

## PENGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENARIK MINAT WISATAWAN DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN DI PANTAI MATTIROTASI DESA SADAI

Fadhel Ahmad<sup>1\*</sup>, Nadia Chayanti Suma<sup>2</sup>, Sry Indriani Fadilla Warsan<sup>3</sup>, Susilawati<sup>4</sup>, Deva Shinta Fitriani<sup>5</sup>, Inggit<sup>6</sup>, Namira Fasya Khailifa<sup>7</sup>, Syafira Adelya<sup>8</sup>, Berryansah Irawan<sup>9</sup>, Yolán Adres Ramadani<sup>10</sup>, Adi Saputra<sup>11</sup>

<sup>1</sup>PJKR, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

<sup>2</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Luwuk, Indonesia

<sup>3</sup>Psikologi, Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Indonesia

<sup>4</sup>Ilmu Keperawatan, Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Indonesia

<sup>5</sup>Sarjana Farmasi, Universitas Muhammadiyah Pekajang Pekalongan, Indonesia

<sup>6</sup>Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

<sup>7</sup>Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, Indonesia

<sup>8</sup>Pendidikan Matematika, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

<sup>9</sup>PJKR, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

<sup>10</sup>Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia

<sup>11</sup>PJKR, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

[fadhelahmad498@gmail.com](mailto:fadhelahmad498@gmail.com), [nadiachayantisuma.uml2020@gmail.com](mailto:nadiachayantisuma.uml2020@gmail.com), [sriindrianifadillawarsan@gmail.com](mailto:sriindrianifadillawarsan@gmail.com), [susilawati.p923@gmail.com](mailto:susilawati.p923@gmail.com), [devashintaff@gmail.com](mailto:devashintaff@gmail.com), [inggittoboali@gmail.com](mailto:inggittoboali@gmail.com), [namirafasya1305@gmail.com](mailto:namirafasya1305@gmail.com), [syafiraadelya2001@gmail.com](mailto:syafiraadelya2001@gmail.com), [beriacil1@gmail.com](mailto:beriacil1@gmail.com), [ramdanadres22@gmail.com](mailto:ramdanadres22@gmail.com), [adi.saputra@unmuhbabel.ac.id](mailto:adi.saputra@unmuhbabel.ac.id)

### ABSTRAK

Pantai wisata Mattirotasi Desa Sadai Kabupaten Bangka Selatan mulai dikembangkan sebagai objek wisata alam sejak tahun 2019 oleh Pokdarwis Desa Sadai. Pantai Mattirotasi dengan segala keindahannya membutuhkan perhatian khusus dari pemerintah desa dan masyarakat setempat. Pengembangan Wisata Pantai Mattirotasi masih memiliki keterbatasan pada aspek promosi, dimana kegiatan promosi belum terkelola dengan baik dan intensitas promosi media sosial yang masih kurang. Oleh sebab itu, informasi yang diperoleh wisatawan cukup terbatas sehingga pantai ini jarang diketahui oleh banyak orang. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana media sosial berperan penting dalam mempromosikan Pantai Mattirotasi sehingga menarik perhatian para wisatawan untuk berkunjung. Metode yang diterapkan adalah (1) pelatihan dan pendampingan (2) evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan telah memberikan pengetahuan sikap dan pengetahuan terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi Wisata Pantai Mattirotasi. Dari kurang terekspos sampai cukup terekspos sehingga sudah lebih banyak yang mengetahui bahwa di Desa Sadai ada wisata pantai yang wajib dikunjungi. Pokdarwis Pantai Mattirotasi telah mampu mempersiapkan dan menyusun konten akun promosi untuk membuat Pantai Mattirotasi menjadi pusat perhatian banyak orang.

