

Pemanfaatan Video Profil dan Media Sosial Sebagai Strategi Pengenalan Edu-Ekowisata Kampung Kreasi Kelurahan Sidokumpul Gresik

Fachrizar Arianto¹, Rikhi Putra Riwangga², Rizky Dwi Ayu Lestari³, Zabda Dimas Anugrah Illahi⁴, Ita Kurniawati⁵, Tresna Maulana Fahrudin^{6*}

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ^{2,4,5}Fakultas Teknik,

³Fakultas Pertanian, ⁶Fakultas Ilmu Komputer

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*Penulis korespondensi: tresna.maulana.ds@upnjatim.ac.id

Abstrak: Edu-ekowisata merupakan salah satu penunjang perekonomian dalam sektor pariwisata. Konsep edu-ekowisata mengedepankan sumber daya yang masih alami. Kampung Kreasi merupakan salah satu lokasi wisata yang berada di Kabupaten Gresik dengan konsep edu-ekowisata. Kampung Kreasi menggunakan bahan limbah atau barang bekas untuk didaur ulang dan dijadikan kerajinan tangan untuk mendapatkan city branding. Artikel ilmiah ini menguraikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dalam kerangka program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik di Kampung Kreasi. Metode pengabdiannya berupa pembuatan video profil tentang Kampung Kreasi. Hal ini bertujuan untuk menarik wisatawan untuk berkunjung sekaligus belajar tentang pemanfaatan sampah di Kampung Kreasi. Atraksi wisata dapat dikembangkan dengan memaksimalkan fasilitas yang ada, memelihara dan memperbaiki berbagai wisata dan fasilitas pelengkapannya, serta menambah sarana dan prasarana yang belum ada melalui kerja sama dengan pemerintah kota dan pihak swasta terkait. Berdasarkan hasil survei lapangan oleh mahasiswa KKN Tematik Kelompok 78, kegiatan yang telah dilakukan berlangsung dengan baik dengan jumlah responden yang menjawab sangat menarik sebanyak 15 orang, yang menjawab menarik berjumlah 14 orang, dan hanya 6 orang yang merasa kegiatannya kurang menarik.

Kata kunci: Video profil, media sosial, edu-ekowisata, Kampung Kreasi, Kelurahan Sidokumpul Gresik

Abstract: Edu-ecotourism is one of the economic supports in the tourism sector. The concept of edu-ecotourism puts forward natural resources. Kampung Kreasi is one of the tourist sites in Kabupaten Gresik with the concept of edu-ecotourism. Kampung Kreasi uses waste materials or used goods to be recycled and used as handicrafts to get city branding. This paper describes community service activities carried out within the framework of the Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik in Kampung Kreasi. The method of community service is in the form of making a profile video about Kampung Kreasi. It aims to attract tourists to visit as well as learn about the use of waste in Kampung Kreasi. Tourist attractions can be developed by maximizing existing facilities, maintaining and improving various tourism and complementary facilities, as well as adding facilities and infrastructure that do not yet exist through collaboration with the city government and related private parties. Based on the results of a

field survey by students of Group 78 of Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik, the activities that have been carried out are going well with 15 respondents who answered very interestingly, 14 people answered interestingly, and only 6 people felt that the activities were less interesting.

Keywords: *video profile, social media, edu-ecotourism, Kampung Kreasi, Kelurahan Sidokumpul Gresik.*

1. Pendahuluan

Selama pandemi COVID-19, penggunaan komunikasi dan teknologi semakin meningkat. Berkat teknologi canggih saat ini, semuanya dapat dicapai dengan menggunakan informasi, berita, dan wahana pariwisata (Tresnawati, 2017). Promosi suatu tempat atau tempat wisata bertujuan untuk memperoleh citra bagi kota tersebut. *City branding* adalah alat yang diperlukan untuk memiliki citra dan reputasi yang kuat dan khas untuk mengatasi persaingan perkotaan untuk sumber daya ekonomi di tingkat lokal, regional, nasional dan global. *City branding* bertujuan untuk menarik model, produsen, dan acara karena kota membutuhkan *brand image* (Yananda dkk., 2014).

