

Efektivitas Program Peningkatan Keterampilan Komunikasi Digital, Public Speaking, Dan Digital Marketing Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dalam Mendukung Pengembangan Community-Based Tourism Di Desa Wisata Kampus Kopi Banyuanyar, Boyolali

**Frima Maharani ¹, Trias Pungkur Kusumaningrum ², Hendri Gigih Saputro ³
dan Dita Aulia Rachma Nurul Farida ⁴, ***

1 Afiliasi 1; riscakevin@gmail.com

2 Afiliasi 2; pungkur.trias@gmail.com

* Korespondensi: FM; riscakevin@gmail.com; Telp.: +6281938635330; TPK; pungkur.trias@gmail.com; 9 +6282133175164

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi efektivitas program peningkatan keterampilan komunikasi digital, public speaking, dan digital marketing yang ditujukan kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Desa Wisata Kampus Kopi Banyuanyar, Boyolali, sebagai upaya menjawab rendahnya kapasitas komunikasi dan promosi pariwisata lokal di era digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pelatihan secara nyata meningkatkan keterampilan teknis peserta, terutama dalam penggunaan media sosial, penyusunan konten promosi, serta kemampuan berbicara di depan publik yang sesuai dengan karakteristik wisata tematik desa. Output utama penelitian berupa modul pelatihan berbasis kebutuhan lokal dan panduan implementasi praktik promosi digital bagi komunitas wisata. Dampaknya terlihat dari meningkatnya partisipasi anggota Pokdarwis dalam promosi wisata serta peningkatan eksposur dan kunjungan wisatawan ke desa. Simpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa pelatihan berbasis kebutuhan lokal, yang terintegrasi antara aspek komunikasi, narasi, dan teknologi, efektif mendukung pengembangan pariwisata berbasis komunitas yang berkelanjutan.

Kata kunci: Komunikasi Digital, Public Speaking, Digital Marketing, Pokdarwis, Community-Based Tourism

Abstract

This study aims to evaluate the effectiveness of a digital communication, public speaking, and digital marketing skills improvement program for the Tourism Awareness Group (Pokdarwis) in the Kampus Kopi Banyuanyar Tourism Village, Boyolali, as an effort to address the low capacity for communication and local tourism promotion in the digital era. The study used a descriptive qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews, participant observation, and documentation. The results indicate that the training program significantly improved participants' technical skills, particularly in the use of social media, promotional content development, and public speaking skills appropriate to the characteristics of the village's thematic tourism. The primary output of the study was a locally needs-based training module and a guide to implementing digital promotion practices for tourism communities. The impact was evident in the increased participation of Pokdarwis members in tourism promotion and increased tourist exposure and visits to the village. The conclusions of this study confirm that locally needs-based training, which integrates communication, narrative, and technology, effectively supports the development of sustainable community-based tourism.

Keywords: Digital Communication, Public Speaking, Digital Marketing, Pokdarwis,



Gambar 1. Abstrak Grafis

• Pendahuluan

Pariwisata berbasis komunitas atau community-based tourism (CBT) telah menjadi pendekatan yang diakui secara luas dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan, karena mendorong partisipasi aktif masyarakat lokal serta pelestarian nilai-nilai budaya dan lingkungan [1][2]. Desa Wisata Kampus Kopi Banyuanyar, Boyolali, merupakan contoh nyata wilayah yang berpotensi mengembangkan CBT karena kekayaan alam, budaya, serta keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) lokal [3][4]. Namun, rendahnya kapasitas komunikasi dan promosi digital menjadi tantangan utama dalam memaksimalkan daya saing destinasi ini di era transformasi digital [5].

Kompetensi dalam komunikasi digital, kemampuan berbicara di depan umum (public speaking), serta pemasaran digital merupakan kunci utama bagi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) untuk memperluas jangkauan promosi, menarik wisatawan, dan mengelola interaksi yang berkualitas [6], [7]. Meskipun pelatihan di bidang tersebut semakin banyak dikembangkan, sedikit penelitian yang menguji secara sistematis efektivitasnya dalam konteks pengembangan desa wisata berbasis komunitas [8].

