



Performance Analysis of Digital Tourism Promotion Services Through the *Ayo Piknik* (APIK) Platform in Klaten Regency

Yoldananda Prasotya Widarto^{*1)}, Ferri Wicaksono²⁾

¹⁾²⁾ Universitas Amikom Yogyakarta
Yogyakarta, Indonesia

Email correspondence : yoldananda@students.amikom.ac.id*

Abstract

Purpose: This study aims to analyze the performance of digital tourism promotion services through the *Ayo Piknik* Klaten (APIK) platform in Klaten Regency using the e-government success theory, which includes support, capacity, and value, as well as the public value theory to find out the public value generated from the implementation of the platform.

Methodology: The research used a qualitative approach with descriptive methods. Data collection was conducted through in-depth interviews, observation, documentation, and document analysis.

Findings: The results of the study show that the value element has succeeded in creating public value through an increase in tourist visits, an increase in the tourism sector's Local Own-Source Revenue by 14.81% in the 2024-2025 period, as well as social, cultural, and political values. These achievements are supported by support elements in the form of government commitment, budget support, and adequate regulations, as well as capacity elements in the form of good technological infrastructure and human resources, although socialization and handling of technical obstacles still need to be improved.

Practical Implication: This research can serve as a reference for the Klaten Regency Government in optimizing the APIK platform through strengthening socialization, updating information, increasing technological capacity, and strengthening collaboration to support more effective digital tourism promotion services.

Originality: This study examines the performance of local government digital tourism promotion services using a combination of E-Government Success Theory and Public Value Theory, which are still limited in the literature.

Keywords: Digital Tourism Promotion, E-government, Public Value, APIK Platform, Klaten Regency.

Paper Type: Research Paper

Analisis Kinerja Layanan Promosi Pariwisata Digital Melalui Platform Ayo Piknik (APIK) di Kabupaten Klaten

Abstrak

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja layanan promosi pariwisata digital melalui platform Ayo Piknik Klaten (APIK) di Kabupaten Klaten dengan menggunakan teori sukses *e-government* yaitu *support*, *capacity*, dan *value* serta teori *public value* untuk mengetahui nilai publik yang dihasilkan dari implementasi platform tersebut.

Desain/metodologi/pendekatan: Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan analisis dokumen.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen *value* berhasil menciptakan nilai publik melalui peningkatan kunjungan wisatawan, kenaikan PAD sektor pariwisata sebesar 14,81% pada periode 2024-2025, serta nilai sosial, budaya, dan politik. Capaian tersebut didukung oleh elemen *support* berupa komitmen pemerintah, dukungan anggaran, dan regulasi yang memadai, serta elemen *capacity* berupa infrastruktur teknologi dan sumber daya manusia yang cukup baik, meskipun sosialisasi dan penanganan kendala teknis masih perlu ditingkatkan.

Implikasi Praktis: Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi Pemerintah Kabupaten Klaten dalam mengoptimalkan platform APIK melalui penguatan sosialisasi, pembaruan informasi, peningkatan kapasitas teknologi, dan penguatan kolaborasi untuk mendukung layanan promosi pariwisata digital yang lebih efektif.

Originalitas/Nilai: Penelitian ini mengkaji kinerja layanan promosi pariwisata digital pemerintah daerah menggunakan kombinasi Teori *Sukses E-Government* dan *Public Value Theory* yang masih terbatas dalam literatur.

Kata Kunci: Promosi Pariwisata Digital, *E-government*, *Public Value*, Platform APIK, Kabupaten Klaten.

Jenis Penelitian : Artikel Penelitian

PENDAHULUAN

Transformasi digital saat ini menjadi salah satu fokus utama dalam pengembangan sektor pariwisata, baik di tingkat global maupun nasional. Pariwisata menjadi salah satu sektor yang menunjukkan pertumbuhan yang signifikan di tingkat global (Isra et al., 2025). Digitalisasi tidak lagi hanya dipahami sebagai penggunaan teknologi pendukung, tetapi telah berkembang menjadi strategi penting yang memengaruhi cara destinasi wisata direncanakan, dikelola, dan dipromosi. Promosi bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai penawaran produk atau jasa kepada pasar tertentu (Sartika et al., 2024).

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet dan berbagai platform digital, mendorong perubahan besar dalam cara wisatawan mencari dan mengakses informasi, dari teknik konvensional menuju sistem digital yang lebih cepat, interaktif, dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu (Amelia & Prasetyo, 2023). Era digital diprediksi menjadi faktor krusial dalam mengoptimalkan performa industri pariwisata di Indonesia (Wahyuni et al., 2023). Pariwisata berkontribusi strategis terhadap pendapatan negara melalui pajak tidak langsung (Husna, 2022). Selain itu, digitalisasi pariwisata juga berkaitan dengan konsep *Digital government* dan pengembangan *Smart tourism*, di mana teknologi dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik, efisiensi pengelolaan, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat.

Berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, aktivitas wisata dimaknai sebagai rekreasi, pengembangan kapasitas individu, maupun pendalaman terhadap objek wisata. Lebih lanjut, regulasi tersebut menetapkan bahwa pemerintah daerah bertanggung jawab memfasilitasi, mengelola, serta mengembangkan sektor pariwisata, termasuk menyediakan alokasi anggaran guna optimalisasi potensi wisata di wilayahnya. Dalam pengembangan pariwisata daerah, pemerintah juga berperan sebagai penyedia layanan publik dan pengelola promosi destinasi berbasis digital. Pemerintah dituntut memastikan layanan digital dapat menjangkau pengguna secara efektif, relevan, dan berkelanjutan (Darmadji & Fitria, 2024). Pengembangan platform digital menjadi inovasi pelayanan publik untuk memperluas akses informasi, meningkatkan interaksi wisatawan, serta memperkuat citra destinasi. Namun, promosi digital masih menghadapi tantangan, seperti efektivitas platform, keberlanjutan konten, koordinasi antar pemangku kepentingan, serta tata kelola yang menyesuaikan kebutuhan pengguna dan perkembangan teknologi.

