yang ngerti webnya. Website dibuat dengan CMS (*content management system*) atau framework atau pemrograman sendiri baik secara professional. Website yang sudah dibuat nanti di SEO (*search engine optimization*) untuk meningkatkan rangking websitenya dan mudah.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

### **1. Lokasi dan Waktu Pengabdian**

Adapun lokasi Pengabdian ini bertempat di Desa lamo akelamo, Kec.Sahu Kabupaten Halmahera Barat Dan waktu yang dilakukan dalam pengabdian ini dimulai pada bulan September-Oktober 2021

### **2. Jenis Pengabdian**

Adapun jenis pengabdian yang dilakukan yaitu jenis pengabdian yang sifatnya, Kualitatif dan proses pencarian data FGD dengan Tokoh Pemuda Karang Taruna,Ibu-ibu UMKM dan masyarakat masalah Informasi digital dan literasi web-side yang didasari pada pengabdian yang menyeluruh (*holistic*), dibentuk oleh literasi yang tersusun dalam bentuk Web-side yang bekerja sama dengan dinas Pariwisata Kecamatan Sahu dan diperoleh melalui akses internet yang baik.

### **3. Pengambilan Data**

Adapun data yang digunakan dalam pengabdian ini adalah, Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung di lapangan



dari responden atau narasumber. Selanjutnya data tersebut akan diolah oleh penulis. Dalam pengabdian ini data-data yang penulis gunakan observasi, wawancara, dokumentasi, FGD (*Focus Group Discussion*)

#### **4. Tahap Pelaporan dan Publikasi**

Pelaksanaan pelaporan dan publikasi oleh tim PKM dilakukan setelah proses pendampingan dan semua data dari hasil Pengamatan pengabdian ini dikumpulkan maka data dikelompokkan menurut jenis dan sumbernya. Adapun teknik penganalisaan yang digunakan adalah teknik deskriptif, Forum discussion adalah kumpulan forum secara online yang memuat data, gambar, animasi, suara, video atau gabungan dari semuanya yang terhubung dalam sebuah jaringan. On-line dimuat bersifat searah. Web-side forum memiliki topik atau trade untuk dibahas yang dibuat dengan langkah up-date info dalam web tersebut oleh pembuat web lingkest melalui Facebook, whatshap dan tuwitter untuk menjadikan sebuah akun web.side pariwisata desa Lako akelamo kec. Sahu kab. Halmahera Barat.



### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **a. Pelaksanaan Kegiatan**

Pelatihan literasi yang dimasud disini adalah bgaimana para ibu-ibu dan peran pemuda karang taruna dapat mehami fungsi gedjed atau hp untuk mempromosi secara langsung baik tempat, wisata dan menu makanan yang tersedia dalam lokasi tempat wisata. Inilah yang penting bagaimana peran ini dapat difungsikan dalam masyarakat yang betempat tinggal didekat lokasi wisata. Bagi pemuda karang taruna atau pemuda yang mempolori tempat wisata tentu memahami lokasi strategis yang bisa dimanfaatkan bagi semua toris yang datang ini mulai dari tempat parkir, tagi karcis masuk, Tempat ganti pakian saat mandi, Wc, Musalah, Kasebo dan lain -lain inilah yang menjadi penting.



Gambar 1. FGD dengan Masyarakat Desa Lako Akelamo

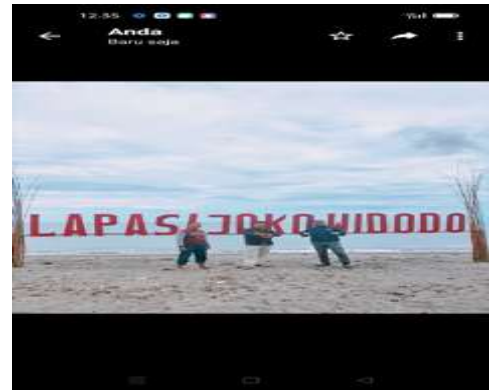


Dalam interviw dengan masyarakat di dilokasi objek wisata pantai desa Lako akelamo terdapat spot-spot yang bisa memanjakan para wisatawan lokal untuk beewisata baik perorangan maupun keluarga ke pantai desa Lako akelamo adapun lokasi atau tempat yang dapat memanjakan torism dengan fasilitas-fasilias para witasatawan lokal antara lain :

- ✓ Tempat istahatan/inap

- ✓ Casebo
- ✓ Snorkiling
- ✓ Daiving
- ✓ Bananaboat
- ✓ Perahu sampan
- ✓ Aneka Menu Makanan dan Minuman

Fasilitas-fasilitas yang tersedia dalam lokasi wisata ada gasebo, mesjid/musolah, balai pertemuan/rapat. Dan tempat teras duduk yang terapik rapi dalam memanjakan parawisatawan. Fasilitas ini tersedia dari anggaran dana desa yang terdapat di desa bobanehena yang di pelopori oleh pemerintah desa dan pemuda desa. Dan dalam kerja sama desa dengan pemerintah daerah Dinas Pariwisata untuk mengelolah dan berkalaorasi dengan masyarakat tempat wisata tersebut.



