

## Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial di Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada (Studi Di Desa Lengkosambi Utara)



**Author:**

Diana Romauli Tanggo Ledeng Mandala<sup>1\*</sup>, Mohammad Rezza Fahlevi<sup>2</sup>

**Affiliation:**

Institut Pemerintahan Dalam Negeri, Jl. Ir. Soekarno Km. 20, Jatinangor 45363, Indonesia<sup>1,2</sup>

**e-Mail:** dianaromaulimandala@gmail.com<sup>1</sup>, rezza@ipdn.ac.id<sup>2</sup>

\*Correspondence Author

Received, 04 Juli 2024

Revised, 09 September 2024

Accepted, 10 September 2024

Available Online, 17 September 2024

### Abstrak

Penelitian ini berfokus pada permasalahan pemanfaatan teknologi informasi terutama media sosial dalam hal peningkatan promosi pariwisata di Kabupaten Ngada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor serta upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah daerah untuk menghadapi era zaman sekarang dalam pemanfaatan teknologi informasi dalam membantu mempromosikan potensi daerah khususnya bidang pariwisata yang menjadi unggulan dari Kabupaten Ngada. Penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan induktif. Teknik pengumpulan data mencakup wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan menggunakan teori e-government Indrajit yang membuat penelitian ini berbeda dengan penelitian lainnya, teori tersebut mencakup 3 Dimensi yaitu support, capacity, dan value. Temuan yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu masih ditemukan beberapa kendala seperti masih kurangnya infrastruktur jaringan yang mencukupi untuk daerah yang memiliki tempat wisata, masih kurangnya sumber daya manusia yang mengoperasikannya, dan yang ketiga adalah anggaran. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini menunjukkan adanya upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah daerah terlebih lagi dari Dinas Pariwisata untuk mempromosikan pariwisata namun dalam sejalannya waktu pemanfaatan teknologi informasi tersebut belum terlihat maksimal, sehingga tetap perlu adanya peningkatan baik itu dari SDM, infrastruktur, dan juga anggaran.

**Kata Kunci:** Promosi, Pariwisata, Teknologi Informasi, Media Sosial.

### Abstract

*This research focuses on the problem of utilizing information technology, especially social media, to increase tourism promotion in Ngada Regency. This research aims to find out and analyze the factors and efforts that local governments can make to face the current era of information technology to help promote regional potential, especially the tourism sector,*

*which is the flagship of Ngada Regency. The research used is a qualitative descriptive method with an inductive approach. Data collection techniques include interviews, observation, and documentation. Data analysis was done through data reduction, data presentation, and conclusion using Indrajit's e-government theory, which consists of three dimensions: support, capacity, and value. The findings obtained by researchers in this research show that several obstacles still need to be found, such as the lack of sufficient network infrastructure for areas that have tourist attractions, the lack of human resources to operate them, and the budget. The conclusions that can be drawn from this research show that there are efforts that have been made by the regional government, especially the Tourism Office, to promote tourism, but over time, the use of information technology has not been maximized, so there is still a need for improvements in both human resources, infrastructure and also budget.*

**Keywords:** Promotion, Tourism, Information Technology, Social Media.

## 1. Pendahuluan

Negara Kesatuan Republik Indonesia mempunyai tujuan nasional yang termuat pada Undang-Undang Dasar 1945 alinea keempat yaitu “Melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial”. Untuk mewujudkan tujuan negara tersebut secara nasional, negara harus bisa memberikan fasilitas yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat agar terciptanya masyarakat yang demokratis, sadar hukum, dan memiliki jiwa moralitas.

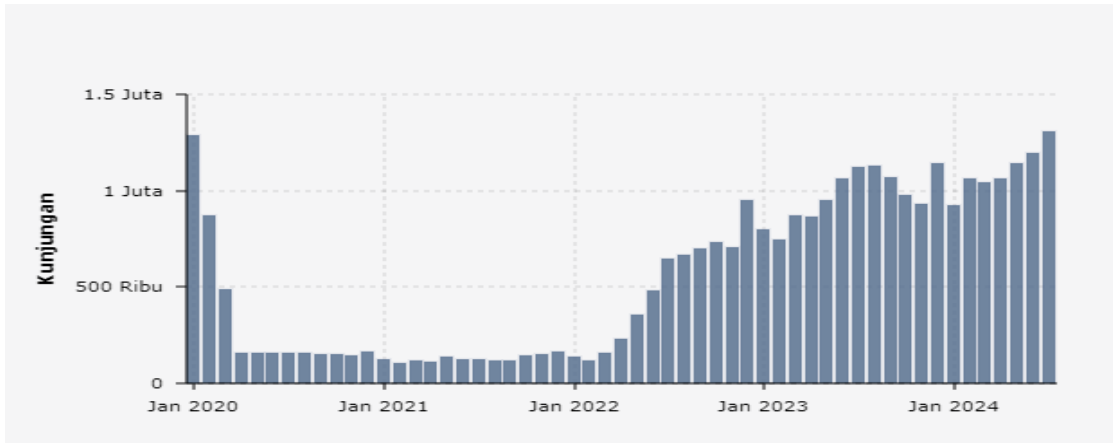
Pemerintah merupakan pelayan publik yang bertanggung jawab utama untuk memberikan layanan publik berkualitas tinggi kepada masyarakat sesuai dengan Undang-undang No 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) sebagai contoh Aplikasi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) dibangun sebagai sebuah aplikasi untuk memenuhi kebutuhan pengelolaan dan pelayanan informasi oleh Badan Publik (Fahlevvi, M. R. 2022). Selain itu, sektor pariwisata seharusnya tidak luput dari upaya pemerintah dalam hal Smart Branding di era Pembentukan Smart City (Santoso, E. B., & Rahmadanita, A. 2020).

Sebagai pelayan publik, pemerintah bertanggung jawab untuk memfasilitasi, mengawasi, dan meningkatkan pengalaman wisatawan di tempat wisata.

Pemerintah memiliki peran penting dalam menciptakan lingkungan yang baik untuk pertumbuhan industri pariwisata, mulai dari regulasi dan kebijakan yang mendukung hingga pembangunan infrastruktur yang memadai.

Berdasarkan undang-undang Nomor 10 tahun 2009 yang mengatur tentang aspek Pariwisata di Indonesia, yang meliputi hal pengembangan, pengelolaan, dan promosi di bidang Pariwisata oleh pemerintah setempat (Undang-Undang Nomor 10, 2009). Tujuannya agar mengembangkan industri pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi melalui kerja sama antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta. Indonesia yang kaya akan sumber daya alam, sumber daya manusia serta sumber daya budaya yang cukup besar. Pengembangan pariwisata adalah solusi penting untuk mengatasi masalah ini dengan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Indonesia yang kaya akan sumber daya alam, sumber daya manusia serta sumber daya budaya yang cukup besar.

