

The Design of a Website as a Digital Promotion Media for Kejawanan Beach Cirebon City

Rancangan Pembuatan Website sebagai Media Promosi Digital di Pantai Kejawanan Kota Cirebon

Aura Dwi Tasya¹, Atikah Nurhayati², Mochamad Candra Wirawan Arief³, Donny
Juliandri Prihadi⁴, Ahmad Prawira Dhahiyat⁵

^{1,5} Program Studi Pariwisata Bahari, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas
Padjadjaran

^{2,3} Departemen Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Padjadjaran

⁴ Departemen Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Padjadjaran

*Correspondence: aura20003@mail.unpad.ac.id

Abstract

Purpose: This study aims to design a website as a digital promotional media for Kejawanan Beach in Cirebon City, which provides accurate and real-time information for tourists. Website design can also be one of the competitiveness in terms of tourism promotion with other tourist destinations, because website design can display visual and narrative appeal so that it can arouse the interest of potential visitors.

Method: The research method used is qualitative, with primary data collected through observation and interviews, as well as secondary data from tourism management policies. The website development process began with data collection through observation and interviews with managers and visitors, followed by concept design, sitemap creation, and design development using WordPress.

Result: The results of this study are expected to be a reference for Kejawanan Beach managers to improve digital promotion and make it easier for tourists to obtain information related to the destination. The design of the Kejawanan Beach digital promotion website is designed to introduce the natural beauty and various tourist activities on the beach, such as swimming, boating, mud therapy, mangrove conservation and fishing. Visitors can enjoy virtual tours, find accommodation, restaurants, and buy souvenirs typical of marine tourism online.

Contribution: This research contributes to the development of digital promotion for Kejawanan Beach through the design of a website that facilitates tourists in accessing information. The results are expected to serve as a guide for managers in enhancing digital-based promotional strategies and as a reference for literature on digital media as a tourism promotion tool.

Keywords: Tourism Promotion, Kejawanan Beach, Website, Digital Media.

Abstrak

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk merancang *website* sebagai media promosi digital untuk Pantai Kejawanan di Kota Cirebon, yang menyediakan informasi akurat dan *real-time* bagi wisatawan. Rancangan website juga dapat menjadi salah satu daya saing dari segi promosi wisata dengan destinasi wisata lainnya, dikarenakan rancangan website dapat menampilkan daya tarik visual dan naratif sehingga hal tersebut dapat menggugah minat calon pengunjung.

Metode: Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan pengumpulan data primer melalui observasi dan wawancara serta data sekunder dari kebijakan pengelolaan wisata. Proses pembuatan *website* dimulai dengan pengumpulan data melalui observasi dan



wawancara dengan pengelola serta pengunjung, kemudian dilanjutkan dengan perancangan konsep, pembuatan *sitemap*, dan pengembangan desain menggunakan *WordPress*.

Hasil: Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengelola Pantai Kejawanen untuk meningkatkan promosi digital dan mempermudah wisatawan memperoleh informasi terkait destinasi tersebut. Rancangan Website promosi digital Pantai Kejawanen dirancang untuk memperkenalkan keindahan alam dan berbagai aktivitas wisata di pantai, seperti berenang, berkeliling dengan perahu, terapi lumpur, konservasi mangrove dan memancing. Pengunjung dapat menikmati tur virtual, menemukan akomodasi, restoran, serta membeli souvenir khas wisata bahari secara online.

Kontribusi: Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan promosi digital Pantai Kejawanen melalui perancangan website yang memudahkan wisatawan mengakses informasi. Hasilnya diharapkan menjadi panduan bagi pengelola dalam meningkatkan strategi promosi berbasis digital dan literatur terkait media digital sebagai alat promosi wisata.

Kata Kunci: Promosi Wisata, Pantai Kejawanen, *Website*, Media Digital.

Pendahuluan

Wisata Pantai Kejawanen memiliki topografi yang landai, perairan yang tenang, dan ombak yang tidak terlalu besar. Pantai kejawanen memiliki substrat berpasir bercampur lumpur, landai dan kondisi perairan yang keruh termasuk golongan pantai utara. Sepanjang tahun, arah angin dominan memengaruhi pembentukan gelombang laut yang bergerak menuju pantai Teluk Cirebon. (Dinas PPN Kejawanen, 2009 dalam Subiyanto *et al.*, 2013). Wisata pantai adalah aktivitas rekreasi yang dilakukan di kawasan pesisir dan perairannya (Bibin, 2020). Terdapat beberapa kategori dalam wisata pantai, salah satunya adalah kegiatan rekreasi pantai, yang bertujuan untuk mendapatkan kepuasan dan mengurangi stres melalui kegiatan yang ada di pantai (Nugraha *et al.*, 2013). Kegiatan rekreasi pantai menjadi jenis yang paling umum di daerah pesisir dan memanfaatkan sumber daya pantai, seperti pasir putih, luasnya pantai, pemandangan, serta biota dan perairannya (Yulianda *et al.*, 2019). Pantai Kejawanen menawarkan daya tarik khas yaitu terdapat pasir pantai yang dapat digunakan sebagai terapi pengobatan karena terdapat kandungan unsur besi (Fe) yang baik untuk kesehatan, hal tersebut belum tentu didapatkan di pantai lainnya. Pantai Kejawanen dikelola oleh Pelabuhan Perikanan Nusantara Kejawanen yang merupakan Unit Pelayanan Teknis (UPT) dibawah Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap. Pantai Kejawanen berlokasi di Jl. Pelabuhan Perikanan Pegambiran, Kecamatan Lemahwungkuk, Kota Cirebon, Jawa Barat. Pantai Kejawanen dibentuk pada tahun 2019-2022, kemudian diresmikan tanggal 22 Oktober 2023.

