



Journal of Human And Education

Volume 5, No. 1, Tahun 2025, pp 833-841

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Implementasi Media Pemasaran Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kedatangan Konsumen Akomodasi Pariwisata Pada Pandawa Guest House Lembongan

I Wayan Restu Aditya Putra¹, Made Irma Dwi Putranti²,

I Gusti Agung Prabandari Tri Putri³

Primakara University

Email: rstuady@gmail.com

Abstrak

Pembuatan media pemasaran digital seperti Landing Page, Google Business serta konten pemasaran Instagram bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke akomodasi pariwisata Pandawa Guest House Lembongan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi persiapan dan analisis kebutuhan, pengumpulan data, pembuatan media pemasaran digital dan pendampingan dalam pengelolaan media pemasaran serta evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media pemasaran digital dapat menjadi media pemasaran yang efektif dan efisien dikarenakan jangkauan pasar yang sangat luas serta penggunaan yang mudah. Media pemasaran digital tidak hanya memberikan keuntungan bagi pemilik usaha Pandawa Guest House Lembongan tetapi juga dapat memberikan kemudahan bagi calon wisatawan yang ingin mencari informasi terkait akomodasi dengan akurat dan terpercaya. Evaluasi menunjukkan terdapat peningkatan kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Pandawa Guest House Lembongan.

Kata Kunci: *Media Pemasaran, Digital Marketing, Akomodasi Pariwisata*

Abstract

The creation of digital marketing media such as Landing Page, Google Business and Instagram marketing content aims to increase the number of tourist visits to the Pandawa Guest House Lembongan tourism accommodation. The research methods used in this study include preparation and analysis of needs, data collection, creation of digital marketing media and assistance in managing marketing media and evaluation. The results of the study show that digital marketing media can be an effective and efficient marketing media due to its very wide market reach and easy use. Digital marketing media not only provides benefits for Pandawa Guest House Lembongan business owners but can also provide convenience for prospective tourists who want to find information related to accommodation accurately and reliably. The evaluation shows that there has been an increase in tourist visits to Pandawa Guest House Lembongan.

Keywords: *Marketing Media, Digital Marketing, Tourism Accommodation*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membawa dampak signifikan bagi kehidupan manusia, terutama dalam dunia pemasaran yang kini beralih ke digital. Menurut Kotler et al. (2017), pemasaran digital menawarkan berbagai keuntungan seperti efektivitas biaya, akses yang lebih mudah ke audiens yang lebih luas, serta kemampuan untuk melacak dan menganalisis kinerja kampanye pemasaran secara real-time. Pemasaran digital marketing memungkinkan promosi produk dan layanan dengan lebih efektif dan jangkauan yang lebih luas. Strategi ini tidak terbatas hanya pada produk tertentu, namun juga dapat digunakan untuk memasarkan jasa, produk, hingga akomodasi pariwisata. Seperti yang diungkapkan

oleh Chaffey (2019), platform digital seperti Google Bisnis, landing page, dan konten pemasaran sangat bermanfaat bagi pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing dan visibilitas, terutama dalam sektor yang bergantung pada kedatangan konsumen dari luar daerah, seperti sektor pariwisata.

Dalam hal ini, pemasaran melalui platform seperti Google Bisnis, landing page, dan konten pemasaran sangat bermanfaat bagi pelaku usaha di sektor pariwisata. Sebagaimana yang dikatakan oleh Ryan (2016), "digital marketing is a powerful tool in the tourism industry, as it allows businesses to attract potential customers globally and engage with them in real-time." Mengingat pariwisata merupakan penyumbang besar bagi pendapatan Bali, dengan kontribusi sebesar 54,6% dari sektor ekonomi, menurut Bank Indonesia, pemasaran digital menjadi sebuah kebutuhan penting bagi pengusaha pariwisata.

