

PELATIHAN PEMANFAATAN INSTAGRAM BAGI SISWA SMAN 1 TANJUNG PANDAN GUNA MENINGKATKAN *DESTINATION* *AWARENESS* PULAU BELITUNG

Agustin Diana Wardhaningsih¹, Sigit Pamungkas²
Program Studi Ilmu Komunikasi - Universitas Pelita Harapan
agustin.wardhaningsih@uph.edu¹, Sigit.pamungkas@uph.edu²

ABSTRAK

Pantai Tanjung Layang Pulau Belitung menjadi salah satu target tujuan wisata yang dikembangkan oleh Pemerintah dalam program 10 Program Bali untuk meningkatkan jumlah wisatawan di Indonesia. Selaras dengan hal itu, Dinas Pariwisata Belitung juga memperkenalkan branding pariwisata resmi Belitung dengan sebutan WAUU, singkatan dari *Wonderful, Artistic, Unique, Unforgettable*. Tingginya perhatian pemerintah pusat maupun daerah untuk mengangkat destinasi wisata Belitung akan lebih mudah tercapai jika didukung oleh warga setempat.

SMAN 1 Tanjung Pandan adalah salah satu sekolah favorit bagi warga Tanjung Pandan. Hampir seluruh siswanya memiliki gawai yang bisa digunakan untuk mengakses media sosial. Salah satu media sosial yang populer di kalangan siswa SMA adalah Instagram. Instagram menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan penggunaannya untuk bisa memamerkan dan mempromosikan foto-foto suatu obyek yang bernilai artistik, termasuk berbagai obyek wisata di pulau Belitung.

Tim PKM Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan memberikan pelatihan kepada siswa SMAN1 Tanjung Pandan tentang pemanfaatan media Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan *Destination Awareness* pulau Belitung. Pelatihan terdiri dari beberapa topik, yang salah satu sub topiknya adalah *Visual Communication*. Sub topik ini menekankan pada pembelajaran bahasa visual kamera foto dan video, beserta trik mengunggah konten Instagram yang memiliki nilai jual. Diharapkan melalui pelatihan ini, para peserta akan termotivasi berkarya dan mengekspos keindahan Belitung, serta mengoptimalkan media sosial Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan *Destination Awareness* pulau Belitung. Berdasarkan kuisioner yang dibagikan, khususnya terkait materi *visual communication*, sebagian besar peserta memberi respon positif atas PKM ini.

Katakunci: *Destination Awareness*, Instagram, *Visual Communication*, Belitung

2. PENDAHULUAN

Indonesia, memiliki banyak sekali obyek wisata menarik sebagai pilihan destinasi bagi para wisatawan. Salah satu destinasi yang sangat terkenal di kalangan wisatawan adalah Pulau Bali. Bahkan banyak wisatawan asing mengidentifikasikan bahwa Indonesia adalah Bali. Hal ini sangat disayangkan karena Indonesia yang dikenal sebagai Negara kepulauan, memiliki banyak sekali pulau-pulau yang menawarkan keindahan pantai yang setara dengan keindahan pantai di Bali. Dalam penelitiannya tentang persepsi wisatawan internasional terhadap pariwisata Indonesia, Fanggy dan Richardson dalam Bungin (2015, 31) menyebutkan bahwa 50%

wisatawan asing datang ke Indonesia karena reputasi Bali. Pemerintah sendiri, sejak tahun 2008 dalam kampanye *Visit Indonesia Year*, mengurangi promosi Bali dan menghususkan lebih banyak pada kawasan lain untuk meningkatkan penyebaran wisata. Upaya pemerintah ini sudah membuahkan hasil, bahwa banyak obyek wisata lain seperti Bali dengan kawasan pantainya seperti di daerah Lombok, Raja Ampat, Nias, dan beberapa lokasi pantai di daerah Jawa menjadi destinasi pilihan bagi turis lokal maupun mancanegara.

Peran pemerintah dengan dukungan masyarakat setempat dalam mempromosikan obyek wisata tersebut menjadi salah satu kunci sukses promosi destinasi wisata. Masyarakat yang tinggal di kawasan wisata harus disadarkan untuk mau berperan dalam mempromosikan destinasi wisata. Salah satu kawasan wisata yang membutuhkan promosi adalah kepulauan Belitung. Sebagai sebuah kepulauan di wilayah Sumatera, Belitung menawarkan potensi wisata pantai yang tidak kalah keindahannya dibandingkan Bali dan obyek wisata pantai lain di Indonesia. Ciri khas pantai Belitung dengan batuan besar menjadi daya tarik sendiri, dan dengan banyaknya pulau-pulau kecil bisa menjadi pilihan destinasi wisata.