Kabupaten Klaten merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi pariwisata beragam dan strategis. Letaknya di antara Surakarta dan Daerah Istimewa Yogyakarta menjadikan Klaten berpeluang berkembang sebagai *buffer destination*. Potensi wisatanya meliputi wisata alam, budaya, religi, dan event berbasis kearifan lokal. Untuk mendukung pengembangan dan promosi pariwisata, Pemerintah Kabupaten Klaten melalui Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olah Raga dan Pariwisata mengembangkan platform digital Ayo Piknik (APIK) pada tahun

2024 sebagai media promosi resmi daerah. Promosi pariwisata dilakukan dengan menyebarkan informasi kepada calon konsumen, masyarakat, maupun pelaku usaha sebagai penggerak transaksi sektor pariwisata (Hadiyanto et al., 2025). Platform digital juga memungkinkan penyampaian informasi secara *real-time* dan interaktif tanpa batas (Setiawan et al., 2025). Platform ini menyajikan informasi destinasi wisata, agenda event, produk ekonomi kreatif, serta konten visual untuk memperkuat citra pariwisata Kabupaten Klaten. Kehadiran APIK menunjukkan komitmen pemerintah daerah dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pelayanan publik pariwisata.

Keberadaan platform APIK belum otomatis menunjukkan keberhasilan promosi pariwisata digital. Promosi pariwisata berbasis digital tidak dapat dinilai hanya dari keberadaan aplikasi atau website yang dapat diakses oleh masyarakat (Musliha & Adinugraha, 2022). Keberhasilan layanan promosi pariwisata digital juga diukur dari sejauh mana layanan tersebut mampu memberikan manfaat nyata, seperti kemudahan memperoleh informasi, peningkatan minat berkunjung, penguatan citra destinasi, serta dukungan terhadap pelaku usaha pariwisata lokal. Oleh karena itu, evaluasi berbasis kinerja dan manfaat (*outcome-oriented*) penting dilakukan agar platform tidak hanya menjadi media informasi statis, tetapi juga mampu mendukung tujuan promosi pariwisata secara efektif.

Secara teoretik, keberhasilan layanan promosi pariwisata digital dapat dijelaskan melalui Teori Sukses *E-Government* yang dikemukakan oleh Richardus Eko Indrajit (2016). Teori ini terdiri dari tiga unsur utama, yaitu support, capacity, dan value. Keberhasilan layanan digital dipengaruhi oleh dukungan kelembagaan dan kebijakan (*support*), kesiapan sumber daya manusia, infrastruktur, dan pengelolaan sistem (*capacity*), serta manfaat yang dirasakan pengguna maupun pemerintah (*value*). Dalam konteks promosi pariwisata digital, teori ini menunjukkan bahwa kesiapan organisasi dan kapasitas teknis pemerintah daerah berpengaruh terhadap efektivitas layanan. Selain itu, digunakan juga *Public Value Theory* John Benington dan Mark H. Moore (2010), yang menekankan bahwa keberhasilan layanan publik tidak hanya diukur dari efisiensi, tetapi dari kemampuannya menciptakan nilai publik seperti manfaat ekonomi, sosial, budaya, kepercayaan masyarakat, serta ekologi yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan. Dalam promosi pariwisata digital, teori ini menjelaskan bahwa layanan tidak hanya menyediakan informasi, tetapi juga memberi dampak pada citra daerah dan partisipasi pelaku pariwisata.

Kajian mengenai pariwisata digital dalam literatur review menunjukkan bahwa teknologi informasi semakin berperan penting dalam promosi destinasi dan peningkatan pengalaman wisatawan. Penelitian Samudra et al. (2025) menyoroti peran teknologi digital dalam membangun *smart tourism* untuk meningkatkan daya saing dan pengalaman wisatawan. Alifah Kirana, (2025) membahas *smart destination* berbasis teknologi informasi guna mendukung keberlanjutan dan promosi wisata. Sementara itu, Rachmad & Sasongko (2023) menjelaskan pentingnya adopsi inovasi digital dalam pengembangan sektor pariwisata.

Pada konteks promosi pariwisata digital, Rizqi Anggita & Abdin Munib (2025) menemukan bahwa media sosial efektif meningkatkan *reach*, *awareness*, dan *engagement* wisatawan. Komansilan & Pardanus (n.d.) juga menunjukkan bahwa media digital mampu memperluas visibilitas destinasi wisata, sedangkan Kusuma (2025) membuktikan bahwa teknologi digital, kecerdasan buatan, dan strategi promosi berpengaruh signifikan terhadap kinerja industri pariwisata. Kajian internasional turut menunjukkan bahwa teknologi digital dapat mendukung promosi destinasi wisata lokal. Manalu et al. (2023) mengembangkan aplikasi *mobile* untuk membantu promosi pariwisata lokal Indonesia dan memudahkan wisatawan memperoleh informasi destinasi. Selain itu, Anderies et al. (2023) menunjukkan bahwa pemanfaatan *Augmented Reality* (AR) mampu meningkatkan pengalaman pengguna, memperkuat branding destinasi, dan mendukung promosi wisata secara lebih interaktif.

Meskipun demikian, penelitian terdahulu umumnya berfokus pada aspek promosi, pemasaran destinasi, dan pemanfaatan teknologi pariwisata. Kajian yang secara khusus menganalisis keberhasilan layanan promosi pariwisata digital pemerintah daerah menggunakan Teori Sukses *E-Government* masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji platform APIK Kabupaten Klaten melalui elemen *support*, *capacity*, dan *value*, serta memperdalam dimensi *value* menggunakan *Public Value Theory* untuk mengidentifikasi manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan legitimasi yang dihasilkan layanan tersebut.

Berdasarkan latar belakang, kajian teori, dan kesenjangan penelitian yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja layanan promosi pariwisata berbasis digital melalui platform APIK (Ayo Piknik Klaten) yang dikelola oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Klaten. Analisis difokuskan pada aspek dukungan kebijakan dan kelembagaan, kapasitas organisasi dalam pengelolaan layanan digital, serta nilai yang dihasilkan bagi masyarakat, pelaku usaha pariwisata, dan pemerintah daerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Anggito & Setiawan, (2018) Penelitian kualitatif lebih menitikberatkan pada upaya memahami suatu fenomena secara menyeluruh dan sesuai dengan konteksnya. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam keberhasilan layanan promosi pariwisata berbasis digital melalui platform Ayo Piknik (APIK). Penelitian dilakukan pada bulan April 2026 di Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olah Raga dan Pariwisata Kabupaten Klaten. Subjek dalam penelitian ini adalah informan yang terlibat secara langsung dalam pengelolaan dan pemanfaatan platform APIK. Jumlah informan dalam penelitian sebanyak 15 orang yang terdiri atas pejabat dan staf Disbudporapar Kabupaten Klaten, pelaku usaha