Pengembangan pariwisata adalah solusi penting untuk mengatasi masalah ini dengan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Desa dapat meningkatkan daya tarik wisata dengan mengandalkan warisan budaya dan alaminya. Dengan promosi pariwisata yang efektif, desa dapat menarik minat wisatawan dan memberikan kesempatan kepada warga setempat untuk meningkatkan pendapatan melalui usaha ekonomi kreatif dan pariwisata. Pariwisata dapat membantu mengurangi kemiskinan dan menciptakan peluang ekonomi yang lebih merata dan berkelanjutan bagi masyarakat desa dengan meningkatkan infrastruktur dan pendidikan. Modal dasar tersebut apabila dikelola dan direncanakan dengan baik dan terarah akan mempunyai peranan yang besar untuk menunjang pencapaian tujuan nasional seperti yang disajikan grafik pada Gambar 1.



Sumber: Badan Pusat Statistik

**Gambar 1. Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia pada tahun 2020-2024**

Menurut Data Badan Pusat Statistik (BPS) data kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia pada tahun 2020-2024. Pada Gambar 1 kita bisa melihat jumlah kunjungan terkait wisatawan mancanegara ke Indonesia, memuat data mengenai kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik selama lima tahun terakhir terhadap pariwisata yang ada di Indonesia.

Di sisi lain, para wisatawan sering kali antusias untuk berkunjung ke desa. Bisa kita lihat pada tabel 1 berikut:

**Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan di Provinsi Nusa Tenggara Barat Timur 2017-2022**

No.	Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan		Jumlah
		M mancanegara	Domestik	
1	2017	93455	523083	616.538
2	2018	128241	1111191	1.239.432
3	2019	155900	931967	987.867
4	2020	44778	342288	387.066
5	2021	8745	543641	552.386
6	2022	58213	744428	802.641

Sumber: Badan Pusat Statistik

Potensi pada Desa dapat meningkatkan daya tarik wisata dengan mengandalkan warisan budaya dan alamnya. Dengan promosi pariwisata yang efektif, desa dapat menarik minat wisatawan dan memberikan kesempatan kepada warga setempat untuk meningkatkan pendapatan melalui usaha ekonomi kreatif dan pariwisata Muliawanti, L. et al. (2020). Pariwisata dapat membantu mengurangi kemiskinan dan menciptakan peluang ekonomi yang lebih merata dan berkelanjutan bagi masyarakat desa dengan meningkatkan infrastruktur dan pendidikan.

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa walaupun provinsi Nusa Tenggara Timur masih terhitung sebagai daerah terpencil, tapi kunjungan wisatawan dan potensi yang ada, dianggap mampu memajukan sektor pariwisatanya. Lengkosambi Utara merupakan salah satu desa yang ada di kabupaten Ngada yang mana juga memanfaatkan keunikan dan kekhasan daerahnya. Adapun yang menjadi keunggulan wisatanya adalah ekosistem perairan yaitu terumbu karang, mangrove, dan lamun, yang menjadi favorit wisatawan dalam melakukan snorkeling dan diving di Taman Wisata Alam 17 Pulau. Selain itu juga adanya Ekosistem darat yang terbentuk melalui kumpulan pulau-pulau kecil yang berpenghuni hewan langka berupa komodo atau dalam bahasa daerah setempat disebut Mbou dan pulau kelelawar yang disebut niki dapat menambah pesonanya bagi wisatawan yang ingin *tracking*.

Selain wisata alamnya yang indah, desa ini memiliki program oleh pemerintah seperti Desa Wisata yang mana desa Lengkosambi Utara juga masuk dalam desa wisata yang termuat dalam SK Bupati Ngada yang masih berada dalam tahap pengembangan. Namun saat ini masyarakat mulai memanfaatkan keindahan alamnya sebagai objek pariwisata. Sebagai suatu desa yang mempunyai potensi wisata pastinya membutuhkan sebuah media untuk mempromosikan hal-hal terkait wisata. Namun, dari data terlampir, terlihat mengalami penurunan diakibatkan oleh pandemi Covid-19 yang mulai terjadi di tahun 2019. Selain itu juga masih terdapat terbatasnya akses teknologi dalam peningkatkan pariwisata, rendahnya tingkat pendidikan sumber daya manusia, ketimpangan infrastruktur, serta kurangnya

optimalisasi dalam penggunaan teknologi oleh perangkat desa dalam mengembangkan potensi wisata yang ada hal itu menjadi menjadi hambatan yang saling terkait dalam pengembangan pariwisata.

Penelitian terdahulu yang membahas Promosi Pariwisata yaitu Saputra et al. (2019) dengan judul Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Promosi Pariwisata Kecamatan Wonotunggal Kabupaten Batang menggunakan teori 4C Chris Heuer (2010) dimana Penggunaan teknologi informasi, khususnya sosial media menjadi sangat efisien ketika dilakukan dengan terencana dan terorganisir dengan baik melalui pokdarwis selaku koordinator. Sebagai pengisi konten dilakukan oleh para karang taruna masing-masing desa. Sedangkan tim pengabdian secara formal tidak terlibat lagi dalam kegiatan ini.

Penelitian serupa ditulis oleh Putra et al. (2020) dengan judul Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Penerapan Konsep Smart Tourism Di Kabupaten Pangandaran menghasilkan Potensi eksisting Kabupaten Pangandaran sebagai Smart Tourism Destination antara lain adalah infrastruktur berbasis teknologi seperti sudah terdapatnya sosial media Instagram Pangandaran.tourism, website My Pangandaran dan juga recommendation systems TripAdvisor Pangandaran. Begitupun ketersediaan listrik dan sinyal provider di tiap kecamatan sudah nyaris merata

Merujuk pada uraian tersebut, peneliti dapat menyatakan bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu dan belum pernah dilakukan oleh penelitian sebelumnya, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni pemanfaatan teknologi informasi untuk promosi pariwisata melalui media sosial di Dinas pariwisata kabupaten Ngada dengan studi di Desa Lengkosambi Utara. Kebaruan dari penelitian ini, difokuskan kepada penjelasan mengenai pemanfaatan teknologi informasi untuk memberikan promosi melalui pariwisata lebih terperinci serta mengetahui bagaimana upaya yang dapat dilakukan oleh aparat yang berwenang dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam yang ada di desa.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari Januari hingga Februari 2023. Berdasarkan pendekatan dan jenis data yang digunakan, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata. Penelitian ini mengadopsi metode pengumpulan data secara induktif. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penentuan informan. Informan yang dipilih oleh peneliti adalah sumber informasi yang terdiri dari penyelenggara kebijakan, pelaksana kebijakan, serta pihak yang menjalankan kebijakan tersebut. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan Kepala Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Ngada, Kepala Bidang Destinasi dan Pariwisata, Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata, Kepala Desa Lengkosambi Utara, serta tokoh masyarakat. Selanjutnya, peneliti juga melakukan observasi dan dokumentasi. Peneliti menggunakan konsep smart governance sebagaimana pendapat dari *E-government* Indrajit (2016) bahwa terdapat 3 (tigas) aspek yaitu *Support*, *Capacity* dan *Value*. Adapun teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles, M.B., & Huberman, 1984).