Selama ini, Belitung dikenal luas lewat buku “Laskar Pelangi” karya penulis Andrea Hiratta, kisahnya pun populer sebagai karya film bermutu. Mengangkat kisah persahabatan anak-anak, dalam film juga menampilkan keindahan salah satu pantai di Belitung yaitu Pantai Tanjung Pasir. Selain itu, Belitung dikenal lewat sosok ‘Ahok’ Basuki Cahya Purnama, Mantan Gubernur DKI Jakarta yang sangat populer. Namun kedua hal tersebut belum mampu menjual keberagaman pantai, pulau, dan keunikannya di daerah Belitung. Kisah Laskar Pelangi bisa dilupakan, sosok ‘Ahok’ bisa tidak dikenal lagi untuk beberapa tahun ke depan, namun pantai dan pulau yang indah di Belitung pasti terus ada. Jika pesona yang dimiliki oleh pantai dan pulau di daerah Belitung tidak dipopulerkan maka pelan-pelan pesona nya pun bisa dilupakan juga oleh orang.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dewi Soyusiawaty dkk (2007) tentang ‘Sistem Informasi Geografis Objek Wisata Propinsi Kepulauan Bangka Belitung Berbasis Web’ ditemukan fakta bahwa dalam mempromosikan dan memajukan pariwisata, Dinas Pariwisata Belitung masih menggunakan cara manual yaitu wisatawan yang datang ketempat-tempat objek wisata atau ke Dinas Pariwisata akan diberi booklet atau buku panduan. Informasi yang dibuat oleh Dinas Pariwisata setempat menjadi sangat terbatas karena masyarakat luas tidak bisa mendapatkan informasi tentang kepariwisataan sehingga perlu dibuatkan media alternatif untuk menginformasikan pariwisata Belitung agar bisa dinikmati masyarakat luas. Website yang dimiliki oleh pemerintah kabupaten Belitung juga tidak menampilkan promosi bagi obyek wisata.

Keterbatasan informasi tentang obyek wisata di Belitung membuat orang yang ingin berkunjung tidak mendapatkan gambaran jelas tentang obyek pariwisata dan infrastruktur pendukung. Promosi pun sebaiknya tidak bergantung dari Pemerintah setempat, namun dukungan masyarakat Belitung juga menjadi salah satu hal yang bisa dilakukan. Ketidakmampuan masyarakat setempat dalam memanfaatkan teknologi untuk berpromosi mendukung penyebaran luasan informasi seputar destinasi wisata di daerah Belitung juga masih kurang. Juga di kalangan anak muda setempat yang sudah melek teknologi media baru, tidak

kritis memanfaatkan sosial media sebagai sarana untuk mempromosikan Belitung sebagai salah satu lokasi destinasi wisata.

Kondisi tersebut yang melatarbelakangi PKM dengan topik Pelatihan Pemanfaatan Instagram Bagi Siswa SMA Negeri 1 Tanjung Pandan Guna Meningkatkan *Destination Awareness* Pulau Belitung. Dipilihnya Belitung dari sekian banyak lokasi wisata lain di daerah berbeda, berangkat dari kekecewaan anggota tim yang sulit mendapatkan informasi lewat sosial media seputar destinasi wisata Belitung saat berencana mengunjungi daerah tersebut. Sosial media yang dipilih adalah instagram karena aplikasi ini memberikan layanan menampilkan gambar dan teks yang bisa disebarluaskan bukan hanya di aplikasi instagram namun link ke aplikasi lain seperti facebook.

Dengan konsep ingin membantu dalam mengembangkan promosi destinasi wisata Belitung lewat media instagram, maka obyek PKM dipilih siswa SMA yang dianggap lebih kritis, bisa cepat menyerap informasi yang disampaikan. Dipilihlah SMAN Tanjung Pandan Belitung, dengan pertimbangan bahwa letaknya strategis berdekatan dengan banyak tempat wisata serta kemampuan teknologi yang baik dimiliki sekolah ini.

