



PENGEMBANGAN WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PEMASARAN DESA WISATA BEDULU

Kadek Andika Astina Putra*, A A Istri Ita Paramitha, I Gede Juliana Eka Putra

Primakara University, Denpasar, Indonesia

*Penulis Korespondensi, email: kadekandika611@gmail.com

Received: 18/07/2024

Revised: 12/08/2024

Accepted: 15/08/2024

Abstract. The recovery of Bali's tourism post-COVID-19 has shifted the trend from mass tourism to alternative tourism, benefiting tourist villages such as Bedulu Tourist Village. However, promoting the village's potential was hindered by the inactivity of previously used websites and social media. A digital village acceleration program was implemented through the collaboration between the Gianyar Community and Village Empowerment Office and Bedulu Village, alongside Primakara University. This program involved the development of a website and social media to enhance the marketing of Bedulu Tourist Village, running for six months from November 2023 to April 2024. The implementation method included preparation, needs analysis, data collection, website and social media development, and village staff training on website management. As a result, the website is ready to be launched upon hosting funding, and promotional content has been successfully uploaded and reposted by media accounts. Evaluations indicate that Bedulu Village's staff can effectively manage both social media and the website. Thus, this development initiative supports the marketing efforts of Bedulu Tourist Village and demonstrates an improvement in the village staff's technological management skills.

Keywords: website; social media; Bedulu tourist village

Abstrak. Pulihnya pariwisata Bali pasca pandemi Covid-19 mengarahkan perubahan tren dari wisata massal ke wisata alternatif, memberikan manfaat bagi desa wisata seperti Desa Wisata Bedulu. Namun, promosi potensi desa terkendala oleh ketidakaktifan website dan media sosial yang sebelumnya digunakan. Melalui kerjasama Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Gianyar dengan Desa Bedulu berkolaborasi bersama Primakara University menjalankan program percepatan desa digital melalui kegiatan pengembangan website dan media sosial sebagai upaya peningkatan pemasaran Desa Wisata Bedulu yang berlangsung selama 6 bulan dari November 2023 hingga April 2024. Metode pelaksanaan kegiatan mencakup persiapan, analisis kebutuhan, pengumpulan data, pengembangan website media sosial, serta pelatihan pengelolaan website kepada Staf Umum Desa. Hasilnya, website siap diluncurkan setelah pendanaan hosting, dan konten promosi berhasil diunggah serta dipromosikan ulang oleh akun media. Evaluasi menunjukkan bahwa Staf Umum Desa Bedulu mampu mengelola media sosial dan website dengan baik. Dengan demikian, kegiatan pengembangan ini mendukung upaya peningkatan pemasaran Desa Wisata Bedulu dan menunjukkan peningkatan kemampuan pengelolaan teknologi oleh staf desa.

Kata Kunci: Website; Media Sosial; Desa Wisata Bedulu

How to Cite: Putra, K. A. A., Paramitha, A. A. I. & Putra, I. G. J. E. (2024). PENGEMBANGAN WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PEMASARAN DESA WISATA BEDULU. *Mitra Mahajana: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2) 215-223. doi: <https://doi.org/10.37478/mahajana.v5i2.4507>

PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Berdasarkan informasi dalam laporan data BPS Provinsi Bali, di tahun 2019 tercatat sebanyak 6.275.210 wisatawan mancanegara yang mengunjungi Bali (Yustiani, 2020). Namun, terjadinya pandemi Covid-19 pada tahun 2020 memiliki dampak yang besar pada pariwisata Bali yang membuat jumlah pengunjung berkurang drastis. Berdasarkan informasi yang tercantum dalam laporan data BPS Provinsi Bali, terdapat penurunan signifikan sebesar 82,96% dalam jumlah total wisatawan mancanegara yang mengunjungi Bali pada tahun 2020, mencapai angka 1.069.473 pengunjung (Yustiani, 2023). Namun, di tahun 2022 pariwisata Bali akhirnya mulai perlahan kembali pulih pasca dibukanya secara resmi pintu masuk internasional Bali.