## 3. Hasil Dan Pembahasan

### 3.1. Upaya Dinas Pariwisata Memanfaatkan Teknologi Informasi untuk Promosi Pariwisata Menggunakan Teori E-Government

Dalam bukunya yang berjudul *Electronic Government* (e-gov) menurut Indrajit meliputi: (1) *Support* yaitu kebijakan yang disepakati oleh pemegang kekuasaan publik dan dilaksanakan dengan cara yang mudah dipahami serta mudah dilaksanakan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berlaku. (2) *Capacity* yaitu berhubungan dengan *Human Resorce* (SDM), Sumber Daya Anggaran, dan Sumber Daya Keuangan yang dapat mendukung kelancaran dari pelaksanaan suatu program. (3) *Value* yaitu akibat dari pelaksanaan suatu kebijakan yang tidak dapat dipisahkan dari manfaat yang didapatkan. Kebijakan dari penerapan *e-government* tentunya memiliki manfaat yang akan diperoleh masyarakat sebagai penerima layanan dan pelaku sebagai pelaksana.

### 3.1.1 Support

Elemen pertama yang dikemukakan pada teori e-government yang mana merupakan faktor utama dalam pengembangan e-government itu sendiri (Riyadi,S., & Supriyanto,S., 2022). Elemen *support* dibagi menjadi 3 bagian yaitu memuat infrastruktur dan suprastruktur dan hubungan dari SDM, Finansial, Tenaga, Waktu, Informasi, serta Superstruktur untuk mendukung konsep ini pengalokasian sejumlah sumber daya, yang dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Infrastruktur

Infrastruktur memiliki makna yang merujuk pada fasilitas fisik yang diperlukan untuk berjalannya kebijakan yang dilakukan oleh suatu lembaga. Infrastruktur merupakan fondasi dasar yang mendukung kegiatan tersebut dapat berjalan dengan baik. Infrastruktur yang ada di Dinas Pariwisata dapat dikatakan juga tidak terlalu memadai pada kenyataannya. Masih banyak yang perlu ditambahkan dan dibutuhkan.

**Tabel 2.** Aset Pariwisata

No	Infrastruktur	Jumlah
1.	Komputer	2
2.	Laptop	8
3.	Printer	6
4.	LCD	1
5.	Proyektor	1
6.	Kamera	1
7.	<i>Drone</i>	1
8.	GPS	1

Sumber: Diolah peneliti dari Renstra Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada, 2024

#### 2. Suprastruktur

Suprastruktur merupakan lembaga-lembaga yang membuat sebuah regulasi yang termasuk dalamnya adalah kebijakan dalam hal mendukung kegiatan yang akan atau sedang dilakukan oleh suatu lembaga dalam hal melayani kepentingan lembaga dan masyarakat yang ada di dalamnya. Dalam kasus ini, yang menjadi suprastruktur adalah pemerintah di Dinas Kabupaten Ngada yang mana mengeluarkan Renstra sebagai bentuk suprastuktur dari Dinas Pariwisata



Kabupaten Ngada. Selain itu juga, program yang diusung oleh Bupati Ngada yaitu “TantaNelaParis” yang memuat juga berbagai bentuk peraturan serta program-program yang mendukung promosi pariwisata khususnya mengenai pemanfaatan pemanfaatan teknologi informasi dalam promosi pariwisata, selain itu juga sumber daya yang mendukung mensukseskan konsep tersebut, dan selain itu semua program yang dibuat, pastinya juga disiapkan dana yang cukup besar, mengingat pariwisata di kabupaten Ngada memiliki banyak obyek wisata yang perlu dipromosikan dan diberikan perhatian lebih.

**Tabel 3.** Program Kegiatan Dinas Pariwisata

No.	Program/ Kegiatan	Indikator Kinerja Program (Outcome)/ Kegiatan (Output)
1.	Program/ Kegiatan Pengembangan Pemasaran Pariwisata	Meningkatnya Jumlah Kunjungan Wisatawan
2.	Peningkatan Pemanfaatan Pemasaran Pariwisata	Jumlah website pariwisata
		Jumlah publikasi data pariwisata dan kebudayaan
3.	Pengembangan Jaringan Kerja Sama Promosi Pariwisata	Jumlah lembaga mitra pemasaran
4.	Pengembangan Jaringan Kerja Sama Promosi Pariwisata	Jumlah event pariwisata dan budaya

Sumber: Diolah peneliti dari Renstra Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada, 2024

3. Hubungan dari SDM, Finansial, Tenaga, Waktu, Informasi, serta Superstruktur untuk mendukung konsep ini.

Infrastruktur maupun suprastruktur memiliki hubungan yang saling berkesinambungan yaitu kebijakan yang dibuat oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada dan Program Bupati Ngada yang mendukung pembangunan berkelanjutan dapat mendorong berbagai upaya pengadaan infrastruktur yang mendorong dalam bidang pariwisata. Finansial yang memungkinkan pembelian dan pemeliharaan infrastruktur yang pada gilirannya membutuhkan sumber daya manusia untuk pengoperasionalnya. Selain itu juga pastinya membutuhkan dana untuk pelatihan dan kompensasi dalam pembekalan promosi pariwisata. Promosi pariwisata yang diberikan berupa Informasi obyek wisata yang dimiliki dan pastinya semua indikator tersebut membutuhkan tenaga dan waktu. Bentuk dari hubungan SDM,

finansial, tenaga, waktu, informasi yang mendukung konsep ini adalah adanya kelompok jabatan fungsional.

Kelompok Jabatan Fungsional ialah kelompok yang memiliki tugas dalam melaksanakan sebagian tugas dinas sesuai dengan keahlian serta keterampilannya yang dimiliki; Kelompok Jabatan Fungsional terdiri atas sejumlah tenaga dalam jabatan fungsional sesuai dengan jenjang keahlian serta keterampilannya; Jumlah jabatan fungsional tersebut ditetapkan menurut kebutuhan serta beban kerja; Jenis dan jenjang jabatan fungsional yang telah diatur sesuai aturan.