Pantai Kejawanen dibangun karena memiliki potensi pariwisata bahari dilihat dari keindahan alamnya diantara sumber daya alam yang dimiliki Pantai Kejawanen adalah pemandangan berupa gunung Ciremai yang dapat dinikmati dengan jelas dari pantai Kejawanen, kawasan konservasi *mangrove*, serta menawarkan pemandangan berupa banyaknya kapal pelabuhan di area dermaga pantai. Terdapat beberapa aktivitas wisata yang dapat dinikmati di antaranya penyewaan perahu mesin dan perahu karet, kemudian terdapat spot wisata memancing dan zona aman untuk berenang. Aksesibilitas menuju pantai Kejawanen sudah mudah dilalui karena letaknya yang berada sangat dekat dengan pusat Kota Cirebon. Serta akomodasi yang memadai di sekitar Pantai Kejawanen menjadi alasan yang mendukung supaya Pantai Kejawanen perlu diperhatikan, dikembangkan dan dikelola dengan baik supaya menjadi destinasi wisata Bahari yang unggul dan bersaing.

Promosi merupakan salah satu bentuk pengelolaan pariwisata yang penting untuk diperhatikan. Pada era digitalisasi sekarang ini pemasaran digital menjadi sangat krusial untuk wadah dalam mempromosikan destinasi wisata. Penggunaan *platform* digital seperti situs website dan media sosial mempermudah akses informasi mengenai destinasi wisata yang akan menjadi pilihan calon wisatawan. Teknologi digital saat ini banyak dimanfaatkan untuk kegiatan promosi dan penyampaian informasi, terutama melalui website. Website mampu menyajikan informasi dengan lebih efisien. Selain itu, website mudah diakses oleh

masyarakat di berbagai wilayah hanya dengan menggunakan internet. Website dapat digunakan sebagai media untuk pemasaran, penyebaran informasi, komunikasi, *e-commerce* dan promosi serta dapat mencakup target wisatawan yang lebih luas lagi. Website memainkan peran penting dalam mempromosikan suatu destinasi wisata.

Rancangan website ini akan menjadi website resmi Pantai Kejawanan. Sehingga akan menyediakan informasi yang akurat, *up-to-date*, dan terpadu. Khususnya mengenai daya tarik wisata, atraksi wisata, perkiraan cuaca, tips saat berwisata, akomodasi, kuliner, *e-commerce*, aktivitas wisata yang dapat dilakukan dan informasi perihal *event-event* yang sudah dan akan diadakan di Pantai Kejawanan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan sebuah desain penelitian yang melibatkan asumsi filosofis serta digunakan sebagai metode penelitian. Sebagai metodologi, pendekatan ini mencakup asumsi-asumsi filosofis yang mengarahkan proses pengumpulan dan analisis data, pada berbagai tahap dalam proses penelitian (Samsu, 2021). Observasi dilakukan sebagai pengumpulan data dilakukan dengan mengunjungi Pantai Kejawanan secara langsung. Dalam kegiatan observasi peneliti mengamati fasilitas wisata, harga tiket masuk, sarana dan prasarana yang tersedia, atraksi wisata yang ada, dan latar belakang wisatawan. Dengan mengamati dan mengetahui secara langsung akan memudahkan peneliti untuk memperoleh data. Wawancara mendalam dengan pengelola wisata. Pertanyaan dalam wawancara terfokus pada promosi wisata yang dilakukan, serta bagaimana solusi inovatif mengenai promosi tersebut. Analisis ini mencakup identifikasi Pantai Kejawanan, Peneliti selanjutnya akan menganalisis dokumen internal destinasi wisata, seperti data pengunjung, dan data lain yang diperlukan serta pelaporan hasil, untuk mendapatkan wawasan tentang penerapan promosi digital yang tepat terhadap destinasi wisata bahari. Peneliti mengandalkan dua kategori sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer memberikan informasi yang lebih akurat dan relevan mengenai topik yang diteliti karena diperoleh langsung dari objek penelitian (Sugiono, 2018).