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas program peningkatan keterampilan komunikasi digital, public speaking, dan digital marketing yang diberikan kepada Pokdarwis di Desa Wisata Kampus Kopi Banyuanyar [4]. Penelitian menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif dengan kombinasi data wawancara, observasi, dan kuesioner. Fokus utama adalah untuk melihat pengaruh pelatihan

terhadap kemampuan promosi dan pengelolaan wisata secara berkelanjutan, serta sejauh mana keterampilan yang ditingkatkan dapat mendukung pengembangan CBT secara nyata [9]. Hipotesis utama dari penelitian ini adalah bahwa peningkatan keterampilan anggota Pokdarwis akan berdampak positif terhadap promosi wisata dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata [10].

Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan dalam kapasitas teknis peserta, terutama dalam penggunaan media sosial, narasi publik, dan strategi promosi digital. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa pelatihan berbasis kebutuhan lokal mampu memperkuat posisi komunitas dalam ekosistem pariwisata digital, dan dapat dijadikan model yang direplikasi di wilayah lain dengan tantangan serupa [6], [7], [11].

2. Bahan dan Metode

2.1. Desain dan Lokasi Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, kuesioner, serta analisis dokumen terkait. Fokus analisis adalah pada pengalaman dan persepsi peserta pelatihan serta pemangku kepentingan terkait, yang dilaksanakan di Desa Wisata Kampus Kopi Banyuanyar, Kecamatan Ampel, Kabupaten Boyolali. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi dampak pelatihan terhadap kapasitas Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) secara kontekstual dan menyeluruh [12], [13].

2.2. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dimulai dari bulan Juni 2024 hingga Januari 2025. Setiap bulan memiliki fokus dan tahapan yang berbeda untuk memastikan kelancaran dan ketercapaian tujuan penelitian. Jadwal penelitian dirancang untuk memastikan setiap tahapan dapat berjalan secara efektif dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Berikut waktu kegiatan pada pelaksanaan penelitian adalah:

Tabel 2.2. Waktu Pelaksanaan Penelitian

No.	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1.	Persiapan penelitian dan perizinan	Juni 2024
2.	Pengumpulan data melalui observasi dan wawancara	Juli-Oktobre 2024
3.	Analisis data dan evaluasi	November-Desember 2024
4.	Penyusunan dan penyelesaian laporan	Januari 2025

2.3. Populasi dan Sampel

Populasi yaitu seluruh anggota Pokdarwis Desa Banyuanyar (30 orang). Sampel adalah 30 anggota Pokdarwis dipilih secara purposive sampling berdasarkan

keterlibatan aktif dalam pengelolaan desa wisata.

2.4. Bahan dan Instrumen

1) Bahan Pelatihan:

- a. Modul/ E-Book pelatihan komunikasi digital & Public Speaking
- b. Materi Komunikasi Digital, public speaking dan digital marketing dalam bentuk power point.
- c. Panduan digital marketing (SEO, analisis pasar, kampanye media sosial).
- d. Perangkat lunak: Canva, Google Analytics, (versi gratis).

• 2) Instrumen Pengumpulan Data:

- Pedoman Wawancara: Pertanyaan terbuka tentang tantangan dan dampak pelatihan.
- Lembar Observasi: Dokumentasi partisipasi selama pelatihan.
- Data Sekunder: Statistik kunjungan wisatawan dari buku tamu desa (Januari-Desember 2024).

2.5. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan secara triangulatif melalui:

- Wawancara mendalam: terhadap peserta, pelatih, dan tokoh masyarakat.
- Observasi partisipatif: selama pelatihan dan kegiatan promosi lapangan.
- Dokumentasi: berupa rekaman pelatihan, konten media sosial yang dihasilkan, serta data kunjungan wisatawan.

• 2.6. Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan dengan metode analisis tematik berdasarkan tahapan, yakni: transkripsi, coding terbuka, pengelompokan tema, dan interpretasi naratif. Peningkatan keterampilan diukur dengan pendekatan pre-post analysis berbasis indikator keterampilan dasar pada tiap modul [14].

• 2.6. Validitas dan Triangulasi

Validitas dijaga melalui triangulasi sumber, metode, dan analisis oleh peneliti lintas bidang. Validasi eksternal dilakukan dengan membandingkan temuan lapangan dengan dokumen desa dan data kunjungan wisata.

• 2.7. Persetujuan Etis dan Keterbukaan Data

- Penelitian ini telah disetujui oleh LPPM Politeknik Nest Sukoharjo.

