

Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perancangan Video Promosi Pantai Panmuti Desa Noelbaki

¹⁾Maria Anjelina Sae, ²⁾Oliva Jadho, ³⁾Frengky Tedy, ⁴⁾Emerensiana Ngaga, ⁵⁾Sisilia Daeng Bakka Mau, ⁶⁾Alfry Aristo Jansen Sinlae*, ⁷⁾Maria Florencia Yunita Bello

^{1,2,3,4,5,6)} Program Studi Ilmu Komputer, Universitas Katolik Widya Mandira, Indonesia

⁷⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandira, Indonesia

Email Corresponding: alfry.aj@unwira.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Media Sosial Noelbaki Pantai Panmuti Promosi Wisata Video Promosi	Desa Noelbaki, yang terletak di Kabupaten Kupang, menjadi desa dengan penduduk terbanyak di wilayah tersebut. Hampir setengah dari luas desanya adalah areal persawahan yang subur. Selain itu, desa ini juga dikenal dengan pantainya yang indah, menjadikannya sebagai tempat penting dalam kehidupan masyarakat Kabupaten Kupang. Salah satu objek wisata yang terdapat di Desa Noelbaki adalah pantai Panmuti. Sayangnya, pantai ini masih belum begitu dikenal baik oleh penduduk setempat maupun wisatawan dari luar daerah. Untuk mengatasi hal ini, langkah yang diambil adalah dengan membuat video promosi dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan wisata Pantai Panmuti. Dalam era digital seperti sekarang, pemanfaatan media sosial sangat membantu dalam penyebaran informasi dan promosi dari berbagai sektor kehidupan. Media sosial yang menjadi bagian dari kehidupan masyarakat telah terbukti mampu mempromosikan pariwisata dengan cara yang interaktif, informatif, dan fleksibel, sehingga dapat menarik minat para wisatawan.
Keywords: Social media Noelbaki Panmuti Beach Tourism Promotion Promotional Video	Noelbaki is a village in Kupang Regency that has the highest population, with nearly half of its area dedicated to rice fields. The vast and fertile agricultural land, along with the beautiful beach attractions, make Noelbaki Village the heart of life for the people of Kupang Regency. One of the tourist destinations in Noelbaki Village is Panmuti Beach. However, this attraction is still relatively unknown to both local and non-local visitors. To address this, the solution implemented is the creation of a promotional video and utilizing social media as a platform for promotion. The utilization of social media in the digital era greatly facilitates the dissemination of information and promotions across various sectors of life. Social media, being embedded in society, has proven to be effective in promoting tourism in an interactive, informative, and flexible manner, attracting tourists.
This is an open access article under the CC-BY-SA license.	
	

I. PENDAHULUAN

Dalam rangka mempromosikan pariwisata di provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), upaya yang mengikuti tren pariwisata dan mendukung ekonomi lokal menjadi sangat penting (Alfry Aristo Jansen Sinlae, Batarius, & Antonius, 2019; Taboy, Mau, & Sinlae, 2020). NTT, dengan keunikan budaya dan keindahan alamnya, memerlukan strategi promosi yang efektif untuk menarik perhatian calon wisatawan. Dalam konteks ini, promosi tidak hanya bertujuan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat melalui kunjungan wisatawan, tetapi juga memiliki peran kunci dalam menjaga dan melestarikan kekayaan budaya dan alam yang menjadi daya tarik utama daerah tersebut. Melalui diversifikasi pengunjung, peningkatan infrastruktur, dan pemanfaatan inovasi teknologi, promosi pariwisata NTT diharapkan dapat menjadi penggerak pertumbuhan sektor pariwisata dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan pada perkembangan daerah ini. Salah satu daerah di NTT yang berpontesi menjadi tempat wisata adalah desa Noelbaki.

Noelbaki adalah sebuah desa di Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur yang memiliki jumlah penduduk terbanyak, dengan hampir setengah dari luas desanya digunakan sebagai area persawahan (Suek,

Ritan, & Pudjiastuti, 2021). Saat ini, pada tahun 2023, Desa Noelbaki dipimpin oleh Kades Oktovianus Logo Buke, SH untuk masa pemerintahan 2021-2027. Desa Noelbaki terbagi menjadi lima wilayah atau dusun, yaitu Dusun Air Sagu, Dendeng, Oehau, Kiuteta, dan Kuannoah. Keberadaan lahan pertanian yang luas dan subur, serta keindahan objek wisata pantai, menjadikan Desa Noelbaki sebagai pusat kehidupan masyarakat Kabupaten Kupang. Salah satu lokasi wisata yang terdapat di Desa Noelbaki adalah pantai Panmuti, yang terletak di Dusun Kuannoah. Pantai ini masih tergolong sebagai destinasi wisata baru yang menawarkan panorama alam yang indah, dan semakin menarik minat para wisatawan pecinta bahari. Namun, masih sedikit masyarakat dari luar kawasan yang mengetahui tentang keberadaan wisata Pantai Panmuti.