Di kawasan kota Gresik memiliki banyak sekali potensi wisata yang dapat menarik wisatawan lokal maupun nasional salah satunya Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. Sebuah kampung di Gresik diubah menjadi Kampung Kreasi sebagai salah satu daerah pengembangan edu-ekowisata dengan memanfaatkan barang bekas. Kampung Kreasi muncul sebagai salah satu cara untuk mengedukasi tentang sampah perkotaan dan pertanian atau pertanian kecil di perkotaan dengan hidroponik. Dengan konsep wisata, warga dapat menjual berbagai cendera mata dan bibit dari sayuran hidroponik yang ditanam warga (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021).

Edu-ekowisata merupakan kawasan industri pariwisata yang dapat menunjang perekonomian, dari edu-ekowisata juga dapat dimanfaatkan oleh seluruh daerah setempat untuk meningkatkan pendapatan daerah dan perekonomian setempat (Nazarullail dkk., 2017). Dengan edu-ekowisata, selain dapat menyerap tenaga kerja, juga dapat menjadi sumber pendapatan yang baik. Ada beberapa hal penting untuk edu-ekowisata termasuk mendukung kelestarian alam (Noorhayati Sutisno dkk., 2018), memberikan keuntungan dari segi keuangan dan daerah setempat dapat mengenali lingkungannya. Tujuan utama dari edu-ekowisata adalah untuk menciptakan kegiatan ramah lingkungan di industri pariwisata.

Konsep edu-ekowisata, merupakan wisata yang menyediakan berbagai sumber daya daerah yang asli, bukan hanya mengembangkan aspek alam sekitar dalam hal konservasi saja. Namun, tetapi juga memberi manfaat untuk warga sekitarnya sebagai usaha pembangunan pedesaan maupun perkotaan yang dapat menambah tingkat pendapatan dan perekonomian lingkungan, yang mana warga di lingkungan itu adalah penggerak utama (Tanaya dkk., 2014). Berbeda dengan pariwisata pada umumnya, edu-ekowisata tidak memerlukan ketersediaan fasilitas akomodasi yang modern, mewah atau berlebihan (Sulistyawati dkk., 2018). Semuanya disesuaikan dengan kondisi dan ekosistem yang ada, misalnya perikanan akuatik dan pemanfaatan sampah plastik (daur ulang).

Oleh karena itu, sesuai surat keputusan Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Nomor 91/ UN63/LPPM/2020 tanggal 11 Juni 2020 mengatur bahwa kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) tahun 2021 dilaksanakan secara daring. Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Bela Negara UPN “Veteran” Jawa Timur Tahun 2021 ini mengangkat tema “Pengembangan Potensi Pariwisata Lokal dan Penguatan Ekonomi Kreatif di Masa Pandemi COVID-19”. Bentuk program KKN Tematik Bela Negara tahun 2021 antara lain a.) b.) pariwisata, c.) ekonomi kreatif, d.) ketahanan pangan, kesehatan, pendidikan, agama, dan sosial kemasyarakatan. Guna mensinergikan bentuk kegiatan KKN, kelompok 78 divisi teknologi dan pariwisata menggunakan video profil dan media sosial sebagai strategi memperkenalkan edu-ekowisata di Kampung Kreasi Kelurahan Sidokumpul Gresik untuk menarik pengunjung dari masyarakat lokal dan asing. Selain itu, dalam rangka meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar, meningkatkan pendapatan daerah Kabupaten Gresik dan memperkenalkan kepada masyarakat di seluruh Indonesia bahwa Kabupaten Gresik memiliki ekowisata edukasi.

2. Metode

Kegiatan KKN Tematik Bela Negara kelompok 78 divisi teknologi dan pariwisata berfokus pada pemanfaatan video profil dan media sosial sebagai strategi pengenalan edu-ekowisata Kampung Kreasi guna mempromosikan sekaligus menarik minat masyarakat lokal maupun luar daerah. Oleh karena itu, permasalahan-permasalahan perlu dikaji dianalisis terlebih dahulu untuk mendapatkan informasi berupa data yang valid sehingga nantinya pembuatan video profil dan media sosial dapat berjalan dengan baik.