3. METODE

Dengan memilih tagline **‘Level Up Your Communication’**, maka PKM yang diselenggarakan di SMA Negeri 1 Tanjung Pandan menggunakan metode pengajaran dan praktek langsung menggunakan aplikasi instagram yang memiliki link ke youtube. Pengajaran dilakukan terhadap siswa kelas 3 SMA Negeri 1 Tanjung Pandan dengan total jumlah 224 siswa yang berada di 7 kelas berbeda (empat kelas IPS dan tiga kelas IPA).

Dengan waktu pelaksanaan pada Senin, 16 Juli 2018 Pukul 08.00 WIB hingga pukul 15.00 WIB, sesi pengajaran dengan topik – topik berbeda yang secara bergantian disampaikan di 7 kelas berbeda. Topik pengajaran adalah :

1. *Communication Nowadays*, siswa diajarkan perkembangan komunikasi hingga saat ini dan bagaimana kemampuan sosial media memberikan informasi yang efektif untuk mempromosikan sesuatu, salah satunya obyek wisata.
2. *Visual Communication*, siswa diajarkan untuk memahami bagaimana sebuah gambar (visual) bisa berkomunikasi, memiliki kekuatan untuk menjual keindahan sebuah obyek wisata. Bagaimana angle pengambilan gambar berpengaruh untuk membuat sebuah obyek menarik untuk dilihat.
3. Efektif menggunakan Instagram, praktek menggunakan instagram, memilih kata-kata sebagai caption menarik untuk content instagram.

Praktek dan pengajaran dibuat berselang-seling antar kelas. Untuk pengajaran dilakukan dosen, sementara pada prakteknya dibantu oleh asisten dosen dan mahasiswa yang secara detail akan dibahas di bab selanjutnya mengenai hasil dan pembahasan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

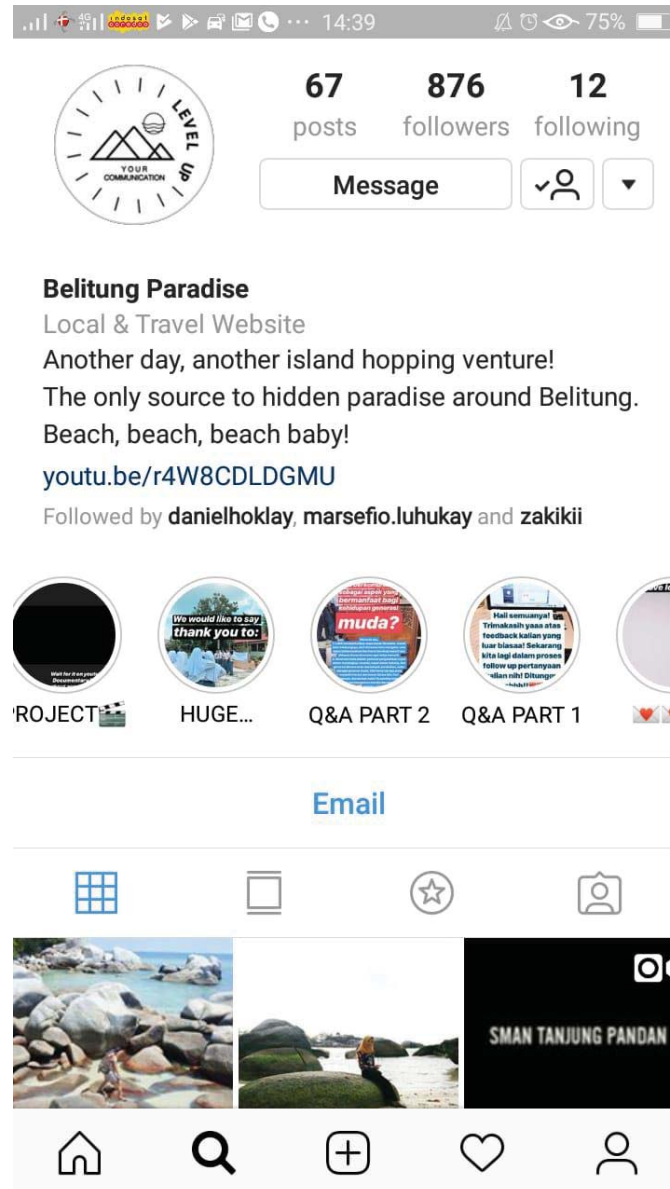
Sebelum pelaksanaan PKM, dilakukan survey ke Belitung untuk menentukan lokasi yang tepat melakukan PKM. Dinas Pariwisata dan Dinas Pendidikan setempat sangat membantu dalam memberikan ijin dan arahan untuk terpilihnya SMA Negeri 1 Tanjung Pandan sebagai lokasi PKM yang sesuai dengan tujuan dan luaran PKM yang direncanakan. Respon dari