pariwisata, serta masyarakat pengguna Platform APIK. Informan dipilih secara *purposive* dan dikembangkan dengan teknik *snowball sampling* untuk memperluas jaringan informan berdasarkan rekomendasi informan awal. Proses pengumpulan informan dilakukan hingga mencapai kejenuhan data (*data saturation*), yaitu ketika informasi yang diperoleh telah berulang dan tidak lagi menghasilkan tema baru yang signifikan.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi langsung terhadap platform APIK, serta analisis dokumen. Menurut Rita Fiantika et al. (2022), wawancara semi-terstruktur responden didorong untuk menyampaikan pandangan dan ide mereka sehingga peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai permasalahan yang diteliti. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi mengenai dukungan (*support*), kapasitas (*capacity*), dan nilai/manfaat (*value*) layanan promosi pariwisata digital. Observasi dilakukan terhadap fitur dan pemanfaatan platform APIK, sedangkan analisis dokumen digunakan untuk memperoleh data pendukung berupa dokumen kebijakan, laporan kinerja, dan data statistik pariwisata.

Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahapan analisis mengacu pada penjelasan yang dikemukakan oleh (Saleh et al., 2017). Data yang telah ditranskrip dikodekan kemudian dikelompokkan ke dalam tema-tema analitis. Analisis pada elemen *value* diperdalam menggunakan *Public Value Theory* (Benington & Moore, 2010) untuk mengidentifikasi nilai sosial, ekonomi, dan politik yang dihasilkan layanan. Hasil analisis disajikan secara naratif guna menjawab pertanyaan penelitian dan menjelaskan kinerja layanan promosi pariwisata digital di tingkat kabupaten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Dukungan Pemerintah dalam Implementasi Platform APIK (*Support*)

Kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian menjadikannya sebagai salah satu fokus pembangunan di Indonesia (Nur Alindi, 2026). Pelaksanaan strategi promosi yang efektif berperan dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata, sehingga dapat mendorong bertambahnya jumlah kunjungan wisatawan baik dari dalam negeri maupun luar negeri (Saniati et al., 2022). Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah maupun pihak terkait dalam mendorong optimalisasi layanan berbasis teknologi. Dalam konteks ini, elemen *support* dimaknai sebagai bentuk dukungan tersebut dalam memastikan pelaksanaan layanan berbasis teknologi dapat berjalan secara optimal. Faktor mendasar yang harus dimiliki pemerintah terletak pada kemauan pejabat publik dan politik dalam

mengimplementasikan *E-government* secara komprehensif, bukan sekadar mengadopsi prinsipnya secara formal (Indrajit, 2016).

1. Disepakatinya Kerangka *E-Government* sebagai Prioritas

Elemen pertama dalam *support* adalah adanya kesepakatan bahwa *E-Government* merupakan kerangka utama dalam pembangunan pemerintahan modern. Berdasarkan hasil wawancara, kesepakatan tersebut tercermin dalam komitmen Pemerintah Kabupaten Klaten untuk menjadikan platform Ayo Piknik (APIK) sebagai bagian dari strategi pengembangan pariwisata berbasis digital. Pemerintah daerah tidak hanya memandang APIK sebagai sekadar media promosi, tetapi juga sebagai ujung tombak dalam mengimplementasikan konsep *smart tourism* sehingga mampu mendukung pengelolaan dan pengembangan pariwisata secara lebih terintegrasi.

Platform APIK diposisikan sebagai instrumen penting dalam pengambilan kebijakan berbasis data, khususnya yang berkaitan dengan kebutuhan dan perilaku wisatawan. Selain itu, pengembangan platform ini juga telah masuk dalam rencana strategis dinas sebagai bagian dari transformasi digital pelayanan publik. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kesepahaman di tingkat organisasi bahwa *E-Government* khususnya dalam bentuk platform digital, merupakan prioritas yang harus dikembangkan secara berkelanjutan.

2. Dukungan Alokasi Sumber Daya

Di setiap jenjang pemerintahan tersedia alokasi beragam sumber daya mencakup tenaga manusia, anggaran, waktu, informasi, serta lainnya, yang digunakan untuk mewujudkan konsep ini secara lintas sektoral (Indrajit, 2016). Pada aspek alokasi sumber daya, pemerintah daerah menunjukkan dukungan yang cukup baik terhadap pengembangan program *E-Government* melalui penyediaan anggaran yang berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD).

Anggaran tersebut dialokasikan secara khusus untuk pengembangan platform APIK, termasuk penambahan fitur pendukung seperti peta digital dan kalender *event* guna meningkatkan kualitas layanan informasi bagi wisatawan. Selain dukungan finansial, pemerintah juga memberikan perhatian pada aspek sumber daya manusia melalui pelaksanaan bimbingan teknis kepada pengelola destinasi wisata dan pelaku usaha. Selain dukungan finansial, pemerintah juga memberikan perhatian pada aspek sumber daya manusia melalui berbagai program peningkatan kapasitas. Hal ini diwujudkan melalui penyelenggaraan pelatihan peningkatan layanan pariwisata yang mencakup berbagai bidang, seperti pelatihan pemasaran digital, pelatihan pemandu wisata, pengelolaan homestay, serta sertifikasi tenaga kerja pariwisata.

Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas para *stakeholder* dalam memanfaatkan platform digital secara optimal. Dari sisi pelaku usaha dan pengelola

wisata, dukungan ini dirasakan dalam bentuk fasilitasi dalam proses pendataan dan publikasi usaha atau destinasi mereka di platform APIK.

3. Adanya Regulasi dan Landasan Hukum

Dukungan regulasi dalam pengembangan platform APIK menjadi salah satu bentuk elemen *support* yang penting dalam implementasi *e-government*. Hasil wawancara menunjukkan bahwa, dasar pengembangan platform APIK mengacu pada Peraturan Menteri Kominfo No. 5 Tahun 2015 tentang Registrasi Domain Instansi Penyelenggaraan Negara, Peraturan Presiden No. 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik, serta Peraturan Daerah (Perda) terkait Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten (RIPPARKAB). Selain itu, pengembangan platform juga didukung oleh landasan hukum operasional seperti Surat Keputusan (SK) Kepala Dinas Kabupaten Klaten No. 77 tahun 2023 tentang inovasi Ayo Piknik (APIK KLATEN) dan Kerangka Acuan Kerja (KAK) Pembuatan Sistem Informasi Kepariwisata Ayo Piknik Klaten Berbasis *Website* 2023. Keberadaan regulasi tersebut memberikan kepastian hukum, arah kebijakan, serta legitimasi bagi pemerintah daerah dalam melaksanakan promosi pariwisata berbasis digital melalui platform APIK. Dengan adanya dukungan regulasi yang jelas, implementasi platform dapat berjalan lebih terarah, terstruktur, dan berkelanjutan dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Klaten.