### **3.1.2 Capacity**

Elemen yang kedua ini juga merupakan alat untuk mensukses pemberdayaan yang dilakukan pemerintah untuk mewujudkan *e-government*. Ada 3 hal yang menjadi indikator dari elemen capacity yaitu sumber daya manusia, sumber daya keuangan, dan Ketersediaan Infrastruktur yang sudah ada, yang dijelaskan sebagai berikut:

#### **1. Sumber Daya Manusia**

Pegawai atau yang disebut juga dengan sumber daya manusia memiliki peranan penting dalam mensukseskan *e-government* dalam promosi pariwisata di Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada. Sumber Daya Manusia yang dimaksud merupakan pegawai yang memiliki kemampuan dan skill yang dibutuhkan dalam mempromosikan pariwisata melalui teknologi informasi berbagai platform tersebut. Namun, fakta yang terjadi di lapangan, pegawai yang dibutuhkan sesuai dengan kompetensi masih terbilang cukup kurang.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama dengan Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada yaitu pegawai yang ada di Dinas Pariwisata memang ada yang berasal dari lulusan Kejuruan Kepariwisataan namun tidak semua sesuai dengan harapan yang pada artinya masih beberapa pegawai yang jauh dari harapan, walaupun ada beberapa pegawai yang lulusan kepariwisataan. Dalam hal promosi yang dimana pastinya membutuhkan keahlian teknologi dan kreatifitas yang dapat menarik minat dari pengunjung, maka belum banyak pegawai yang memiliki

kompetensi tersebut, sehingga kadang di berbagai event masih membutuhkan bantuan enaga dari pihak lain tenaga dari pihak lain.

**Tabel 3.** Jenjang Pendidikan Pegawai

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah		
		L	P	Jumlah
1	S-2	3	3	6
2	S-1/D-IV	8	3	11
3	Diploma/Sarjana Muda	1	1	2
4	SLTA	4	1	5
5	SLTP	1	-	1
6	SD	-	-	0
<b>TOTAL</b>		<b>17</b>	<b>8</b>	<b>25</b>

Sumber: Renstra Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada, 2023

## 2. Sumber Daya Keuangan

Dalam hal mengembangkan promosi atau pemasaran pariwisata di Kabupaten Ngada dikatakan membutuhkan anggaran yang relatif besar agar dapat digunakan secara optimal semua potensi yang dimiliki. Mengingat pariwisata memiliki korelasi dengan seluruh dimensi pembangunan, maka sumber biaya pembangunan dari pariwisata cukup besar dan berasal dari beberapa pihak yakni instansi pemerintah baik itu pusat maupun daerah, swasta, maupun NGO terkait.

Dari dana yang ada tersebut, Dinas Pariwisata harus membagi secara adil mulai dari penyediaan infrastruktur, fasilitas dari tempat obyek wisata, dan dana untuk keperluan lainnya yang berhubungan dengan pariwisata, dan pastinya berdasarkan prioritas obyek wisata yang dikunjungi. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala desa menjelaskan bahwa Lengkosambi Utara merupakan salah satu desa yang ada di Kabupaten Ngada, yang menjadi prioritas dikarenakan memiliki 17 Pulau yang merupakan salah satu obyek wisata yang berada di dataran rendah dan memanfaatkan keindahan 17 pulau pantai yang berpasir putih dibandingkan beberapa tempat wisata lainnya. Dinas Pariwisata bekerjasama dengan desa-desa

yang memiliki obyek wisata sehingga mengetahui apa yang dibutuhkan untuk mengembangkan pariwisata di desa tersebut.

Selain untuk promosi pariwisata serta untuk melengkapi infrastruktur yang ada, pastinya dana atau anggaran juga disiapkan untuk pengembangannya, yang artinya obyek wisata tersebut tetap harus dijaga dan dibangun secara berkelanjutan serta memberikan manfaat maksimal bagi destinasi serta bagi semua pihak yang terlibat, dimana pastinya apabila semakin dijaga dan dikembangkan obyek wisata dan promosi obyek wisata di daerah tersebut, maka semakin banyak juga pengunjung yang akan sering berdatangan, dan akan meningkatkan pula perekonomian dan kesejahteraan dari masyarakat Kabupaten Ngada.

**Tabel 4.** Program dan Anggaran 2022-2026

No.	Program Kegiatan dan Sub Kegiatan	Indikator kinerja	Target Kinerja dan Kerangka Pendanaan									
			Tahun 2022		Tahun 2023		Tahun 2024		Tahun 2025		Tahun 2026	
			Target	Jml	Target	Jml	Target	Jml	Target	Jml	Target	Jml
1.	Pemasaran Pariwisata Dalam dan Luar Negeri Daya Tarik, Destinasi dan Kawasan Strategis Pariwisata Kabupaten/Kota	Jumlah kegiatan promosi pariwisata yang di laksanakan	20	Rp.1,6 M	42	Rp.1,6 M	66	Rp.1,6 M	92	Rp.1,6 M	120	Rp.1,6 M
2.	Penguatan Promosi melalui Media Cetak, Elektronik, Media sosial lainnya baik Dalam dan Luar Negeri	Jumlah media promosi pariwisata	4	Rp.200 Juta	6	Rp.200 Juta	8	Rp.200 Juta	10	Rp.200 Juta	12	Rp.200 Juta
3.	Penyediaan Data dan Penyebaran Teknologi Informasi Pariwisata Kabupaten/ Kota, Baik Dalam dan Luar Negeri	Jumlah Kegiatan pemasaran yang difasilitasi	7	Rp.1 M	14	Rp.1 M	21	Rp.1 M	28	Rp.1 M	35	Rp.1 M
4.	Penyediaan Data dan penyebaran Teknologi Informasi Pariwisata Kabupaten/Kota, Baik Dalam dan Luar Negeri	Jumlah materi promosi yang disediakan	2	Rp.150 Juta	4	Rp.150 Juta	6	Rp.150 Juta	8	Rp.150 Juta	10	Rp.150 Juta

Sumber: diolah peneliti dari Renstra Dinas Pariwisata, 2024

### 3. Ketersediaan Infrastruktur yang sudah ada

Berbeda dengan infrastruktur yang ada di elemen support, infrastruktur yang ada di elemen capacity menjelaskan bagaimana ketersediaan infrastruktur yang ada di Dinas Pariwisata, apakah sudah terealisasi antara yang diharapkan dan yang terjadi di lapangan. Infrastruktur yang dimaksudkan adalah segala aspek yang mendukung promosi Pariwisata.

**Tabel 5.** Sarana dan Prasarana mendukung Promosi

No.	Uraian	Jumlah
1	Gedung	1 Ruang
2	Jaringan Internet	1 Ruang
3	Meubeler	2 Unit
4	Komputer	8 Unit
5	Laptop	8 Unit
6	Printer	6 Unit
7	LCD	3 Unit
8	Proyektor	1 Unit
9	Kamera	1 Unit
10	Drone	7 Unit
11	GPS	2 Unit
12	Transportasi Roda 2	3 Unit
13	Transportasi Roda 4	1 Unit
14	Wisata Alam	25 Lokasi
15	Wisata Budaya	32 Unit
16	Wisata Buatan	10 Paket

Sumber: LAKIP Dinas Pariwisata, 2024

### **3.1.3 Value**

Kebijakan e-government tentunya memiliki manfaat yang akan diperoleh masyarakat sebagai penerima layanan dan sebagai pelaksana. Oleh sebab itu pemerintah sendiri yang menentukan tapi juga masyarakat yang menikmati dan menerima hal tersebut. Kebijakan e-government tentunya memiliki manfaat yang akan diperoleh masyarakat sebagai penerima layanan dan pelaku sebagai pelaksana. Oleh sebab itu pemerintah harus teliti dalam memilih dan menggunakan platform media yang akan diterima oleh masyarakat dan mudah dijangkau masyarakat.