sekolah tujuan sangat mendukung kelancaran dari pelaksanaan PKM ini. Seluruh kegiatan PKM ini juga dibantu oleh 5 mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi dari awal persiapan hingga pelaksanaannya. Selain itu sebagai pemateri juga melibatkan asisten dosen di program studi Ilmu Komunikasi.

Pemilihan tanggal pelaksanaan pada Senin, 16 Juli 2018, atas saran dari pihak sekolah karena bertepatan dengan hari pertama para siswa SMA Negeri 1 Tanjung Pandan masuk sekolah. Saat Kepala Sekolah dan Para Guru disibukkan dengan acara penerimaan mahasiswa baru, maka kelas-kelas lain masih ada kegiatan salah satunya kegiatan pengajaran oleh Tim PKM di kelas III. Pemilihan siswa kelas III sebagai sasaran dari pelaksanaan PKM adalah karena tingkat kesiapan siswa kelas III dibandingkan adik kelas sebagai salah satu penggerak perubahan sosial dianggap lebih mampu jika dilihat dari kematangan usia dan penyerapan ilmu. Selain itu siswa kelas III juga disiapkan untuk bisa lebih kreatif dalam meningkatkan dan mengembangkan kemampuan diri karena mereka akan segera lulus dari bangku sekolah dan memutuskan untuk melanjutkan ke jenjang lebih tinggi. Ini sejalan dengan tag line dari kegiatan PKM yaitu ‘Level Up Your Communication’

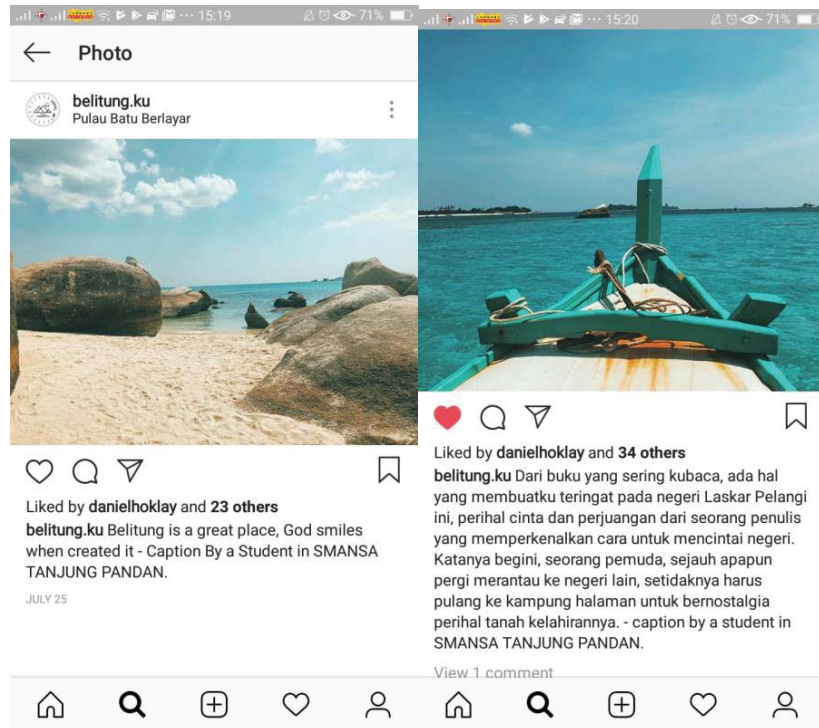
Sebagai generasi muda, setiap siswa SMA kelas III harus mampu dan bersemangat dalam mengembangkan kemampuan agar memiliki nilai plus setelah lulus SMA. ‘Level UP Your Communication’ memiliki makna bahwa sebagai generasi muda yang memiliki kemampuan dan waktu yang masih panjang harus bergerak, tidak berdiam diri saja. Sebagai anak muda harus memiliki kreativitas lebih terutama untuk mengembangkan potensi Belitung agar semakin maju dan berkembang sehingga juga menguntungkan bagi kemajuan generasi muda disana. Sebagai generasi muda, para siswa SMA dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi yang terus meningkat, menggunakan sosial media untuk hal – hal yang positif, memanfaatkan instagram yang bukan hanya digunakan untuk menampilkan foto-foto ‘*selfie*’ diri sendiri.