Data primer dikumpulkan oleh peneliti melalui metode observasi, wawancara, dan survei kuesioner. Observasi dilakukan secara langsung dilapangan sehingga dapat memberikan informasi tentang Pantai Kejawanan, promosi yang dilakukan kepada wisatawan, fasilitas Pantai Kejawanan, sarana dan prasarana yang tersedia atau faktor-faktor lainnya. Pengambilan data primer yang dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap informan yang merupakan Kepala Pelabuhan Perikanan Nusantara Kejawanan sebagai pengelola Pantai Kejawanan untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan di Pantai Kejawanan selama Pantai Kejawanan beroperasi dan menganalisis kekurangan dari promosi yang digunakan tersebut, sehingga prototipe yang diharapkan dapat menjadi promosi yang lebih efektif dari sebelumnya.

Data sekunder mencakup informasi yang berkaitan dengan kebijakan dan strategi pengelolaan kawasan Pantai Kejawanan, hasil penelitian terdahulu. Data ini diperoleh secara tidak langsung, biasanya melalui sumber lain seperti orang atau dokumen yang telah ada (Sugiyono, 2018). Dalam konteks penelitian ini, data sekunder yang digunakan meliputi kebijakan dan strategi yang diterapkan dalam pengelolaan Pantai Kejawanan, penelitian sebelumnya, serta informasi terkait promosi yang dilakukan di Pantai Kejawanan.

Hasil dan Pembahasan

Rancangan website ini akan menyajikan informasi secara *realtime* sehingga dapat memudahkan wisatawan dalam mencari informasi Pantai Kejawanan. Rancangan website juga dapat menjadi salah satu daya saing dari segi promosi wisata dengan destinasi wisata lainnya, dikarenakan rancangan website dapat menampilkan daya tarik visual dan naratif sehingga hal tersebut dapat menggugah minat calon pengunjung. Rancangan website yang akan dibuat oleh peneliti dapat menjadi *platform* interaktif antara pengelola Pantai Kejawanan dengan pengunjung, melalui fitur-fiturnya seperti ulasan, komentar, dan alamat media sosial maupun kontak sehingga pengunjung dapat memberikan masukan atau

saran untuk peningkatan kualitas pelayanan maupun hal yang terkait dengan website Pantai Kejawanen.

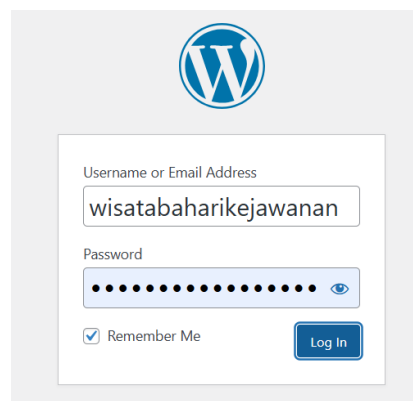
1) Analisis Kebutuhan

Rancangan Website promosi digital Pantai Kejawanen dirancang untuk memperkenalkan keindahan alam dan berbagai aktivitas wisata di pantai, seperti berenang, berkeliling dengan perahu, terapi lumpur, konservasi mangrove dan memancing. Pengunjung dapat menikmati tur virtual, menemukan akomodasi, restoran, serta membeli souvenir khas wisata bahari secara online. Website ini juga diantaranya menyediakan informasi mengenai event pantai, tips perjalanan wisata maupun testimoni pengunjung untuk memudahkan wisatawan merencanakan kunjungan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan daya Tarik Pantai Kejawanen dan mendukung ekonomi lokal. Pada tahap awal perancangan website, peneliti melakukan wawancara dengan wisatawan dan pengelola Pantai Kejawanen untuk mengidentifikasi kebutuhan dalam pembuatan website. Temuan dari wawancara ini menjadi dasar untuk menentukan konsep desain yang tepat. Website yang diinginkan memiliki tampilan sederhana namun menyajikan informasi yang lengkap dan mudah dipahami. Penggunaan warna yang santai, serta penyajian konten yang selalu ter-update mengenai aktivitas, atraksi, akomodasi, informasi cuaca, jam operasional, dan tiket masuk menjadi prioritas. Selain itu, terdapat souvenir yang dijual di website berupa merchandise seperti *t-shirt*, *pants*, *totebag*, *bucket hat*, dan *tumbler* bahariku menjadi hal yang menarik untuk dipromosikan. Tujuan dari website ini adalah untuk menggambarkan citra positif Pantai Kejawanen dan mendukung upaya promosi serta menarik lebih banyak wisatawan agar tertarik berkunjung ke Pantai Kejawanen.

2) Tahapan Perancangan Website Menggunakan Wordpress

a) Login Admin

Login Wordpress adalah tampilan untuk dapat masuk ke dalam WordPress yang sudah terunduh melalui alamat <https://wisatabaharikejawanen.site/wp-admin/>. Proses ini dilakukan oleh admin yang memiliki akses masuk ke dalam dashboard website.