Kata Kunci: *Pantai;Wisata;Media Sosial*

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Kekayaan alam di Negara Indonesia yang dijadikan target wisata adalah suatu keputusan yang baik sebagai harapan dalam kegiatan pariwisata. Pada sektor pariwisata di era modern ini menjadi industri andalan bagi sumber peningkatan devisa negara, memperkenalkan kebudayaan negara serta memperluas lapangan pekerjaan. Saat ini di berbagai daerah sedang berlomba-lomba untuk mengedepankan keunikan pariwisatanya masing-masing (Yunita & Meirinawati, 2012). Ikon bagi suatu negara dapat dilihat dari pariwisata yang merupakan hal terpenting karena di Indonesia, masing-masing daerah memiliki ciri khas sendiri sehingga banyak wisatawan lokal maupun asing penasaran sehingga mereka berkunjung ke daerah tersebut (Hidayat & Rizqi, 2021).

Undang-undang no 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan mengamanatkan bahwa penyelenggaraan pariwisata ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan serta mendayagunakan objek dan daya tarik wisata (Abraham & Sahusilawane, 2022).

Pariwisata ialah aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur dan tujuan-tujuan lainnya (Khotimah & Wilopo, 2017 dalam Satria, 2020). Proses pembangunan wisata di suatu daerah dapat membuka daya tarik wisata baru bagi para wisatawan, baik wisatawan asing maupun local (Satria, 2020).

Pembangunan dibidang kepariwisataan dilaksanakan dengan memperhatikan kemampuan untuk mendorong untuk meningkatkan kehidupan pendapatan ekonomi dan sosial budaya serta pandangan nilai-nilai hidup yang ada dalam masyarakat, dan juga perlu diperhatikan pula aspek kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup serta kelangsungan usaha mikro pariwisata itu sendiri. Kesejahteraan masyarakat menunjukkan ukuran hasil pembangunan masyarakat dalam mencapai kehidupan yang lebih baik (Tolinggi, Engka & Rorong, 2021).

Objek wisata adalah suatu objek yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan karena mempunyai sumber daya tarik, baik alamiah, maupun buatan manusia, seperti keindahan alam/pegunungan, pantai, fauna, flora, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah, monumen-monumen, dan candi-candi (Sihombing & Bawaulu, 2020).

Daya tarik wisata dan objek wisata merupakan bentukan dan fasilitas yang berkaitan yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk mengunjungi suatu daerah atau lokasi tertentu (Ardiansyah & Iskandar, 2022 dalam Zunaidi, 2022). Indonesia yang kaya akan destinasi wisata yang dimilikinya sehingga menarik banyak wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri. Hal tersebut menjadi satu kelebihan dari setiap tempat yang memiliki keindahan alam.

Kehadiran internet dalam kehidupan manusia memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses informasi yang dibutuhkan. Internet saat ini digunakan sebagai media promosi digital, bentuk-bentuk promosi digital dapat melalui website perusahaan, blog, dan media sosial (Raditya, Suardana & Sagita, 2020). Salah satu situs media sosial yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan informasi rekomendasi tempat wisata adalah instagram. Gambar di media sosial adalah alat promosi, hal ini terjadi karena ketidaksadaran menggunakan keputusan yang mereka buat, sehingga wisatawan yang merencanakan perjalanan dapat terpengaruh (Rusata, 2019 dalam Zunaidi, 2022).

Desa Sadai yang merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Tukak Sadai Kabupaten Bangka Selatan Provinsi Bangka Belitung. Kepulauan Bangka Belitung adalah sebuah provinsi di Indonesia yang terdiri dari dua pulau utama yaitu Pulau Bangka dan Pulau Belitung serta ratusan pulau-pulau kecil, total pulau yang telah bernama berjumlah 470 buah dan yang berpenghuni hanya 50 pulau.