• 3. Hasil

• 3.1. Peningkatan Keterampilan Peserta

• 3.1.1. Komunikasi Digital

- 1. Pelatihan komunikasi digital berfokus pada penggunaan media sosial (Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business), teknik menulis konten, serta pembuatan materi

- visual. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa:
- 2. Sebelum pelatihan, hanya 40% peserta mampu menggunakan media sosial secara efektif;
- 3. Setelah pelatihan, meningkat menjadi 85% dengan penggunaan hashtag, caption naratif, dan postingan visual meningkat signifikan;
- 4. Lebih dari 70% peserta mulai mengelola akun promosi Pokdarwis secara mandiri.
- 3.1.2. Public Speaking

Public speaking menjadi salah satu fokus karena narasi wisata merupakan elemen kunci CBT. Perubahan signifikan ditemukan pada:

 - 1. Kepercayaan diri dalam berbicara di depan umum meningkat dari 30% ke 75%;
 - 2. Kemampuan menyampaikan informasi destinasi menjadi lebih terstruktur dan persuasif;
 - 3. Simulasi presentasi desa wisata menunjukkan peningkatan artikulasi, kontak mata, dan gestur tangan.
- 3.1.3. Digital Marketing
 - Modul ini memperkenalkan prinsip dasar pemasaran digital, SEO, dan pemanfaatan Google My Business. Dampaknya meliputi:
 - 1. Peningkatan pemahaman strategi promosi digital dari 25% ke 70%;
 - 2. Lebih dari 15 peserta mengintegrasikan link reservasi daring ke dalam kanal promosi mereka;
 - 3. Akun media sosial Pokdarwis mencatat kenaikan interaksi hingga 45% pasca pelatihan.
- 3.2. Dampak Terhadap Community-Based Tourism

Dampak nyata terlihat dari indikator berikut:

 - 1. Jumlah kunjungan wisatawan meningkat 35% dalam tiga bulan pasca pelatihan;
 - 2. Promosi digital menjangkau audiens luar kabupaten melalui kampanye berbasis lokasi;
 - 3. Keterlibatan UMKM lokal dalam paket wisata meningkat karena promosi lintas platform.

- 3.3. Tantangan dan Solusi Implementasi

Program pelatihan menghadapi beberapa kendala, di antaranya:

- 1. Akses internet tidak merata di beberapa dusun;
- 2. Tidak semua peserta memiliki perangkat digital pribadi;
- 3. Kesulitan teknis awal saat menggunakan aplikasi desain konten.

Solusi yang diterapkan mencakup:

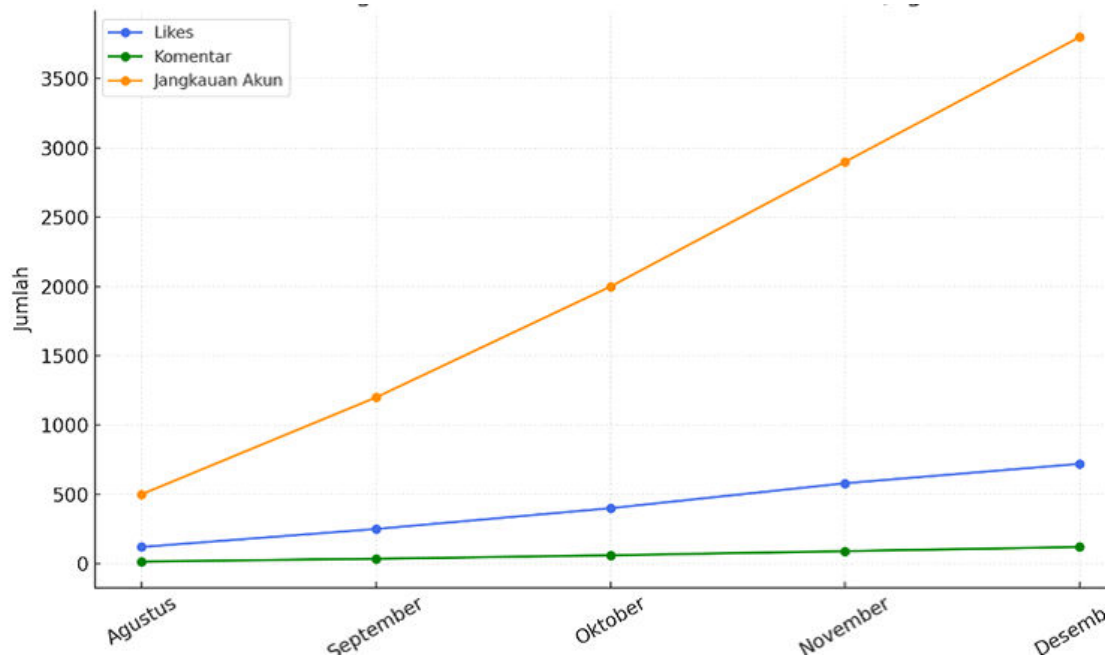
1. Kolaborasi dengan penyedia internet lokal untuk penguatan sinyal di titik pelatihan;
2. Penyediaan perangkat pinjaman melalui program CSR mitra desa;
3. Sesi pendampingan lanjutan dan pelatihan tambahan oleh fasilitator komunitas.