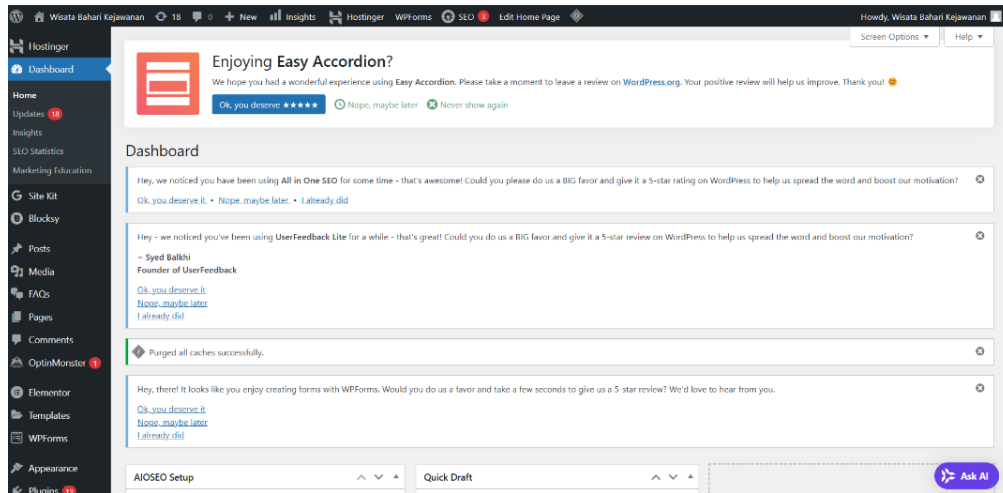


Gambar 1. Login Wordpress

Sumber: Gambar Pribadi

b) Dashboard Wordpress

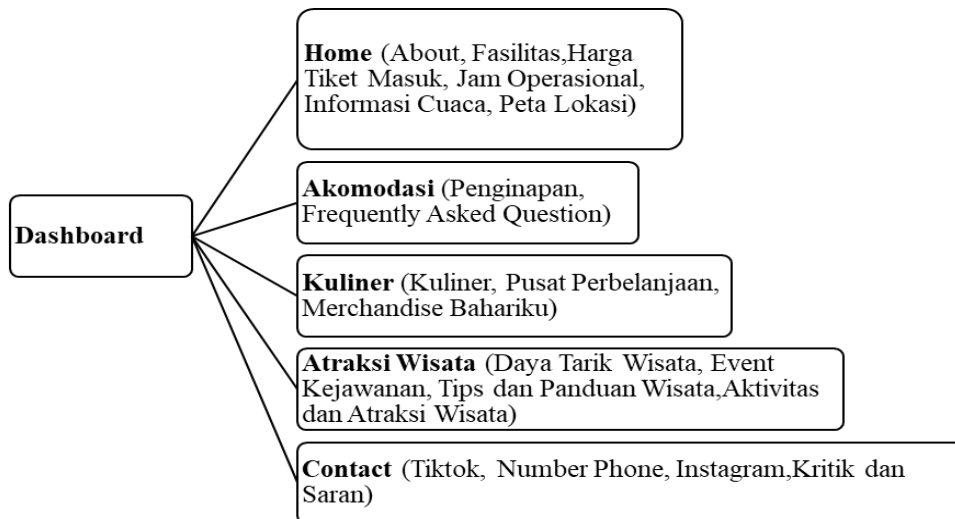
Dashboard Wordpress adalah tampilan halaman dashboard pada *WordPress*, dimana disini admin yang bertugas untuk mengelola website, membuat tema pada *website* mengelola konten *website* yang akan ditambahkan pada setiap halaman *dashboard*.



Gambar 2. Dashboard Wordpress
Sumber: Gambar Pribadi

c) Pembuatan *Sitemap Wordpress*

Sitemap merupakan langkah awal sebelum memulai pengaturan tema dan desain *website*. Sitemap berperan dalam menentukan struktur peta situs, sehingga memudahkan pengelompokan dan organisasi konten. Proses perencanaan sitemap dapat dilakukan terlebih dahulu menggunakan *Microsoft Word* untuk menyusun dan mengelompokkan konten yang akan dibuat, sebelum melanjutkan ke tahap desain di *platform website*.