Pantai Panmuti adalah salah satu pantai yang terletak di Kabupaten Kupang, tepatnya di Desa Noelbaki, Kecamatan Kupang Tengah. Pantai ini dikenal akan keindahannya, terutama saat matahari terbenam. Lokasinya tidak terlalu jauh dari pusat kota Kupang dengan jarak sekitar 17 Km namun apabila dihitung dari lokasi kampus maka jaraknya hanya sekitar 12 Km, dan dapat diakses menggunakan mobil maupun sepeda motor $\pm$ 25 – 30 menit waktu perjalanan. Akses jalan menuju pantai ini baik, sehingga memudahkan para wisatawan untuk mencapai lokasi tersebut. Dalam perkembangan dunia digital yang pesat saat ini, media sosial menjadi hal yang tidak bisa diabaikan. Media sosial digunakan untuk berbagai hal, termasuk dalam promosi wisata. Media sosial menjadi wadah untuk mempublikasikan informasi, berkomunikasi, dan melakukan promosi secara efektif (Chu, Deng, & Cheng, 2020; Hays, Page, & Buhalis, 2013; Živković R., 2014).

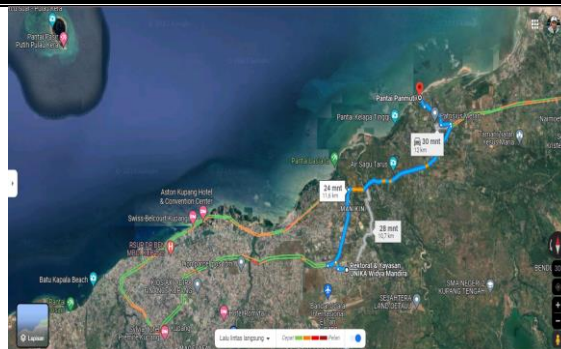
Untuk mengembangkan dan memperkenalkan sektor pariwisata Pantai Panmuti di Desa Noelbaki, diperlukan upaya promosi wisata yang bertujuan untuk menyebarkan informasi tentang destinasi tersebut. Promosi wisata adalah segala bentuk upaya untuk mengenalkan dan mengajak individu atau kelompok tertentu untuk mengunjungi suatu tempat wisata. Secara sederhana, promosi wisata merupakan teknik pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan tempat wisata kepada para wisatawan (Budiarta, Swabawa, Suja, Mulyadi, & Arjana, 2023; Majid, 2023). Oleh karena itu, melalui kegiatan pengabdian ini dilakukan perancangan dan pembuatan video promosi Pantai Panmuti untuk memperkenalkan dan mempromosikan, sehingga masyarakat atau khalayak umum dapat mengetahui destinasi tempat wisata tersebut.

II. MASALAH

Pantai Panmuti terletak di dusun Kuannoah, Noelbaki, Kabupaten Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Keindahan pantai tersebut terutama terlihat dari pemandangan matahari terbenam yang menakjubkan di sepanjang pantai yang luas. Selain itu, di tepi pantai Panmuti, terdapat karang-karang besar berwarna coklat keemasan yang memancarkan keindahan saat disinari sinar matahari terbenam (Goti, 2023).

Terdapat juga tebing dengan permukaan tanah berwarna putih (kapur) yang tingginya sekitar 20 meter. Dari atas tebing ini, pengunjung dapat menikmati matahari terbenam, pemandangan pantai, lautan, dan panorama Teluk Kupang dengan lebih leluasa. Adanya hembusan angin yang sepoi-sepoi menciptakan suasana yang nyaman (Goti, 2023).