Bangka Belitung terletak di bagian timur Pulau Sumatera, dekat dengan Provinsi Sumatra Selatan. Bangka Belitung di kenal sebagai daerah penghasil timah, memiliki pantai yang indah, dan kerukunan antar etnis. Ibu kota provinsi ini ialah Pangkalpinang. Di ujung pulau Bangka Selatan terdapat salah satu desa yang memiliki keindahan alam tersembunyi, yaitu Desa Sadai. Desa Sadai terdapat pantai yang sangat indah namun tidak *terekspose* dengan baik sehingga banyak masyarakat maupun pemerintah yang tidak mengetahui keberadaan pantai tersebut. Namun, karena kurangnya perhatian dari pemerintah dan masyarakat pantai ini tidak terlestarikan dan terjaga keindahannya. Masyarakat setempat memberi nama pantai itu "Pantai Mattirotasi".

Destinasi pariwisata di Indonesia yang paling populer adalah pantai. Tidak sedikit pantai-pantai di Indonesia yang masuk dalam daftar pantai terindah di dunia. Kondisi geografis Indonesia yang terdiri dari gugusan kepulauan membuat pantai-pantai di Indonesia muncul secara alamiah. Dari ribuan pulau yang ada di Indonesia, potensi-potensi pariwisata yang dieksplorasi dari wilayah pantai banyak bermunculan. Pantai-pantai baru tersebut menjadi daya tarik bagi para wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia (Maulana & Abidin, 2021). Pantai merupakan tempat wisata yang sering dikunjungi oleh masyarakat setempat atau masyarakat di luar daerah pada saat akhir pekan dan libur nasional hanya untuk sekedar melepas rasa penat dan menenangkan pikiran bersama sanak saudara (Sari & Wira, 2022).

Pada tahun 2021 pantai ini pernah di lestarikan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari UNMUH BABEL kemudian pada tahun 2022 ikut diberdayakan oleh mahasiswa KKN IAIN BABEL, namun tetap saja tidak terekseskusi dengan baik karena pengerjaannya hanya sebatas Program Kerja (PROKER) sementara dan tidak berkelanjutan. Oleh karena itu, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Muhammadiyah Aisyiyah KKN Mas Angkatan 2023 yang ditempatkan di Desa Sadai memiliki inovasi baru agar pantai ini terjaga kelestariannya dan memberdayakan media sosial untuk menarik wisatawan serta membranding pantai ini agar diketahui banyak orang.

## **B. Metode Pelaksanaan**

### **1. Profil singkat Pantai Mattirotasi**

Pantai Mattirotasi merupakan pantai yang terletak di Desa Sadai Kecamatan Tukak Sadai Kabupaten Bangka Selatan Provinsi Bangka Belitung. Dalam pelaksanaan proker, mahasiswa KKN Mas 2023 bekerjasama dengan 12 orang yang tergabung dari pemerintah desa dan kelompok sadar wisata (POKDARWIS).

### **2. Metode Pelaksanaan adalah (1) pelatihan dan pendampingan (2) evaluasi kegiatan.**

Pelatihan yang dilakukan berupa cara penggunaan media sosial dalam membuat konten yang menarik untuk memperkenalkan Pantai Mattirotasi kepada masyarakat lokal maupun masyarakat luar. Kemudian, kegiatan yang dilaksanakan berupa evaluasi dari hasil pelatihan dan pendampingan sebelumnya. Hasil dari kegiatan tersebut ialah adanya akun media sosial Pantai Mattirotasi yang berisi foto dan konten yang menarik serta adanya spot foto berupa *motivation letter* dan *instagramable*.

### **3. Periode program dijalankan pada minggu ke-2 dan ke-4 bulan Agustus tahun 2023.**

### **4. Langkah-Langkah kegiatan**

Tahapan – tahapan dalam proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat antara lain sebagai berikut:

1. Meminta izin kepada pihak Desa Sadai serta kelompok sadar wisata (POKDARWIS) untuk melaksanakan kegiatan pelatihan dan pendampingan penggunaan media sosial untuk menarik minat wisatawan dalam meningkatkan kunjungan di Pantai Mattirotasi Desa Sadai.
2. Melakukan observasi ke Pantai Mattirotasi
3. Membersihkan kawasan sekitar Pantai Mattirotasi
4. Melaksanakan pelatihan dan pendampingan kepada aparat desa, Pokdarwis serta masyarakat desa tentang penggunaan media sosial dalam membuat konten-konten menarik untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Pantai Mattirotasi Desa Sadai.
5. Pembuatan spot foto dan kata-kata motivasi guna menambah keindahan di sekitar Pantai Mattirotasi.