Analisis permasalahan dikaji dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif di mana metode ini mampu menggali secara mendalam mengenai permasalahan di lokasi (Hary Hermawan dkk., 2018). Dalam melakukan proses pencarian data dan analisis lapangan terdapat tahap-tahap yang ada yaitu tahap persiapan, tahap pengerjaan dan evaluasi.

Pada tahap persiapan yakni dilakukan satu minggu sebelum kegiatan KKN pada tanggal 6 Juli 2021 hingga tanggal 10 Juli 2021 berupa pembuatan surat, mengurus perizinan kepada Kepala Kelurahan Sidokumpul Gresik, dan juga masyarakat sekitar. Selain itu, mempersiapkan peralatan serta hal-hal yang nantinya akan dibutuhkan di lapangan. Mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan KKN ini merupakan mahasiswa semester 6 dan 7 yang berasal dari berbagai program studi seperti program studi manajemen, teknik kimia, agribisnis, dan teknik sipil. Kegiatan KKN ini juga dibimbing oleh 1 Dosen Pembimbing Lapangan dan berkoordinasi dengan Kepala Kelurahan Sidokumpul beserta ketua dan anggota pengelola Kampung Kreasi.

Pada tahap pengerjaan, dilakukan survei lapangan dengan mematuhi protokol kesehatan mengingat pandemi COVID-19 masih berlangsung. Waktu survei lapangan dan sesi wawancara serta pengambilan video untuk dijadikan video profil edu-ekowisata Kampung Kreasi dilaksanakan pada tanggal 14 Juli 2021 hingga 22 Juli 2021, sedangkan penyerahan video secara *online* kepada pihak Kampung Kreasi pada tanggal 23 Juli 2021. Saat survei berlangsung, kami menggunakan metode observasi dan wawancara ke masyarakat setempat. Untuk tindak lanjut dari survei, menerapkan strategi *boosting* di mana strategi *boosting* sendiri mem-*filter* faktor-faktor yang merugikan dan memperbaikinya menjadi penguatan faktor-faktor yang menguntungkan guna menjadi acuan langkah implementasi di lapangan (Hery Hermawan dkk., 2017).

Pada tahap evaluasi dilaksanakan pada tanggal 23 Juli 2021, setelah penyerahan video di mana pihak Kampung Kreasi sangat mengapresiasi sekaligus berterima kasih karena mahasiswa KKN kelompok 78 divisi teknologi dan pariwisata telah banyak membantu dan berkontribusi untuk keberlangsungan edu-ekowisata Kampung Kreasi di masa akan datang. Diharapkan video profil dan media sosial yang telah dibuat menjadi bermanfaat dan sebagai penunjang strategi pengenalan sekaligus promosi Kampung Kreasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam menyusun rencana strategi promosi edu-ekowisata Kampung Kreasi, mahasiswa

KKN kelompok 78 divisi teknologi dan pariwisata menganalisis beberapa hal, misalnya menganalisis kondisi fisik, pangsa pasar, potensi kawasan wisata, harga wisata serta sarana dan prasarana. Penjelasan analisis dalam menyusun rencana strategi promosi edu-ekowisata sebagai berikut:

a. Kondisi Fisik

Analisis fisik kawasan Kampung Kreasi dilakukan dengan melihat kondisi lingkungan sekitar yang strategis, bentuk topografi, dan aksesibilitas. Dalam hal ini Kampung Kreasi berlokasi di Kabupaten Gresik dengan lingkungan yang padat penduduk berupa perkampungan di mana penduduknya memiliki tingkat solidaritas yang tinggi. Selain itu, dilihat dari bentuk topografi Kampung Kreasi terletak di dataran rendah dengan ketinggian antara 0-13 meter di atas permukaan laut (mdpl) dan aksesibilitasnya mudah dijangkau oleh kendaraan seperti sepeda motor, mobil, dan kendaraan bermotor lainnya.