4. Sosialisasi Platform kepada Masyarakat

Kegiatan sosialisasi dalam hal ini bertujuan agar, seluruh pihak yang menjadi target pengembangan *e-government* dapat memahami keberadaan serta tujuan dari sistem tersebut (Indrajit, 2016). Sosialisasi platform Ayo Piknik (APIK) dilakukan bersamaan dengan kegiatan Pemilihan Mas dan Mbak Duta Wisata Kabupaten Klaten Tahun 2024 yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten Klaten. Dalam kegiatan tersebut Bupati Klaten melaksanakan *soft launching* yang menjadi salah satu upaya pemerintah dalam memperkenalkan platform APIK kepada masyarakat sebagai media informasi dan promosi pariwisata berbasis digital. Selain sebagai bentuk sosialisasi, keterlibatan pimpinan daerah dalam peluncuran platform juga menunjukkan adanya dukungan dan komitmen pemerintah daerah terhadap implementasi *e-government* di sektor pariwisata.

Namun demikian, hasil wawancara menunjukkan bahwa aspek sosialisasi masih perlu ditingkatkan, khususnya dalam menjaga keberlanjutan komunikasi dan koordinasi dengan *stakeholder*. Beberapa informan menyampaikan bahwa sosialisasi mengenai platform APIK masih perlu diperluas agar pemanfaatannya dapat lebih optimal dan menjangkau masyarakat secara lebih luas. Selain itu, beberapa informan dari masyarakat juga mengaku belum mengetahui keberadaan platform APIK sebagai

media promosi dan informasi pariwisata digital Kabupaten Klaten. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemerintah daerah telah melakukan berbagai bentuk sosialisasi dalam mendukung implementasi platform APIK, meskipun masih diperlukan peningkatan pada aspek keberlanjutan, intensitas sosialisasi, serta pemerataan penyampaian informasi kepada masyarakat dan pelaku pariwisata.

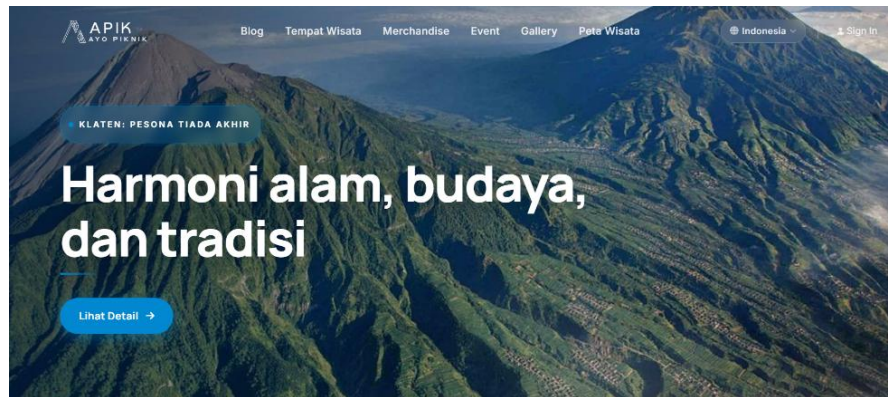
B. Kapasitas Pengelolaan Platform APIK (*Capacity*)

Pemanfaatan platform digital secara optimal mampu meningkatkan efektivitas promosi, termasuk dalam sektor pariwisata (Akasse & Ramansyah, 2023). Dalam konteks ini *capacity* adalah kemampuan dan kesiapan pemerintah daerah dalam mewujudkan *E-Government* yang efektif. Hal ini ditunjukkan oleh beberapa faktor yaitu ketersediaan sumber daya, meliputi anggaran, infrastruktur TI, serta SDM yang kompeten. Anggaran diperlukan untuk menjalankan inisiatif, infrastruktur TI menunjang sistem digital, dan SDM yang mumpuni memastikan implementasi berjalan sesuai harapan (Indrajit, 2016). Dengan kapasitas yang memadai, pemerintah daerah dapat mengembangkan dan mengelola layanan digital secara berkelanjutan, termasuk penyediaan informasi pariwisata yang akurat, mudah diakses, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat maupun wisatawan.

1. Kapasitas Infrastruktur Teknologi Platform APIK

Berdasarkan hasil wawancara, infrastruktur teknologi yang digunakan dalam operasional platform APIK dinilai sudah cukup memadai dan dikelola melalui kerja sama antara Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olah Raga dan Pariwisata dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Klaten. Pengelolaan tersebut mencakup pengaturan *environment server* yang dikonfigurasi untuk menangani akses publik berbasis web serta didukung dengan pembaruan sistem secara berkelanjutan. Sarana dan prasarana yang digunakan dalam pengelolaan platform meliputi *dedicated server* atau *cloud hosting* milik pemerintah, perangkat keras berupa PC dan laptop untuk tim admin, serta *dashboard backend* untuk pengelolaan konten digital. Sebagai bentuk visualisasi dari platform yang dikelola, berikut ditampilkan gambar website APIK yang menjadi antarmuka utama bagi pengguna dalam mengakses informasi yang tersedia.

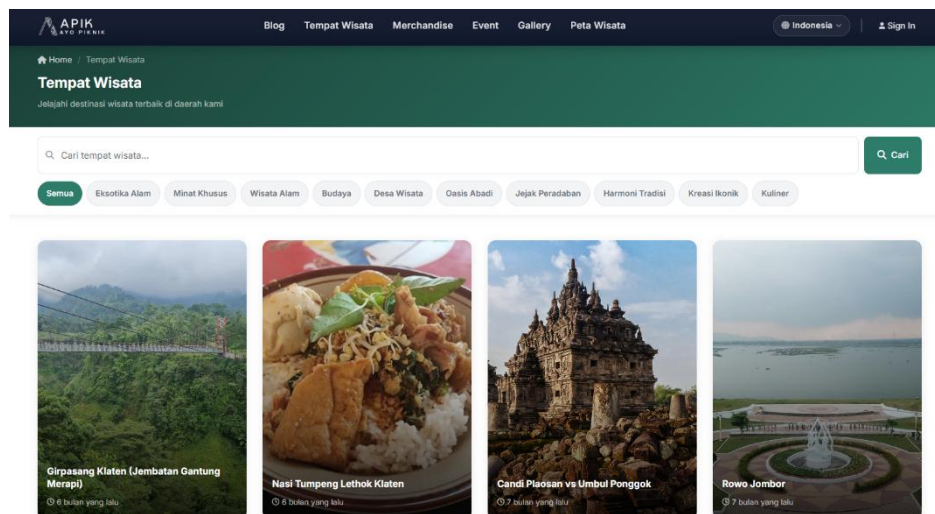
Gambar 1. Halaman Home APIK



Sumber : <https://wisata.klaten.go.id/> (2026)

