

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. D. (2021). TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DALAM PARIWISATA. *Pariwisata Berbasis Virtual*, 19(1). doi:<https://doi.org/10.5614/wpar.2021.19.1.01>
- Akdim, K., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2022). The role of utilitarian and hedonic aspects in the continuance intention to use social mobile apps. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102888>
- Anggarini, D. T. (2021). UPAYA PEMULIHAN INDUSTRI PARIWISATA DALAM SITUASI PANDEMI COVID-19. *Pariwisata*, 8(1). doi:<https://doi.org/10.31294/par.v8i1.9809>
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/KOMUNIKASI\\_PEMASARAN\\_Konsep\\_dan\\_Aplikasi/5oM8EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/KOMUNIKASI_PEMASARAN_Konsep_dan_Aplikasi/5oM8EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Arifin, Z. (2016). PERILAKU REMAJA PENGGUNA GADGET; Analisis Teori Sosiologi Pendidikan. *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman*, 26(2), 287-316. doi:<https://doi.org/10.33367/tribakti.v26i2.219>
- Bagaskoro. (2019). *Pengantar Teknologi Informatika Dan Komunikasi Data*. Yogyakarta: Deepublish. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar\\_Teknologi\\_Informatika\\_Dan\\_Komu/F8ysDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Bagaskoro.+Pengantar+Teknologi+Informatika+Dan+Komunikasi+Data&pg=PR4&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Teknologi_Informatika_Dan_Komu/F8ysDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Bagaskoro.+Pengantar+Teknologi+Informatika+Dan+Komunikasi+Data&pg=PR4&printsec=frontcover)
- Bai, P., Sattar, M. M., & Kumar, V. (2022). Measuring Perceptions of Consumer Destination Image, Destination Familiarity, E-WOM, Destination Trust with Destination Choices. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 20(3), 89-108. <https://doi.org/10.5614/ajht.2022.20.3.07>
- Bayer, J. B., Triêu, P., & Ellison, N. B. (2020). Social Media Elements, Ecologies, and Effects. *Annual Review of Psychology*, 71, 471–97. doi:<https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010419-050944>
- BPS. (2022). *Statistik Objek Daya Tarik Wisata 2020*. Jakarta: BPS RI. Retrieved from <https://www.bps.go.id/publication/2022/06/13/74d583d2e42b165713b1c193/statistik-objek-daya-tarik-wisata-2020.html>
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, H. (2020). *Komunikasi Pembangunan: Telaah untuk Memahami Konsep, Filosofi, serta Peran Komunikasi terhadap Pembangunan*

dan Pembangunan Komunikasi dalam Era Digital. Depok: Rajawali Pers.

- databoks. (2021). *Wisata Alam Jadi Kegiatan Favorit Liburan Natal dan Tahun Baru*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/02/wisata-alam-jadi-kegiatan-favorit-liburan-natal-dan-tahun-baru>
- databoks. (2022). *10 Negara dengan Keindahan Alam Terbaik, Indonesia Juaranya!* Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/10-negara-dengan-keindahan-alam-terbaik-indonesia-juaranya>
- databoks. (2022). *7 Destinasi Wisata Lokal yang Paling Diminati Warga, Bali Juara*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/23/7-destinasi-wisata-lokal-yang-paling-diminati-warga-bali-juara>
- DataReportal. (2022). *Digital 2022 Indonesia*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Diskominfo. (2022). *Profil Provinsi*. Retrieved from [https://sulselprov.go.id/pages/profil\\_provinsi](https://sulselprov.go.id/pages/profil_provinsi)
- Fadillah, I., Mone, A., & Riskasari (2021). Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata Di Provinsi Sulawesi Selatan. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*, 2(1). Retrieved from <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/article/view/4599>
- Gershon, R. A. (2017). Digital Media and Innovation II Personalization, Mobility, Convergence, and Artificial Intelligence. *Digital Media and Innovation: Management and Design Strategies in Communication*, 159-175. doi:<https://dx.doi.org/10.4135/9781483399836.n9> 159-175
- Gretzel, U., Reino, S., Kopera, S., & Koo, C. (2015). Smart Tourism Challenges. *Journal of Tourism*, 16(1), 41-47. Retrieved from <https://espace.library.uq.edu.au/view/UQ:383380>
- Ginting, R., dkk. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Penerbit Insania. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Etika\\_Komunikasi\\_dalam\\_Media\\_Sosial\\_Sari/DUlyEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Etika_Komunikasi_dalam_Media_Sosial_Sari/DUlyEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Haryono, G., & Albetris. (2022). Peranan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Pemanfaatan E-Tourism Marketing untuk Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 136-143. doi:10.33087/ekonomis.v6i1.509

- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator*, 9(1). doi:<https://doi.org/10.29313/mediator.v9i1.1146>
- Hasibuan, A., Jamaludin, Yuliana, Y., Sudirman, A., Wirapraja, A., Kusuma, A. H., . . . Simarmata, J. (2020). E-Business: Implementasi, Strategi dan Inovasinya. Yayasan Kita Menulis.
- Hendrawan, M. R. (2021). *Pengantar pengorganisasian dan temu balik informasi: pendekatan, konsep, dan praktik*. Malang: UB Press. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar\\_Pengorganisasian\\_dan\\_Temu\\_Bali/kwVMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Pengorganisasian_dan_Temu_Bali/kwVMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Herwati, & dkk. (2023). *Motivasi Dalam Pendidikan: Konsep, Teori, Aplikasi*. Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/MOTIVASI\\_DALAM\\_PENDIDIKAN\\_Konsep\\_Teori\\_A/gt28EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/MOTIVASI_DALAM_PENDIDIKAN_Konsep_Teori_A/gt28EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- iNews.id. (2022). *Menparekraf Sandiaga Uno Ungkap Wisata Alam Jadi Tren Pariwisata di Era Endemi*. Retrieved from <https://www.inews.id/travel/destinasi/menparekraf-sandiaga-uno-ungkap-wisata-alam-jadi-tren-pariwisata-di-era-endemi>
- Irwan, & Novianti, E. (2021). Virtual Tour: Tourism Communication Media During the Covid-19 Pandemic in Indonesia. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 14(1). doi:<https://doi.org/10.14421/pjk.v14i1.2102>
- \_\_\_\_\_. (2019). *Komunikasi Bermediasi dalam Masyarakat 5.0*. Media Indonesia. Retrieved from <https://m.mediaindonesia.com/opini/213626/komunikasi-bermediasi-dalam-masyarakat-50>
- Kapriadi, P. R., & Irwansyah. (2020). IMPLEMENTASI COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION DALAM DIGITAL STAFFING BERBASIS MOBILE APPLICATION DAN ONLINE PLATFORM DI PERUSAHAAN STARTUP. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 382-399. doi: <https://doi.org/10.31947/kareba.vi.10261>
- Karman. (2013). RISET PENGGUNAAN MEDIA DAN PERKEMBANGANNYA KINI. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 17(1), 103-121. doi: <http://dx.doi.org/10.31445/jskm.2013.170106>
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3(1). doi:<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>