b. Potensi Kawasan Wisata

Analisis potensi kawasan Kampung Kreasi dilakukan dengan melihat potensi daya tarik wisata unggulannya yaitu wahana edukasi persampahan dan *urban farming* di Gresik. Potensi daya tarik Kampung Kreasi setelah dianalisis dapat dibagi antara dua yaitu potensi fisik dan potensi kebudayaan. Potensi fisik ditinjau dari kondisi Kampung Kreasi yang awalnya perkampungan kumuh dirombak menjadi kampung yang bersih, rapi dan asri serta berwarna seperti halnya Kampung Warna Warni di Malang di mana kawasan tersebut juga dapat dijadikan tempat berfoto. Potensi kebudayaan pada Kampung Kreasi dapat dilihat dari banyaknya hasil kerajinan tangan, salah satunya damar kurung yang merupakan salah satu ciri khas kerajinan tangan di Kabupaten Gresik serta berbagai kerajinan lainnya dan juga budaya meminum kopi yang dibayar dengan sampah sebagai salah satu daya tarik yang ada di wisata Kampung Kreasi.

c. Pangsa pasar

Dalam analisis pangsa pasar, hal ini dilaksanakan dengan melihat pangsa pasar menurut tipe pengunjung wisata edukasi. Dilihat dari hasil analisis, diprediksi pangsa pasar yang cocok untuk Kampung Kreasi adalah wisata minat khusus. Wisata minat khusus adalah suatu bentuk kegiatan wisata secara individu atau kelompok dengan menawarkan pengalaman baru, wisata sosial dan pendidikan.

d. Harga wisata

Dalam harga yang ditawarkan untuk pengunjung wisata edukasi terdapat empat paket, di mana masing-masing menawarkan fasilitas yang berbeda. Paket 1 dengan harga 8.000/orang, menawarkan fasilitas edukasi *urban farming*, edukasi daur ulang sampah menjadi kerajinan damar kurung, dan souvenir bibit tanaman. Paket 2 dengan harga 12.000/orang, menawarkan fasilitas edukasi *urban farming*, edukasi daur ulang sampah menjadi kerajinan damar kurung, mendapatkan *snack* dan minuman, serta souvenir bibit tanaman. Paket 3 dengan harga 15.000/orang, menawarkan fasilitas edukasi *urban farming*, edukasi daur ulang sampah menjadi kerajinan damar kurung, minyak jelantah menjadi kerajinan, mendapatkan *snack* dan minuman, serta bibit tanaman. Paket 4 dengan harga 20.000/orang, menawarkan fasilitas edukasi *urban farming*, edukasi daur ulang sampah menjadi kerajinan damar kurung, minyak jelantah menjadi kerajinan, edukasi sapi perah, mendapatkan *snack* dan minuman, serta souvenir bibit tanaman. Selain empat paket di atas, terdapat juga paket tanpa edukasi dengan tarif sebesar 5.000/orang.

e. Sarana dan Prasarana

Kampung Kreasi memerlukan sarana dan prasarana pendukung untuk pariwisata seperti bus mini, angkutan umum atau kendaraan sejenisnya untuk mengangkut wisatawan lokal maupun luar daerah. Di tahap ini, analisis kebutuhan sarana dan prasarana. Ditinjau dari hasil analisis dapat diketahui bahwa tidak adanya tempat parkir sebagai sarana dan prasarana pendukung pariwisata Kampung Kreasi dikarenakan tidak tersedianya lahan kosong sehingga hal tersebut dimanfaatkan oleh warga sekitar membangun tempat parkir milik pribadi dan menyewakannya untuk umum dengan tarif per jam.

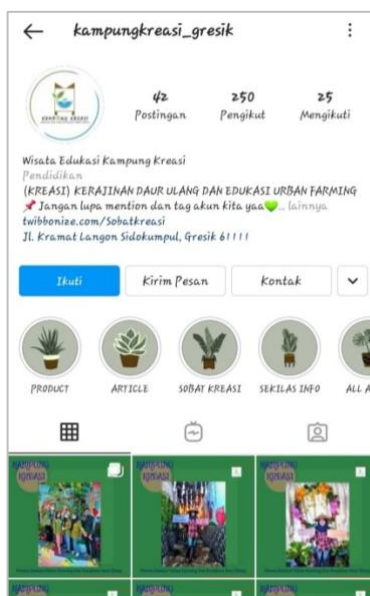
Di era digital sekarang ini, media sosial menjadi bagian dari masyarakat. Dengan banyaknya alternatif berbagai media sosial dapat dimanfaatkan untuk promosi edu-ekowisata Kampung Kreasi. Pada umumnya, dalam media sosial tidak terjadi pertukaran informasi oleh pihak yang memberikan informasi. Komunikasi akan terjadi jika terdapat pihak yang menanggapi informasi yang diberikan oleh pihak pemberi informasi, maka terjadi komunikasi interpersonal (Watie, 2011). Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur mempromosikan video profil di Youtube KKN kelompok 78 dan selanjutnya memberikan video tersebut kepada pihak