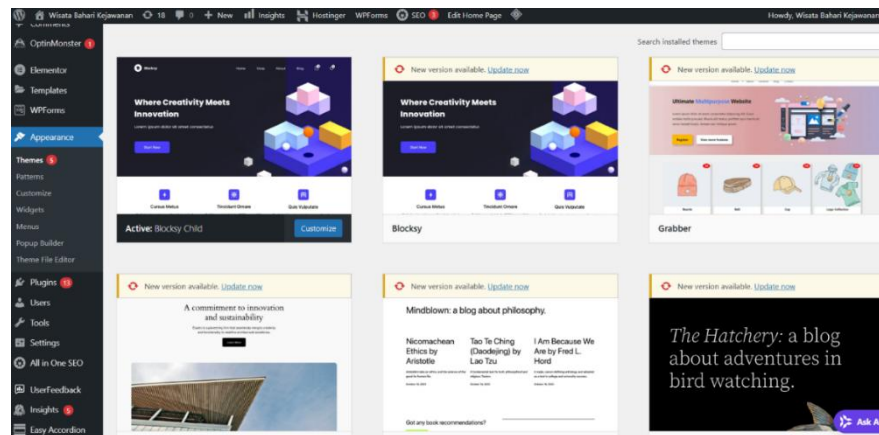


Gambar 3. Sitemap Website

d) Pengaturan Tema

Setting Theme merupakan halaman utama pada *menu appearance* yang digunakan untuk mengelola tema yang tersedia melalui *plugin website*. Halaman ini mendukung proses perancangan *website*. Pada tahap ini, dilakukan proses perancangan tampilan website dan penyusunan konten. Tema yang digunakan adalah *Blocksy Child*, yang telah diunduh melalui menu installed themes di *WordPress*. *Blocksy Child* adalah tema serbaguna yang dirancang

untuk berbagai jenis *website* di *WordPress*. Tema ini memiliki kemampuan untuk berfungsi dengan baik pada semua resolusi perangkat, termasuk ponsel, tablet, desktop, serta layar berukuran sedang dan besar.



Gambar 4. Setting Theme

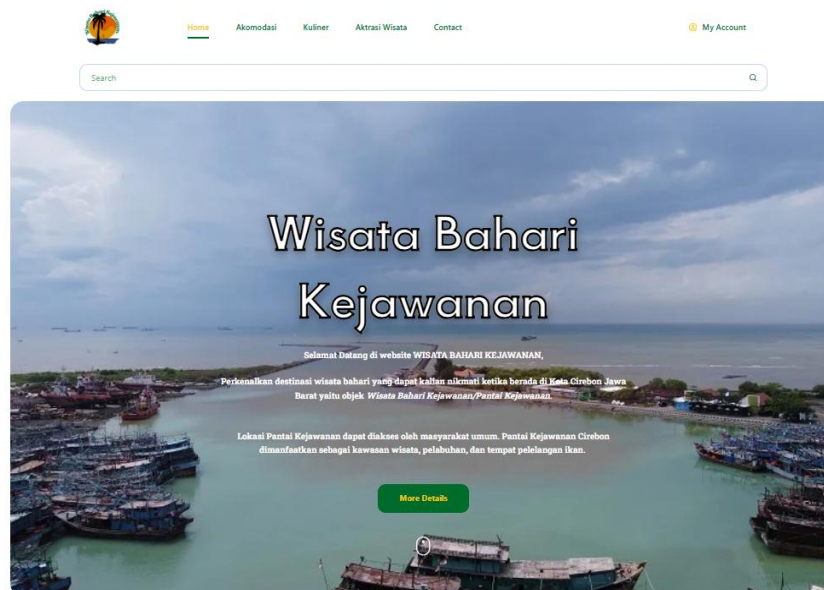
Sumber: Gambar Pribadi

3) Tampilan Halaman Wordpress

Tampilan halaman *website* adalah visualisasi dari berbagai elemen seperti teks, gambar, dan menu navigasi yang disusun untuk memberikan pengalaman pengguna yang mudah dipahami, menarik, dan informatif. Tampilan halaman *website* meliputi: home, akomodasi, kuliner, atraksi wisata, dan kontak.

a) Home

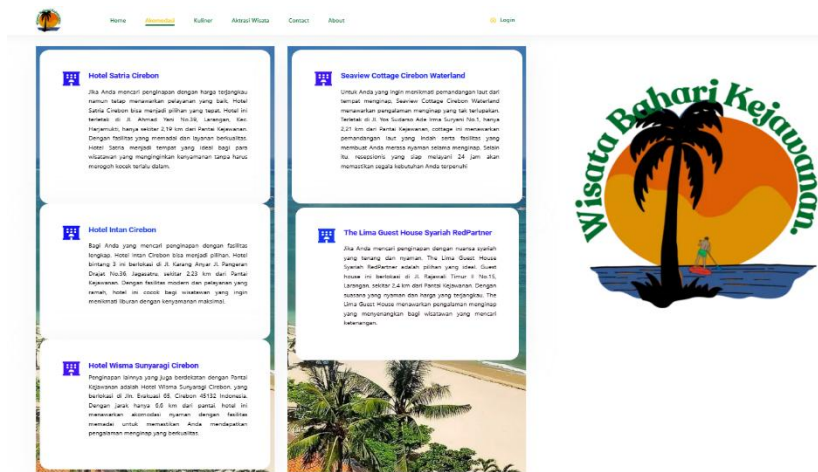
Halaman *Home* dirancang untuk menyajikan informasi penting secara ringkas dan menarik. Halaman ini mencakup deskripsi destinasi, fasilitas, harga tiket, jam operasional, perkiraan cuaca, dan peta lokasi interaktif untuk memudahkan pengunjung merencanakan kunjungan.