- Karsinah, Rahmayani, D., Marpaung, G. N., & Yuliani, R. (2023). *Digitalisasi Produk Unggulan Desa Wisata: Kajian Teori dan Empiris*. Penerbit NEM. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Digitalisasi\\_Produk\\_Unggulan\\_Desa\\_Wisata/zYa7EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Digitalisasi_Produk_Unggulan_Desa_Wisata/zYa7EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Kasemin, K. (2015). *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi*. Jakarta: Kencana. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Agresi\\_Perkembangan\\_Teknologi\\_Informasi/R\\_ouDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Agresi_Perkembangan_Teknologi_Informasi/R_ouDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Khanlari, Amir. (2015). *Strategic Customer Relationship Management in the Age of Social Media*. USA: IGI Global. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Strategic\\_Customer\\_Relationship\\_Management/GbMyCgAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Strategic_Customer_Relationship_Management/GbMyCgAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *MediaTor*, 6(2). doi:<https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>
- Kuswarno, E. (2007). TRADISI FENOMENOLOGI PADA PENELITIAN KOMUNIKASI KUALITATIF: Sebuah Pedoman Penelitian dari Pengalaman Penelitian. *Sosiohumaniora*, 9(2), 161-176 . doi: <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v9i2.5384>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Milon, A. G., Ayensa, E. J., Pascual, C. O., & Borondo, J. P. (2020). Towards the smart tourism destination: Key factors in information source use on the tourist shopping journey. *Tourism Management Perspectives*, 36. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100730>
- Morissan. (2021). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa (Edisi Revisi)*. Jakarta: Kencana. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Teori\\_Komunikasi\\_Individu\\_Hingga\\_Massa\\_E/DsM0EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Teori_Komunikasi_Individu_Hingga_Massa_E/DsM0EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1). doi:<http://dx.doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Jakarta: Kencana. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Teori\\_dan\\_Riset\\_Media\\_Siber\\_cybermedia/J-VNDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Teori_dan_Riset_Media_Siber_cybermedia/J-VNDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Kencana. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Cyber\\_Society/OR0REAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Cyber_Society/OR0REAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)

- Okoro, C. (2021). *Tourism And Technology Summit Africa*. Retrieved from <https://tourism4sdgs.org/events/tourism-and-technology-summit-africa/>
- Porterfield, J. (2018). *A career as a mobile app developer*. New York: Rosen Publishing. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/A\\_Career\\_as\\_a\\_Mobile\\_App\\_Developer/ed1hDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/A_Career_as_a_Mobile_App_Developer/ed1hDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Pramadika, N. R. (2021). PANDEMI COVID 19 SEBAGAI AKSELERASI PENGGUNAAN “SMART TOURISM”. *Warta Pariwisata*, 19(1), 14-15. doi:<https://doi.org/10.5614/wpar.2021.19.1.07>
- Prayudi, I. G., Sukaatmadja, I. P., Yasa, N. N., & Giantari, I. G. (2022). *A Studi: Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kegunaan Untuk Membangun Kepercayaan Dan Niat Menggunakan Kembali Layanan Mobile Banking*. Bandung: Media Sains Indonesia. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/A\\_Studi\\_Persepsi\\_Kemudahan\\_Penggunaan\\_da/F5GIEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/A_Studi_Persepsi_Kemudahan_Penggunaan_da/F5GIEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Purnamasari, S., Pamungkas, I., & Sugandi, M. S. (2015). Pemanfaatan Aplikasi WAZE bagi Dosen Tetap di Telkom University. *e-Proceeding of Management*, 2(2), 2204. Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/issue/view/44>
- Purwanta, H., Bramastia, Agung, L., Mibtadin, & Kurniawan, D. A. (2022). *Dasar Literasi Informasi Digital*. Klaten: Penerbit Lakeisha. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/DASAR\\_LITERASI\\_INFORMASI\\_DIGITAL/EG-dEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/DASAR_LITERASI_INFORMASI_DIGITAL/EG-dEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay. *Pekommas*, 18(3). doi:<http://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2015.1180306>
- Putri, V. V., & dkk. (2020). *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group). Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Teori\\_Komunikasi\\_Massa\\_dan\\_Perubahan\\_Mas/pqnsDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Teori_Komunikasi_Massa_dan_Perubahan_Mas/pqnsDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Raco, J. R., & Tanod, R. R. (2012). *Metode Fenomenologi Aplikasi Pada Entrepreneurship*. Jakarta: PT Grasindo. Retrieved from <https://archive.org/details/178320936BukuJozefRacoMetodeFenomenologi/mode/2up>

- Rahmayanti, P. L. (2022). *Continuous Usage Intention Pada Pengguna Gopay: Konsep dan Aplikasi*. Klaten: Penerbit Lakeisha. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/CONTINUOUS\\_USAGE\\_INTENTION\\_PADA\\_PENGGUNA/MxSfEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/CONTINUOUS_USAGE_INTENTION_PADA_PENGGUNA/MxSfEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Rai Utama, I. G. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran\\_Pariwisata/31JLDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Pariwisata/31JLDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Rini, E. P., & Saputra, D. I. (2021). *Sistem Informasi Manajemen di Era Revolusi Industri 4.0*. Banyumas: Zahira Media Publisher. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Sistem\\_Informasi\\_Manajemen\\_Di\\_Era\\_Revolu/L8s5EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Sistem_Informasi_Manajemen_Di_Era_Revolu/L8s5EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Rodin, R. (2020). *Informasi dalam Konteks Sosial Budaya*. Depok: Rajawali Pers. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Informasi\\_dalam\\_Konteks\\_Sosial\\_Budaya\\_Ra/9xYaEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Informasi_dalam_Konteks_Sosial_Budaya_Ra/9xYaEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Sari Agustina, L. S. (2020). PERILAKU BERBASIS TEKNOLOGI DI SOSIAL MEDIA PADA DIGITAL NATTIVE. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 5(1). doi: 10.33367/psi.v5i1.1078
- Shobirin, M. S., Safii, M., & Roekhan. (2020). *Pola Perilaku Pencarian Informasi Generasi Milenial*. Jember: RFM PRAMEDIA. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Pola\\_Perilaku\\_Pencarian\\_Informasi\\_Genera/BI0XEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Pola_Perilaku_Pencarian_Informasi_Genera/BI0XEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Simanjuntak, M., Setiawan, A., Nasrullah, Abdillah, L. A., Mistriani, N., Simarmata, J., . . . Yendrianof, D. (2021). *Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia*. Medan: Yayasan Kita Menulis. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran\\_Digital\\_Pariwisata\\_Indonesia/rkoyEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Digital_Pariwisata_Indonesia/rkoyEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Somrak, W., & Kheawmesuan, R. (2022). Tourism Consumption Trends Changing and Tourism Promotion After the Outbreak of Covid-19. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 20(3), 1-13. doi:<https://doi.org/10.5614/ajht.2022.20.3.01>
- Sudarsyah, A. (2013). KERANGKA ANALISIS DATA FENOMENOLOGI (Contoh Analisis Teks Sebuah Catatan Harian). *Jurnal Penelitian Pendidikan UPI*, 13(1). doi:<https://doi.org/10.17509/jpp.v13i1.3475>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Tania, A. S., & dkk. (2020). *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*. Malang: Intrans Publishing Group. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Media\\_Sosial\\_Identitas\\_Transformasi\\_dan/q4HsDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Media_Sosial_Identitas_Transformasi_dan/q4HsDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Tenri, A., & Yunus, M. (2022). *Sosiologi Lingkungan: Memaknai Entitas Manusia dan Lingkungan*. Sukoharjo: Tahta Media group. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/SOSIOLOGI\\_LINGKUNGAN\\_MEMAKNAI\\_ENTITAS\\_MA/LMhwEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/SOSIOLOGI_LINGKUNGAN_MEMAKNAI_ENTITAS_MA/LMhwEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Tjahyanto, A., & Sisephaputra, B. (2017). The Utilization of Filter on Object-based Opinion Mining in Tourism Product Reviews. *Procedia Computer Science*, 124, 38-45.  
doi:<https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.127>
- Wang, T., & Deng, X. (2022). User Characteristics, social media use, and fatigue during the coronavirus pandemic: A stressor-strain-outcome framework. *Computers in Human Behavior Reports*, 7.  
doi:<https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100218>
- West, R., & Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Widjaja, H. R. (2021). Inventarisasi Sarana dan Prasarana, Daya Tarik Wisata Kabupaten Barru dengan Pemodelan Sistem Informasi Geografis. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 3(2), 94-103.  
doi:<https://doi.org/10.33649/pusaka.v3i2.66>
- Yulia, I. (2018). OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN SOSIAL DAN KOMUNIKASI PERUBAHAN PERILAKU (Suatu Pendekatan Studi Literature Review). *HEARTY Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 6(2).  
doi:<http://dx.doi.org/10.32832/heartly.v6i2.1276>
- Yusup, P. M., & Subekti, P. (2010). *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi (Information Retrieval)*. Jakarta: Kencana. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Teori\\_Praktik\\_Penelusuran\\_Informasi/XuLODwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Teori_Praktik_Penelusuran_Informasi/XuLODwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Zhou, Q., Sotiriadis, M., & Shen, S. (2023). Using TikTok in tourism destination choice: A young Chinese tourists' perspective. *Tourism Management Perspectives*, 46.  
doi:<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101101>