Kampung Kreasi untuk dijadikan sebagai media promosi di platform yang telah ada seperti Instagram dan Facebook. Pihak Kampung Kreasi memberikan respons positif terhadap video profil Kampung Kreasi yang telah dibuat dengan memilih beberapa kategori yakni “Sangat Menarik”, “Menarik”, dan “Kurang Menarik”.



Gambar 1. Responden mengenai video profil Kampung Kreasi Kelurahan Sidokumpul

Pada Gambar 1 ditunjukkan mengenai respons warga terhadap hasil pembuatan video profil Kampung Kreasi, beberapa responden dari warga sebanyak 15 orang memberikan penilaian “sangat menarik”, 14 orang memberikan penilaian “menarik”, dan 6 orang memberikan penilaian “kurang menarik”.



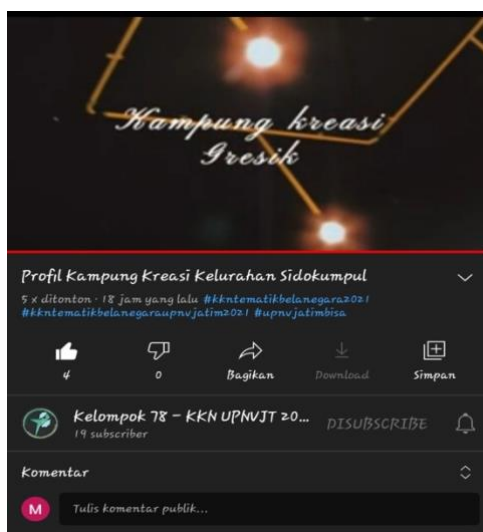
Gambar 2. Media sosial Instagram Kampung Kreasi Kelurahan Sidokumpul

Pada Gambar 2 ditunjukkan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai metode pendekatan terhadap masyarakat yang ditargetkan untuk para remaja. Dengan adanya media sosial Instagram ini diharapkan minat masyarakat untuk mengunjungi wisata Kampung Kreasi lebih meningkat dan semakin dikenal.



Gambar 3. Media sosial Facebook Kampung Kreasi Kelurahan Sidokumpul

Tidak hanya promosi melalui Instagram, pihak Kampung Kreasi pun menarik minat masyarakat melalui laman Facebook. Pada Gambar 3 ditunjukkan laman Facebook sebagai media promosi pihak Kampung Kreasi membagikan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh warga ataupun pengunjung.



Gambar 4. Video profil Kampung Kreasi di media sosial Youtube KKN Kelompok 78

Video profil yang diunggah di media sosial Youtube dengan judul “Profil Kampung Kreasi Kelurahan Sidokumpul” mengenai wisata Kampung Kreasi ditunjukkan pada Gambar 4 dan dapat diakses melalui tautan <https://www.youtube.com/watch?v=rKyN514Jfzs>. Pada video profil tersebut mengangkat konsep tema wisata edu-ekowisata pada Kampung Kreasi yang berlokasi di Kelurahan Sidokumpul Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik. Video menampilkan potret Kampung Kreasi yang telah dihiasi dengan pot bunga dan tanaman gantung, tanaman hidroponik, tembok rumah warga yang telah dilukis berwarna-warni, peternakan sapi perah, dan tempat penukaran sampah plastik dengan kopi.

Wisata edukasi adalah sebuah program yang dibuat agar pengunjung terutama anak-anak hingga orang dewasa dapat berwisata di sebuah area wisata untuk mendapatkan pengalaman pembelajaran secara langsung di lokasi wisata yang dikunjungi (Priyanto, 2018). Kampung Kreasi adalah salah satu contoh kampung di mana berkat kesadaran dari masyarakat terciptalah ide untuk mengubah kampung yang dulunya kumuh menjadi kampung yang sangat rapi dan indah. Warga setempat ikut bergotong royong mengembangkan potensi wisata di tempat tinggalnya, membuka lapangan kerja, dan memperoleh pendapatan tambahan melalui produk UKM yang dihasilkan warga setempat.