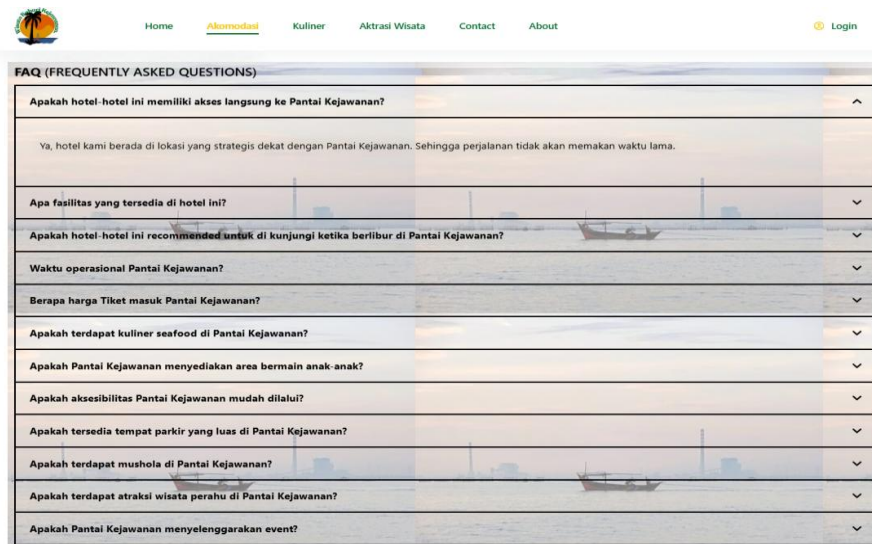
Gambar 5. Tampilan Utama Halaman *Home*
Sumber: Gambar Pribadi

b) Akomodasi

Halaman akomodasi pada *website* dirancang untuk memberikan informasi lengkap tentang pilihan penginapan di sekitar lokasi wisata. Tujuannya adalah memudahkan pengunjung dalam memilih tempat menginap yang sesuai dengan kebutuhan, serta menawarkan lokasi yang strategis. Informasi yang disusun secara terstruktur ini membantu wisatawan merencanakan perjalanan dengan lebih efisien. Selain itu, halaman ini juga dilengkapi dengan menu *frequently asked questions* (FAQ) yang menyediakan jawaban atas pertanyaan umum terkait Pantai Kejawan.



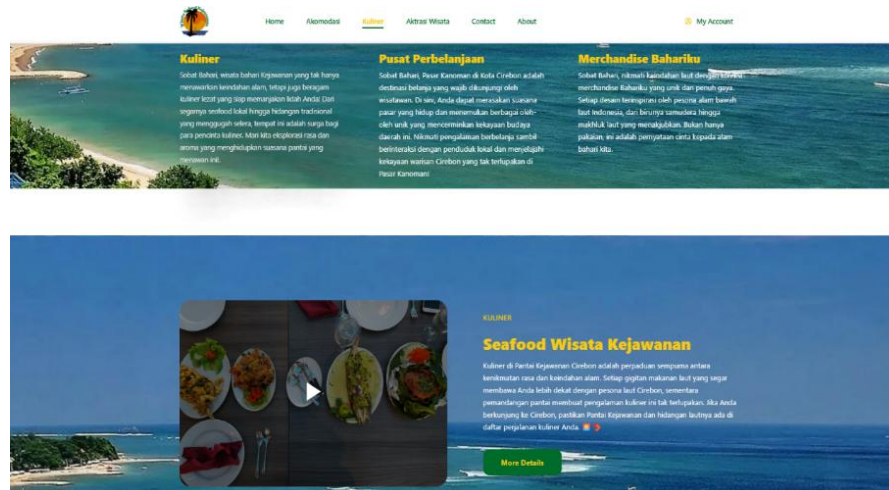
Gambar 6. Tampilan Pilihan Akomodasi Terdekat Pantai Kejawan
Sumber: Gambar Pribadi