Walaupun pantai ini menawarkan pesona alam yang indah namun pantai ini belum diketahui oleh khalayak ramai sehingga masih terasa sepi akan pengunjung. Selain itu, permasalahan lainnya adalah aksesibilitas ke pantai tersebut pengunjung/masyarakat tidak tahu akses jalan masuk dikarenakan informasi yang diketahui minim mengenai pantai Panmuti. Oleh karena itu, kelompok mahasiswa/i kuliah kerja nyata yang tergabung dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (KKNT-PPM) Universitas Katolik Widya Mandira dan mendapat lokasi di desa Noelbaki akan membantu mengatasi permasalahan tersebut dengan cara melakukan promosi. Selain itu juga dibuatkan konten-konten yang menarik tentang pantai Panmuti sehingga bisa disebar luaskan melalui media sosial.



Gambar 1 Rute Perjalanan ke Pantai Panmuti



Gambar 2. Pantai Panmuti

III. METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah observasi secara langsung atau observasi lapangan (Abdussamad, 2021). Observasi lapangan merupakan metode di mana penulis melakukan pengamatan langsung terhadap objek di lokasi kejadian atau tempat peristiwa berlangsung. Dalam hal ini, penulis melakukan pengamatan secara langsung bersama objek yang diteliti (Azis, 2022). Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Berikut adalah langkah-langkah dalam membuat promosi wisata Pantai Panmuti dengan meng-upload video ke media sosial seperti Youtube, Instagram, dan TikTok:

1. Mengunjungi Pantai Panmuti di desa Noelbaki sebagai tempat wisata yang akan dipromosikan.
2. Menggunakan handphone (OPPO A17 Ram 4/64Gb) untuk merekam video dan mengambil gambar dari setiap tempat menarik di Pantai Panmuti.
3. Mengedit rekaman video menggunakan aplikasi VlogNow (VN).
4. Menambahkan audio di dalam video untuk menjelaskan tempat-tempat yang ada di Pantai Panmuti.
5. Menambahkan efek dan filter pada video untuk memperindah tampilannya.

6. Setelah video promosi selesai dihasilkan, langkah selanjutnya adalah mengunggahnya ke media sosial seperti Youtube, Instagram, dan TikTok. Tindakan ini akan meningkatkan pemaparan dan penyebaran informasi mengenai Pantai Panmuti kepada masyarakat luas.

Hasil dari kegiatan promosi ini diharapkan dapat menarik minat para wisatawan dan masyarakat yang belum mengetahui tentang keberadaan Pantai Panmuti untuk berkunjung dan menikmati pesona wisata yang disajikan. Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di desa Noelbaki, kecamatan Kupang Tengah, Kabupaten Kupang. Durasi pelaksanaan program ini berlangsung selama 1 bulan, yaitu mulai dari tanggal 17 Januari hingga 17 Februari 2023.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kerja KKNT-PPM pada sektor pariwisata di Desa Noelbaki berlangsung mulai tanggal 20 Januari hingga 5 Februari 2023. Program ini terdiri dari 4 kali kegiatan, termasuk kerja bakti dan penghijauan di sekitar Pantai Panmuti, pengambilan gambar, perekaman video, editing video, dan promosi video melalui media sosial. Pada tanggal 13 Februari 2023, program kerja dimulai dengan merencanakan alur atau konsep pengambilan video. Selanjutnya dilakukan proses editing video dengan menambahkan backsound yang sesuai dengan suasana. Langkah selanjutnya adalah pemilihan efek dan filter untuk membuat video promosi terlihat lebih baik dan menarik.

Promosi dilakukan melalui akun media sosial kelompok KKNT-PPM. Hal ini bertujuan agar masyarakat di luar Desa Noelbaki dapat mengetahui tentang wisata Pantai Panmuti yang ada di desa tersebut. Diharapkan promosi ini dapat memberikan keuntungan bagi para wisatawan yang ingin mengunjungi Pantai Panmuti. Berdasarkan pemantauan dan pengamatan selama kegiatan KKNT-PPM berlangsung, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial dalam perancangan video promosi Pantai Panmuti di Desa Noelbaki menarik perhatian masyarakat di luar desa tersebut.

Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan penggunaanya untuk berinteraksi, berbagi, berkomunikasi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Herdiyani, Barkah, Auliana, & Sukoco, 2022; Puspitarini & Nuraeni, 2019). Dalam pembuatan video promosi, media sosial yang digunakan adalah YouTube, Instagram, dan TikTok.

Promosi merupakan bagian penting dalam memasarkan produk atau jasa (Listyawati, 2016). Pesan yang dikomunikasikan kepada konsumen atau wisatawan melalui media sosial adalah elemen terpenting dalam pemasaran dan promosi (Nani, Amaral, Boelan, Baunsele, & ..., 2023; Nugraha & Dami, 2021; A A J Sinlae et al., 2023). Oleh karena itu, dibutuhkan narasi-narasi menarik yang dapat membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Pantai Panmuti di Desa Noelbaki.