Tempat lokasi menuju Perjalanan dari Jailolo ke tempat desa Lako Akelamo kurang lebih 1. Jam untuk menuju lokasi wisata. tentu menjadi perhatian tersendiri bagi pemerintah daerah untuk mempromosikan kepada masyarakat luas. Dikabupaten Halmahera Barat. Lewat dinas pariwisata daerah yang bekerja dengan masyarakat sehingga terjalin kesepakatan yang baik masyarakat lokal dapat menguasai tempat dengan berjualan di dalam lokasi dengan menu makanan dan minuman seperti : air goraka kenari,



sirup kelapa muda, nasi goreng, pisang goreng, kasbi goreng dan lain-lain.

Intisari dari hasil amatan dapat menjadi luaran yang di sajikan dari semua data dari hasil Pengamatan pengabdian ini dikumpulkan maka data dikelompokkan menurut jenis dan sumbernya. Adapun teknik penganalisaan yang digunakan adalah teknik deskriptif, Forum discussion adalah kumpulan forum dari Simulasi Pemuda Karang taruna dan Ibu-ibu penjual UMKM Desa Lako Akelamo yang memuat data, gambar Tempat Pariwisata Lapasi, animasi, suara, video atau gampungan dari semuanya yang terhubung dalam sebuah jaringan. On-line dimuat bersifat searah. Web-side forum memiliki topik atau trade untuk dibahas yang dibuat dengan langkah update info dalam web tersebut oleh pembuat web lingkest melalui Facebook, whatshap dan tuwitter untuk menjadikan sebuah akun web pariwisata desa Lako akelamo Jailolo yang tersaji dalam kemasan Ekonomi kreatif peran Pemuda Karang Taruna dan peran Ibu-ibu UMKM desa Lako Akelamo. Dapat melihat dengan Facebook Pariwisata Pantai Lapasi Desa Lako Akelamo Jailolo Kabupaten Halmahera Barat.

#### **4. SIMPULAN**

- ✓ Dari kerja sama antara pemerintah desa dan pemrintah Kabupaten Hal-Bar, Perlu adanya tempat balai sekolah tarian daerah.
- ✓ Fokus pemeritah terhadap Gencar Promosi Lewat Iklan, Majalah elektronik, Faceboock. Instagram, Whatshap, Twitter Promosi Wisata Pantai Lapasi
- ✓ Perlu adanya lomba festifal pariwisa ditempat/lokasi tersebut dengan mengundang para murid sekolah tingat SD,SMP,SMA. dan sederajat



## 5. SARAN

Adapun saran dalam kegiatan ini antara lain :

- ✓ Membangun Net working antara Perbankan Pemuda Karang Taruna serta Ibu- Ibu UMKM dalam mengakes dana Perkeditan KUR kepada yang membutuhkan untuk membangun Tempat Usaha.
- ✓ Lahan parkir dapat di perlebar lagi dalam menghadapi event-event lokal dengan daya tampung yang banyak serta Luas.
- ✓ Lebih gencar promosi Tempat Wisata Lewat Digitalisasi dan literasi Wisata pantai di desa Lako akelamo.



### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kami haturkan kepada:

1. Universitas Khairun atas sponsor dananya dalam kegiatan ini.
2. Mitra Desa Ake Akelamo yang tergabung dalam kegiatan PPM ini atas kesediaan waktunya untuk mengikuti kegiatan ini.
3. Semua pihak yang telah berkenan membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, I. G., & Warmayana, K. (2018). Perancangan Sistem Informasi Wisata Religi Berbasis Website di Bali, 3, 37–58.
- Digitalmarketingpariwisata.com. (2018). No Title. Retrieved from digitalmarketingpariwisata.com
- Hasmaidi.com. (2018). No Title. Retrieved September 10, 2018, from <https://hasmaidi.com/pemahaman-revolusi-industri-4>
- Irfan, P., & Apriani, D. (2017). ANALISA STRATEGI PENGEMBANGAN E- TOURISM SEBAGAI PROMOSI PARIWISATA DI PULAU LOMBOK. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 9(22), 325–330.
- Kominfo.go.id. (2018). No Title. Retrieved September 1, 2018, from [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4286/Pengguna+Internet+Indonesia+Nomor+Enam+Dunia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4286/Pengguna+Internet+Indonesia+Nomor+Enam+Dunia/0/sorotan_media)
- Novianti, D. T. (2018). No Title. Retrieved September 1, 2018, from <http://repository.library.uksw.edu/handle/123456789/2435>
- P, N. L. I., Fauziyyah, S., Jember, U., Jember, U., & Jember, U. (2017). PERAN DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND EQUITY PRODUK PARIWISATA, 2017, 27–28. *Pariwisata, Kementerian .* (2018). No Title, 1.
- Redtreeasia.com. (2018). No Title. Retrieved September 29, 2018, from <http://redtreeasia.com/info/apa-itu-digital-marketing-pengertian-dan-konsep-dasarnya/>
- Umar, A., Sasongko, A. H., Aguzman, G., & Nusantara, U. B. (2014). STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA BISNIS PARIWISATA, (9).
- Yoeti, O. A. (1996). Pengantar Ilmu Pariwisata. In *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Penenbit A