#### **1. Manfaat Promosi Tidak Langsung**

Dalam penerapan e-government sebagai pelayanan informasi publik di Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada yang memiliki dampak positif terhadap masyarakat. Dengan adanya promosi pariwisata melalui berbagai platform media sosial berbasis mobile yang pastinya bisa diakses dimana saja dan kapan saja, masyarakat dapat mengikuti dan update seputar tentang informasi pemerintahan dan lingkungan pemerintahan. Masyarakat juga dapat memberikan kritik dan saran serta respon hampir di semua media platform.

Selain dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat tetapi juga dapat memudahkan bagi pemerintah. Dengan memberikan promosi pariwisata secara online, pemerintah juga dapat lebih menghemat biaya, menghemat waktu, dan tenaga sehingga dapat fokus memperbaiki dan meningkatkan mutu dari pelayanan tersebut. Dinas Pariwisata sudah memaksimalkan segala upaya untuk melakukan promosi terhadap pariwisata yang ada di Kabupaten Ngada khususnya di Lengkosambi Utara.



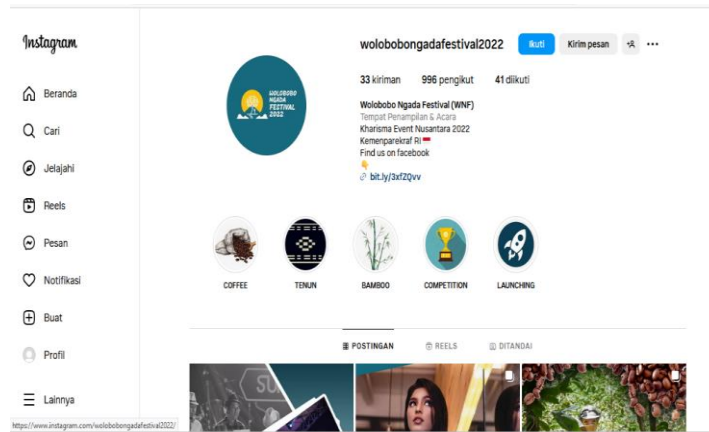
Sumber: facebook Visit Ngada, diakses 25 april 2024

**Gambar 2. Tampilan Facebook yang digunakan Dinas Pariwisata**



Sumber: <https://portal.ngadakab.go.id/>, diakses 25 april 2024

**Gambar 3. Tampilan Website yang digunakan Dinas Pariwisata**



Sumber: instagram wolobobofestival, diakses 25 april 2024

### Gambar 4. Tampilan Instagram yang digunakan Dinas Pariwisata

#### 2. Promosi Langsung

Promosi langsung yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata adalah dengan mengadakan event-event beragam, yang mana event-event tersebut bertujuan sebagai magnet bagi pengunjung, selain itu juga event ini mulai diadakan di Kabupaten Ngada ketika musim sepi, artinya untuk memperkuat kedatangan pengunjung, maka Dinas Pariwisata mengadakan berbagai event seperti Ngada Festival Wolobobo yang pernah diadakan.



Sumber : instagram wolobobo festival, 2024

### Gambar 5. Event Wolobobo 2022





Sumber : instagram wolobobo festival, 2024

**Gambar 6. Event Wolobobo, 2023**

### 3. Perbedaan Kedua Jenis Promosi

Jenis promosi langsung dan tidak langsung merupakan jenis promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada, namun ada beberapa perbedaan antara keduanya yaitu:

**Tabel 6.** Perbedaan Promosi langsung dan Tidak Langsung terhadap masyarakat

No.	Indikator	Promosi Langsung	Promosi Tidak Langsung
1.	Interaksi dan Pengalaman	Menyediakan Pengalaman Langsung yang dirasakan oleh panca indera	Promosi yang dilakukan secara virtual dan dalam bentuk digital
2.	Jangkauan Demografi	Memiliki jangkauan demografi yang terbatas	Memiliki jangkauan yang sangat luas.
3	Durasi	Terjadi dalam jangka waktu yang terbatas	Dilakukan secara terus-menerus. Konten dapat diperbaharui dengan cepat berdasarkan respon dan tren.
4	Hasil	Biasanya pengunjung yang datang berkunjung hanya pada saat musim tertentu	Pengunjung yang datang berkunjung tidak mengenal musim.

Sumber: Diolah peneliti dari Renstra Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada, 2024

## **3.2 Faktor-Faktor Tantangan Dalam Memanfaatkan Teknologi Informasi untuk Promosi Pariwisata**

### **3.2.1 Infrastruktur Teknologi yang belum memadai**

Dari hasil wawancara bersama Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada, menjelaskan bahwa promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata sendiri berupa iklan-iklan yang dimasukkan dalam akun website resmi Kabupaten Ngada yaitu [ngadakab.co.id](http://ngadakab.co.id) yang mana di dalamnya termuat penjelasan wisata-wisata yang ada di Kabupaten Ngada sendiri termasuk profil lokasi, serta keunggulan dari tempat wisata yang ada. Namun, website yang digunakan adalah website resmi dari kabupaten Ngada. Dinas Pariwisata tidak memiliki website sendiri dikarenakan tidak aktif lagi, disebabkan oleh anggaran, maka telah dibuat program yang khusus juga melalui media sosial dan elektronik sehingga nantinya memiliki pendanaannya. Kabupaten Ngada sendiri memiliki akses internet dan infrastruktur yang dibidang cukup memadai untuk beberapa tempat wisata, namun belum semua memiliki hal tersebut. Terlebih untuk beberapa tempat wisata yang masih belum terlalu banyak pengunjung.

Namun, Desa Lengkosambi Utara sendiri, karena memiliki jumlah pengunjung yang termasuk tinggi di kabupaten Ngada, jaringan internetnya dapat dibidang cukup bagus, namun sayangnya infrastruktur teknologi di bagian untuk marketing di Desa Lengkosambi Utara khususnya belum memadai, hal ini disebabkan segala bentuk jenis promosi diserahkan semuanya kepada Dinas Pariwisata. Berdasarkan hasil wawancara bersama Kepala Desa Lengkosambi Utara mengatakan bahwa dalam memajukan pariwisata di Lengkosambi Utara memang ada dana dari pemerintah seperti untuk memperbaiki sarana dan prasarana serta fasilitas yang ada di tempat wisata, namun dalam hal mempromosikan obyek wisata yang ada di Lengkosambi Utara masih sangat minim dan promosi yang dilakukan adalah hasil kerjasama dari Kepala Desa beserta komunitas yang sering aktif di media sosial.