Gambar 2 menunjukkan tampilan halaman utama platform Ayo Piknik (APIK) sebagai media promosi pariwisata digital Kabupaten Klaten. Pada halaman utama ditampilkan berbagai menu layanan seperti *blog*, tempat wisata, *merchandise*, *event*, *gallery* dan peta wisata yang dapat diakses oleh masyarakat secara daring.

Gambar 2. Fitur Informasi Tempat Wisata dan Kuliner

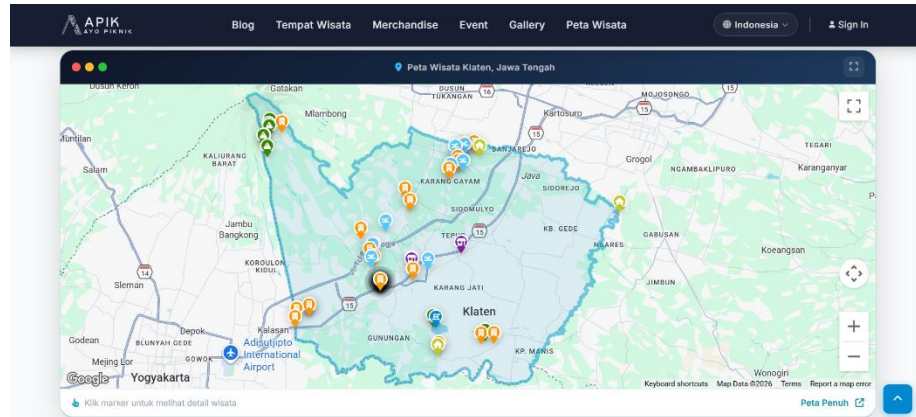


Sumber : <https://wisata.klaten.go.id/> (2026)

Pada gambar 3 terdapat fitur tempat wisata platform APIK, yang memuat berbagai informasi destinasi wisata dan kategori wisata di Kabupaten Klaten. Melalui fitur tersebut, pengguna dapat mencari informasi terkait wisata alam, budaya, kuliner, desa wisata, serta berbagai potensi wisata lainnya. Tampilan ini

menunjukkan bahwa platform APIK tidak hanya berfungsi sebagai media promosi digital, tetapi juga sebagai sarana informasi bagi masyarakat dan wisatawan dalam mengakses potensi pariwisata daerah secara lebih mudah dan terintegrasi.

Gambar 3. Peta Wisata pada Platform APIK



Sumber : <https://wisata.klaten.go.id/> (2026)

Selanjutnya pada gambar 4, menunjukkan fitur peta wisata digital yang digunakan untuk mempermudah pengguna dalam menemukan lokasi destinasi wisata di Kabupaten Klaten. Fitur ini menampilkan persebaran objek wisata dalam bentuk peta interaktif sehingga memudahkan wisatawan memperoleh informasi lokasi wisata secara lebih cepat dan praktis. Keberadaan fitur peta digital tersebut menunjukkan pemanfaatan teknologi informasi dalam mendukung pelayanan informasi pariwisata berbasis digital.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara kondisi jaringan dan server dinilai cukup stabil karena menggunakan arsitektur web modern berbasis *Laravel*, *Nginx*, dan *OS Ubuntu* yang dioptimalkan agar responsif, terutama ketika terjadi lonjakan pengunjung web pada *event-event* besar pariwisata. Namun demikian, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala yang masih ditemui, meliputi proses penyesuaian ketika terdapat integrasi database baru, mitigasi terhadap lonjakan akses secara tiba-tiba, serta terjadinya *server error* berskala minor yang memerlukan penanganan teknis (*troubleshooting*) secara cepat oleh tim IT.

Dari sisi keamanan dan stabilitas sistem, pemerintah melakukan berbagai upaya seperti implementasi sertifikat *SSL*, *maintenance* rutin, optimasi *database*, serta pembatasan akses berlapis pada sistem *backend* untuk mencegah serangan *siber*. Upaya-upaya tersebut menunjukkan adanya kesiapan pemerintah dalam menjaga keberlangsungan operasional platform APIK, sekaligus memastikan layanan tetap aman, dan dapat diakses oleh pengguna secara optimal.

2. Kapasitas Sumber Daya Manusia dalam Pengelolaan Platform

Berdasarkan hasil wawancara, tim pengelola dinilai memiliki kemampuan yang cukup baik dalam pengelolaan konten digital, *desain visual*, serta administrasi *server*. Selain itu, pengelolaan informasi dilakukan berdasarkan *Standard Operating Procedure (SOP)* internal guna memastikan informasi yang disajikan tetap akurat, relevan, dan menarik bagi pengguna. Pembaruan informasi dilakukan secara berkala, terutama pada fitur Peta Digital dan Kalender *Event* yang dibagi ke dalam kategori *Main Events*, *Side Events*, dan *Routine Events*. Pemerintah daerah juga berencana menjalin kerja sama dengan mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) di berbagai desa di Kabupaten Klaten untuk mendukung proses pembaruan informasi sekaligus promosi potensi wisata desa. Hal ini menunjukkan adanya upaya pengembangan kapasitas yang dilakukan secara kolaboratif guna mendukung keberlanjutan platform APIK.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa elemen *capacity* dalam pengelolaan platform APIK telah cukup memadai, baik dari infrastruktur teknologi maupun kompetensi sumber daya manusia. Namun, pemerintah masih perlu meningkatkan kapasitas dalam pembaruan informasi secara berkala, mengantisipasi kendala teknis dan menjaga stabilitas sistem agar implementasi platform dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan.