Pulihnya pariwisata Bali setelah pandemi Covid-19 tentu diikuti oleh perubahan tren perjalanan wisata. Perubahan tren ini mengacu pada tren wisata massal menuju wisata alternatif.



Pada tahun 2018, OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) memprediksi pergeseran tren dalam industri pariwisata masa depan, dari model wisata massal menuju wisata alternatif (OECD, 2020). Perubahan tren wisata massal ke wisata alternatif tentu memberikan manfaat bagi desa wisata. Hal ini didukung oleh perubahan kegiatan wisata yang lebih fokus pada pengalaman alam atau partisipasi langsung dalam memahami budaya dan keunikan lokal di destinasi wisata pedesaan (Kaharap et al., 2024). Dengan adanya desa wisata, akan terbentuk pariwisata yang dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat pedesaan, meningkatkan perekonomian desa, dan menjadi alat untuk mengurangi tingkat kemiskinan (Nirmala et al., 2020).

Pemahaman tentang perubahan tren perjalanan wisata ini menjadi penting bagi pengelola wisata di Bali dalam mengembangkan desa wisata. Untuk menarik minat wisatawan, pengelola desa wisata bisa memakai sistem informasi untuk pengenalan desa wisata. Dengan penerapan sistem informasi dan kemudahan akses yang diberikan kepada masyarakat, semakin banyak orang yang akan mengetahui potensi desa, terutama dalam bidang pariwisata (Putra et al., 2023). Untuk meningkatkan pemasaran desa wisata, pengelola desa wisata juga dapat memanfaatkan platform digital seperti website dan media sosial sebagai sarana untuk memberikan informasi dan mempromosikan potensi desa. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran desa wisata memberikan kemudahan akses informasi mengenai desa wisata, menjangkau pasar yang lebih luas, serta menawarkan biaya promosi yang relatif murah (Prasetyo et al., 2023).

Desa Wisata Bedulu merupakan salah satu desa wisata di Bali yang telah ditetapkan berdasarkan Peraturan Bupati Gianyar, No 762/E.02/HK/2020 tentang penetapan Desa Wisata di Kabupaten Gianyar dengan kategori rintisan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Perbekel Desa Bedulu, I Putu Ariawan dan perwakilan Duta Digital Bedulu, Ni Komang Mirah Arie Rahayu, diketahui bahwa Desa Bedulu memiliki berbagai potensi desa yang telah dikembangkan sejak tahun 2020. Dalam upaya pemasaran desa wisata, Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Desa Bedulu telah membangun website dan memiliki media sosial untuk media informasi dan promosi potensi Desa Wisata Bedulu. Namun, website dan media sosial tersebut sudah tidak dikelola secara aktif untuk memasarkan Desa Wisata Bedulu. Selain itu, pengelola wisata sebelumnya yang memegang akun website dan media sosial Desa Wisata Bedulu sudah tidak aktif dan tidak dapat dihubungi sehingga data website dan akun bisa digunakan kembali. Karena kurangnya pemahaman teknologi dari Pokdarwis, maka dari itu desa membutuhkan pembuatan website dan media sosial baru serta pendampingan pelatihan pengelolaan website agar kedepannya bisa digunakan untuk promosi sebagai upaya peningkatan pemasaran Desa Wisata Bedulu. Penelitian sebelumnya (Ananda & Dirgahayu, 2021) menyebutkan dari 20 desa wisata sebanyak 18 (90%) menggunakan teknologi informasi sebagai media promosi dan beberapa menunjukkan bahwa website dan Instagram efektif dalam menarik perhatian dan keingintahuan wisatawan.