Media promosi wisata Pantai Panmuti Desa Noelbaki mengambil manfaat dari media sosial sebagai sarana promosi. Hal ini adalah upaya untuk meningkatkan minat masyarakat agar tertarik untuk berkunjung ke Pantai Panmuti Desa Noelbaki. Dalam penelitian ini, dilakukan observasi langsung dalam pengambilan gambar dan pembuatan video yang mampu menggambarkan sejauh mana antusiasme masyarakat atau calon wisatawan dalam merespons unggahan foto dan video di Instagram, YouTube, dan TikTok mengenai Wisata Pantai Panmuti di Desa Noelbaki.

Perancangan video ini melibatkan kelompok yang memiliki peran penting di dalamnya, dimana para pengunjung dan mahasiswa KKNT-PPM Desa Noelbaki berperan aktif. Adapun tujuan dari perancangan video ini adalah: (1) Video promosi ini diharapkan dapat memberikan ajakan dan informasi kepada para wisatawan yang berencana berkunjung ke Pantai Panmuti Desa Noelbaki, serta mampu menggali lebih dalam potensi wisata yang ada; (2) Menyediakan informasi terkait objek wisata Pantai Panmuti Desa Noelbaki dengan menggunakan gambar dan video untuk setiap potensi wisata yang ada. Video promosi ini nantinya akan diunggah ke berbagai platform media sosial, termasuk YouTube, Instagram, dan TikTok. Sebagaimana diketahui, ketiga media sosial tersebut sangat populer di kalangan masyarakat dan berbagai kalangan usia, mulai dari anak-anak hingga dewasa.

Langkah-langkah pembuatan video promosi menggunakan aplikasi VlogNow (VN) sebagai berikut:

1. Pengambilan Gambar dan Perekaman Video
Pengambilan gambar dan perekaman video dilakukan dengan menggunakan *handphone* OPPO A17 RAM 4/64 Gb ditunjukkan pada Gambar 4.
2. Pengeditan Video pada Aplikasi VlogNow (VN)

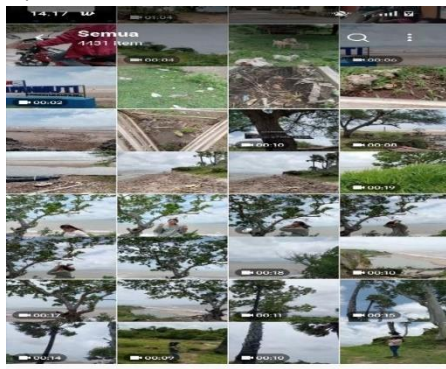
Menggunakan aplikasi VlogNow (VN) untuk melakukan pengeditan video. Aplikasi ini cocok digunakan oleh pemula maupun professional dengan beragam fitur menarik yang dapat mempercantik tampilan video ditunjukkan pada Gambar 5.

3. Penambahan Efek dan Filter pada Video

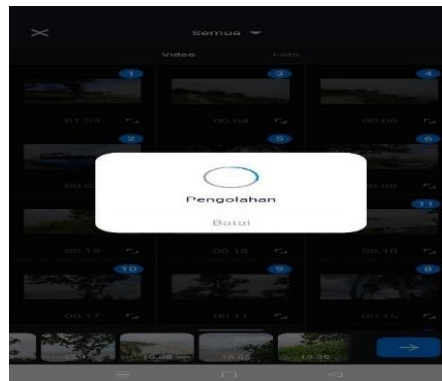
Penggunaan efek dan filter pada video menggunakan template langsung dari aplikasi VlogNow (VN), memungkinkan pengguna memilih efek dan filter sesuai dengan kebutuhan pengeditan ditunjukkan pada Gambar 6.

4. Mengatur Perlambat dan Percepat Video

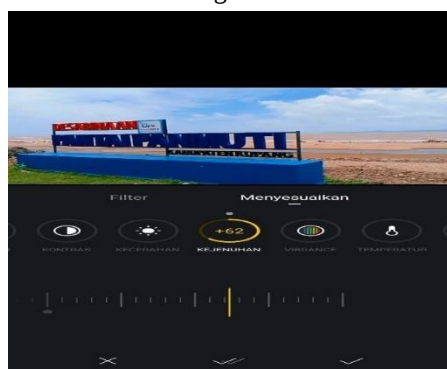
Menggunakan fitur Speed dalam aplikasi VlogNow (VN) untuk memperlambat atau mempercepat durasi video pada bagian tertentu, dengan opsi pengaturan manual atau otomatis ditunjukkan pada Gambar 7.