C. Manfaat Implementasi Platform APIK (*Value*)

Elemen *value* dalam *E-government* berkaitan dengan manfaat yang tercipta dari implementasi layanan berbasis teknologi informasi, terutama dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat (Kusuma Wardani et al., 2024). Analisis elemen *value* dalam penelitian ini tidak hanya mengacu pada Teori Sukses *E-Government* (Indrajit, 2016), tetapi juga diperkuat dengan *Public Value Theory* (John Benington dan Mark H. Moore, 2010). Menurut Benington & Moore (2010) dalam perspektif nilai publik (*public value*), nilai yang dihasilkan tidak hanya diukur dari keuntungan ekonomi, melainkan juga dari kontribusinya terhadap aspek sosial, budaya, politik, serta ekologi yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan. Dalam konteks penelitian ini, nilai publik dari implementasi platform Ayo Piknik Klaten (APIK) dianalisis melalui dimensi nilai ekonomi, nilai sosial dan budaya, nilai politik publik.

1. Nilai Ekonomi (*Economic Value*)

Economic Value merupakan nilai yang dihasilkan melalui peningkatan aktivitas ekonomi, penciptaan peluang usaha, serta kontribusi terhadap pembangunan (Benington & Moore, 2010). Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Disbudporapar Kabupaten Klaten, Indikasi nilai ekonomi dari implementasi platform APIK terlihat dari meningkatnya kinerja sektor pariwisata Kabupaten Klaten setelah platform diluncurkan pada tahun 2024. Data mengenai peningkatan tersebut disajikan pada Tabel 2 berikut.

Table 1. Data Kunjungan Wisata dan PAD Sektor Pariwisata Per Tahun Kabupaten Klaten

Tahun	Kunjungan Wisata Per Tahun	PAD Sektor Pariwisata Per Tahun
2022	4.837.799	Rp13.768.228.806
2023	6.473.752	Rp19.059.204.392
2024	6.862.352	Rp26.195.869.081
2025	7.573.327	Rp30.074.388.392

Sumber : Data Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olah Raga dan Pariwisata, (2026)

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 2, jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Klaten meningkat dari 6.862.352 kunjungan pada tahun 2024 menjadi 7.573.327 kunjungan pada tahun 2025, yang diikuti dengan kenaikan Pendapatan Asli Daerah (PAD) sektor pariwisata sebesar Rp26.195.869.081 pada tahun 2024 dan meningkat menjadi Rp30.074.388.392 pada tahun 2025. Dengan demikian, terjadi peningkatan sebesar Rp3.878.519.311 atau sekitar 14,81% setelah diluncurkannya platform APIK. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa platform digital pariwisata memberikan kontribusi yang semakin besar terhadap penerimaan daerah serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Selain itu, dalam wawancara pihak dinas juga menjelaskan bahwa platform APIK memberikan kontribusi ekonomi secara tidak langsung namun terukur (*indirect impact*). Informan Disbudporapar menyatakan bahwa:

“Dampak ekonomi terlihat dari perputaran uang di sektor riil. Promosi UMKM di dalam platform APIK membantu memperluas pasar mereka, sementara peningkatan kunjungan destinasi memberikan Multiplier Effect bagi warga sekitar (sektor parkir, kuliner, penginapan).” (Wawancara, 24 April 2026).

Meskipun peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan PAD tidak dapat sepenuhnya dikaitkan pada keberadaan platform APIK, temuan tersebut menunjukkan adanya indikasi bahwa pemanfaatan platform digital sebagai sarana promosi dan penyebaran informasi wisata turut mendukung peningkatan visibilitas destinasi wisata Kabupaten Klaten. Hal ini perlu dipahami dengan mempertimbangkan berbagai faktor lain yang juga berpengaruh terhadap perkembangan sektor pariwisata, seperti penyelenggaraan *event*, pengembangan destinasi, serta kondisi ekonomi dan mobilitas masyarakat.

2. Nilai Sosial dan Budaya (*Social and Cultural Value*)

Pengembangan aspek sosial dan budaya mampu meningkatkan kualitas ruang publik dengan pemererat hubungan serta menumbuhkan rasa kebersamaan demi tercapainya kesejahteraan masyarakat (Benington & Moore, 2010). Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat, aspek sosial yang dirasakan oleh sebagian besar informan adalah kemudahan dalam memperoleh informasi mengenai destinasi wisata di Kabupaten Klaten. Informasi yang tersedia dinilai mudah diakses, membantu pengguna mengetahui lokasi wisata, fasilitas yang tersedia, serta berbagai aktivitas yang dapat dilakukan pada setiap destinasi. Beberapa informan bahkan menyampaikan bahwa mereka mengetahui destinasi wisata baru atau *hidden gem* setelah mengakses platform APIK. Selain itu, platform APIK juga turut mendukung promosi berbagai kegiatan budaya dan *event* daerah yang diselenggarakan di Kabupaten Klaten, seperti yang disajikan pada Gambar 5 berikut.

Gambar 5. Event Budaya Kabupaten Klaten



Sumber : <https://wisata.klaten.go.id/> (2026)

Informasi mengenai *event* budaya pada Gambar 5 yang tersedia dalam platform APIK, memberikan ruang bagi masyarakat untuk lebih mengenal budaya lokal serta meningkatkan partisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan pemerintah daerah. Dengan demikian, platform APIK berkontribusi dalam memperkuat identitas pariwisata dan budaya melalui pemanfaatan teknologi digital.

3. Nilai Politik Publik (*Political Value*)

Konsep nilai politik Benington & Moore (2010), berkaitan dengan kemampuan pemerintah dalam menyediakan layanan publik yang transparan, responsif, dan mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kehidupan publik. Dalam penelitian ini, nilai politik terlihat dari upaya pemerintah dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menyediakan layanan informasi pariwisata yang mudah diakses oleh masyarakat. Hasil wawancara menunjukkan, platform APIK dikembangkan sebagai pusat informasi pariwisata digital yang mengintegrasikan berbagai informasi dalam satu sistem. Kehadiran platform ini menunjukkan komitmen pemerintah daerah dalam meningkatkan kualitas pelayanan informasi publik melalui pemanfaatan teknologi informasi. Masyarakat tidak lagi harus mencari informasi dari berbagai sumber yang berbeda karena seluruh informasi terkait destinasi wisata, event, peta wisata, dan potensi daerah telah tersedia dalam satu platform. Selain meningkatkan aksesibilitas informasi, keberadaan platform APIK juga mencerminkan transparansi pemerintah dalam menyampaikan informasi pariwisata kepada masyarakat.