# LAMPIRAN



## **PEDOMAN WAWANCARA PENGGUNA**

### **(Rumusan Masalah 1)**

#### **Target wawancara:**

#### **Pengguna:**

- 3 orang pengguna Aplikasi Tlasure atau setidaknya pengguna aktif media sosial
- Usia 16-64 tahun
- Berdomisili di Sulawesi Selatan

#### **Pedoman Wawancara Pengguna:**

1. Apa yang Anda ketahui tentang *smart tourism*?
2. Aplikasi pariwisata apa saja yang telah Anda unduh selain aplikasi Tlasure pada *smartphone* Anda?
3. Kebutuhan apa saja yang ingin Anda penuhi saat mengunduh dan menggunakan aplikasi pemandu wisata digital?
4. Bagaimana pandangan Anda tentang Aplikasi Tlasure dengan Aplikasi pemandu wisata digital lainnya yang Anda miliki? Sebutkan keunggulan/kelebihan yang menurut Anda sesuatu yang unik dan hanya dimiliki oleh Aplikasi Tlasure dan tidak ada di Aplikasi pemandu wisata digital lainnya yang pernah Anda gunakan?
5. Jelaskan bagaimana cara Anda mengakses Aplikasi Tlasure di waktu luang Anda?
6. Deskripsikan pengalaman Anda menggunakan Aplikasi Tlasure yang dipandang sebagai pemandu wisata digital?
7. Bagaimana Anda mendefinisikan Aplikasi Tlasure kepada orang lain?
8. Dalam menggali informasi pariwisata, Anda lebih condong pada interaksi sosial secara langsung atau memilih menggunakan teknologi sebagai panduan wisata?
9. Kendala atau masalah apa yang sering terjadi saat Anda mencari informasi pariwisata? Bagaimana cara Anda mengatasinya?
10. Menurut Anda, informasi apa saja yang perlu diketahui wisatawan untuk memperoleh informasi pariwisata?
11. Sebutkan fasilitas-fasilitas apa saja yang tersedia dalam Aplikasi Tlasure, dan jelaskan fasilitas mana saja yang merupakan fasilitas terbaik menurut Anda dalam memenuhi kebutuhan informasi Anda?
12. Media penunjang seperti apa yang lebih efektif dan efisien dalam memberikan informasi pariwisata Sulawesi Selatan menurut Anda?
13. Bagaimana harapan Anda terhadap Aplikasi Tlasure ke depannya?

## **PEDOMAN WAWANCARA AHLI**

### **(Rumusan Masalah 2)**

#### **Target wawancara:**

Ahli:

- Pengelola Informasi Media Sosial dan Website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sulawesi Selatan

#### **Pedoman Wawancara Ahli:**

1. Bagaimana menurut Anda kemampuan sumber daya manusia yang ditunjukkan oleh masyarakat Sulsel dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai pemenuhan kebutuhan informasi pariwisata?
2. Menurut Anda, informasi apa saja yang dibutuhkan wisatawan untuk mengakses informasi pariwisata Sulsel?
3. Dari mana sajakah sumber informasi pariwisata Sulsel dapat diperoleh wisatawan?
4. Apa alasan utama DISBUDPAR mengembangkan media digital tersendiri untuk akses informasi pariwisata Sulsel? Sedangkan, di luar sana sudah banyak media digital yang menyediakan informasi wisata Sulsel di berbagai aplikasi digital?
5. Kendala atau masalah apa yang seringkali terjadi pada penyebaran informasi pariwisata Sulsel melalui media digital? Bagaimana cara mengatasinya?
6. Bagaimana pendapat Anda mengenai kemampuan masyarakat Sulsel dalam memperoleh informasi pariwisata? Apakah masyarakat lebih condong pada interaksi sosial secara langsung atau memilih menggunakan teknologi sebagai panduan wisata?
7. Apakah terdapat perbedaan dalam pengembangan pariwisata Sulsel saat sebelum dan sesudah memanfaatkan teknologi?
8. Bagaimana kualitas jaringan internet di berbagai destinasi wisata yang ada di Sulsel dalam mengakses teknologi?
9. Media apa yang lebih banyak diakses masyarakat?
10. Dari sekian banyaknya pariwisata yang ada di Sulsel, destinasi wisata mana saja yang paling diminati baik itu turis lokal maupun mancanegara sejak 2020 sampai hari ini?
11. Apakah ada daerah di Sulsel yang memiliki potensi wisata dunia tapi belum maksimal dalam pengembangannya?
12. Apakah ada daerah di Sulsel yang memiliki beragam destinasi wisata namun kurang diminati wisatawan?

## TRANSKRIP WAWANCARA PENGGUNA 1

Nama: SJ

Jabatan: Ibu Rumah Tangga

Hari dan Tanggal: Kamis, 8 Desember 2022

Keterangan: A: Peneliti, B: Informan

A: Apa yang Anda ketahui tentang *smart tourism*?

B: Smart tourism yang saya ketahui adalah tentunya pariwisata yg berbasis teknologi, dimana sekarang kita sudah memasuki era digital hampir segala hal bisa diakses dan dicari melalui media digital utamanya smartphone. Dari smartphone, kita bisa menjelajah dunia salah satunya dalam mencari tempat wisata, tempat-tempat wisata yang terintegrasi kedalam smartphone melalui aplikasi inilah yang disebut smart tourism.

A: Aplikasi pariwisata apa saja yang telah Anda unduh selain aplikasi Tlusure pada *smartphone* Anda?

B: Google Maps, Traveloka, Gojek, Grab, Maxim, Agoda, Tiket.com.

A: Kebutuhan apa saja yang ingin Anda penuhi saat mengunduh dan menggunakan aplikasi pemandu wisata digital?

B: Mencari tempat-tempat yang menarik dan affordable serta yang belum pernah dikunjungi

A: Bagaimana pandangan Anda tentang aplikasi Tlusure dengan aplikasi pariwisata lainnya yang Anda miliki? Sebutkan keunggulan/kelebihan yang menurut Anda sesuatu yang unik dan hanya dimiliki oleh aplikasi Tlusure dan tidak ada di aplikasi pariwisata lainnya yang pernah Anda gunakan?

B: Perbedaan tlusure dng aplikasi semacam yg saya lihat, klo tlusure lebih konsren ke pariwisata, baik itu wisata alam maupun wisata kuliner, dan juga tempat-tempat wisata yg bisa melepaskan penat. kelebihanannya dari aplikasi lain, tlusure pada halaman utamanya menampilkan semacam mood-board, jadi bagi pengguna aplikasi tlusure akan lebih mudah mencari tempat wisata yg ingin dituju sesuai mood pengguna. kekurangannya aplikasinya lalod sekali itu yg membuat tidak betah berlama-lama berselancar mencari tempat-tempat wisata yang rekomend.

A: Jelaskan bagaimana cara Anda mengakses aplikasi Tlasure di waktu luang Anda?

B: Sejauh ini hanya scroll-scroll dan searching-searching berbagai fitur tlasure sja dikarenakan itu tadi apk nya lumayan lalot jadi tidak betah berlama-lama berselancar di aplikasi tlasure

A: Deskripsikan pengalaman Anda menggunakan aplikasi Tlasure yang dipandang sebagai "pemandu wisata digital"?