### 3.2.2 Kurangnya Keahlian Teknologi

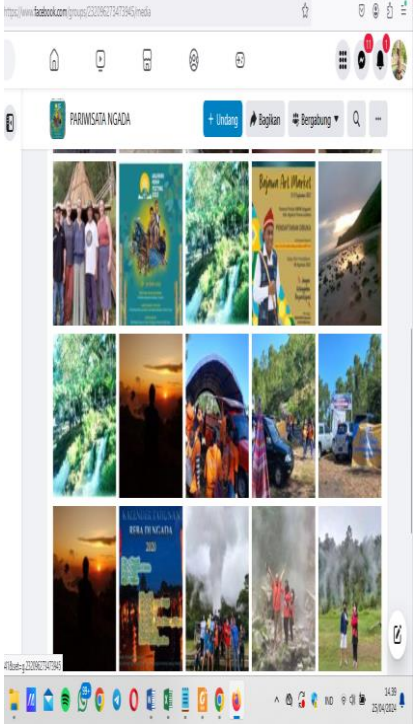
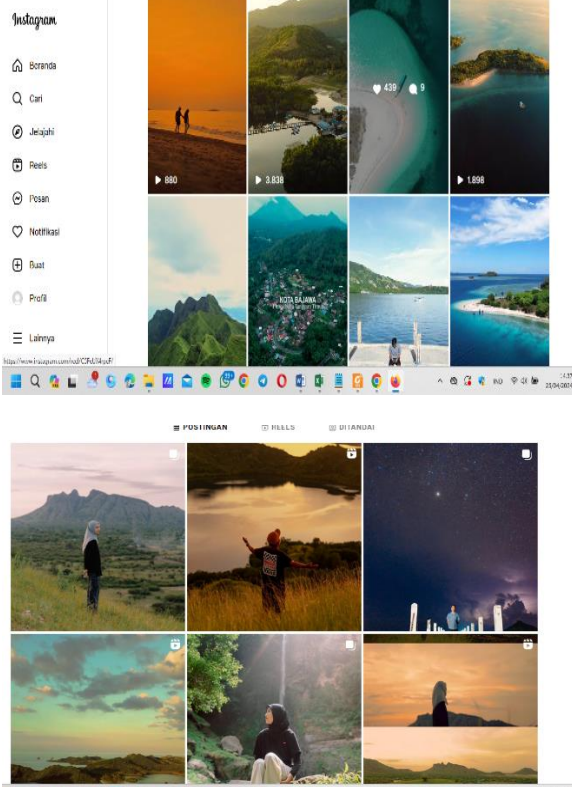
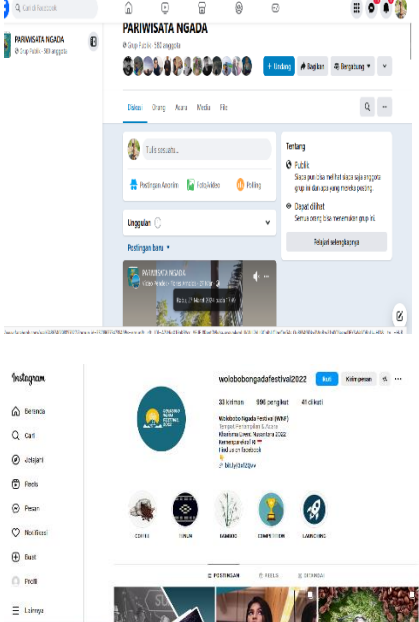
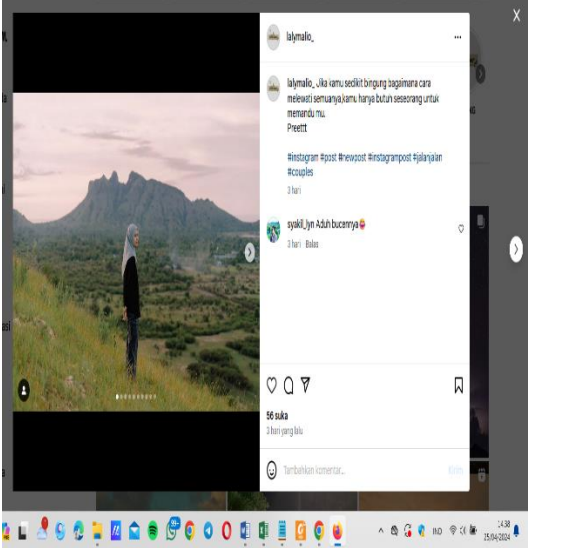
Sumber Daya Manusia yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada atau tenaga-tenaga produktif yang banyak jumlahnya pada Dinas Pariwisata pada umumnya belum terlalu menguasai bidang tersebut. Selain itu, tenaga kerja produktif yang terlibat dalam kegiatan pariwisata terlebih lagi di bidang promosi yang melibatkan teknologi pada umumnya tidak dibekali dengan ketrampilan profesional yang memadai, dan upaya-upaya pembinaan yang dilaksanakan belum ditunjang dengan sistem kelembagaan dan pemasaran yang memadai. Untuk promosi pariwisata terlebih lagi dengan memanfaatkan teknologi informasi pastinya membutuhkan ahli pada bidangnya tersebut. Dinas Pariwisata sendiri memiliki kekurangan sumber daya manusia yang terlatih dalam digital marketing, pengelolaan media sosial, serta analisis data sehingga promosi tentang obyek-obyek wisata tersebut belum dilakukan secara intensif dan terpadu, sehingga belum optimal dalam menarik wisatawan.

Terlihat dari gambar berikut, terdapat perbedaan antara Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada dan Komunitas Pencinta Pariwisata yaitu pada point pertama mengenai visualisasi tampilan obyek wisata (promosi melalui media sosial), dimana pada tabel dapat terlihat perbedaan dalam hal visualisasi obyek wisata yang mampu menarik wisatawan. Pada postingan dari Dinas Pariwisata tidak mampu mendesign sedemikian rupa yang mampu menggugah minat dari wisatawan, dan dapat dilihat postingan yang diunggah seperti postingan seadanya saja, berbeda dengan dari kelompok sadar wisata desa Lengkosambi Utara yang memiliki postingan yang lebih menarik mata dan juga didesign sedemikina rupa sehingga menarik untuk dikunjungi profilnya. Lalu, pada poin kedua mengenai keaktifan dalam hal mempromosikan obyek wisata di media, terlihat dari hasil postingan yang diakses peneliti pada tanggal 22 April 2024, postingan terakhir kali yang diupdate oleh Dinas Pariwisata yaitu pada tanggal 27 maret 2024 sedangkan Komunitas Pencinta Pariwisata yang ada pada akun lalymalio yang postingan terakhirnya 18 maret 2024. Bahkan mereka pernah bekerjasama dengan Dinas Pariwisata dalam event wolobobo festival 2022. Hal tersebut menunjukkan bahwa dari Dinas Pariwisata