Gambar 7. Tampilan *Frequently Asked Questions*
Sumber: Gambar Pribadi

c) Kuliner

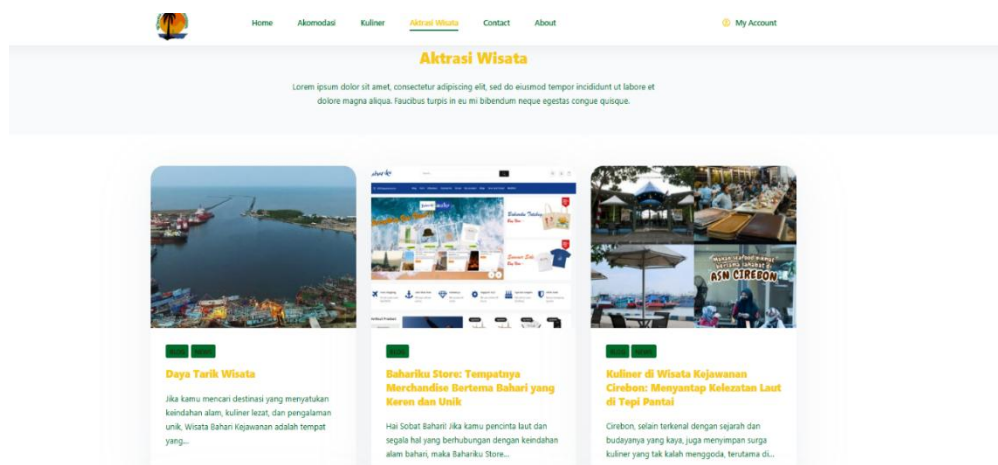
Halaman Kuliner di website bertujuan untuk memberikan informasi mengenai tempat makan di sekitar lokasi wisata Pantai Kejawanen serta mempromosikan produk merchandise Bahariku. Beragam pilihan produk seperti kaos, tas kanvas, topi dan *tumbler* bertema bahari disediakan untuk wisatawan sebagai oleh-oleh khas. Selain membantu pengunjung menemukan rekomendasi kuliner di Pantai Kejawanen, halaman ini juga menjadi sarana promosi dan penjualan produk khas bertema Bahari yang dapat menjadi kenangan dari kunjungan wisata.



Gambar 8. Tampilan *Image* Pilihan Akomodasi
 Sumber: Gambar Pribadi

d) Atraksi Wisata

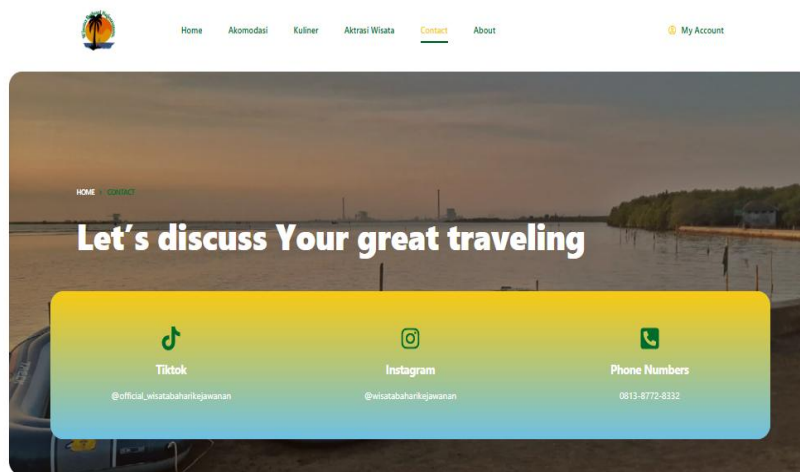
Halaman Atraksi Wisata di situs ini bertujuan untuk memberikan informasi seputar berbagai kegiatan menarik yang bisa dinikmati di sekitar Pantai Kejawanen. Pengunjung dapat menemukan berbagai rekomendasi seperti naik perahu wisata atau perahu mesin, menikmati sensasi naik perahu karet, menyaksikan matahari terbenam yang indah dari dermaga, serta berbagai artikel mengenai acara yang berlangsung di Pantai Kejawanen. Selain itu, halaman ini juga menyediakan tips dan panduan wisata, dan informasi lainnya untuk membantu pengunjung merencanakan perjalanan mereka.



Gambar 9. Tampilan Halaman Atraksi Wisata
Sumber: Gambar Pribadi

e) Kontak

Fitur Kontak pada website resmi Pantai Kejawanan dirancang untuk memudahkan pengunjung berkomunikasi langsung dengan pengelola destinasi. Pada halaman ini, pengunjung dapat menemukan informasi seperti alamat kantor pengelola, nomor telepon, email, serta tautan ke media sosial resmi Pantai Kejawanan. Selain itu, tersedia pula formulir kontak yang memungkinkan pengunjung untuk menyampaikan pertanyaan, masukan, atau keluhan secara langsung. Fitur ini diharapkan dapat menjadi sarana interaktif untuk meningkatkan pelayanan, memperkuat hubungan dengan pengunjung, dan mendukung pengelolaan Pantai Kejawanan yang lebih responsif.



Gambar 10. Tampilan Halaman Kontak
Sumber: Gambar Pribadi

f) Fitur Saran dan Masukan

Fitur Interaktif Saran dan Masukan pada *website* resmi Pantai Kejawanan dirancang untuk memberikan ruang kepada pengunjung dalam menyampaikan opini, pengalaman, serta saran perbaikan terkait destinasi. Melalui fitur ini, pengunjung dapat mengisi formulir yang telah disediakan atau memberikan komentar pada halaman ulasan. Setiap masukan yang diterima akan dikelola oleh tim pengelola Pantai Kejawanan sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan, pengelolaan, dan pengembangan destinasi wisata. Fitur ini bertujuan menciptakan komunikasi dua arah yang efektif antara pengelola dan pengunjung, serta mendukung peningkatan kepuasan wisatawan.