B: Aplikasi yang cukup bagus sejauh ini karena akan memudahkan penggunaanya dalam memandu mencari wisata-wisata yang bukan saja bagus tapi juga memandu mencari wisata-wisata yang bisa sesuai mood penggunaanya.

A: Berdasarkan pengalaman Anda menggunakan aplikasi Tlasure, apakah Anda akan merekomendasikan aplikasi Tlasure kepada orang lain? Jelaskan alasannya.

B: Kedepannya kemungkinan saya akan merekomendasikan ke teman ato keluarga kalau apk nya tdk lalod lg agar pengguna lebih betah berlama-lama berselancar menggunakan aplikasi ini. \*NB: aplikasi tlasurenya bukan lalod karena jaringan, karena aplikasi lain yang saya buka Alhamdulillah lancar-lancar semua.

A: Bagaimana Anda mendefinisikan aplikasi Tlasure kepada orang lain?

B: Saya akan memberitahukan orang-orang bahwa aplikasi tlasure ini mirip Traveloka dan sejenisnya yang membedakan tlasure lebih fokus ke pariwisata.

A: Dalam menggali informasi pariwisata, Anda lebih condong pada interaksi sosial secara langsung atau memilih menggunakan teknologi sebagai panduan wisata?

Saya lebih memilih menggunakan teknologi sebagai panduan wisata, karena tanpa saya harus kesana terlebih dahulu saya bisa melihat dulu bagaimana kondisi tempat-tempat wisata atau tempat-tempat yg ingin saya kunjungi, apalagi kalo ada review itu akan memberikan nilai plus apakah tempat wisata tersebut worth to visit atau tidak. contoh ketika saya ingin berwisata kuliner saya akan searching dulu tempat-tempat yang bagus, baik dari segi view apalagi makanannya.

A: Kendala atau masalah apa yang sering terjadi saat Anda mencari informasi pariwisata? Bagaimana cara Anda mengatasinya?

B: Sejauh ini saya blum pernah menemukan masalah saat mencari informasi pariwisata.

A: Menurut Anda, informasi apa saja yang perlu diketahui wisatawan untuk memperoleh informasi pariwisata?

B: Informasi tempat yang menarik dan harga.

A: Sebutkan fasilitas-fasilitas apa saja yang tersedia dalam aplikasi Tlasure, dan jelaskan fasilitas mana saja yang merupakan fasilitas terbaik menurut Anda dalam memenuhi kebutuhan informasi Anda?

B: Fasilitas mood-board, dan kategori destinasi yg terdiri dari outdoor, kuliner, olahraga air, olahraga ekstrem, pelatihan dan simulasi, wisata dan perjalanan, alam, kesehatan dan kecantikan. Fasilitas terbaik menurut saya mood-boarnya yg paling awal di halaman tlasure sangat membantu bagi pengguna untuk mencari kategori destinasi yang diinginkan.

A: Media penunjang seperti apa yang lebih efektif dan efisien dalam memberikan informasi pariwisata Sulawesi Selatan menurut Anda?

B: Yang paling utama menurut saya adalah media sosial sangat efektif dan efisien

A: Bagaimana harapan Anda terhadap aplikasi Tlasure ke depannya?

B: Semoga kedepannya tlasure semakin diperbaiki u/masalah lalod nya. sukses untuk tlasure

## TRANSKRIP WAWANCARA PENGGUNA 2

Nama: AM

Jabatan: Pegawai Swasta

Hari dan Tanggal: Jum'at, 16 Desember 2022

Keterangan: A: Peneliti, B: Informan

A: Apa yang Anda ketahui tentang *smart tourism*?

B: Baru tahu

A: Aplikasi pariwisata apa saja yang telah Anda unduh selain aplikasi Tlusure pada *smartphone* Anda?

B: Traveloka, tiket.com, gojek

A: Kebutuhan apa saja yang ingin Anda penuhi saat mengunduh dan menggunakan aplikasi pariwisata?

B: Informasi tempat, harga dan booking tempat.

A: Bagaimana pandangan Anda tentang aplikasi Tlusure dengan aplikasi pariwisata lainnya yang Anda miliki? Sebutkan keunggulan/kelebihan yang menurut Anda sesuatu yang unik dan hanya dimiliki oleh aplikasi Tlusure dan tidak ada di aplikasi pariwisata lainnya yang pernah Anda gunakan?

B: Keren sih ini, kalo lagi pengen nyobain hal baru, ada disini. Sayangnya begitu klik nearby, belum muncul nearby. A.k.a tidak muncul area makassar dan sekitarnya.

A: Jelaskan bagaimana cara Anda mengakses aplikasi Tlusure di waktu luang Anda?

B: Belum menjadi aplikasi pilihan saya.

A: Deskripsikan pengalaman Anda menggunakan aplikasi Tlusure yang dipandang sebagai "pemandu wisata digital"?

B: Suka dengan fitur dan informasi yang diberikan. Tambah lagi data2 nya, terutama untuk wilayah makassar dan sekitarnya.

A: Berdasarkan pengalaman Anda menggunakan aplikasi Tlusure, apakah Anda akan merekomendasikan aplikasi Tlusure kepada orang lain? Jelaskan alasannya.

B: Tentu, jika sudah jadi lebih baik lagi.

A: Bagaimana Anda mendefinisikan aplikasi Tlusure kepada orang lain?

B: Kalo bingung mau kemana mau ngapain, minta rekomendasi ke tlusure

A: Dalam menggali informasi pariwisata, Anda lebih condong pada interaksi sosial secara langsung atau memilih menggunakan teknologi sebagai panduan wisata? Mohon disertai dengan contoh yang pernah Anda alami.

B: Aplikasi dan diskusi. Contohnya saat merencanakan liburan ke turkiye

A: Kendala atau masalah apa yang sering terjadi saat Anda mencari informasi pariwisata? Bagaimana cara Anda mengatasinya?

B: Harga tiket dan penginapan. Lansung menelpon ke nomor kontak yg tertera di goole.

A: Menurut Anda, informasi apa saja yang perlu diketahui wisatawan untuk memperoleh informasi pariwisata?

B: Rekomendasi hotel, kuliner terdekat dan transportasi

A: Sebutkan fasilitas-fasilitas apa saja yang tersedia dalam aplikasi Tlusure, dan jelaskan fasilitas mana saja yang merupakan fasilitas terbaik menurut Anda dalam memenuhi kebutuhan informasi Anda?

B: Kategori pilihan, dan nearby

A: Media penunjang seperti apa yang lebih efektif dan efisien dalam memberikan informasi pariwisata Sulawesi Selatan menurut Anda?

B: Medsos a.k.a Instagram

A: Bagaimana harapan Anda terhadap aplikasi Tlusure ke depannya?

B: Lebih banyak lagi data tempat-tempat yang menarik dan lebih akurat lagi memberikan informasi nearby

### TRANSKRIP WAWANCARA PENGGUNA 3

Nama: HRI

Jabatan: Pekerja Lepas

Hari dan Tanggal: Kamis, 8 Desember 2022

Keterangan: A: Peneliti, B: Informan

A: Apa yang Anda ketahui tentang *smart tourism*?

B: Smart Tourism adalah kegiatan dalam melakukan tour atau wisata dalam bentuk yang lebih modern seperti menggunakan internet sebagai pusat informasi lokasi wisata dan lainnya.

A: Aplikasi pariwisata apa saja yang telah Anda unduh selain aplikasi Tlusure pada *smartphone* Anda?

B: Waze

A: Kebutuhan apa saja yang ingin Anda penuhi saat mengunduh dan menggunakan aplikasi pariwisata?

B: Kebutuhan Lokasi Warung Kopi yang bagus di Makassar

A: Bagaimana pandangan Anda tentang aplikasi Tlusure dengan aplikasi pariwisata lainnya yang Anda miliki? Sebutkan keunggulan/kelebihan yang menurut Anda sesuatu yang unik dan hanya dimiliki oleh aplikasi Tlusure dan tidak ada di aplikasi pariwisata lainnya yang pernah Anda gunakan?