Pandawa Guest House Lembongan adalah salah satu usaha akomodasi pariwisata yang terletak di Nusa Lembongan, menyediakan penginapan dan berbagai aktivitas pariwisata seperti snorkeling, surfing, dan island tours. Namun, pandemi Covid-19 memukul sektor pariwisata, menyebabkan penutupan berbagai akomodasi, termasuk Pandawa Guest House, dengan sebanyak 7.940 usaha yang tutup di Bali selama pandemi, menurut data Bank Indonesia. Sebagaimana yang disampaikan oleh Buhalis & Law (2008), "the tourism sector must embrace digital transformation to remain competitive, especially after the disruptions caused by global crises such as the COVID-19 pandemic." Oleh karena itu, pemasaran digital menjadi penting bagi usaha seperti Pandawa Guest House untuk kembali meningkatkan visibilitas dan menjangkau lebih banyak wisatawan.

Tabel 1. Kedatangan Pengunjung Akomodasi Pariwisata Pandawa Guest House Lembongan Tahun 2018-2023 Garis Dihilangkan

No	Tahun	Pengunjung	Target	Persentase
1	2018	947	1.500	63%
2	2019	915	1.500	61%
3	2020	0	950	0%
4	2021	0	950	0%
5	2022	483	950	50%
6	2023	498	950	52%

Sumber : Wawancara Kepada Pemilik Pandawa Guest House Lembongan Pada Tahun 2024

Dari target perusahaan sebanyak 1.500 pengunjung pada tahun 2018, Pandawa Guest House Lembongan hanya mampu menarik 947 pengunjung dengan persentase 63 persen. Selanjutnya pada tahun 2019 juga belum memenuhi target yakni dengan persentase 61 persen. Sedangkan untuk tahun 2020 dan 2021 tidak ada pengunjung, mengingat pada saat itu terjadi Pandemi Covid-19. Begitu juga pada tahun berikutnya, perusahaan hanya mampu menarik 483 pengunjung pada tahun 2022 dan 498 pengunjung pada tahun 2023 dari target 950 pengunjung dengan persentase 50 persen dan 52 persen.

Pasca Covid-19, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pandawa Guest House Lembongan masih belum memenuhi target. Ada banyak hal yang menyebabkan sepi wisatawan yang berkunjung dan menginap pada Pandawa Guest House Lembongan, hasil wawancara kepada pemilik Pandawa Guest House Lembongan diketahui bahwa Pandawa Guest House Lembongan belum menetapkan strategi pemasaran digital secara optimal dan hanya menggunakan *booking.com* saja. Hal tersebut tentunya berdampak pada sepi pemesanan kamar dikarenakan para wisatawan kurang mengetahui secara detail informasi mengenai Pandawa Guest House Lembongan.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis mencoba untuk membuat media pemasaran digital berupa *landing page*, *Google Business* dan konten pemasaran pada akomodasi pariwisata Pandawa Guest House. Hasil tugas akhir ini dirancang untuk membantu mengoptimalkan pemasaran digital marketing akomodasi pariwisata agar dapat memperluas target pasar.

Google Business adalah alat yang dikembangkan oleh Google untuk memudahkan pengguna menemukan dan memahami informasi tentang usaha bisnis yang ingin mereka kejar. fungsi *Google Business* yaitu pengguna dapat mengakses berbagai informasi yang dapat diperoleh pelanggan, seperti nama perusahaan, alamat, jam operasional, nomor telepon, gambar produk, foto kantor, dan ulasan pelanggan. Setelah menerima informasi,

pemilik bisnis diberi waktu untuk mengajukan pertanyaan dan mendiskusikan materi serta spesifikasi perusahaan yang dimaksud [3]

Landing page merupakan halaman website yang akan dilihat oleh pengunjung internet pada saat melakukan sebuah aksi penting yang diinginkan pada sebuah *website*. Adapun *Landing page* memiliki dua fungsi. Fungsi yang pertama yakni, mengkonversi pengunjung menjadi pelanggan dengan melakukan tindakan tertentu yang diinginkan oleh pemilik bisnis. Nantinya pengunjung diharapkan dapat melakukan Tindakan yang menguntungkan Perusahaan

Kedua adalah untuk mempercepat sebuah transaksi dengan mengumpulkan data ataupun informasi pengunjung. Melalui informasi yang didapat, pemilik dapat melakukan komunikasi dengan alamat email maupun akses informasi lainnya dengan mengirimkan materi promosi atau konten berharga, atau melakukan tindakan pemasaran lainnya untuk mengoptimalkan interaksi pelanggan dengan harapan pengunjung melakukan tindakan transaksi