Adapun target luaran setelah kegiatan pelatihan dan pendampingan ini adalah:

Bertambahnya pengetahuan dan wawasan tentang cara menggunakan media sosial dalam menyebarkan wisata Pantai Mattirotasi, Meningkatkan daya tarik wisata Pantai Mattirotasi dan dapat memperkenalkan Pantai Mattirotasi ke khalayak luas.

## C. Hasil dan Pembahasan

### 1. Tahap Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Media sosial merupakan sebuah media berbasis internet yang memudahkan atau memungkinkan penggunaanya dapat dengan mudah berpartisipasi, menciptakan dan berbagi pengalaman serta informasi yang dimilikinya. Jenis-jenis media sosial tersebut seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram* (Raditya, Suardana & Sagita, 2020). Penggunaan media sosial sangat membantu akses informasi wisata untuk diketahui banyak khalayak. Terutama untuk wisatawan mancanegara yang terbiasa mengakses informasi dari situs atau laman resmi tentunya diperlukan pengelolaan media digital secara serius. Karena saat ini portal digital menjadi pintu gerbang utama untuk wisatawan mancanegara mengetahui tentang Indonesia. Oleh karena itu kegiatan pegabdian ini dilakukan untuk memberikan informasi melalui pelatihan dan pendampingan.



Gambar 1. Flayer Acara Pelatihan

Kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan pada 14 Agustus 2023. Kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan secara *offline* berlokasi di Kawasan Pantai Mattirotasi Desa Sadai. Kegiatan pelaksanaan program pengabdian ini bertemakan Media Sosial, yang berjudul “Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Media Sosial Untuk Menarik Minat Wisatawan Dalam Meningkatkan Kunjungan di Pantai Mattirotasi Desa Sadai”. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dihadiri oleh pemerintah setempat, kelompok sadar wisata (POKDARWIS) serta masyarakat Desa Sadai.



**Gambar 2.** Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan

Dalam sesi kegiatan ini kami memberikan materi tentang cara penggunaan media sosial terkhusus tiktok dan Instagram. Serta mengajarkan cara pembuatan konten menarik untuk di publish dan meningkatkan daya tarik penonton. Selain itu kami juga memberikan pengarahan terkhusus kepada pokdarwis tentang konten-konten mengenai wisata yang sedang viral di tiktok sebagai bahan referensi.

Berikut faktor-faktor pendukung dalam peningkatan daya tarik wisata pantai:

a. Media Sosial

Media sosial kerap digunakan untuk mengunggah kegiatan dalam berwisata berupa foto dan video. Pemanfaatan *platform* media sosial sebagai sarana mempromosikan daya tarik wisata adalah salah satu metode dengan memanfaatkan teknologi untuk semakin memperkenalkan produk pariwisata di Indonesia (Eka Yudha, 2021). Namun dengan berkembangnya teknologi promosi, media baru yang dapat digunakan yakni *Instagram* dengan tujuan untuk mempromosikan destinasi wisata yang relatif baru (Nurjana, 2018 dalam Eka Yudha, 2021). Pengaruh media sosial berbeda-beda, akan tetapi yang umum terjadi adalah informasi yang berasal dari media sosial akan memberikan pengaruh terhadap keputusan yang diambil pengunjung Wisatawan (Tarik, 2023). Terlebih di era digital seperti saat ini, pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan dan berbagi informasi tidak dapat dikesampingkan lagi karena memang menjadi salah satu kebutuhan dan juga merupakan sarana yang tepat untuk mempersuasi khalayak yang lebih luas (Purba, and Irwansyah 2022).

b. Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat diandalkan untuk menjadi sumber pendapatan provinsi di sejumlah daerah di Indonesia (Nugroho, 2022). Pariwisata merupakan kegiatan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan. Dalam Undang-Undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara (Sumiyati, and Murdiyanto, 2018). Pariwisata relatif lebih ramah lingkungan terutama dalam hal pemanfaatan sumber daya alam. Hal ini karena pariwisata relatif lebih kecil karena tidak mengubah bentang alam secara signifikan.

## 2. **Monitoring dan Evaluasi**

Monitoring dan evaluasi kegiatan dilakukan dalam bentuk wawancara atau metode wawancara. Metode wawancara tersebut ialah bertanya langsung kepada peserta yang mengikuti pelatihan dan pendampingan. Beberapa masyarakat berpendapat bahwa media sosial memang sangat dibutuhkan untuk meningkatkan daya tarik pengunjung melalui konten yang disajikan. Selain itu pemerintah desa dan Pokdarwis juga berpendapat bahwa pelatihan dan pendampingan ini memberikan ide baru dan menambah pengetahuan mereka. Sementara itu, evaluasi hasil pelatihan dan pendampingan dengan metode diskusi dilakukan dengan menanyakan kembali materi yang sudah disampaikan guna untuk melihat sejauh mana pemahaman masyarakat setempat tentang penggunaan media sosial dalam meningkatkan daya tarik wisatawan.

## 3. **Kendala yang Dihadapi**

Hal yang menjadi masalah utama di Pantai Mattirotasi adalah kurangnya kesadaran masyarakat maupun pengunjung terhadap kebersihan pantai, sehingganya ketika kami melakukan kerja bakti untuk membersihkan sekitaran pantai itu tidak akan bertahan lama karena setiap pengunjung yang datang pasti selalu meninggalkan sampah di sekitar pantai. Maka dari itu, solusi yang kami hadirkan yaitu menyediakan tempat sampah di beberapa titik di sekitar pantai dengan harapan agar setiap pengunjung bisa membuang sampah pada tempatnya dan menjaga kebersihan pantai.

## D. **Simpulan dan Saran**

### a. **Kesimpulan**

Dari permasalahan yang sudah ditemukan dari Pantai Mattirotasi dapat disimpulkan bahwa kurangnya kesadaran masyarakat akan kebersihan lingkungan pantai yang menyebabkan hilangnya keindahan dan berkurangnya daya tarik. Maka dari itu, mahasiswa KKN MAs 2023 menghadirkan inovasi baru untuk memberdayakan Pantai Mattirotasi agar terlihat indah dan menarik perhatian masyarakat luas. Selain itu, mahasiswa KKN MAs 2023 memberikan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat setempat tentang penggunaan media sosial untuk meningkatkan daya tarik Pantai Mattirotasi.

### b. **Saran**

Dalam peningkatan daya tarik wisata melalui media sosial kami memberikan saran agar segala bentuk upaya pelatihan dan pendampingan yang telah kami berikan bisa memberikan manfaat untuk masyarakat setempat dengan harapan semua yang telah kami bangun untuk keindahan pantai bisa di jaga dengan baik. Selain itu kami juga berharap Pokdarwis bisa selalu menghadirkan konten-konten menarik di media sosial mengenai keindahan Pantai Mattirotasi.

## Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Panitia pelaksana Kuliah Kerja Nyata Muhammadiyah Aisiyah (KKN MAs) 2023 dan juga pihak-pihak terkait lainnya yang telah mendanai dan memfasilitasi kegiatan ini sehingga seluruh program kerja kami bisa terlaksana dengan baik. Tidak lupa kami berterima kasih juga kepada mitra kami yaitu Kepala Desa, Perangkat Desa, dan Masyarakat Desa Sadai karena telah memberikan kami kesempatan untuk melaksanakan kegiatan KKN MAs pada periode ini. Dan terimakasih juga kepada Bapak Adi Saputra, M.Pd.I yang selalu mengawasi segala kegiatan dan juga memberikan saran, masukan, serta dukungan bagi kelancaran setiap kegiatan yang telah kami laksanakan selama kegiatan KKN MAs ini berlangsung.

## Daftar Rujukan

- Abraham Johanis Jalmaf, Stevie Sahusilawane, G. R. (2022) 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Pantai Ngurbloat Maluku Tenggara', *Jurnal Administrasi Terapan*, 1(1), pp. 1–5.
- Dwi yunita dan Meirinawati. (2012) 'Strategi Pengembangan Wisata Pantai Kutang Di Desa Labuhan Kecamatan Brondong Kabupaten Lamongan', pp. 1–14.
- Eka Yudha, D. K. (2021) 'UPAYA PROMOSI PARIWISATA PANTAI LIMAN DENGAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Pada Akun Instagram @pantailimansemau)', 3(2), p. 6.
- Hidayat, R. and Rizqi, R. M. (2021) 'Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Di Desa Wisata Rhee Loka Kabupaten Sumbawa (Studi Kasus Desa Wisata Pantai Gelora)', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(3), pp. 42–54. Available at: <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/download/1334/824>.
- Ihwasatrialesmanabinaban (2020) 'KUNJUNGAN WISATAWAN PASCA TSUNAMI SELAT SUNDA DI KABUPATEN PANDEGLANG Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bina Bangsa Abstrak Sektor pariwisata pantai Kabupaten Pandeglang Banten , merupakan sektor yang diunggulkan dan berkontribusi terhadap Pendapatan', 6(2), pp. 61–65.
- Maulana, J. I. and Abidin, S. (2021) 'MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE'.
- Nugroho, A. W. (2022) 'Pengembangan Wisata Pantai di Kalimantan Timur Berdasarkan Persepsi Pengunjung', *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 20(3), pp. 597–608. doi: 10.14710/jil.20.3.597-608.
- Purba, H. and Irwansyah (2022) 'User Generated Content dan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Pariwisata: Literature Review', *Jurnal Professional*, 9(2), pp. 229–238.
- Raditya, T., Suardana, I. W. and Wikanatha Sagita, P. A. (2020) 'Pengaruh Promosi Facebook, Twitter, Dan Instagram Terhadap Keputusan Wisatawan Ke Pantai Pandawa Bali', *Jurnal IPTA*, 8(1), p. 143. doi: 10.24843/ipta.2020.v08.i01.p17.
- Sari, P. and Wira, T. S. (2022) 'minat kunjungan pada Pantai Putra Deli Kecamatan Pantai Labu', 2(3), pp. 100–109.
- Sihombing, B. and Bawaulu, E. K. (2020) 'Potensi Pantai Sibolo Pulau-Pulau Batu Nias Selatan Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan', *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 7(2). doi: 10.51827/jiaa.v7i2.51.
- Sumiyati, S. and Murdiyanto, L. (2018) 'Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen', *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), p. 171. doi: 10.32509/wacana.v17i2.629.
- Tarik, D. et al. (2023) 'Indonesian Journal Of Economy Studies', 1(2), pp. 87–97.
- Tolinggi, M. Y., Engka, D. S. M. and Rorong, I. P. F. (2021) 'Pengaruh Promosi Tempat Wisata dan Kunjungan Wisatawan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Objek Wisata', *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 21(3), p. Hal. 4-4.

Zunaidi, A. *et al.* (2022) 'Upaya Menambah Daya Tarik Objek Wisata Melalui Rancangan Spot Foto Pantai Pasetran Gondo Mayit Blitar', *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 8(2), pp. 81–86. doi: 10.21107/pangabdhi.v8i2.16550.