B: Menurut saya sudah bagus, tapi masih ada beberapa keganjalan yg mungkin bisa diperbaiki. Keunggulan: - Gampang dalam melakukan search - Kategori yang lengkap - Tampilan User Interface yang mudah

A: Jelaskan bagaimana cara Anda mengakses aplikasi Tlusure di waktu luang Anda?

B: Pada saat membutuhkan informasi mengenai tempat hang out

A: Deskripsikan pengalaman Anda menggunakan aplikasi Tlusure yang dipandang sebagai "pemandu wisata digital"?

B: Pada awalnya hanya mencari tempat yang belum dikunjungi sebelumnya, dan ternyata masih banyak lokasi yang belum dikunjungi dan dengan rasa penasaran saya mencoba berkunjung dan memang bagus sesuai dengan deskripsi yang ada di aplikasi.



A: Berdasarkan pengalaman Anda menggunakan aplikasi Tlasure, apakah Anda akan merekomendasikan aplikasi Tlasure kepada orang lain? Jelaskan alasannya.

B: Iya, saya akan merekomendasikannya, karena aplikasi ini membantu saya dalam mencari tempat wisata baru.

A: Bagaimana Anda mendefinisikan aplikasi Tlasure kepada orang lain?

B: Aplikasi ini memudahkan anda dalam menemukan tempat wisata yang belum pernah anda lihat sebelumnya

A: Dalam menggali informasi pariwisata, Anda lebih condong pada interaksi sosial secara langsung atau memilih menggunakan teknologi sebagai panduan wisata? Mohon disertai dengan contoh yang pernah Anda alami.

B: Lebih condong ke teknologi karena lebih mudah dan jaringan internet sudah lebih gampang ditemukan saat ini

A: Kendala atau masalah apa yang sering terjadi saat Anda mencari informasi pariwisata? Bagaimana cara Anda mengatasinya?

B: Kendala saya terletak di beberapa preview foto lokasi wisata yang kadang masih tidak memiliki gambar, sehingga saya menggunakan aplikasi lain untuk melihat lokasinya.

A: Menurut Anda, informasi apa saja yang perlu diketahui wisatawan untuk memperoleh informasi pariwisata?

B: Informasi yang penting adalah lokasi dan biaya tempat wisata tersebut, serta jam operasional dan aturan-aturan yang berlaku.

A: Sebutkan fasilitas-fasilitas apa saja yang tersedia dalam aplikasi Tlasure, dan jelaskan fasilitas mana saja yang merupakan fasilitas terbaik menurut Anda dalam memenuhi kebutuhan informasi Anda?

B: Fasilitas tab pencarian, jenis" lokasi wisata. Fasilitas terbaik dari aplikasi ini adalah tab pencariannya.

A: Media penunjang seperti apa yang lebih efektif dan efisien dalam memberikan informasi pariwisata Sulawesi Selatan menurut Anda?

B: Media aplikasi yang terhubung ke internet merupakan wadah terbaik saat ini, karena lebih efisien dan efektif ketimbang yang masih tradisional.

A: Bagaimana harapan Anda terhadap aplikasi Tlasure ke depannya?

B: Saya berharap aplikasi ini bisa lebih berkembang dengan melakukan update yang bertahap, mengurangi bug, serta menambahkan fitur baru yang lebih baik.

## TRANSKRIP WAWANCARA AHLI

Nama informan 1: AMAF

Jabatan: Pengelola informasi pariwisata SSTIC DISBUDPAR Prov. Sulsel

Hari dan Tanggal: Selasa, 17 Januari 2023

Keterangan: A: Peneliti, B: Informan 1

**A:** Bagaimana menurut Anda kemampuan sumber daya manusia yang ditunjukkan oleh masyarakat Sulawesi Selatan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai pemenuhan kebutuhan informasi pariwisata?

**B:** Untuk saat ini, aplikasi kan sudah cukup mudah diakses. Semua sudah ada di *handphone*. Di sini sisa untuk diasah. Semua sudah mumpuni, cuman tinggal penaikan *skill*.

**A:** Informasi apa saja yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk mengakses informasi pariwisata Sulsel?

**B:** Hal yang utama pasti tempat wisatanya. Kedua tujuannya dia mau ke mana. Kalau untuk macam turis dari luar. Dia paling cari tuh budaya, lebih tepatnya Eropa. Dia lebih cari ke Toraja. Kalau Asia mungkin targetnya paling macam pantai, pulau, pantai bira seperti itu.

**A:** Dari mana sajakah sumber informasi pariwisata Sulsel dapat diperoleh wisatawan?

**B:** Untuk sementara ini yang sudah siap, paling untuk website [disbudparsulselprov.co.id](http://disbudparsulselprov.co.id). Sekarang lagi ada di kembangkan namanya Sistem Informasi Pariwisata. Singkatannya SIPP Sulsel. Tapi sementara masih sementara dikembangkan. Ini diperuntukkan khusus untuk UPT yang ada dinaungi sama Dinas Kebudayaan. Jadi ada beberapa UPT yang ada di dalam sini yang dinaungi. Macam Museum La Galigo, Museum Karaeng Pattingalloang, Monumen Mandala, Gedung Kesenian, Gedung Mulo, sama Benteng Somba Opu. Unit pelaksana teknisnya dinaungan Dinas Kebudayaan. Untuk sementara, masih seperti ini. Selanjutnya mungkin bakal disebarluaskan untuk ke setiap destinasi yang ada di Sulsel. Saat ini sekarang masih pakai Instagram, Facebook, Youtube. Kalau itu aktif terus. Tiktok sementara lagi belum diaktifkan. Tapi sudah ada tapi belum diaktifkan. Masih dicari apanya, mau ke mana dulu kalau mau Tiktok dibawa ke tempat pariwisatanya.

**A:** Apa alasan utama DISBUDPAR mengembangkan media digital tersendiri untuk akses informasi pariwisata Sulsel? Sedangkan, di luar sana sudah banyak media digital yang menyediakan informasi wisata Sulsel di berbagai aplikasi digital?

- B:** Sekarang kan serba jamannya yang orang cari itu yang paling mudah. Cari informasi paling ketik di Google apa yang dia cari pasti muncul di situ. Orang cari lebih gampangnya lah. Semua itu serba ada di *handphone* kita ketik apa yang kita tuju pasti sudah muncul. Ya secara spesifik kalau misal di Google itu belum. Spesifiknya belum terlalu jelas kalau misal kita ada di sini di Museum La Galigo. Di Museum La Galigo ini sudah ada alamat kayak macam lokasi yang kita bilang tadi. Harga tiket yang untuk mancanegara, domestik sama anak-anak ini sudah ada semua harganya. Ini macam video sekilas lah untuk penjelasan dari Museum La Galigo. Ini galerinya. Galeri isi dari dalam Museum La Galigo itu. Ini kita ada pengumuman apa-apa saja hasil kegiatan dari Museum La Galigo itu. Jadi lebih tepatnya lebih spesifik kalau kita download ini. Kekurangannya ini masih lagi mau ditambahkan untuk semua destinasi yang ada di Sulsel. Karena ini juga masih tahap pengembangan. Lagi uji coba.
- A:** Kendala atau masalah apa yang seringkali terjadi pada penyebaran informasi pariwisata Sulsel melalui media digital? Bagaimana cara mengatasinya?
- B:** Sejauh ini kendala dalam media sosial tidak ada karena yang semua yang di posting itu rata-rata komentarnya hampir positif semua.
- A:** Bagaimana pendapat Anda mengenai kemampuan masyarakat Sulsel dalam memperoleh informasi pariwisata? Apakah masyarakat lebih condong pada interaksi sosial secara langsung atau memilih menggunakan teknologi sebagai panduan wisata?
- B:** Kalau itu. Hampir *fifty-fifty*. Ada yang bertanya melalui media sosial, ada yang terjun langsung ke sini yang datang langsung ke sini. Untuk bertanya sebenarnya lebih enaknya itu bicara secara langsung dibanding melalui *chat* atau apa. Karena kalau kita yang jelaskan langsung lebih cepat paham dibanding kita melalui chat. Khususnya juga turis asing kan mereka turis asing nggak semua punya Indonesian SIM Card gitu. Jadi untuk Google apa, kadang-kadang gak ada simnya? Tapi kalau domestik itu biasa melalui medsos mereka udah cukup.
- A:** Apakah terdapat perbedaan dalam pengembangan pariwisata Sulsel saat sebelum dan sesudah memanfaatkan teknologi?
- B:** Sebenarnya lebih jauh ada media sosial dibanding media cetak karena kalau media sosial tidak mesti harus dari orang pariwisata yang mengekspos. Banyak kayak macam sekarang kan ada konten kreator selebgram dia jalan-jalan sudah tersebar, sudah terekspos semua tidak mesti harus yang paling utama, paling kalau di sekitar Makassar apa? Rammang-Ramang kah, Leang-Leang, Bantimurung yang orang dulu awalnya cuma kenal Bantimurung bisa mengeksplor ke belakangnya. Sekarang kan sudah ada Geopark Maros Pangkep. Jadi sudah lebih. Enak sekarang kalau memakai media sosial. Bisa juga kita ambil contoh