Untuk memberikan contoh pada siswa SMA, maka sebelum hari H pelaksanaan PKM, sudah dibuat akun instagram @belitung.ku. Untuk mengisi konten akun tersebut maka sebagian mahasiswa diarahkan agar mampu mendapatkan gambar – gambar kreatif seputar obyek wisata di daerah Belitung. Untuk itu, 2 mahasiswa sudah berangkat terlebih dahulu 3 hari sebelum hari H untuk mengumpulkan foto-foto dan video, selain mengisi konten akun @Belitung.ku, juga sebagai materi contoh untuk ditampilkan pada siswa SMA. Selama 2 hari, mahasiswa mengunjungi beberapa obyek wisata terutama pantai dan pulau untuk melakukan pengambilan gambar.



Gambar 1. Tampilan Instagram @Belitung.ku.

Instagram @Belitung.ku ini digunakan sebagai sarana praktek siswa SMA untuk menciptakan *caption* kreatif seputar Belitung ku. Saat sesi Efektif menggunakan Instagram, siswa diminta untuk membuat *caption* menarik untuk menggambarkan keindahan pantai Belitung.



Gambar 2. Caption siswa SMA Negeri 1 Tanjung Pandan





Gambar 4. Acara Penutupan Pelatihan di halaman SMA Negeri 1Tanjung Pandan

Hingga kini, instagram @belitung.ku masih aktif dikelola oleh tim PKM dengan mahasiswa yang aktif di dalamnya termasuk merepost hasil foto dan video karya siswa SMA Negeri 1 Tanjung Pandan . Pendampingan untuk mengelola akun Instagram @belitung.ku ini agar nantinya konten yang ditampilkan benar-benar mampu mempromosikan Belitung sebagai salah satu destinasi wisata yang wajib dikunjungi wisatawan. Luaran berupa akun instagram yang secara berkala bisa digunakan seluruh anak muda khususnya di SMA Negeri 1 Tanjung Pandan untuk terus menerus aktif mempromosikan kekayaan budaya, kekayaan wisata, kearifan lokal sebagai upaya mengembangkan Belitung.

Pelaksanaan PKM di SMA Negeri 1 Tanjung Pandan memberikan hasil :

1. membekali lebih dari 200 siswa kemampuan untuk berkomunikasi efektif, bersosial media dengan bijak secara positif.
2. Siswa juga mampu bekerja sama berkreasi membangun Belitung sebagai salah satu destinasi wisata yang mampu menghasilkan pendapatan daerah dan meningkatkan taraf hidup masyarakat lewat berpromosi di Instagram.
3. Sebuah akun instagram @belitung.ku yang kontennya untuk mempromosikan obyek wisata Belitung secara tepat.

Diharapkan dengan hasil tersebut, anak muda Belitung memiliki kesadaran dan keinginan untuk membangun Belitung dan menjaga seluruh keindahan obyek wisata .

Di akhir pelaksanaan PKM, untuk melihat respon dari siswa SMA Negeri 1 Tanjung Pandan, dibuat survey apakah pengajaran sudah dilakukan dengan baik. Dari survey, hasil yang didapat adalah :

1. Siswa SMA Negeri 1 Tanjung Pandan setuju bahwa selama proses pengajaran dan Praktek, mereka mendapatkan sudut pandang baru mengenai cara berkomunikasi, dan bagaimana berkomunikasi menggunakan sosial media.
2. Siswa SMA Negeri 1 Tanjung Pandan setuju bahwa materi yang disampaikan langsung bisa diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.
3. Siswa SMA Negeri 1 Tanjung Pandan setuju bahwa materi yang disampaikan bermanfaat, telah disampaikan dengan baik, membuka wawasan mereka dan menumbuhkan kesadaran untuk mengembangkan Belitung dengan potensi wisata yang dimiliki.
4. Siswa SMA Negeri 1 Tanjung Pandan mengerti benar pentingnya pemahaman dasar dan cara menggunakan sosial media dengan baik dan benar, selain sebagai pertukaran informasi juga dikembangkan sebagai peluang usaha.