Pengembangan website serta media sosial yang akan dilakukan juga dibutuhkan untuk percepatan program desa digital di Bedulu. Dalam program tersebut Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Bedulu berkolaborasi dengan Primakara University bersama Duta/Kader Digital desa untuk percepatan program desa digital. Hal ini sudah ditetapkan berdasarkan surat nomor 005/5066/DPMD/2023 tentang kolaborasi antara Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Gianyar dengan Primakara University bersama Duta/Kader Digital desa untuk melaksanakan kegiatan yang mendukung percepatan program desa digital.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pengembangan website dan media sosial sebagai upaya peningkatan pemasaran Desa Wisata Bedulu dilakukan selama 6 bulan mulai dari bulan Oktober 2023 hingga April 2024. Berikut adalah beberapa tahap dari kegiatan pengabdian ini yang dapat dijabarkan sebagai berikut;

1. Persiapan

Pada tahap awal dilakukan kunjungan ke kantor Desa Bedulu pada 26 Oktober 2023 untuk koordinasi dengan perwakilan Duta Digital dan Perbekel Desa Bedulu terkait pelaksanaan kegiatan.

2. Analisis Kebutuhan

Pada tahap ini, dilakukan analisis terkait kebutuhan fitur dan konten promosi untuk pengembangan website serta media sosial Desa Wisata Bedulu.

a. Wawancara Bersama Duta Digital dan Pokdarwis Desa Bedulu

Pada 27 Oktober 2023 dilakukan wawancara bersama Duta Digital dan salah satu Pokdarwis Desa Bedulu terkait kegiatan pengembangan website dan media sosial Desa Wisata Bedulu. Berdasarkan hasil wawancara, untuk kegiatan yang akan dilakukan adalah pembuatan ulang website dan akun media sosial Desa Wisata Bedulu. Hal ini dikarenakan pengelola sebelumnya yang memegang akun website dan media sosial Desa Wisata Bedulu sudah tidak aktif dan tidak dapat dihubungi serta dari aparat desa maupun Pokdarwis tidak ada yang memegang akun tersebut.

b. Pemetaan Potensi Wisata Desa Bedulu

Pada tahap ini dilakukan pemetaan potensi wisata Desa Bedulu bersama ketua Pokdarwis yang dilakukan pada tanggal 29 November 2023 di Yeh Pulu. Pemetaan potensi wisata ini bertujuan untuk mengetahui potensi wisata yang dimiliki Desa Bedulu dapat berupa objek wisata, atraksi wisata, fasilitas dan layanan wisata.

c. Analisis Kebutuhan Website

Pada tahap ini, dilakukan pemilihan hosting menggunakan Niagahoster dan pembuatan website menggunakan CMS yaitu WordPress. Lalu, untuk kebutuhan fitur serta isi website dari pihak Pokdarwis ingin menampilkan potensi yang ada di Desa Bedulu seperti destinasi wisata, aktivitas dan paket-paket wisata yang sudah dirancang.

d. Analisis Kebutuhan Media Sosial

Pada tahap ini dilakukan pemilihan platform media sosial yang akan digunakan untuk promosi potensi Desa Wisata Bedulu. Untuk platform media sosial yang dipilih adalah Instagram, Tiktok dan Youtube.

3. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan proses pengumpulan data yang digunakan untuk pembuatan website dan konten promosi di media sosial. Pengambilan dokumentasi foto dan video dilakukan langsung dengan datang ke tempat tersebut dengan izin dari Pokdarwis. Untuk beberapa peralatan yang digunakan pada pengambilan foto dan video adalah Kamera Sony A6000 dengan lensa MEIKE, Iphone 10, Iphone 11 dan Realme 3 Pro.

4. Pelatihan Pengelolaan Website

Pelatihan pengelolaan website dilakukan 2 kali yaitu pada 12 April dan 15 Mei 2024. Pelatihan pengelolaan website desa wisata bertujuan untuk meningkatkan kemampuan Staf Desa dalam mengelola website agar lebih baik.