Informasi yang tersedia dapat diakses secara terbuka oleh siapa saja tanpa batasan tertentu sehingga mendukung prinsip keterbukaan informasi publik. Upaya pemerintah dalam mengembangkan platform digital pariwisata tersebut menunjukkan adanya transformasi pelayanan publik menuju sistem yang lebih efektif, responsif, dan berbasis teknologi. Dengan demikian, implementasi platform APIK telah menghasilkan nilai politik publik berupa peningkatan kualitas layanan informasi pariwisata, keterbukaan informasi publik, serta penguatan peran pemerintah dalam menyediakan layanan digital yang dapat diakses oleh masyarakat secara luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis mengenai kinerja layanan promosi pariwisata digital melalui platform Ayo Piknik (APIK) di Kabupaten Klaten, penelitian ini menyimpulkan bahwa platform APIK secara umum telah berhasil diimplementasikan sebagai layanan promosi pariwisata berbasis digital. Keberhasilan tersebut tercermin dari elemen *value* yang menunjukkan terciptanya nilai publik dalam berbagai dimensi. Pada dimensi ekonomi, keberadaan platform APIK berkontribusi terhadap

peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dari 6.862.352 kunjungan pada tahun 2024 menjadi 7.573.327 kunjungan pada tahun 2025. Selain itu, Pendapatan Asli Daerah (PAD) sektor pariwisata juga mengalami peningkatan sebesar Rp3.878.519.311 atau sekitar 14,81% pada periode yang sama. Pada dimensi sosial dan budaya, platform APIK memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi destinasi wisata, mengenalkan berbagai potensi wisata tersembunyi (*hidden gem*), serta menjadi media promosi kegiatan budaya dan *event* daerah yang mendukung penguatan identitas pariwisata Kabupaten Klaten. Sementara itu, pada dimensi politik publik platform APIK menunjukkan komitmen pemerintah daerah dalam menyediakan layanan informasi pariwisata yang transparan, responsif, dan dapat diakses secara luas oleh masyarakat.

Keberhasilan tersebut juga didukung oleh elemen *support*, yang ditunjukkan melalui komitmen Pemerintah Kabupaten Klaten dalam menjadikan pengembangan *E-government* sebagai bagian dari prioritas pembangunan daerah. Dukungan tersebut diwujudkan melalui penyediaan anggaran yang bersumber dari APBD, keberadaan regulasi dan landasan hukum yang jelas seperti Peraturan Menteri (Permen), Peraturan Presiden (Perpres), Peraturan Daerah (Perda), dan Surat Keputusan Kepala Dinas, serta pelaksanaan sosialisasi platform kepada masyarakat melalui kegiatan *soft launching* pada acara pemilihan duta wisata. Meskipun demikian, aspek sosialisasi masih perlu ditingkatkan agar jangkauan informasi mengenai platform APIK dapat menjangkau lebih banyak masyarakat dan pelaku usaha pariwisata.

Selanjutnya, elemen *capacity* menunjukkan bahwa kapasitas organisasi dalam mendukung operasional platform APIK telah berada pada kondisi yang cukup baik. Hal ini terlihat dari tersedianya infrastruktur teknologi yang memadai dengan dukungan sistem berbasis *Laravel*, *Nginx*, dan *Ubuntu*, serta berbagai fitur pendukung seperti peta wisata digital dan kalender *event*. Dari sisi sumber daya manusia, pengelola platform dinilai memiliki kompetensi yang sesuai dalam pengelolaan konten digital, desain visual, dan administrasi *server*. Pemerintah daerah juga berencana melibatkan mahasiswa KKN untuk membantu pembaruan informasi secara berkala. Namun demikian, masih ditemukan beberapa kendala teknis, seperti *server error* ketika terjadi lonjakan akses pengguna serta proses penyesuaian integrasi basis data baru yang memerlukan respons cepat dari tim teknologi informasi.

Dengan demikian, platform Ayo Piknik (APIK) dapat dinyatakan berhasil mendukung promosi pariwisata digital di Kabupaten Klaten melalui terciptanya nilai publik yang positif, didukung oleh komitmen pemerintah daerah serta kapasitas organisasi yang memadai. Namun, upaya peningkatan tetap diperlukan, terutama dalam memperluas sosialisasi, menjaga keberlanjutan pembaruan konten, dan mengantisipasi kendala teknis agar layanan dapat berjalan secara lebih optimal dan berkelanjutan.

Meskipun hasil penelitian menunjukkan keberhasilan implementasi platform APIK, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang hanya dilakukan pada satu platform promosi pariwisata digital, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada layanan promosi pariwisata digital di daerah lain. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jumlah informan yang terbatas sehingga temuan yang diperoleh lebih menekankan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti dibandingkan pengukuran secara kuantitatif.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan kajian pada platform promosi pariwisata digital di daerah lain sebagai bahan perbandingan, serta mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai tingkat keberhasilan layanan promosi pariwisata digital. Selain itu, penelitian mendatang dapat mengkaji tingkat kepuasan pengguna, efektivitas fitur platform, serta dampak jangka panjang layanan digital terhadap pengembangan sektor pariwisata daerah.

IMPLIKASI PRAKTIS & TEORITIS

Penelitian ini menghasilkan implikasi praktis dan teoritis. Secara praktis, penelitian ini memberikan sejumlah rekomendasi kebijakan bagi pemangku kepentingan dalam pengembangan layanan promosi pariwisata digital di Kabupaten Klaten. Pemerintah Kabupaten Klaten dan Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olah Raga dan Pariwisata perlu memperkuat strategi sosialisasi platform Ayo Piknik (APIK) melalui pemanfaatan media sosial, kerja sama dengan pemerintah desa, komunitas pariwisata, serta pelaku usaha wisata agar tingkat pemanfaatan platform oleh masyarakat dapat meningkat, sekaligus memperluas penyebaran informasi destinasi, event, dan potensi pariwisata Kabupaten Klaten.