Dengan adanya kegiatan KKN melalui pembuatan video profil dan promosi media sosial dapat membantu berkembangnya wisata edu-ekowisata Kampung Kreasi agar semakin dikenal oleh banyak orang baik masyarakat lokal maupun luar daerah

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Tematik Bela Negara kelompok 78 UPN “Veteran” Jawa Timur di Kampung Kreasi, Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik berjalan lancar. Berdasarkan hasil kegiatan yang dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan yakni sistem promosi Kampung Kreasi telah dikembangkan melalui penyebaran brosur kepada pengunjung dan mengunggah kegiatan di media sosial. Pembuatan video profil ini tidak hanya sebagai bentuk *company profile*, tetapi juga sebagai sarana untuk mempromosikan dan menjual produk rumahan hasil olahan dari warga Kampung Kreasi. Dalam rangka pengembangan program pengabdian kepada masyarakat kedepannya, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan mengingat teknologi informasi terus berkembang. Pihak pengelola Kampung Kreasi perlu selalu memperbarui strategi promosi pariwisata agar semakin

banyak pengunjung, *vlogger*, dan jurnalis untuk diajak bekerja sama dalam mempromosikan Kampung Kreasi. Terakhir, perlu dilakukan pemantauan dan evaluasi secara terus menerus untuk meningkatkan pengunjung video profil Kampung Kreasi di media sosial dan memperluas *partner* dalam sistem promosi.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih atas terselenggaranya kegiatan KKN Tematik Bela Negara 2021 ini kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan dukungan bantuan dana program. Penulis juga mengucapkan terima kasih dan apresiasi Bapak Sulaiman Rasjid, S.P. selaku Kepala Kelurahan Sidokumpul, Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik, warga Kelurahan Sidokumpul khususnya Kampung Kreasi, dan pihak-pihak yang telah mendukung kegiatan ini sehingga dapat berjalan dengan lancar.

Daftar Referensi

- Hermawan, H., Brahmanto, E., Musafa, M., & Suryana, S. 2018. Upaya Mewujudkan Wisata Edukasi Di Kampung Tulip Bandung. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 45–54.
- Hermawan, H. & Brahmanto, E. 2017. *GEOWISATA Perencanaan Pariwisata Berbasis Konservasi*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/c6fx3>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2021. *Desa Wisata Kelurahan Sidokumpul Kampung Kreasi*. Dipetik September 2021, dari Jejaring Desa Wisata: <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/19795>
- Nazarullail, F., Hardika, & Desyanty, E. S. 2017. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Ekowisata “Lepen Adventure.” *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 2(8), 1071–1076.
- Noorhayati Sutisno, A., & Afendi, A. H. 2018. Penerapan Konsep Edu-Ekowisata Sebagai Media Pendidikan Karakter Berbasis Lingkungan. *Jurnal Ecolab*, 12(1), 1–52. <https://doi.org/10.20886/jklh.2018.2.1.1-11>
- Priyanto, R. 2018. Perancangan Model Wisata Edukasi di Objek Wisata Kampung Tulip. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 32–38. <https://doi.org/10.31227/osf.io/g3k48>

Sulistyawati, A. S., Putri, I. A. T. E., Suarka, F. M. & Pertiwi, P. R. 2018. Pelibatan Masyarakat

Lokal Dalam Penyediaan Penginapan Lokal di Desa Wisata Tista, Kabupaten Tabanan.
Buletin Udayana Mengabdi, 17(3), 103–113.

Tanaya, D. R. & Rudiarto, I. 2014. Potensi Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat Di Kawasan Rawa Pening, Kabupaten Semarang. *Jurnal Teknik PWK*, 3(1), 71–81.

Tresnawati, Y. 2017. Pemanfaatan Media Sosial Dalam Promosi Potensi Wisata Bahari Cilacap Jawa Tengah. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 1(2), 1–11. Retrieved from <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/2846>

Watie, E. D. S. 2011. Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69–75. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>

Yananda, Rahmat, M., & Salamah, U. 2014. *Branding Tempat : Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta: Makna Informasi.