Kebahagiaan tersendiri saat akhir acara, seluruh reaksi, respon, dan semangat dari seluruh siswa SMA Negeri 1 Tanjung Pandan menghapus seluruh rasa lelah selama persiapan dan pelaksanaan kegiatan PKM.

3.2 Pembahasan

Bagi Indonesia, sektor pariwisata memiliki peranan yang sangat penting untuk menunjang pembangunan nasional. Selain itu sektor pariwisata merupakan salah satu faktor yang sangat strategis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan devisa negara. Berkembangnya industri pariwisata meningkatkan kebutuhan akan komunikasi pariwisata sebagai salah satu aktivitas manusia dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan ke suatu daerah atau obyek wisata. Komunikasi pariwisata yang tepat dan efektif pada media yang tepat, akan memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat sebelum berkunjung ke satu lokasi wisata tertentu.

Salah satu yang dijadikan referensi adalah informasi obyek wisata melalui media sosial yaitu instagram. Aplikasi Instagram merupakan layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk memotret dan memberikan filter, kemudian disebarluaskan lewat instagram tersebut, atau diberi link ke social media lain seperti facebook. Instagram dapat dioperasikan melalui smartphone berbasis sistem operasi Android maupun IOS, bahkan dapat juga dioperasikan melalui komputer atau PC.

Komunikasi melalui instagram sebagai interaksi sosial bukan lagi hanya sekedar tatap muka tetapi sudah melampaui ruang dan waktu. Selain sebagai interaksi sosial, Instagram saat ini juga dimanfaatkan sebagai media pemasaran dan promosi. Instagram biasanya dipilih sebagai platform utama dalam berbisnis, dengan alasan tampilan visual memiliki kekuatan dalam mempromosikan barang, jasa, maupun tempat.

Kemudahan yang ditawarkan lewat internet khususnya para pengguna media sosial instagram, membuat orang yang ingin berkunjung ke sebuah tempat baru (belum pernah dikunjungi sebelumnya) menjadikan instagram sebagai sumber informasi tentang tempat tersebut. Para wisatawan akan memperoleh referensi lewat instagram, dengan foto-foto yang menarik, caption yang menggugah rasa ingin tahu, sehingga tertarik untuk berkunjung ke tempat tersebut. Tidak perlu mengeluarkan biaya mahal dalam berpromosi, secara kreatif menjadikan instagram sebagai salah satu aplikasi untuk berpromosi tentang obyek wisata tertentu akan mampu meningkatkan kunjungan wisata ke daerah tersebut.

Pariwisata Belitung yang utama adalah keindahan alam, pantai dengan air laut yang tenang, bening dan dangkal dengan pasir pantai putih yang halus serta tumpukan batu-batu granit yang tinggi di sekeliling pantai. Citra pariwisata ini yang bermula dari novel dan film 'Laskar Pelangi' setidaknya harus di perhatikan dalam dua aspek penting yaitu fisik dan sosial. Aspek fisik pembangunan wisata di Belitung bisa terlihat dalam tiga tahun terakhir, Belitung mulai berbenah diri menjadi daerah tujuan wisata yang nyaman bagi wisatawan. Pemerintah Kabupaten Belitung maupun Belitung Timur mulai memperbaiki sarana jalan, fasilitas penginapan atau hotel yang setara bintang lima, museum dan bangunan sejarah peninggalan zaman penjajahan Belanda seperti kantor pusat yang sekarang dijadikan pusat perbelanjaan, sarana transportasi menuju Belitung yang saat ini dengan jalur utama adalah angkutan udara karena secara geografis pulau Belitung terpisah dari pulau Sumatera. Menjamurnya travel perjalanan wisata lokal sebagai akses

transportasi lokal di pulau Belitung sebagai pola pelayanan sekaligus pengembangan usaha yang menjamin kepuasan wisatawan untuk menikmati Belitung dan Belitung Timur.