kasus kayak Lolai oke lah dia Toraja juga. Tapi maksudnya dulu kan orang nggak tahu di Toraja Utara itu ada Lolai terus viral. Langsung ramai nah sekarang justru dari yang bukan apa-apa mulai pengembangan sekarang. Itu kan contoh kasus yang kalau sesuatu viral itu bisa berdampak signifikan.

- A:** Berarti menurut Anda cara yang lebih efektif dan efisien dalam memenuhi kebutuhan informasi pariwisata menggunakan media teknologi saja berarti media fisik itu ditinggalkan.
- B:** Fisik tidak sepenuhnya ditinggalkan karena orang memang masih butuh pegangan. Tidak selamanya ada internet di tempat wisata, apalagi di atas gunung di pulau kah. Dari mana mau ambil informasi kalau tidak ada pegangan seperti media cetak? Sebenarnya kan kita harus akui bahwa Sulawesi pariwisata Sulawesi Selatan itu *underrated*. Maksudnya oke loh tidak masuk kayak top berapanya Indonesia. Tapi kalau misalnya anggaplah begini mbak misalnya ada turis nih kita kasih Tourist Map. Oke dia sudah telusur kemana-mana terus dia bawa pulang gitu kan tidak orang tidak serta merta What is Sulawesi Selatan gitu, Googling atau apa gitu. Bisa saja misalnya oh dilihat oh ini kayak oleh oleh dari Sulawesi Selatan. Itu bisa misalnya dia bawa ke asalnya terus mungkin keluarganya atau saudaranya itu melihat dan dari situ mulai ada *interest*. Jadi tetap media fisik itu menurut saya tetap tetap harus ada gitu. Apalagi kalau misalnya nanti bisa dikemas lebih menarik lagi untuk dibawa like souvenir atau apa. Itu bisa jadi contoh juga untuk kita mempromosikan. Jadi okelah medsos menjangkau lebih banyak orang tapi saya pikir tidak semua orang langsung *what is South Sulawesi* enggak gitu tapi harus dia melihat kayak apa sih kayak *cue* gitu bahwa oh ada yang namanya Sulawesi Selatan, dari situ mungkin dia googling atau cari dengan sesuatu tahu lebih jauh dan mungkin bisa tertarik untuk datang ke sini. Jadi kalau saya media fisik itu ditinggalkan, saya pikir enggak bisa. Tidak bisa juga gitu.
- A:** Bagaimana kualitas jaringan internet di berbagai destinasi wisata yang ada di Sulsel dalam mengakses teknologi?
- B:** Rata-rata itu untuk sekarang macam di pulau. Jaringan internet itu belum bisa masuk pulau untuk saat ini. Ada beberapa pulau, tetapi sekarang sudah ada yang beberapa, sekitaran pinggir-pinggir Makassar masih dapat internet lah kalau mulai agak menjauh dari bibir pantai sudah mulai tidak dapat sinyal. Ataukah di daerah pegunungan belum dapat sinyal.
- A:** Apakah kekurangan seperti ini menjadi salah satu kendala kurangnya minat wisatawan untuk berkunjung ke tempat tersebut?
- B:** Tidak juga sebenarnya. Di selayar, macam di selayar, Pulau Tinabo namanya. Itu proses perjalanan ke sana dari Selayar ke Pulau Tinabo itu sekitar 8 jam. Naik perahu. Itu di sana tidak ada sinyal sama sekali,

tapi kunjungan ke sana bisa dilihat dari angka kunjungan. Lebih banyak juga yang datang ke sana. Nanti baru pulang baru paling *update story upload-upload*. Tidak menghalangi, walaupun dibidang 8 jam dengan ongkos biaya ke sana juga tidak murah. Itu adalah spot *diving* yang cukup terkenal untuk di luar. Jadi kalau misalnya ada turis oh Tinabo, berarti itu sudah bisa dipastikan sudah *divers*. Maksud saya gini, kalau kita berwisata, kita kan bukan cuma untuk *update status*. Ada juga orang yang memang untuk *healing* kan istilahnya sekarang dan kadang itu internet itu kan *toxic* juga media sosial itu. Jadi ketika misalnya mereka pergi ke suatu tempat yang tidak ada internet, justru istilahnya kayak *unplug* jadi kayak memang mau *healing* dan memang mau *unplug*. Oke lah kita ambil foto-foto untuk *update story* atau apa nanti gitu. Tapi pada saat itu mungkin mereka mau menikmati momen itu gitu. Coba deh kalau misalnya kayak ke konser. Pasti beda ketika kita sibuk *story* sama kita sibuk menikmati konser itu beda, apalagi kalau kita misalnya ke Tinabo atau ke mana gitu, pasti beda ketika kita sibuk foto-foto alam sama kita dengan betul-betul menikmati alam tanpa harus gitu, jadi saya berfikir bahwa apakah karena tidak ada jaringan terus itu menjadi kendala? Well, sebenarnya enggak juga. Apalagi kalau kita bicara turis asing ya mereka nggak cari yang *sophisticated* apa teknologi apa enggak. Maksudnya, ngapain lagi beribet dengan internet gitu. Mungkin juga ya kesempatan untuk oh sorry lagi liburan enggak bisa email kantor apa segala macam kan bisa jadi alasan memang.

- A:** Media apa yang lebih banyak diakses masyarakat?
- B:** Masih yang masih bertahan itu Instagram. Karena lebih banyak yang akses itu masih di Instagram, lebih mudah. Apa yang viral bisa masuk di Instagram.
- A:** Dari sekian banyaknya pariwisata yang ada di Sulsel, destinasi wisata mana saja yang paling diminati baik itu turis lokal maupun mancanegara sejak 2020 sampai hari ini?
- B:** Semenjak pas covid 2020 itu kan kosong. Tidak ada yang dibuka. Nanti mulai pertengahan 2021 baru mulai terbuka tempat wisata. Paling banyak itu yang domestik itu paling banyak karena kita kan tutup masih *lockdown* untuk dari negara asing masuk ke Indonesia paling banyak itu paling sekitar-sekitar misal saya orang Makassar paling sekitar-sekitar Makassar yang saya cari. Macam pulau Kodingareng kah Samalona kah atau mau ke Maros, Ramang-Ramang. Seperti itu mungkin. Orang yang paling banyak cari itu sementara kayak lebih ke alam lah. Kalau turis asing pasti ada dua ya Bulukumba dan Toraja. Kalau domestik sih, saya pikir bisa ke mana saja ya kalau domestik ya karena kita bicara kalau domestik itu kan bukan hanya misalnya wisatawan Jawa atau dari Kalimantan, tapi kan misalnya warga Soppeng itu sendiri, misalnya mereka ke Taman Kalong ya ketika mereka ke Taman Kalong mereka

menjadi wisatawan lokal gitu dan itu bisa sangat bisa terjadi gitu misalnya.