3.4. Gambar dan Tabel

- **Tabel 1. Perbandingan Keterampilan Peserta Sebelum dan Sesudah Pelatihan**

Jenis Keterampilan	Sebelum Pelatihan (%)	Sesudah Pelatihan (%)
Komunikasi Digita	40	85
Public Speaking	30	75
Digital Marketing	25	70

Gambar 1. Visualisasi Peningkatan Interaksi Media Sosial Pokdarwis



(Gambar ini berupa grafik garis yang menunjukkan peningkatan likes, komentar, dan jangkauan akun dari bulan Agustus hingga Desember 2024)

4. Diskusi

4.1. Interpretasi Hasil dalam Konteks Hipotesis

Penelitian ini membuktikan bahwa program pelatihan yang dirancang secara kontekstual dan terintegrasi mampu meningkatkan keterampilan komunikasi digital, public speaking, dan digital marketing anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) secara signifikan[15]. Hal ini mendukung hipotesis pertama (H1) bahwa pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan lokal dapat meningkatkan kapasitas teknis peserta dalam waktu relatif singkat.

Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan praktis peserta di atas 40% untuk setiap kategori, sejalan dengan temuan, yang menyatakan bahwa komunikasi digital berbasis media sosial memiliki pengaruh langsung terhadap peningkatan minat kunjungan wisatawan[16], [17] . Selain itu, peningkatan kemampuan public speaking mendukung temuan Hidayat dan Sari bahwa narasi verbal yang menarik menjadi elemen kunci dalam promosi destinasi wisata berbasis komunitas [18], [19].

4.2. Konteks Community-Based Tourism dan Peran Digitalisasi

Dampak positif pelatihan terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan (35%) membuktikan bahwa digitalisasi promosi yang dilakukan oleh komunitas lokal dapat mengubah ekosistem pariwisata desa. Ini menguatkan hipotesis kedua (H2), bahwa keterampilan yang ditingkatkan secara langsung memengaruhi pengembangan community-based tourism (CBT) [4], [9], [20].

Dalam analisa tersebut menekankan pentingnya strategi digital marketing yang dikombinasikan dengan konten lokal dan narasi komunitas. Hal serupa ditemukan dalam studi ini, di mana Pokdarwis berhasil mengaktivasi media sosial untuk mempromosikan konten lokal seperti Omah Kopi, Omah Toga, dan paket Jip Tour.

Pelatihan yang disesuaikan dengan karakteristik desa tidak hanya meningkatkan

keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat identitas lokal dalam kampanye digital. Ini mendukung teori Suansri, tentang CBT yang menekankan kemandirian masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan potensi pariwisata mereka sendiri[15], [21].

4.3. Implikasi Praktis dan Teoritis

Secara praktis, keberhasilan program ini menunjukkan bahwa model pelatihan berbasis kebutuhan lokal dapat direplikasi di desa wisata lain dengan kondisi serupa. Hal ini penting karena banyak program pelatihan yang bersifat top-down tidak mempertimbangkan konteks lokal peserta.

Dari sisi teoritis, penelitian ini memperkuat literatur mengenai integrasi keterampilan digital dalam pemberdayaan masyarakat desa. Temuan ini melengkapi studi sebelumnya yang masih berfokus pada pelatihan umum tanpa fokus keterampilan promosi berbasis digital dan komunikasi lisan.

4.4. Tantangan dan Peluang Penelitian Masa Depan

Tantangan utama dalam pelatihan ini adalah kesenjangan infrastruktur digital dan literasi teknologi di kalangan peserta. Hal ini membuka ruang untuk penelitian lanjutan yang lebih fokus pada strategi peningkatan inklusi digital di desa wisata. Selain itu, studi kuantitatif berbasis data longitudinal diperlukan untuk mengukur dampak ekonomi jangka panjang dari keterampilan baru yang diperoleh Pokdarwis[22], [23].

Penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi model hybrid learning dalam pelatihan Pokdarwis dengan memanfaatkan platform daring yang interaktif namun tetap berbasis lokal. Pengembangan sistem e-learning pariwisata desa menjadi arah implementatif berikutnya untuk meningkatkan skala dampak[24], [25].

5. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa program pelatihan keterampilan komunikasi digital, public speaking, dan digital marketing yang dirancang berbasis kebutuhan lokal terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Desa Wisata Kampus Kopi Banyuwanyar, Boyolali. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan pada keterampilan teknis peserta, termasuk kemampuan mengelola media sosial, menyampaikan narasi wisata secara persuasif, dan menerapkan strategi pemasaran digital. Peningkatan ini secara langsung berdampak pada pertumbuhan kunjungan wisatawan dan efektivitas promosi destinasi melalui platform digital, yang memperkuat pengembangan community-based tourism (CBT) secara berkelanjutan.

Implikasi dari penelitian ini memperkuat literatur tentang pentingnya pelatihan yang kontekstual dan partisipatif dalam membangun kapasitas masyarakat lokal sebagai penggerak pariwisata. Pelatihan serupa berpotensi diterapkan di desa wisata lain dengan adaptasi konten lokal, serta dikembangkan lebih lanjut dengan integrasi teknologi pembelajaran daring. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengevaluasi dampak jangka panjang keterampilan digital terhadap kesejahteraan ekonomi dan keberlanjutan pariwisata desa.

Referensi

- [1] P. Chaiyakot, A. Ruksapol, W. Chaiyakot, and N. Sakunchannarong, "COMMUNITY-BASED TOURISM MANAGEMENT: SOUTHERN THAILAND," vol. 31 Iss. 1 (2023), pp. 333–349, Jun. 2023.
- [2] B. R. Hariyadi, A. Rokhman, S. Rosyadi, M. Yamin, and A. G. Runtiko, "THE ROLE OF COMMUNITY-BASED TOURISM IN SUSTAINABLE TOURISM VILLAGE IN INDONESIA," *Revista de Gestao Social e Ambiental*, vol.18, no. 7, 2024, doi: 10.24857/rgsa.v18n7-038.
- [3] P.: Badan, P. Penelitian, P. Daerah, K. Boyolali, A. Amelia, and A. : Badan, "Jurnal Inovasi Daerah MEMBANGUN DESA WISATA TANGGUH DI KAMPUS KOPI BANYUANYAR, KABUPATEN BOYOLALI," 2023.
- [4] M. Luthfi Hamdani, S. Partini, R. N. Jannati Rochnadia, and C. Uswatun Khasanah, "PELATIHAN DIGITAL MARKETING GUNA PENINGKATAN KAPASITAS PENGELOLA DESA WISATA BANYUANYAR," *Journal of Computer Science Community Service*, vol. 2, no. 2, pp. 75–83, 2022.
- [5] N. Darubekti, S. H. Hanum, P. E. Suryaningsih, and D. Waryenti, "Increasing the Digital Literacy among Tourism Awareness Groups for Sustainable Tourism Village Development," *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 6, no. 2, pp. 158–168, Nov. 2022, doi: 10.25170/mitra.v6i2.3552.
- [6] A. Agung Prakoso, E. Pradipto, M. Sani Roychansyah, and B. Setya Nugraha, "Community-based tourism: concepts, opportunities and challenges," *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, vol. 2, no. 2, pp. 95–107, Dec. 2020, doi: 10.35912/joste.v2i2.563.
- [7] S. Nomnian, A. Trupp, W. Niyomthong, P. Tangcharoensathaporn, and A. Charoenkongka, "Language and community-based tourism: Use, needs, dependency, and limitations," *Austrian Journal of South-East Asian Studies*, vol. 13, no. 1, pp. 57–79, 2020, doi: 10.14764/10.ASEAS-0029.
- [8] M. Fitra Aziza and B. Prameswara, "Peran Local Champion dalam Pengembangan Community Based Tourism di Desa Ponggok, Klaten," *Warta Pariwisata*, vol. 21, no. 1, pp. 26–31, Jun. 2023, doi: 10.5614/wpar.2023.21.1.05.
- [9] M. L. Malelak, L. Riwu, and A. L. F. Conterius, "The Application of Speaking Skills to Local Tour Guides in the Development of Community Based Tourism in Uitiuh Tuan Village, South Sema District, Kupang Regency," in *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2022 (ICAST-SS 346 2022)*, Atlantis Press SARL, 2022, pp. 327–331. doi: 10.2991/978-2-494069-83-1_59.
- [10] D. Ashaab *et al.*, "Dampak Pariwisata dalam Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Wisata Karangrejo melalui Community Based Tourism (CBT)," vol. 14, no. 2, 2024.
- [11] F. Annisa Putri and N. Cita Adinia, "The Role of Communication in Sustainable Development Tourism: A Case Study on Community-based Tourism (Pokdarwis) in Nglanggeran Village JURNAL KomUNIKASI INdoNeSIA," 2018.
- [12] N. El Alam, A. Stoffelen, L. Bolderman, and P. Groote, "Tourism metagovernance and the role of the state: Insights from post-blast Beirut," *Ann Tour Res*, vol. 109, Nov. 2024, doi: 10.1016/j.annals.2024.103848.
- [13] C. Gill and A. L. Kenworthy, "Leading in response to crisis: Business war volunteer tourism," *Ann Tour Res*, vol. 355 112, May 2025, doi:

- 10.1016/j.annals.2025.103952.
- [14] V. Braun and V. Clarke, "Toward good practice in thematic analysis: Avoiding common problems and be(com)ing a knowing researcher," 2023, *Routledge*. doi: 10.1080/26895269.2022.2129597.
 - [15] J. Li, A. Stoffelen, G. Wijburg, and F. Vanclay, "Tourism-induced land acquisition in protected areas: Land rent dynamics and state monopoly rent around the Wulingyuan world heritage site in China," *Ann Tour Res*, vol. 109, 360 Nov. 2024, doi: 10.1016/j.annals.2024.103823.
 - [16] E. T. Santi, M. N. Huddin, and S. I. Nirmala, "Model Komunikasi Digital Pariwisata Berbasis Integrated Marketing Communication dalam menciptakan Ketahanan Pangan Masyarakat Lokal," *Warta ISKI*, vol. 7, no. 2, pp. 191–204, Dec. 2024, doi: 10.25008/wartaiski.v7i2.304.
 - [17] M. Alimudin and D. M. Dharmawati, "Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Pariwisata Pulau Pari (Mix Method: Exploratory Sequential Design)," *Jurnal EMT KITA*, vol. 6, no. 2, pp. 342–350, Jul. 2022, doi: 10.35870/emt.v6i2.689.
 - [18] R. S. Wulandari, R. Harida, and K. Putra, "Pelatihan Public Speaking dan Bahasa Inggris Duta Wisata Kabupaten Ponorogo," Juli, 2022. [Online]. Available: <https://edumediasolution.com/index.php/society>
 - [19] M. Dey Prayogo, "PELATIHAN PUBLIC SPEAKING MENUJU TOUR GUIDE PROFESIONAL BAGI PELAKU PARIWISATA KAMPUNG ADAT SEGUNUNG JOMBANG," 2024.
 - [20] M. C. Gálvez-García, G. Jaraíz-Arroyo, and E. Ruiz-Ballesteros, "Homecoming tourism and community social capital," *Ann Tour Res*, vol. 110, Jan. 2025, doi: 10.1016/j.annals.2024.103886.
 - [21] J. Li, A. Stoffelen, G. Wijburg, and F. Vanclay, "Tourism-induced land acquisition in protected areas: Land rent dynamics and state monopoly rent around the Wulingyuan world heritage site in China," *Ann Tour Res*, vol. 109, Nov. 2024, doi: 10.1016/j.annals.2024.103823.
 - [22] E. Lundin and J. Soulard, "Residents' engagements in post-disaster tourism: Creating composite accounts out of social practices," *Ann Tour Res*, vol. 110, Jan. 2025, doi: 10.1016/j.annals.2024.103894.
 - [23] K. Tomej and I. Bilynets, "Large-scale tourism transformations through regeneration: A living systems perspective on tourism developments in Ukraine during the war," *Ann Tour Res*, vol. 109, Nov. 2024, doi: 10.1016/j.annals.2024.103856.
 - [24] Y. Pradana, A. N. Arifputri, and R. Haqu, "Digital Literacy of Tourism Awareness Groups in Digital Promotion Activities of Cibuntu Tourism Village, Kuningan Regency," *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 12, no. 1, pp. 284–296, Jun. 2024, doi: 10.30656/lontar.v12i1.8505.
 - [25] M. Chamboko-Mpotaringa and T. M. Tichaawa, "Tourism Digital Marketing Tools and Views on Future Trends: A Systematic Review of Literature," *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, vol. 10, no. 2, pp. 712–726, 2021, doi: 10.46222/ajhtl.19770720-128.