jarang untuk aktif dalam media sosial untuk promosi pariwisata kecuali disaat ada event-event tertentu, berbeda dengan dari kelompok sadar wisata yang sering mengupdate wisata. Berdasarkan hasil wawancara bahwa sering diposting seminggu minimal sekali.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada beliau menyampaikan bahwa memang kurangnya keahlian teknologi dari para pegawai yang berada di bidang pemasaran pariwisata, selain itu juga beliau menyampaikan bahwa di Dinas Pariwisata juga memiliki beberapa pegawai yang merupakan lulusan dari sekolah jurusan kepariwisataan tetapi bukan berarti memang benar-benar mencintai pariwisata. Ada orang yang memiliki keahlian teknologi namun tidak terlalu mencintai pariwisata, maka oleh karena itu, tidak semua orang mampu dan bisa, maka diadakan beberapa pelatihan-pelatihan untuk pegawai yang bekerja di bidang pemasaran Dinas Pariwisata, selain itu juga Dinas Pariwisata juga bekerja sama dengan pihak ketiga yang mampu dan bisa dalam memberikan kontribusi dalam bidang pemanfaatan teknologi.

**Tabel 7.** Perbedaan Media Sosial Dinas Pariwisata dan Pihak Ketiga

No.	Indikator	Dinas Pariwisata	Komunitas Sadar Wisata
1.	Visualisasi tampilan Obyek Wisata (Promosi melalui media sosial)		
2.	Keaktifan dlm hal mempromosikan obyek wisata di media sosial		

Sumber : Diolah peneliti dari facebook dan instagram Dinas Pariwisata Ngada dan akun lalymalio, 2023

### 3.2.3 Biaya serta Anggaran

Dari sisi anggaran juga masih menjadi permasalahan dalam memaksimalkan promosi pariwisata, yaitu sebelum adanya website Ngadakab.co.id, ada website visitngada.com yang harus terhenti dikarenakan alokasi anggaran untuk hosting sudah tidak ada. Sehingga segala bentuk promosi dipindahkan ke website Ngadakab.co.id, yang mana merupakan website resmi Kabupaten Ngada. Tapi berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap salah satu pegawai, walaupun sempat terhenti aktivitas promosi lewat website visitngada.com, pegawai di Dinas Pariwisata tetap melakukan promosi melalui teknologi informasi yang seadanya mulai dari facebook, dan instagram seadanya. Tidak hanya itu juga, bentuk promosi yang dilakukan juga even-even serta e-phamplet yang disebarakan melalui pihak swasta.

Penggunaan Teknologi dalam pemanfaatan promosi pariwisata tentunya memiliki investasi yang cukup besar, mulai dari perangkat keras, perangkat lunak, serta pelatihan yang sering dilakukan. Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada sebelumnya juga memiliki website vistingada.com namun sudah tidak lagi beroperasi dikarenakan hosting tidak dibayar. Maka, biaya serta anggaran merupakan salah satu faktor tantangan dalam promosi pariwisata.

**Tabel 8.** Realisasi Anggaran 2019-2022

Anggaran Pada Tahun 2019-2022			
2019	2020	2021	2022
2,571,656,000	1,586,771,000	7,760,250,695	2,947,701,300
Realisasi Anggaran Pada Tahun 2019-2022			
2019	2020	2021	2022
2,527,314,500	1,449,329,300	7,036,950,126	1,987,298,610
Rasio Antara Realisasi dan Anggaran Tahun 2019-2022			
98.3	91.3	90.7	67.4

Sumber: Diolah peneliti dari LAKIP Dinas Pariwisata, 2023

### 3.3 Upaya yang dilakukan oleh *stakeholder*

Dalam mewujudkan sektor pariwisata yang lebih maju dan berkembang tentunya perlu adanya peningkatan dalam hal promosi pariwisata tersebut. Wisata-wisata tidak akan berkembang jika tidak adanya promosi yang baik dari media informasinya ataupun even-even yang ada. Promosi pariwisata akan lebih maksimal dengan adanya teknologi yang membantu mengembangkan serta memperluas jangkauan dari destinasi wisata yang ada dengan semakin banyak yang mengetahui destinasi wisata tersebut. Dalam Data yang didapatkan oleh peneliti melalui dokumen Rencana Strategis Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada 2021-2026, Strategi yang dibuat guna mendukung tujuan dan sasaran pembangunan pariwisata ialah:

1. Peningkatan dalam memanfaatkan Teknologi Informasi dalam Pemasaran Pariwisata
2. Pengembangan dalam jaringan serta meningkatkan Kerja Sama Promosi Pariwisata
3. Pelaksanaan Promosi Nusantara di Dalam dan di Luar Negeri

Hasil wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata menjelaskan bahwa Dinas Pariwisata memiliki beberapa program dalam meningkatkan produksi yang ada seperti meningkatkan teknologi informasi, meningkatkan kerja sama dalam mempromosikan produk pariwisata, bekerja sama dengan lembaga-lembaga lain dalam mempromosikan produk wisata dan meningkatkan sarana prasarana yang ada di tempat wisata yang ada di Kabupaten Ngada dengan memposting profil pariwisata di web [Ngadakab.co.id](http://Ngadakab.co.id) namun Dinas pariwisata tidak bekerja sendiri, adanya kerjasama masyarakat yang secara tidak langsung juga ikut mempromosikan tempat wisata di kabupaten Ngada dengan akun sosial media masing-masing, untuk di Lengkosambi Utara khususnya yang tidak secara aktif menggunakan media sosial oleh pemerintah desanya, sehingga yang lebih aktif dalam mempromosikannya adalah komunitas-komunitas yang mencintai pariwisata di Lengkosambi Utara.

Dalam pelaksanaan program promosi pariwisata, Kepala Dinas Pariwisata juga mengungkapkan bahwa yang harus dilakukan adalah antara promosi dan

kenyataan di medan haruslah sesuai, sehingga tidak hanya aktif mempromosikan di media sosial, tetapi juga harus terus memperbaiki kualitas dari obyek wisata tersebut. Tidak hanya dari obyek wisata, melainkan infrastruktur mulai dari jalan, jaringan hingga fasilitas juga harus ditingkatkan. Sehingga apa yang ditampilkan dan dipromosikan tidak mengecewakan pengunjung dan mampu meningkatkan jumlah pengunjung baik itu mancanegara maupun domestik.