Konten pemasaran merupakan strategi pemasaran yang efektif bagi Perusahaan yang berupa foto, video dan harga. Konten pemasaran instagram dapat berfungsi sebagai “memproduksi, mendistribusikan, dan menyediakan informasi yang relevan dan menarik serta pada waktu atau momen yang tepat untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dalam proses pertimbangan pembelian mereka, sehingga mendorong pertumbuhan bisnis ke arah yang positif

Adapun konten pemasaran yang akan dibuat adalah berupa informasi mengenai akomodasi yang berisi foto, video, harga akomodasi dan lain sebagainya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mendesain dan mengembangkan landing page sebagai sarana utama dalam mempromosikan produk atau layanan, dengan memperhatikan aspek desain, fungsionalitas untuk meningkatkan kedatangan konsumen. (2) Membuat dan mengelola akun Google Business untuk meningkatkan visibilitas bisnis secara online, mempermudah pelanggan menemukan informasi bisnis, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui fitur-fitur yang disediakan oleh platform tersebut. (3) Menyusun dan menghasilkan konten pemasaran yang efektif untuk dipublikasikan di media sosial Instagram, guna menarik perhatian audiens.

METODE PELAKSANAAN

Program pembuatan media pemasaran digital untuk Pandawa Guest House Lembongan dimulai dengan tahap persiapan dan analisis kebutuhan, yang dilakukan melalui wawancara dengan pemilik akomodasi untuk memahami kebutuhan pemasaran digital. Menurut Kotler dan Keller (2016), analisis kebutuhan merupakan langkah krusial dalam merancang strategi pemasaran yang efektif, karena dapat memastikan bahwa strategi yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pasar dan konsumen. Setelah itu, pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan informasi lengkap mengenai kamar, fasilitas, serta foto dan video akomodasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Andries (2019) yang menyatakan bahwa pengumpulan data yang akurat dan relevan sangat penting untuk menciptakan konten yang dapat menarik perhatian konsumen.

Tahap berikutnya adalah pembuatan media pemasaran digital, yang mencakup pembuatan landing page, Google Business, dan konten pemasaran untuk meningkatkan kedatangan konsumen. Seperti yang dijelaskan oleh Chopra dan Meindl (2019), pembuatan media pemasaran digital yang informatif dan menarik dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk atau layanan di pasar. Pendampingan dalam pengelolaan media pemasaran dilakukan dengan mengajarkan pemilik cara membuat dan mengelola konten pemasaran di media sosial, serta mendesain tampilan yang menarik pada media pemasaran digital. Hal ini sejalan dengan pandangan Johnson (2021) yang menekankan pentingnya keterampilan dalam mengelola konten dan interaksi dengan audiens di platform digital untuk mencapai kesuksesan pemasaran.

Evaluasi dilakukan secara periodik untuk menilai efektivitas media pemasaran, termasuk jumlah kunjungan, analisis performa media sosial, dan evaluasi tampilan landing page dan Google Business. Pheasant dan Haslegrave (2006) mengungkapkan bahwa evaluasi yang rutin penting untuk menilai apakah strategi yang diterapkan sudah

memberikan hasil yang optimal. Dengan demikian, evaluasi ini membantu dalam melakukan perbaikan dan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran digital. Program ini dilaksanakan dengan jadwal yang terperinci dan dilakukan sepanjang bulan September hingga Oktober 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Hasil Pelaksanaan Program

Persiapan dan Analisis Kebutuhan

Pada bulan September 2024 dilakukan kunjungan awal ke akomodasi Pandawa Guest House Lembongan dan bertemu dengan pemiliknya langsung. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik Pandawa Guest House Lembongan diketahui bahwa Pandawa Guest House Lembongan belum menetapkan strategi pemasaran digital secara optimal dan hanya menggunakan *booking.com* saja dalam strategi pemasarannya. Hal tersebut tentunya berdampak pada sepihnya pemesanan kamar dikarenakan para wisatawan kurang mengetahui secara detail informasi mengenai Pandawa Guest House Lembongan. Solusi dari permasalahan tersebut dengan dibuatnya media pemasaran digital berupa *Landing page*, *Google Business*, konten pemasaran dan Mengajarkan pemilik akomodasi pariwisata Pandawa Guest House agar bisa menggunakan media pemasaran tersebut dengan baik.