5. Pengembangan Website dan Media Sosial

Pada bulan Desember hingga Maret 2024 akan dilakukan pembuatan website dan pengembangan media sosial Desa Wisata Bedulu.

a. Pengembangan Website

Pada tahap ini dilakukan perancangan desain interface website. Mockup Desain Interface di implementasi ke dalam CMS yaitu WordPress. Untuk perubahan dan penyesuaian desain akan langsung disesuaikan pada saat implementasi. Setelah itu, website yang sudah dibuat, dilakukan pengujian oleh Pokdarwis dan Staf IT desa untuk memastikan bahwa website berfungsi dengan baik. Setelah website dibuat, dilakukan peluncuran dan penerapan SEO (Search Engine Optimization). Pada tahap ini juga dilakukan pembuatan modul pengelolaan website untuk pelatihan kepada pengguna yang akan mengelola dan memelihara situs website.

b. Pengembangan Media Sosial

Pada tahap ini, dilakukan pembuatan akun media sosial baru untuk Desa Wisata Bedulu, yaitu Instagram, TikTok, dan YouTube. Setelah itu, dilakukan pembuatan konten promosi

berupa video reels dan foto-foto serta diunggah di masing-masing media sosial yang telah dibuat.

6. Evaluasi

Pada tahap akhir, akan dilakukan evaluasi kepada pengguna yang akan mengelola website dan media sosial Desa Wisata Bedulu. Untuk pengguna yang akan mengelola website dan media sosial untuk sementara waktu adalah Staf Desa Bedulu. Untuk evaluasi pada media sosial dilakukan dengan memastikan apakah pengguna sudah bisa memakai media sosial, mulai dari proses login hingga unggah konten. Lalu, evaluasi pada penggunaan website dilakukan dengan unjuk kerja bersama Staf desa.

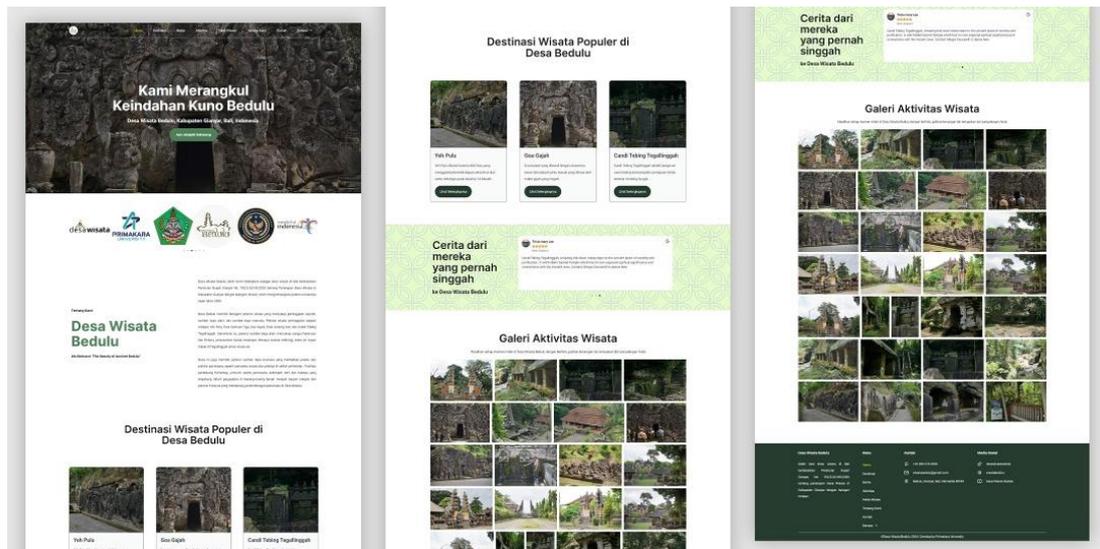
HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kegiatan pengembangan website dan media sosial Desa Wisata Bedulu telah dilakukan berdasarkan rencana yang telah disusun. Namun, di beberapa tahapan pelaksanaan kegiatan terdapat beberapa penyesuaian yang dilakukan di lapangan. Berikut adalah hasil dari pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan.