Aspek sosialnya pada intinya berfokus pada perilaku masyarakat serta pelaku usaha di sekitar tempat wisata. Sebagai contoh masyarakat setempat tidak melakukan pungutan liar selain pungutan resmi pemerintah daerah contohnya parkir, selama ini wisatawan yang ingin menikmati keindahan pantai tidak pernah dibebankan uang parkir baik pemerintah daerah maupun masyarakat setempat, hal ini merupakan satu keunggulan destinasi untuk wisata Belitung. Pelaku usaha sekarang ini tidak saja didominasi masyarakat sekitar tempat wisata tetapi dari beberapa daerah di Indonesia, namun demikian masyarakat sekitar tetap harus menjaga keamanan agar wisatawan tetap merasa aman dan nyaman selama berada di Belitung jauh dari perbuatan tindakan kejahatan.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Belitung merupakan salah satu daerah kepulauan di Indonesia yang memiliki pesona wisata yang indah, yang belum maksimal dipromosikan sebagai pilihan destinasi wilayah bagi para wisatawan. Pemerintah sudah melakukan usaha-usaha untuk berpromosi, walaupun belum tepat mengenai sasaran. Tetapi perkembangan pariwisata di Belitung bukan hanya menjadi tanggungjawab dari Pemerintah Belitung saja, tetapi dibutuhkan dukungan dari masyarakat. Salah satunya adalah anak muda yang memiliki kemampuan, kreativitas, lebih melek terhadap teknologi baru. Anak muda banyak menggunakan sosial media sebagai sarana interaksi dan mendapatkan informasi. Jika bekerjasama untuk mempromosikan obyek wisata Belitung terutama di sosial media seperti Instagram secara konsisten dan kreatif maka bisa membuat pesona wisata Belitung tersebar luas. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan di Belitung baik dari dalam maupun luar negeri, bisa meningkatkan kesejahteraan di Belitung. Dan pada akhirnya, Belitung bukan lagi dikenal sebagai negeri ‘Laskar Pelangi’ atau dari tokoh ‘Ahok’ tetapi dari kepedulian anak muda untuk mengembangkan potensi wisata di daerah tersebut.

5.2 Saran

Dari PKM yang telah terselenggara maka saran yang bisa diberikan adalah :

1. Kegiatan PKM ini bisa dilanjutkan di daerah-daerah lain yang memiliki potensi wisata tetapi belum terpromosikan dengan baik,
2. Kegiatan PKM ini bisa dikembangkan dalam bentuk kerjasama dengan dinas terkait agar dukungan dari pemerintah bisa menjaga luaran yang sudah ada dari PKM masih tetap aktif.
3. Bagi anak muda, dengan aktif berkreasi menggunakan sosial media bisa menjadi agen perubahan sosial untuk membuat Indonesia lebih baik lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih yang utama bagi Tuhan yang telah memberikan arahan, tuntunan, ide, kemampuan untuk melaksanakan PKM ini dengan baik. Selain itu, ucapan terimakasih disampaikan kepada :

1. Pihak –pihak yang membantu selama proses persiapan PKM, Dinas Pariwisata dan Dinas Pendidikan yang sudah memberikan data-data dan arahan agar PKM ini bisa tepat guna.
2. Pihak SMA Negeri 1 Tanjung Pandan yaitu kepada Kepala Sekolah, Guru-guru, Administrasi, dan seluruh siswa kelas III yang telah meluangkan waktu, menerima dengan sangat terbuka, mendukung terselenggaranya PKM ini dengan baik.
3. Universitas Pelita Harapan terutama LPPM, Dekan FISIP Aleksius Jemadu, Kaprodi Ilmu Komunikasi Marsefio Luhukay, seluruh rekan dosen dan administrasi yang membantu kami dalam melaksanakan PKM ini,
4. Untuk mahasiswa yang telah bekerja keras, Clairice, Erika, Nicole, Ipeny, Thalia yang sudah membantu dari awal persiapan sampai akhir. Tim yang sangat kompak sekali. Tidak lupa juga buat asisten dosen Kevin Kristian yang mempersiapkan berkas administrasi hingga hari pelaksanaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. Komunikasi Pariwisata. Pemasaran dan Brand Destinasi. Jakarta. Prenadamedia Group. 2015
- Soyusiawaty, Dewi. Rusydi Umar, Rochmat Mantofani. 2007. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2007 (SNATI 2007) ISSN: 1907-5022 Yogyakarta. Sistem Informasi Geografis Objek Wisata Propinsi Kepulauan Bangka Belitung Berbasis Web.
- Hamzah, Yeni Immaniar. Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia. Jakarta. Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2016.
- Zuhdi, Hadiono., 2012. Gembira Membangun *Belitong*. Tanjung Pandan. Yayasan Kelekek.