Pengumpulan Data

Data yang didapat pada akomodasi berupa Informasi, foto dan video lengkap mengenai kamar dan halaman Akomodasi. Yang dapat dijadikan konten dan profil pada media pemasaran.

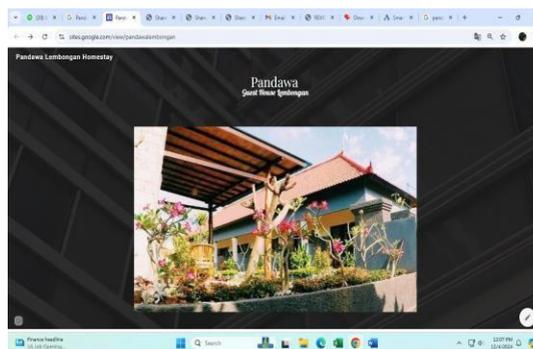


Gambar 1. Foto kamar Pandawa Guest House Lembongan

Pembuatan Media Pemasaran Digital

1. Landing page

Landing page pada Pandawa Guest House Lembongan yaitu tampilan website yang terdapat pada *google businnes* Pandawa Guest House Lembongan yang berisi foto dan informasi mengenai akomodasi agar para wisatawan dengan mudah dalam melakukan pemesanan kamar melalui aplikasi *whatsapp* yang terdapat pada fitur *landing page*.

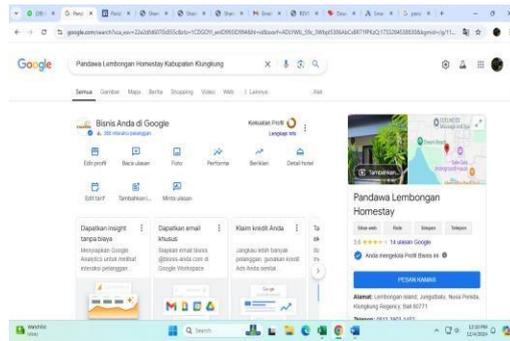


Gambar 2. Tampilan Landing Page Pandawa Guest House Lembongan

sites.google.com/view/pandawalembongan

2. Google business

Google business merupakan alat untuk memasarkan akomodasi pada Pandawa Guest House Lembongan yang berisi informasi lengkap agar dengan mudah menemukan alamat lengkap, nomor telepon, jam operasional, serta link ke situs web, sehingga mempermudah proses pemesanan.



Gambar 3. Tampilan Google Business Pandawa Guest House Lembongan

<https://g.co/kgs/WrHmhjy>

3. Konten Instagram

Konten pemasaran *Instagram* Pandawa Guest House Lembongan sangat penting dalam membangun kehadiran online yang menarik dan berinteraksi langsung dengan calon konsumen. *Instagram* sebagai platform berbasis visual, konten pemasaran *Instagram* Pandawa Guest House Lembongan yaitu menampilkan foto dan video yang menggambarkan suasana penginapan, fasilitas, pemandangan sekitar, sehingga mendorong orang untuk memesan penginapan atau mencari informasi lebih lanjut.



Gambar 4. Tampilan Instagram Pandawa Guest House Lembongan

https://www.instagram.com/pandawa_lembongan?igsh=MWhwZTdnb21ueDV1bQ%3D%3D&utm_source=qr

Pendampingan dalam Pengelolaan Media Pemasaran Digital

Pendampingan dalam Pengelolaan media pemasaran digital marketing ini Mengajarkan untuk membuat konten pemasaran berupa video dan foto untuk bisa di unggah di sosial media instagram adapun mendesain tampilan yang menarik pada *Landing page* dan *google busines* dan Mengajarkan untuk mengelola akun sosial media termasuk interaksi dengan audiens.