1. Pengembangan Website dan Media Sosial

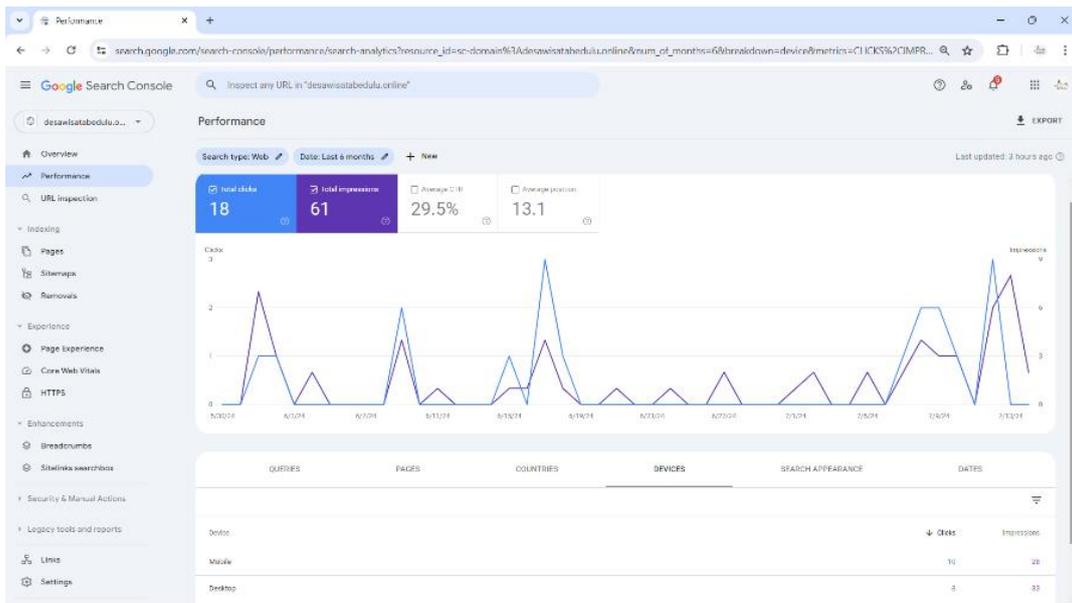
Pada Desember 2023 sampai Maret 2024 sudah dilakukan pengembangan website dan media sosial.

a. Pembuatan Website



Gambar 1. Halaman home website Desa Wisata Bedulu

Website Desa Wisata Bedulu memiliki 7 menu halaman yang memiliki fungsi berbeda-beda untuk setiap halaman. Halaman Home merupakan beranda website Desa Wisata Bedulu dan berfungsi sebagai pintu masuk pertama yang dikunjungi oleh pengunjung. Halaman Destinasi merupakan halaman yang menampilkan destinasi wisata yang ada di Desa Bedulu. Halaman Berita merupakan halaman yang berisi sorotan berita seputar pariwisata di Bedulu dan Gianyar. Halaman Aktivitas merupakan halaman yang berisi berbagai aktivitas yang dapat dilakukan di Desa Bedulu. Halaman Paket Wisata adalah halaman yang menampilkan berbagai pilihan paket wisata yang tersedia di Desa Bedulu. Halaman Tentang Kami merupakan halaman yang berisi informasi mengenai Desa Wisata Bedulu. Halaman Kontak adalah halaman yang menampilkan informasi kontak yang dapat dihubungi oleh wisatawan.