Gambar 11. Tampilan Kritik dan Saran Pada Halaman Kontak
Sumber: Gambar Pribadi

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, *website* resmi Pantai Kejawan dirancang sebagai *platform* promosi digital yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan pengelolaan destinasi wisata bahari. *Website* ini menyediakan informasi yang akurat, terkini, dan terintegrasi, sehingga mempermudah wisatawan dalam merencanakan kunjungan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, rancangan ini diharapkan dapat mendukung strategi pemasaran, memperluas jangkauan promosi, serta memberikan kontribusi pada pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan dan berorientasi pada kepuasan pengunjung.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga disampaikan kepada Universitas Padjadjaran atas dukungan dan fasilitas yang diberikan selama proses penelitian ini. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada Atikah Nurhayati dan Mochamad Candra Wirawan Arief atas bimbingan dan masukan yang sangat berharga selama pelaksanaan penelitian. Rasa terima kasih yang mendalam juga diberikan kepada para responden dan narasumber ahli yang telah meluangkan waktu serta memberikan wawasan yang memperkaya data dan hasil penelitian ini. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan tanpa henti dari keluarga, teman, dan rekan-rekan sejawat yang selalu memberikan semangat hingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Bibin, M., & Ardian, A. (2020). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Songka Di Kota Palopo. *Edutourism Journal Of Tourism Research*, 2(01), 72-78.
- Burhanudin, M. F., Chumaidiyah, E., & Tripiawan, W. (2020). Perancangan Sistem Informasi Pada Model Bisnis Halal Tourism Secara Offline Dan Online Berbasis Website Menuju Industri Pariwisata Kreatif Yang Berkelanjutan. *Eproceedings Of Engineering*, 7(2).
- Gulo, R. N., Watrionthos, R., & Munthe, I. R. (2017). Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Labuhanbatu Berbasis Web. *Informatika*, 5(3), 37-44.

- Irmayani, N., Wahab, M., Akmal, M., & Ramar, A. (2024). Penerapan Media Promosi Untuk Mendukung Sektor Usaha Wisata Desa Laliko Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Abdi Insani*, 11(3), 590-601.
- Kuryanti, S. J., & Indriani, N. (2018). Pembuatan Website Sebagai Sarana Promosi Pariwisata:(Studi Kasus: Pantai Jatimalang, Purworejo). *Sinkron: Jurnal Dan Penelitian Teknik Informatika*, 2(2), 37-46.
- Margianto, L. R. A., & Dedi Gunawan, S. T. (2023). Sistem Informasi Pemesanan Layanan Jasa Wisata Berbasis Website Pada Biro Wisata Athreya Tours (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Nugraha, H.P., Indarjo, A., Dan Helmi, M. 2013. Studi Kesesuaian Dan Daya Dukung Kawasan Untuk Rekreasi Pantai Di Pantai Panjang Kota Bengkulu. *Jurnal Of Marine Reasearch*, 2(2), 130-139.
- Nurmi, N. (2017). Membangun website sistem informasi dinas pariwisata. *Jurnal Edik Informatika Penelitian Bidang Komputer Sains dan Pendidikan Informatika*, 1(2), 1-6.
- Nuzry, K. A. P., & Suryani, E. (2024). Evaluasi Pengalaman Pengguna Website Responsif Beyondsultra. *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science*, 7(3), 738-751.
- Prayudi, A., Umar, R., & Yudhana, A. (2018, November). Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Di Kabupaten Dompu Berbasis Website. In *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)* (Vol. 1, No. 1).
- Ramadhani, R., & Setiawan, E. (2024). Pengembangan Situs Web Untuk Promosi Warisan Budaya Lokal Dan Pariwisata Berbasis Berita. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 5(1), 57-73.
- Samsu, S. (2021). Metode Penelitian:(Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development).
- Saputra, K. (2017). Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Website Sebagai Media Promosi Di Singkawang-Kalimantan Barat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 2(1).
- Sari, D. M., & Sunarya, D. M. (2017). Strategy Of Humas Tourism Ministry In Disseminating The Indonesian Tourism Through Online Media (Case Study Strategy Of Online Media). *Pantarei*, 1(01).
- Soejono A. W., Setyanto A., & Sofyan A. F. 2018. Evaluasi Usability Website Unriyo Menggunakan System Usability Scale (Studi Kasus: Website Unriyo). Vol. Xiii, No. 1, Pp. 29-37.
- Subiyanto, B., Setyawan, A. D., & Purwanti, F. (2013). Kondisi Pantai Kejawan Berdasarkan Kesesuaian Baku Mutu Dan Indeks Pencemaran Sebagai Kawasan Wisata Bahari. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 11(2), 102-110.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Promosi Pariwisata Pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81-92.
- Wulandari, R. (2024). Membangun Branding Yang Kuat Melalui Web: Strategi Yang Efektif. *Jurnal Teknologi Pintar*, 4(4).
- Yulianda, F. 2019. Ekowisata Perairan Suatu Konsep Kesesuaian Dan Daya Dukung Wisata Bahari Dan Wisata Air Tawar. Bogor: Ipb Press.