Gambar 4. Pengambilan Gambar



Gambar 5. Pengeditan Video



Gambar 6. Penambahan Efek dan Filter



Gambar 7. Perlambat dan Percepat Video

5. Membuat Slide atau Transisi pada Video

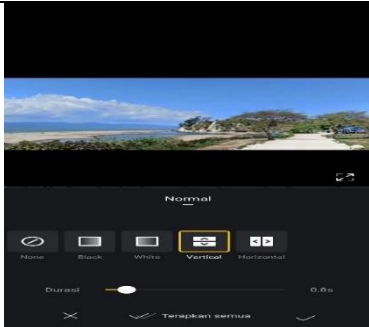
Penggunaan fitur Filter efek FX dalam aplikasi VlogNow (VN) untuk membuat transisi video yang lebih menarik ditunjukkan pada Gambar 8.

6. Penambahan Audio pada Video

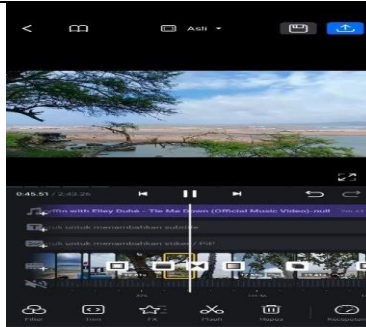
Menambahkan audio sesuai dengan video yang diedit dengan menggunakan fitur penambahan audio pada aplikasi VlogNow (VN), termasuk beragam efek yang dapat diatur secara manual ditunjukkan pada Gambar 9.

7. Mengekspor Video

Mengekspor video yang sudah diedit dengan menentukan ukuran, kualitas video, dan opsi ekspor lainnya untuk jenis file tertentu ditunjukkan pada Gambar 10.



Gambar 8. Pembuatan Slide atau Transisi



Gambar 9. Penambahan Audio



Gambar 10. Ekspor Video

Setelah video promosi selesai dibuat, maka selanjutnya melakukan promosi secara digital melalui media sosial. Langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan promosi, antara lain:

1. Penggunaan gambar dalam video promosi dengan cara memasukkan gambar seperti papan informasi Pantai Panmuti, icon Pantai Panmuti, serta tangkapan layar postingan video promosi pada media sosial Instagram dan Youtube.



Gambar 11. Papan Informasi Pantai Panmuti



Gambar 12. Icon Pantai Panmuti

2. Penggunaan *hashtag* pada media sosial dengan cara menyertakan *hashtag* pada unggahan foto di Instagram, seperti #pantaipanmuti, #desanoelbaki, #kupanghits, dan #kupangntt untuk meningkatkan visibilitas unggahan terkait Pantai Panmuti Desa Noelbaki.



Gambar 13. Postingan Video Promosi pada Media Sosial Instagram Akun KKN Desa Noelbaki

- Langkah terakhir melakukan unggahan video di youtube dengan cara mengunggah video promosi di akun Youtube kelompok KKN Desa Noelbaki untuk memperluas jangkauan melalui berbagi link Youtube pada berbagai media sosial dan anggota kelompok KKN.



Gambar 14. Unggahan Video Promosi di Youtube

Gambar-gambar yang digunakan mencakup papan informasi Pantai Panmuti, icon sebagai ciri khas wisata, tangkapan layar postingan video di Instagram, dan tampilan unggahan video di Youtube. Semua langkah ini bertujuan untuk meningkatkan eksposur dan memperluas dampak dari promosi Pantai Panmuti Desa Noelbaki.

V. KESIMPULAN

Hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa video promosi merupakan sarana efektif untuk memperkenalkan Pantai Panmuti Desa Noelbaki kepada masyarakat dan pengunjung. Keberhasilan video promosi dalam menyampaikan pesan terstruktur dan gambaran yang jelas tentang daya tarik wisata menjadi pilihan tepat untuk dipublikasikan melalui media sosial. Disarankan untuk terus memanfaatkan video