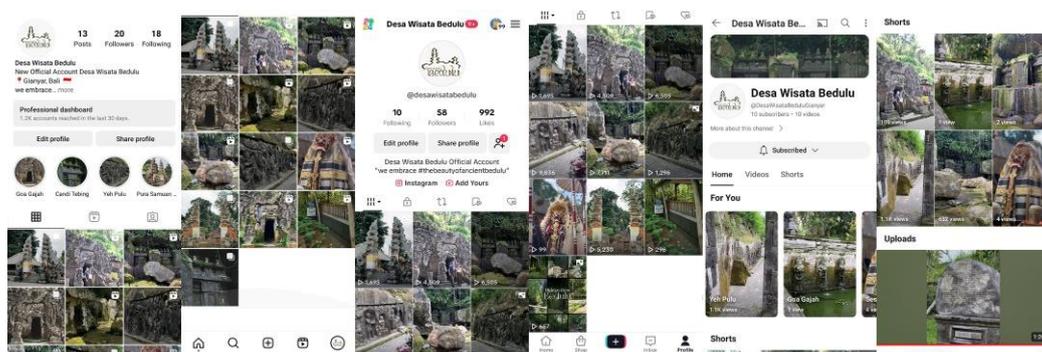


Gambar 2. Statistik Pengunjung Website Desa Wisata Bedulu

Melalui website yang telah dibuat pemasaran Desa Wisata Bedulu saat ini menjadi lebih mudah karena website Desa Wisata Bedulu menjadi salah satu media yang efektif untuk menampilkan potensi wisata dan informasi penting lainnya. Website berfungsi sebagai penghubung dalam promosi, atau sering disebut sebagai direct marketing, yang memberikan akses informasi yang mudah dan tanpa batasan untuk melakukan promosi (Zakiyah & Islam, 2022). Website dapat menyampaikan informasi dan promosi produk secara lengkap (Rafsyajani et al., 2022). Penelitian (Fauzan & Mustakim, 2023) menyebutkan hasil dari penggunaan website menjadi sarana yang efektif untuk menginformasikan potensi, kegiatan, dan keindahan desa kepada masyarakat luas, memperluas jangkauan promosi, dan meningkatkan daya tarik wisata. Berdasarkan hasil laporan statistik *Google search console*, website Desa Wisata Bedulu sudah memiliki 61 pengunjung aktif. Hal ini menunjukkan website mampu menarik perhatian pengunjung dalam pemaparan informasi tentang Desa Wisata Bedulu. Selain itu, dengan adanya website desa wisata, dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat Desa Bedulu tentang potensi yang dimiliki oleh desa.

b. Pengembangan Media Sosial

Untuk pengembangan media sosial Desa Wisata Bedulu, telah dibuat akun baru pada platform Instagram, TikTok, dan YouTube di bulan November 2023. Pembuatan konten juga sudah dilakukan dari bulan November 2023 hingga Maret 2024 sesuai rencana kegiatan.



Gambar 3. Media sosial instagram, tiktok, dan youtube Desa Wisata Bedulu

Saat ini, strategi pemasaran melalui iklan di media sosial menjadi sangat penting dan banyak digunakan oleh pelaku usaha maupun Perusahaan (Susilawati & Solehatun, 2023).

Hingga saat ini, beberapa konten yang telah diunggah di berbagai media sosial Desa Wisata Bedulu telah berhasil menarik total penonton lebih dari puluhan ribu. Penelitian (Mardian et al., 2022) menyebutkan penggunaan media sosial sebagai media promosi efektif dalam menarik minat konsumen, dengan syarat konten yang dibuat mendukung tujuan pemasaran dan meyakinkan konsumen. Untuk media sosial Instagram Desa Wisata Bedulu telah mendapatkan 25 followers, 100 likes lebih, dan 2000 views lebih. Lalu, untuk media sosial Tiktok telah mendapatkan 98 followers, 1800 likes lebih, dan 50.000 views lebih. Untuk media sosial Youtube telah mendapatkan 13 subscribers, 40 likes lebih, dan 2000 views lebih. Melalui jumlah hasil jumlah pengikut, like, dan tontonan, menunjukkan media sosial memiliki pengaruh lebih besar dalam menarik perhatian pengunjung dan efektif dalam promosi Desa Wisata Bedulu. Hal ini memberikan dampak positif terhadap penguatan pengenalan identitas Desa Bedulu sebagai salah satu desa wisata.

2. Pelatihan Pengelolaan Website Desa Wisata

Setelah pengembangan website dan media sosial dilakukan, dilanjutkan dengan pembuatan modul penggunaan WordPress sebagai bahan ajar untuk mendukung pelatihan pengelolaan website. Modul disusun dalam dua bentuk, yaitu hardcopy dan softcopy.



Gambar 4. Cover Modul Pengelolaan Website Desa Wisata

Modul *hard copy* diserahkan langsung kepada staf desa dan modul *soft copy* digunakan sebagai arsip dan agar bisa diakses dengan mudah. Modul pengelolaan website desa wisata yang telah dibuat terdiri dari empat aspek utama, yaitu memahami instalasi dan konfigurasi CMS, memahami cara manajemen konten website, memahami cara manajemen pengguna, dan memahami cara manajemen ekstensi atau plugin.