Gambar 5. Tampilan Pendampingan Pembuatan Dan Pengelolaan Media Pemasaran Digital

Evaluasi

Pada tahapan terakhir ini pembuatan media pemasaran digital melakukan evaluasi secara menyeluruh terhadap pembuatan media pemasaran digital di akomodasi pariwisata Pandawa Guest House Lembongan.

Evaluasi jumlah kunjungan (berapa jumlah pengunjung sebelum ada media pemasaran atau setelah ada media pemasaran)

Tabel 2. Tabel Kedatangan Pengunjung Bulan Sep-Nov

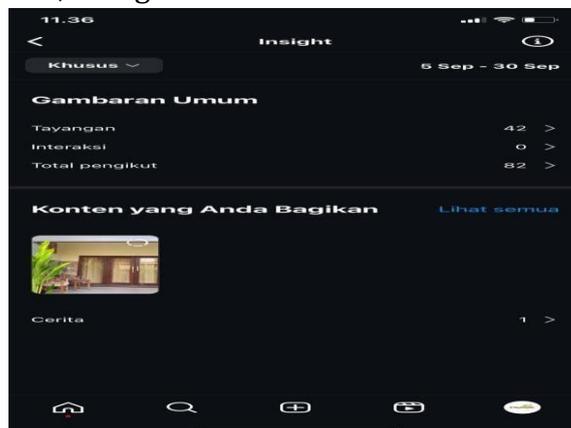
Rekapan Kedatangan Konsumen Pada Pandawa Guest House Lembongan				
September-November				
No	Bulan	Total Kamar Terjual	Rata" Meniap	Total Pendapatan
1	September	94	2	16,716,000.00
2	Oktober	133	2	23,628,000.00
3	November	42	2	7,464,000.00
Total		269	6	47,808,000.00

Sumber : Buku Besar Reservasi Kedatangan Konsumen Akomodasi

Berdasarkan data diatas menyatakan bahwa pada bulan September 2024, total kamar yang terjual sebanyak 94 kamar. Sedangkan bulan Oktober 2024 mengalami peningkatan sebesar 30% setelah dilakukan konten pemasaran menjadi 133 kamar yang terjual. Kemudian bulan November kembali mengalami penurunan sebesar 70% dengan total kamar yang terjual sebanyak 42 kamar karena perusahaan sedang dalam proses *maintenance*. Data-data tersebut tertera pada lampiran 5.

Konten pemasaran di instragram

- a. Sebelum dibuatkan konten pemasaran instagram Pandawa Guest House Lembongan, Pandawa Guest House Lembongan mungkin memiliki brand awareness yang terbatas, hanya dikenal oleh tamu yang pernah menginap. Tanpa konten visual yang menarik dan interaksi yang aktif di media sosial, potensi untuk menarik audiens baru atau meningkatkan engagement dengan pengikut pun terbatas. Selain itu, fitur Instagram seperti Stories, Reels, mungkin belum dimanfaatkan secara optimal.



Gambar 5. Tampilan insight Sebelum Dibuatkan konten pemasaran Instagram

- b. Sesudah dibuatkan konten pemasaran instagram Pandawa Guest House Lembongan Setelah dibuatkan konten pemasaran Instagram yang terencana, Pandawa Guest House dapat meningkatkan brand awareness dengan jangkauan yang lebih luas, berkat foto dan video yang menarik serta interaksi yang lebih aktif dengan audiens. Penggunaan fitur Instagram secara maksimal membantu memperkenalkan Guest House kepada calon tamu, meningkatkan engagement, dan memudahkan pemesanan. Hal ini juga membangun komunitas loyal yang dapat meningkatkan reputasi dan kunjungan ke Pandawa Guest House Lembongan.