Selain itu juga, Dinas Pariwisata berupaya untuk mempunyai website sendiri yang hanya mempublikasikan mengenai pariwisata beserta informasi tempat wisata di dalamnya, sehingga ketika wisatawan ingin mecaritahu tentang obyek wisata yang ada tanpa perlu terganggu dengan membuka dari website resmi Kabupaten Ngada. Berdasarkan upaya ini, maka Dinas Pariwisata mengadakan pelatihan-pelatihan yang pastinya berkaitan dengan teknologi dalam hal mempromosikan wisata kepada pegawai yang ada, sehingga mampu dan bisa terus memberikan informasi dan pemasaran wisata kepada wisatawan. Selain itu, Dinas Pariwisata sebelumnya juga pernah bekerjasama dengan pihak luar untuk bagian mempromosikan, sehingga Dinas Pariwisata menyiapkan materi-materi mengenai obyek wisata yang ada, dan pihak luar tersebut yang melakukan visualisasi, design, dan mempromosikan kepada media yang digunakan oleh Dinas Pariwisata.

Dan kedua hal tersebut yang telah dijelaskan, yaitu infrastruktur yang harus memadai dan sumber daya manusia yang dilakukannya pelatihan-pelatihan dan kerjasama dengan pihak ketiga, pastinya membutuhkan dana serta anggaran yang cukup besar, terlebih lagi Pariwisata merupakan salah satu keunggulan dari Kabupaten Ngada yang mana harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya, sehingga mampu mendukung pembangunan dan perekonomian masyarakat Ngada yang lebih baik lagi. Selain itu juga dana dan anggaran yang dimiliki harus sesuai dengan kebutuhan dan prioritas, serta mengutamakan desa-desa wisata yang terbilang sudah cukup dikenal tapi tidak melupakan obyek wisata lainnya yang masih perlu dikembangkan.



#### 4. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi untuk promosi pariwisata sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata kabupaten Ngada sudah cukup baik walaupun masih ada beberapa kendala.

- 1) Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa aspek diantaranya kemajuan dalam hal teknologi informasi (komputer dan telekomunikasi) terjadi sedemikian pesat sehingga data, informasi dapat dengan cepat dapat disebarkan. Aspek tersebut menyebabkan terjadinya tekanan dari masyarakat agar pemerintah mampu memperbaiki kinerjanya secara signifikan dengan memanfaatkan berbagai teknologi informasi yang ada.
- 2) Dari sisi tantangan dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk promosi pariwisata oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada yaitu, pertama masih kurangnya infrastruktur jaringan yang mencukupi untuk daerah yang memiliki tempat wisata. Berikutnya adalah sumber daya manusianya. Lengkapnya infrastruktur yang ada tidak menjamin bahwa promosi dapat dilakukan, pastinya harus ada faktor Sumber Daya Manusia yang mengoperasionalkannya. Dan yang ketiga adalah Anggaran. Dari kedua hal tersebut, pastinya akan berujung pada penggunaan dana dan anggaran, hal tersebut dikarenakan bahwa promosi atau pemasaran pariwisata di Kabupaten Ngada dikatakan membutuhkan anggaran yang relatif besar agar dapat digunakan secara optimal semua potensi yang dimiliki.
- 3) Adapun berkaitan dengan upaya yang dilakukan oleh Dinas pariwisata untuk mengatasi tantangan pada poin dua yaitu, dalam hal infrastruktur jaringan yaitu mengenai infrastruktur upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata kabupaten Ngada yaitu dengan memperkuat lagi infrastruktur, dilengkapi dan diadakan penambahan sarana dan prasarana dalam hal mendukung proses promosi pariwisata di Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada. Tantangan kedua mengenai sumber daya manusia dalam hal keahlian memanfaatkan teknologi adalah melakukan pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan program promosi pariwisata. Selain itu juga, Dinas Pariwisata mengadakan kerjasama

dengan pihak ketiga dalam hal membantu mempromosikan pariwisata Kabupaten Ngada. Dan tantangan terakhir yang pastinya berkaitan dengan tantangan pertama dan ketiga adalah mengenai masalah anggaran. Dalam hal tersebut, upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata kabupaten Ngada yaitu mempergunakan dan memfokuskan anggaran sesuai kebutuhan pada daerah wisata yang menjadi prioritas tapi tetap memperhatikan wisata lainnya.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya ditujukan kepada Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Ngada dan jajarannya, Kepala Desa Lengkosambi Utara dan beberapa pihak lainnya yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan penelitian, serta membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian.

## 6. Daftar Pustaka

- Bintarto, R. (2010). *Interaksi Desa-Kota dan Permasalahannya*. Ghalia Indonesia.
- Fahlevvi, M. R. (2022). Analisis Sentimen Terhadap Ulasan Aplikasi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia di Google Playstore Menggunakan Metode Support Vector Machine. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi Pemerintahan*, 4(1), 1-13.
- Indrajit, R. E. (2006). *Electronic Government: Konsep Pelayanan Public Berbasis Internet dan Teknologi Informasi*. Jakarta: Grasindo.
- Muliawanti, L., & Susanti, D. (2020). Digitalisasi destinasi sebagai strategi pengembangan promosi pariwisata di Kabupaten Magelang. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(02), 135-143.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian*. Prenadamedia Group.
- Nurrahman, A., Dimas, M., Falakhuddin Ma'sum, M., Farhan Ino, M., Institut, A. :, & Dalam Negeri, P. (2021). Pemanfaatan Website Sebagai Bentuk Digitalisasi Pelayanan Publik Di Kabupaten Garut. *Jurnal Teknologi Dan Komunikasi Pemerintahan*, 3(1), 78-93. <http://ejournal.ipdn.ac.id/JTKP>,
- Putu Henny Puspawati, D., & Ristanto, R. (2018). Strategi Promosi Digital Untuk Pengembangan Pariwisata Kota Magelang. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 1(2), 1-20. <https://doi.org/10.56354/jendelainovasi.v1i2.14>

- Ricat, R. (2020). Aplikasi Google Maps Api Sistem Informasi Pariwisata Sumatera Barat Berbasis Web. *Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi*, 8(1), 137-142.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81-95.
- Riyadi, S., & Supriyanto, S. (2022). Elemen Sukses Penerapan E-Government Dalam Pelayanan Administrasi Kependudukan (Studi Di Kecamatan Cerme). *JISP (Jurnal Inovasi Sektor Publik)*, 2(3), 111-119.
- Santoso, E. B., & Rahmadanita, A. (2020). Smart City Di Kota Bandung: Suatu Tinjauan Aspek Teknologi, Manusia, Dan Kelembagaan. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi Pemerintahan*, 2(2), 16-40.
- Sugiyono. (2012a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tawakkal, G. T. I., & Subekti, T. (2023). Metodologi Penelitian Sosial Dasar. In *Metodologi Penelitian Sosial Dasar*. <https://doi.org/10.11594/ubpress9786232967496>
- Undang-Undang Nomor 6. (2014). *Tentang Desa*. Pemerintah Pusat.
- Undang-Undang Nomor 10. (2009). *tentang Kepariwisata*. Kementrian Pariwisata.
- Widjaja, HAW. (2003). *Otonomi Desa: Merupakan Otonomi yang Asli, Bulat dan Utuh*. Raja Grafindo Persada.



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>).