Gambar 5. *Pelatihan pertama pengelolaan website*

Pada tanggal 29 April 2024, dilakukan pelatihan pengelolaan website. Untuk pengelola website desa wisata adalah salah satu Staf Umum Desa Bedulu yang telah ditunjuk untuk mengelola website.



Gambar 6. *Pelatihan kedua pengelolaan website*

Pada 17 Mei 2024 dilakukan pelatihan kedua bersama Staf Desa yang akan mengelola website Desa Wisata Bedulu. Pelatihan kedua ini bertujuan untuk meningkatkan kembali kemampuan Staf Desa dalam mengelola website agar lebih baik.

3. Evaluasi

Pengelolaan desa wisata yang sukses memerlukan pemahaman yang kuat tentang manajemen sumber daya manusia, pemasaran digital, dan kewirausahaan (Diwyarthi, 2023). Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, evaluasi pada media sosial tidak memerlukan penilaian karena Staf Umum desa telah menunjukkan kemampuan dalam menggunakan media sosial dengan efektif sehingga tidak diperlukan menilai kompetensi dalam bidang ini. Lalu, pada website evaluasi dilakukan dengan tes penilaian unjuk kerja sebanyak dua kali yakni sebelum

dan sesudah pelatihan untuk mendapatkan perbandingan hasil. Berdasarkan hasil penilaian sebelum pelatihan, total skor yang didapat oleh Staf Umum Desa Bedulu adalah 41 yaitu masuk dalam kategori sangat kurang. Hal ini menunjukkan bahwa Staf Umum Desa Bedulu masih sangat kurang dalam penggunaan dan penguasaan WordPress dan perlu belajar lebih banyak untuk pengelolaan website desa wisata. Sedangkan, berdasarkan hasil penilaian sesudah pelatihan, total skor yang didapat adalah 86 yaitu masuk dalam kategori sangat baik.

Penelitian (Setioningtyas et al., 2020) menunjukkan pelatihan teknologi informasi yang telah dilakukan, ternyata mampu mempromosikan desa wisata sehingga meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat setempat, memperkuat sinergi serta semangat kerja gotong royong antara warga dan pengelola wisata. Dari hasil pelatihan pengelolaan website dengan Staf Umum Desa, menunjukkan hasil Staf Umum Desa sekarang sudah kompeten dalam mengelola website desa wisata mulai dari mengoperasikan WordPress untuk proses login, mengedit halaman website, manajemen akun pengguna, dan mengatur plugin. Melalui pelatihan ini optimalisasi strategi pemasaran Desa Wisata Bedulu melalui platform digital bisa terus berlanjut.