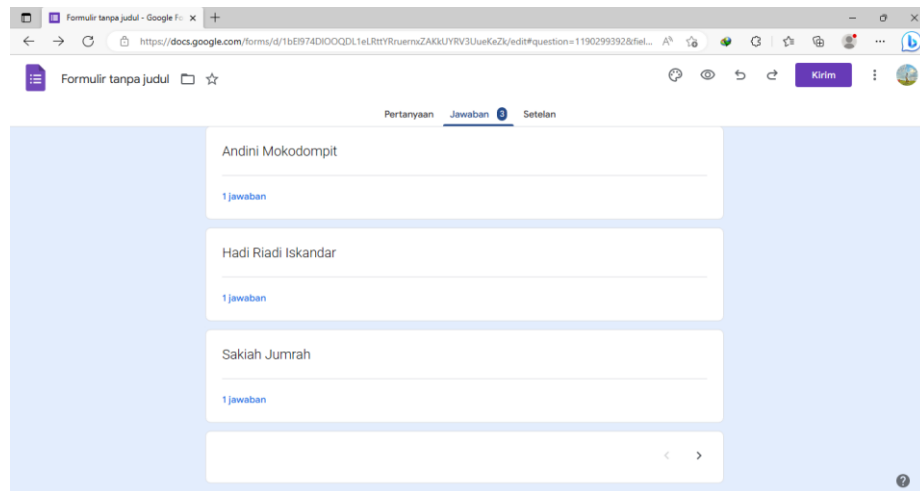
**A:** Apakah ada daerah di Sulsel yang memiliki potensi wisata dunia tapi belum maksimal dalam pengembangannya?

**B:** Yang sekarang itu yang lagi diusung geopark Maros Pangkep sudah tercatat di UNESCO. Untuk kekurangannya itu kami belum terlalu tahu. Ada bidang yang menindaklanjuti untuk seperti itu. Tapi untuk sekarang yang sudah tercatat di UNESCO itu Geopark Maros Pangkep sebagai nomor 2 di Asia Taman Kars terbesar di dunia setelah China. Geopark ini baru sih, kalau misal kita bicara potensial, potensial sekali karena luas terus *site*-nya itu banyak gitu. Dan *site*-nya itu mencakup alam juga budaya juga *history* juga gitu. Jadi sebenarnya kalau kita bicara potensi sih itu. Kalau misalnya kita bicara yang lain, sebenarnya misalnya Selayar itu sebenarnya mereka ya Selayar kan maksudnya kayak Tinabo itu kan bagian dari Takabonerate Selayar juga itu sudah punya *image*.

**A:** Apakah ada daerah di Sulsel yang memiliki beragam destinasi wisata namun kurang diminati wisatawan?

**B:** Kalau untuk satu Kabupaten itu belum ada. Sejauh ini ada semua peminatnya masing-masing. Ada yang bukan tidak ada peminat. Masih belum dapat. Saya masih belum dapat. Karena sejauh serusak apapun itu jalanan, pasti ada wisatawannya. Surusak apapun itu. Walaupun dia jalankan kaki dari misal berapa jam lah pasti ada orang. Yang di Malili itu yang Danau Tanralili. Dari Kota Malino ke Danau Tanralili itu sekitar 4 jam jalan kaki. Peminatnya lebih banyak, masih lebih banyak itu. Malahan tuh malah hampir kayak macam Agustusan, akhir tahun, libur-libur sekolah, tapi itu rata-rata domestik.

## DOKUMENTASI



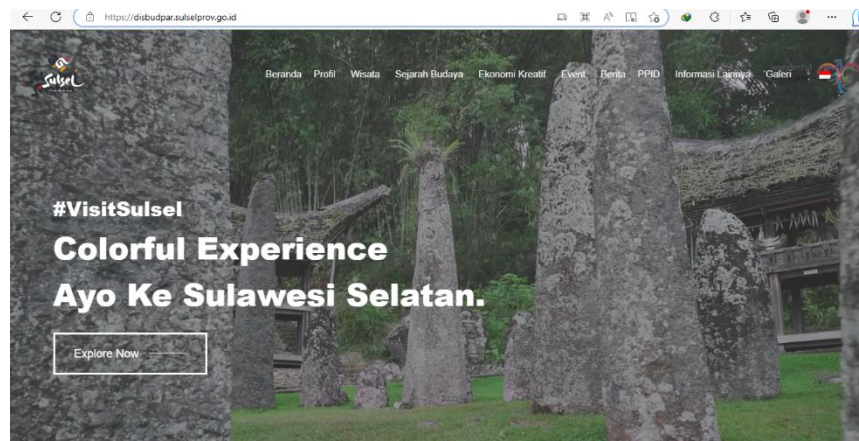
The screenshot shows a Google Form interface with the following details:

- Browser: Google Chrome
- Form Title: Formulir tanpa judul
- URL: <https://docs.google.com/forms/d/1bE974DIOOQDL1eLRttYRuemsZAKKUYRV3UueKeZk/edit#question=1190299392&fel...>
- Navigation: Pertanyaan, Jawaban (3), Setelan
- Responses:
  - User: Andini Mokodompit, 1 jawaban
  - User: Hadi Riadi Iskandar, 1 jawaban
  - User: Sakiah Jumrah, 1 jawaban

*Dokumentasi 1 Wawancara Daring Melalui Google Form Bersama Pengguna Aplikasi Tlusure*



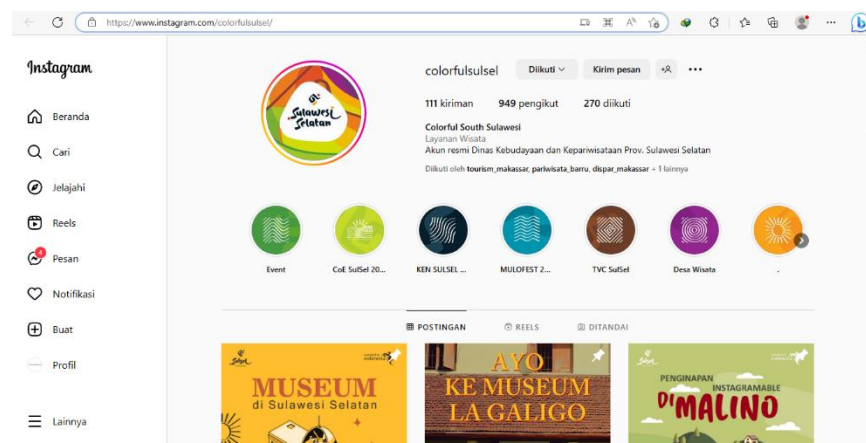
*Dokumentasi 2 Wawancara Tatap Muka Bersama Staf Pengelola SSTIC DISBUDPAR PROV. SULSEL*



Dokumentasi 3 Tampilan Website resmi DISBUDPAR PROV. SULSEL  
Beralamat <https://disbudpar.sulselprov.go.id>