promosi sebagai strategi pemasaran, dengan potensi penyebaran yang lebih luas. Selain itu, pengelola wisata pun disarankan untuk meningkatkan sarana prasarana seperti tempat duduk atau lopo, dan disediakan tempat sampah, dan pengunjung untuk menjaga keindahan serta disiplin dalam membuang sampah. Dengan implementasi saran-saran tersebut, diharapkan Pantai Panmuti dapat terus menjadi destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada Universitas Katolik Widya Mandira Kupang atas kesempatan yang diberikan kepada kami, mahasiswa KKNT-PPM, untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat Desa Noelbaki. Penghargaan juga kami sampaikan kepada Ibu dosen pembimbing lapangan (DPL) yang telah memberikan pengawasan dan arahan yang berharga. Tidak lupa, ucapan terima kasih kami juga ditujukan kepada pemerintah Desa Noelbaki dan seluruh masyarakat yang telah memberikan dukungan dan kerjasama yang baik. Bantuan mereka dalam menyediakan sarana dan alat pengabdian sangat membantu kelancaran dan kesuksesan pelaksanaan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.; P. Rapanna, Ed.). Makasar: CV. Syakir Media Press.
- Azis, Y. A. (2022). Metode Observasi: Pengertian, Macam dan Contoh. Retrieved November 18, 2023, from deepublishstore.com website: <https://deepublishstore.com/blog/metode-observasi/>
- Budiarta, I., Swabawa, A., Suja, I., Mulyadi, S., & Arjana, I. (2023). Strategi Pemasaran Pariwisata Terpadu: Meningkatkan Brand Image Pulau Semau, Nusa Tenggara Timur Melalui Festival Li Ngae. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(1), 187–196. <https://doi.org/10.47492/jih.v12i1.2624>
- Chu, S.-C., Deng, T., & Cheng, H. (2020). The role of social media advertising in hospitality, tourism and travel: a literature review and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(11), 3419–3438. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2020-0480>
- Goti, L. M. (2023). Mengintip Pesona Keindahan Pantai Panmuti di Kupang, Suguhan Indahnya Sunset di Bentangan Pantai. *Pos-Kupang.Com*. Retrieved from <https://video.tribunnews.com/view/526134/mengintip-pesona-keindahan-pantai-panmuti-di-kupang-suguhan-indahnya-sunset-di-bentangan-pantai>
- Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations. *Current Issues in Tourism*, 16(3), 211–239. <https://doi.org/10.1080/13683500.2012.662215>
- Herdiani, S., Barkah, C. S., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/JAB.V18I2.5878.103-121>
- Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi Dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(1). Retrieved from <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view?path=>
- Majid, M. N. (2023). *Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Pada Wisata Kampung Kopi Riris Jaya di Lampung Barat)*. Universitas Lampung.
- Nani, P. A., Amaral, M. A. L., Boelan, E. G., Baunsele, A., & ... (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Memasarkan Produk Badan Usaha Milik Desa. *Bakti ...*, 06, 77–84.
- Nugraha, Y. E., & Dami, K. (2021). Upaya Promosi Pariwisata Pantai Liman Dengan Pemanfaatan Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @pantailimansemau). *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 4(1), 169–194. <https://doi.org/10.46837/JOURNEY.V4I1.69>
- Puspitarini, D., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1). <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Sinlae, A A J, Nani, P. A., Amaral, M. A. L., Ketmoen, A., Tukan, G. D., & ... (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Penguatan Kapasitas Bumdes Kecamatan Kupang Barat. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 263–270. <https://doi.org/10.46306/jabb.v4i1.363>
- Sinlae, Alfry Aristo Jansen, Batarius, P., & Antonius, T. A. (2019). Rancang Bangun Social Media Sebagai Sarana Promosi Pariwisata di NTT Berbasis Web. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JuSiTik)*, 2(2), 8–15. <https://doi.org/10.32524/jusitik.v2i2.435>
- Suek, J., Ritan, Y., & Pudjiastuti, S. (2021). Efficiency Level in Rice Farming In Noelbaki Village, Kupang Regency, NTT. *AGRIMOR*, 6(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.32938/ag.v6i4.1450>
- Taboy, A. H., Mau, S. D. B., & Sinlae, A. A. J. (2020). Sistem Informasi Geografis Objek Wisata Kabupaten Timor

Tengah Selatan Berbasis Web. *Jurnal Teknik Informatika UNIKA Santo Thomas (JTIUST)*, 5(2), 118–126.

Živković R., G. J. B. I. (2014). The Impact of Social Media on Tourism. *Sinteza 2014 - Impact of the Internet on Business Activities in Serbia and Worldwide*, 758–761. <https://doi.org/10.15308/sinteza-2014-758-761>