SIMPULAN DAN TINDAK LANJUT

Melalui kerjasama Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Bedulu berkolaborasi dengan Primakara University bersama Duta/Kader Digital desa untuk percepatan program desa digital. Program ini telah berlangsung selama 6 bulan yaitu mulai dari bulan November 2023 sampai April 2024 dengan kegiatan pengembangan website dan media sosial sebagai upaya pemasaran Desa Wisata Bedulu. Melalui program ini Desa Wisata Bedulu telah dibuatkan website desa wisata dan media sosial yang berisi konten – konten promosi. Selain itu, kegiatan pelatihan beserta modul pengelolaan website desa wisata sudah diberikan agar kedepannya website bisa digunakan dengan baik. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan melalui pembuatan website dan media sosial, beberapa potensi Desa Bedulu bisa dipromosikan dengan baik. Dari hasil evaluasi, Staf Umum desa telah menunjukkan kemampuan dalam menggunakan media sosial dengan efektif. Lalu, melalui hasil penilaian unjuk kerja sesudah pelatihan Staf Umum Desa Bedulu sudah cukup baik dalam mengelola website desa wisata. Jadi dapat disimpulkan kegiatan pengembangan website dan media sosial sebagai upaya pemasaran Desa Wisata Bedulu telah berjalan dengan cukup baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, I., & Dirgahayu, T. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Desa Wisata di Indonesia: A Systematic Literature Review. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 8(4), 2291–2302. <https://doi.org/10.35957/jatinsi.v8i4.1095>
- Diwyarthi, N. D. M. S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial dalam Peningkatan Promosi Desa Wisata Bongan Kabupaten Tabanan Bali. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 300–310. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v1i4.157>
- Fauzan, A., & Amalia Wahyuni Mustakim, R. (2023). Pembuatan Website sebagai Media Pencitraan dan Promosi Pada Desa Kamiri Kec. Balusu Kab. Barru. *Ilmu Komputer Untuk Masyarakat*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.33096/ilkomas.v4i1.1765>
- Kaharap, Y., Dotrimensi, D., Setiawan, F., & Nasution, R. P. S. (2024). Sosialisasi Peran Pokdarwis Dalam Mengkampanyekan Sadar Wisata Terhadap Wisatawan, Masyarakat, Maupun Dirinya Sendiri Menuju Pariwisata Berkelanjutan Di Desa Bahu Palawa. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 4(2), 513-522. <https://doi.org/10.36908/akm.v4i2.1013>
- Mardian, M. H. P., Desy Misnawati, & Muhammad Renaldi. (2022). Efektivitas Sosial Media Sebagai Media Promosi Desa Surabaya Timur. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 86–90. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i1.225>

- Nirmala, B. P. W., & Paramitha, A. A. I. I. (2020). Digitalisasi desa dan potensi wisata di desa kerta, kabupaten gianyar menuju pariwisata 4.0. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 350-355. DOI: <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i2.11273>
- OECD. (2020). OECD Tourism Trends and Policies 2020 (OECD Tourism Trends and Policies). *OECD*. <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>
- Prasetyo, H., Irawati, N., & Satriawati, Z. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Desa Wisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(2), 515-522. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1281>
- Putra, I. G. J. E., Lestari, N. P. E., Suradnya, I. M., Laori, I. M. J., Gerananda, N. P. B., Jayantara, P. A. R., Ardiantara, I. N. N., & Aryawan, I. P. A. (2023). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI POTENSI DESA GUNA MEWUJUDKAN PROGRAM DESA DIGITAL DI DESA KERAMAS BLAHBATUH GIANYAR. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer*, 9(2). <https://doi.org/10.36002/jutik.v9i2.2193>
- Rafsyanjani, G. M., Fauzi, A., & Niaga, A. (2022). Pengembangan Media Promosi Berbasis Website Dengan Aplikasi Cms Wordpress Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada Umkm Aneka Batik Pamekasan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 115-120. <https://doi.org/10.33795/jab.v8i1.432>
- Setioningtyas, W. P., Dwiarta, I. M. B., Waryanto, R. B. D., & Arianto, B. (2020). Pemanfaatan Multimedia Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata Dan Produk Oleh-Oleh Desa Wisata Di Desa Kebontunggul Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 8-13. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.1.1.2334>
- Susilawati, A. D., & Solehatun, F. (2023). Peran Influencer Dan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Promosi Pada Suatu Brand. *Jurnal Ilmiah Falkultas Ekonomi Universitas Flores*, 13(1), 52-64. <https://doi.org/10.37478/als.v13i1.2524>
- Yustiani, D. (2020). Statistik Wisatawan Mancanegara ke Bali 2019. In 2355-2972. BPS Provinsi Bali. <https://bali.bps.go.id/publication/2020/07/24/e40b575f055874fc2eb05eee/statistik-wisatawan-mancanegara-ke-bali-2019.html>
- Yustiani, D. (2023). Statistik Wisatawan Mancanegara ke Provinsi Bali 2022. In *BPS Provinsi Bali*. <https://bali.bps.go.id/publication/2023/07/28/cea706324581591108b73c90/statistik-wisatawan-mancanegara-ke-provinsi-bali-2022.html>
- Zakiyah, R. Z., & Islam, M. A. (2022). User interface website sebagai media promosi vilovy design. *BARIK*, 3(3), 174-185. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/48070>