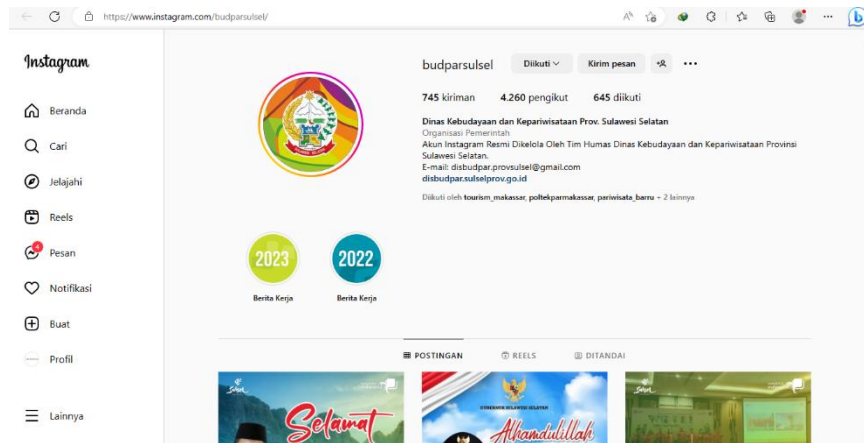


Dokumentasi 4 Tampilan Akun Facebook DISBUDPAR PROV. SULSEL

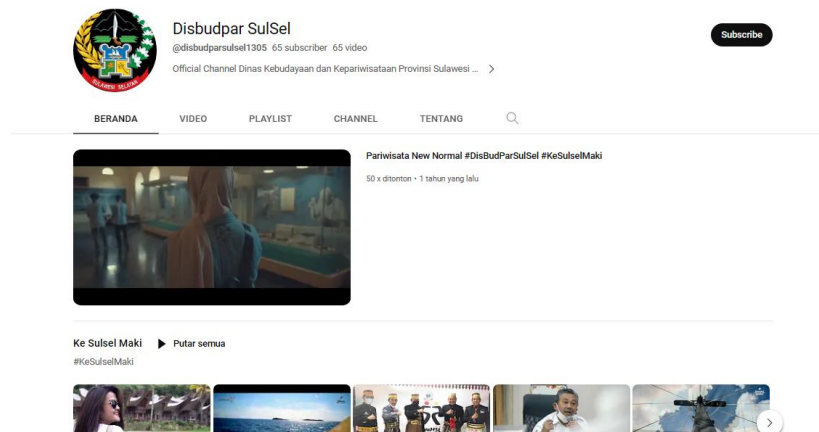


Dokumentasi 5 Tampilan Akun Instagram DISBUDPAR PROV. SULSEL

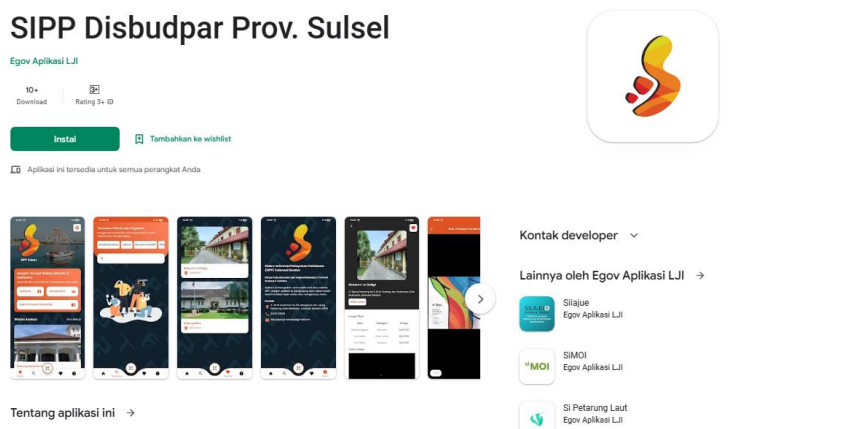




Dokumentasi 6 Tampilan Akun Instagram DISBUDPAR PROV. SULSEL



Dokumentasi 7 Tampilan Akun Youtube DISBUDPAR PROV. SULSEL



Dokumentasi 8 Tampilan Aplikasi SIPP DISBUDPAR PROV. SULSEL yang Tersedia di Pasar Aplikasi Google Play

## HASIL OBSERVASI

*Selasa, 20 September 2022*

Pada hari Selasa tanggal 20 September 2022 pukul 13.00 WITA, peneliti mendatangi kantor DISBUDPAR Prov. Sulsel yang beralamat di Jl. Jenderal Sudirman No 23, Kelurahan Mangkura, Kecamatan Ujung Pandang. Peneliti diarahkan menuju ruangan Subag Umum Kepegawaian dan Hukum untuk berkoordinasi dengan staf yang ada di ruangan tersebut. Setelah memasuki ruangan yang dituju, peneliti menyampaikan maksud dan tujuan dari penelitian dilakukan serta menyerahkan surat permohonan ijin penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) dan menunggu hingga proses pencatatan surat tersebut selesai.

Hari ini peneliti hanya mendapatkan sedikit informasi dikarenakan Bapak Kasubag Umum yang bersangkutan sedang tidak berada di tempat sehingga peneliti diminta untuk mengambil dan menyimpan nomor telepon salah satu anak magang yang bertugas saat itu untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi lebih lanjut terkait surat ijin penelitian yang telah diserahkan sebelumnya. Penelitian belum dapat dilakukan karena terkendala dengan ketidakhadiran Kasubag Umum untuk mendapatkan arahan selanjutnya.

*Rabu, 23 November 2022*

Setelah dua bulan lamanya, peneliti akhirnya mendapatkan informasi dari anak magang yang sebelumnya ditugaskan untuk menginformasikan kelanjutan berkas permohonan ijin penelitian. Pada hari ini, Rabu tanggal 23 November 2022 peneliti melakukan pengamatan kedua dalam pelaksanaan penelitian. Adapun pengamatan yang peneliti lakukan adalah mengamati proses pengarahan Kasubag Umum terhadap peneliti untuk melakukan wawancara. Peneliti diarahkan untuk melakukan wawancara bersama staf SSTIC. Bapak M. Agung selaku Kasubag Umum berperan sebagai pihak yang menyetujui permohonan ijin penelitian, memutuskan dan mengarahkan pelaksanaan penelitian pada divisi tertentu yang ditunjuk olehnya berdasarkan pemahaman beliau terhadap judul penelitian yang tertulis.

Peneliti kemudian mengikuti arahan tersebut dan menuju ke ruangan SSTIC (*South Sulawesi Tourism Information Center*). Peneliti bertemu dan berkenalan terlebih dahulu dengan staf SSTIC bernama Ibu Endang Yunita Sari selaku pejabat fungsional tertentu. Peneliti menjelaskan maksud dan tujuan penelitian yang kemudian meminta waktu untuk wawancara dengan memperlihatkan berkas surat permohonan ijin penelitian yang telah

disetujui oleh Kasubag Umum. Ibu Endang Yunita Sari mengatakan bahwa peneliti belum dapat melakukan wawancara dan diminta untuk kembali lagi di lain waktu karena staf pengelola informasi pariwisata SSTIC sedang tidak berada di tempat.

*Selasa, 17 Januari 2023*

Peneliti berkesempatan melakukan wawancara dua bulan kemudian bersama Bapak Andi Muhammad Ade Fatria selaku pengelola informasi pariwisata SSTIC DISBUDPAR Prov. Sulsel, pada hari Selasa tanggal 17 Januari 2023. Saat melakukan wawancara, Ibu Endang Yunita Sari turut serta mendampingi Pak Ade. Peneliti memandang bahwa terdapat kesalahan dalam penelitian ini yaitu informan yang dimiliki bukan narasumber yang tepat untuk penelitian ini, sehingga ke depannya penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperoleh narasumber yang dapat mengambil kebijakan apa yang bisa dikomparasi untuk memperoleh informasi yang sangat normatif.

Dalam hasil wawancara ditemukan bentuk narasumber memproteksi dirinya karena jika berbicara tentang media sosial yang dikelola pemerintah daerah secara kebiasaan tidak sesuai dengan kebiasaan netizen saat ini. Peneliti membuat narasi hasil observasi sebagai bagian dari narasi peneliti untuk menjadi sebuah penguatan untuk sebagai dasar terhadap pengambilan kebijakan bilamana penelitian ini dibaca oleh Kementerian Pariwisata bahwa pemerintah daerah DISBUDPAR Prov. Sulsel tidak memberikan akses untuk peneliti untuk bisa mendapatkan informasi tentang kebijakan yang diberikan terhadap keputusan publikasi pariwisata di Sulawesi Selatan.