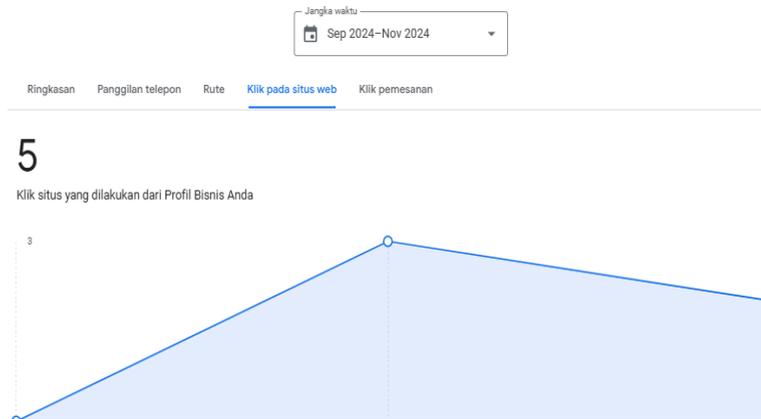


Gambar 6. Tampilan insight Sesudah Dibuatkan konten pemasaran Instagram

Mengevaluasi media pemasaran *Landing Page* dan *Google Bussiness*.

a. Pemasaran *Landing Page*

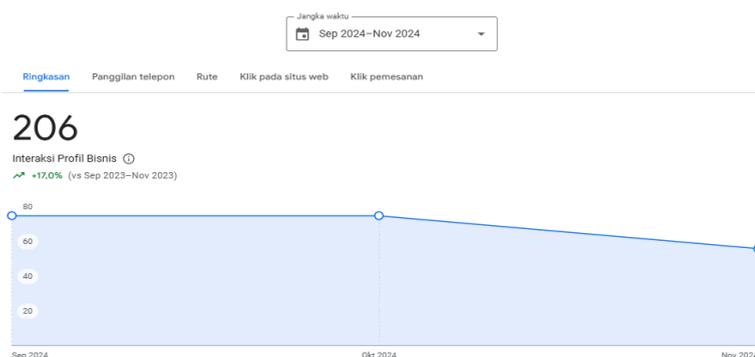
Selama periode pemasaran menggunakan landing page, kami mencatat adanya peningkatan jumlah pengunjung yang signifikan pada bulan Oktober. Peningkatan ini dapat dilihat dari lonjakan kunjungan yang mencapai 30% dibandingkan bulan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan berhasil menarik lebih banyak perhatian audiens dan meningkatkan minat untuk mengunjungi Pandawa Guest House melalui *landing page*.



Gambar 7. Tampilan Grafik Landing Page Dari Bulan Sep – Nov 2024

a. Pemasaran *Google Business*

Pada media pemasaran melalui Google Business, kami mencatat peningkatan jumlah pengunjung yang signifikan pada bulan Oktober. Peningkatan ini terlihat dari kenaikan jumlah pencarian dan klik yang menunjukkan bahwa bisnis kami semakin dikenal di platform pencarian Google. Hal ini menunjukkan bahwa optimasi profil Google Business dan strategi pemasaran yang diterapkan pada bulan tersebut efektif dalam menarik perhatian lebih banyak pengunjung. Namun, pada bulan November, terjadi penurunan jumlah pengunjung, yang tercermin dalam penurunan dibandingkan bulan sebelumnya. Penurunan ini dapat dipengaruhi oleh faktor musiman, kurangnya pembaruan atau promosi di halaman Google Business, atau adanya perubahan algoritma di platform Google. Meskipun demikian, kami akan terus melakukan evaluasi dan optimasi agar bisa kembali meningkatkan pengunjung pada bulan-bulan berikutnya.



Gambar 8. Tampilan grafik Google Business dari bulan Sep – Nov 2024

Kompetensi yang dicapai

Bagi Akomodasi :

a. Kemampuan Membuat dan Mengoptimalkan Landing Page Google Bisnis

Mengelola profil Google Bisnis secara profesional, termasuk menambahkan informasi lengkap seperti alamat, nomor telepon, jam operasional, fasilitas, dan foto berkualitas tinggi.

b. Kemampuan Membuat dan Mengelola Konten Instagram yang Menarik

Membuat konten visual (foto dan video) yang Menggunakan fitur Instagram seperti Reels, Stories, untuk memberikan informasi menarik dan interaktif.

c. Meningkatkan Kedatangan konsumen pada akomodasi

Kedatangan konsumen menambah dikarenakan adanya media pemasaran digital marketing yang mempromosikan akomodasi.

Bagi penulis :

a. Pengelolaan media pemasaran

Kemampuan untuk mengelola dan menggunakan Media pemasaran digital seperti *Landing page*, *Google business* dan Konten pemasaran instagram.

b. Pemecahan masalah

Kemampuan dalam menganalisis masalah yang ada di akomodasi dan mencari solusi dari permasalahan tersebut.

c. Komunikasi

Kemampuan dalam menyampaikan informasi dengan baik ke akomodasi

SIMPULAN

Pandawa Guest House Lembongan, sebagai akomodasi pariwisata yang terletak di Nusa Lembongan, menghadapi tantangan dalam memaksimalkan strategi pemasaran digitalnya. Berdasarkan analisis, permasalahan utama yang dihadapi adalah ketergantungan pada satuplatform pemasaran, yaitu booking.com, tanpa diversifikasi strategi digital yang lebih luas. Hal ini berdampak pada kurangnya visibilitas akomodasi di kalangan calon wisatawan, yang berujung pada rendahnya tingkat hunian bahkan setelah pandemi Covid-19. Penelitian ini memberikan solusi strategis dengan menghadirkan media pemasaran digital berupa *Landing page*, *Google Business*, dan konten Instagram yang dirancang secara profesional untuk meningkatkan kehadiran online Pandawa Guest House. *Landing page* berfungsi sebagai alat utama untuk menarik pelanggan dengan menyediakan informasi lengkap dan memfasilitasi interaksi langsung melalui WhatsApp, sementara *Google Business* meningkatkan visibilitas bisnis melalui pencarian lokal.

Di sisi lain, konten pemasaran Instagram memperkuat kehadiran visual dan meningkatkan daya tarik melalui foto dan video berkualitas tinggi. Pendampingan intensif yang diberikan kepada pemilik Pandawa Guest House bertujuan untuk memastikan pemahaman yang baik tentang penggunaan dan pengelolaan media pemasaran tersebut. Aktivitas ini melibatkan pelatihan pembuatan konten visual, pengelolaan akun media sosial, dan pengoptimalan profil digital di berbagai platform. Evaluasi hasil program menunjukkan peningkatan signifikan dalam interaksi pelanggan, baik melalui kunjungan fisik maupun melalui platform digital, yang terlihat dari data insight Instagram, peningkatan jumlah pengunjung, dan frekuensi interaksi melalui WhatsApp. Selain itu, kemampuan pemilik dalam mengelola media digital juga mengalami peningkatan, yang diharapkan dapat mendukung keberlanjutan strategi pemasaran ini

DAFTAR PUSTAKA

- Muliantari, N. P. P. (2023). Bank Indonesia bebankan kondisi ekonomi pariwisata Bali 2023. *ANTARA*. <https://www.antaraneews.com/berita/3811755/bank-indonesia-bebankan-kondisi-ekonomi-pariwisata-bali-2023#mobile-nav>
- Balipost. (2021). Kondisi pengusaha Bali makin terjepit, puluhan hotel beralih dan ribuan usaha tutup. *Balipost*. <https://www.balipost.com/news/2021/07/30/207210/Kondisi-Pengusaha-Bali-Makin-Terjepit,...html>
- Laksmi Diana, J. A. A. N. S. M. S. (2022). Pendampingan pemanfaatan digital marketing melalui Google Business pada UMKM Kelurahan Kertajaya. *JURNAL ABDIMAS PATIKALA*, 22-25.
- Syah, D. H. (2024). Penerapan landing page sebagai media digital marketing pada UD Ezer Tani. *Jurnal Ekonomi Revolusioner*, 7(6).

- Ramadhanty, P., & Malau, R. M. U. (2020). Pengaruh social media marketing content Instagram @kedaikopikulo terhadap sikap konsumen. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2).
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran digital*. Widina.
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan digital marketing sebagai media pemasaran global untuk meningkatkan penjualan produksi pada home industry. *Community Empowerment*, 5(2), 28-35.
- Komalasari, R. P., & H. B. (2020). Teknologi informasi e-tourism sebagai strategi digital marketing pariwisata. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*.