Pemerintah daerah perlu membangun mekanisme kolaborasi yang lebih terstruktur dengan pengelola destinasi wisata, pelaku UMKM, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), dan pemerintah desa untuk mendukung pembaruan informasi secara berkala. Langkah ini penting untuk menjaga kualitas dan relevansi informasi yang tersedia dalam platform sehingga dapat memenuhi kebutuhan wisatawan secara lebih optimal. Dalam aspek teknologi, pemerintah daerah perlu meningkatkan kapasitas infrastruktur teknologi informasi melalui penguatan *server*, pemeliharaan sistem secara berkala, serta peningkatan keamanan data guna mengantisipasi lonjakan akses pengguna dan meminimalkan gangguan teknis. Upaya tersebut diharapkan dapat mendukung keberlanjutan layanan promosi pariwisata digital serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap platform APIK.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan dukungan empiris terhadap Teori Sukses *E-Government* Richardus Eko Indrajit yang menjelaskan bahwa keberhasilan

layanan digital pemerintah dipengaruhi oleh keterkaitan antara elemen *support*, *capacity*, dan *value*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dukungan kebijakan dan kelembagaan (*support*) serta kapasitas organisasi dan teknologi (*capacity*) menjadi prasyarat penting dalam penyelenggaraan layanan promosi pariwisata digital. Namun demikian, keberhasilan implementasi layanan pada akhirnya lebih banyak tercermin melalui nilai atau manfaat yang dihasilkan bagi masyarakat dan pemerintah daerah (*value*).

Penelitian ini juga memperkuat relevansi *Public Value Theory* dalam konteks evaluasi layanan digital pemerintah daerah. Temuan menunjukkan bahwa nilai publik yang dihasilkan platform APIK tidak hanya berbentuk manfaat ekonomi melalui peningkatan aktivitas pariwisata dan pendapatan daerah, tetapi juga mencakup manfaat sosial-budaya berupa perluasan akses informasi wisata dan promosi budaya lokal, serta manfaat politik berupa peningkatan keterbukaan informasi publik dan kualitas pelayanan pemerintah. Temuan ini mengindikasikan bahwa evaluasi layanan digital pemerintah tidak cukup dilakukan melalui pendekatan teknis dan administratif semata, tetapi perlu mempertimbangkan dimensi nilai publik yang dihasilkan bagi masyarakat.

Lebih lanjut, penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi Teori Sukses *E-Government* dan *Public Value Theory* dapat digunakan sebagai kerangka analisis yang saling melengkapi dalam mengevaluasi layanan digital sektor pariwisata. Teori Sukses *E-Government* menjelaskan faktor-faktor yang mendukung implementasi layanan, sedangkan *Public Value Theory* membantu menjelaskan manfaat yang dihasilkan dari layanan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya kajian *E-government* pada level pemerintah daerah dengan menunjukkan bahwa keberhasilan layanan digital tidak hanya ditentukan oleh kesiapan organisasi, tetapi juga oleh kemampuan layanan dalam menciptakan nilai publik yang nyata bagi masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ferri Wicaksono, S.I.P., M.A. atas bimbingan dan arahan yang diberikan selama proses penyusunan artikel. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olah Raga dan Pariwisata Kabupaten Klaten atas dukungan yang diberikan dalam pelaksanaan penelitian ini. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua atas doa, dukungan moral dan material yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan artikel ini dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh informan yang telah berpartisipasi dan memberikan informasi dalam penelitian ini, serta kepada rekan-rekan yang telah memberikan bantuan, semangat, dan dukungan.

Terakhir, Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seseorang yang menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis. Atas segala dukungan, doa, dan motivasi yang telah diberikan, penulis mendoakan semoga senantiasa diberikan kebaikan, kebahagiaan, dan kelancaran dalam setiap langkah kehidupan. Semoga, dapat dipertemukan kembali dalam waktu dan keadaan yang terbaik.

REFERENCES

- Akase, C. S., & Ramansyah, R. (2023). Strategi Promosi Pariwisata melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pengunjung di Desa Wisata. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 52–60. <https://doi.org/10.24036/scs.v10i1.457>
- Alifah Kirana, Z. (2025). Inovasi Teknologi Digital dalam Meningkatkan Pengalaman Wisatawan di Destinasi Cerdas. 1(2), 51–57. <https://doi.org/10.70716/thr.v1i2.93>
- Amelia, V., & Prasetyo, D. (2023). Manfaat Literasi Digital Generasi Z sebagai Preferensi Tujuan Wisata dan Promosi Pariwisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(2), 377. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1282>
- Anderies, Marvella, M., Hakim, N. A., Seciawanto, P. A., & Chowanda, A. (2023). Implementation of Augmented Reality in Android-based Application to Promote Indonesian Tourism. *Procedia Computer Science*, 227, 573–581. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.560>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Benington, J., & Moore, M. (2010). *Public value: Theory and practice*. Bloomsbury Publishing.
- Darmadji, R., & Fitria, S. E. (2024). Analisis Penerapan Inovasi Digital pada Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Semarang. 5, 4289.
- Hadiyanto, Arif, N., Ali, R. M., Thabran, Y., Zam Zam Al Arif, T., Falia, V., & Rakha Yudhie, R. (2025). PELATIHAN IT DIGITAL UNTUK IKLAN DALAM BAHASA INGGRIS DAN PROMOSI PARIWISATA KERINCI (Vol. 07, Number 03).
- Husna, F. K. (2022). Analisis dampak sektor pariwisata bagi perekonomian warga sekitar kawasan wisata Siblarak Polanharjo Kabupaten Klaten. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 2(2), 104–117. <https://doi.org/10.53088/jerps.v2i2.577>
- Indonesia. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Jakarta: Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11.
- Indrajit, R. E. (2016). *Konsep Dan Strategi Electronic Government*. Andi Yogyakarta.
- Isra, N., Herman, B., & Rusdi, M. (2025). Peran Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan. *Journal Of Business, Economics, And Finance*, 3, 2025. <https://doi.org/10.37985/benefit.v3i1.1041>

- Komansilan, T., & Pardanus, R. H. W. (n.d.). *Digitalisasi Promosi Pariwisata: Analisis Konseptual Penggunaan Multimedia Pada Destinasi Wisata*.
- Kusuma Wardani, F., Arinda Putri, D., & Sugeng Cahyono, A. (2024). UPAYA PEMERINTAH KECAMATAN SENDANG KABUPATEN TULUNGAGUNG DALAM MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL UNTUK MEMPROMOSIKAN POTENSI WISATA LOKAL. <https://doi.org/10.XXXXX/XXXXX>
- Kusuma, B. A. (2025). DAMPAK TEKNOLOGI DIGITAL, AI, DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP EFISIENSI DAN PRODUKTIVITAS INDUSTRI PARIWISATA. *Jurnal Administrasi Profesional*, 06(01).
- Manalu, D. O., Kusumawati, Y. A., & Tho, C. (2023). Developing Nusantara Mobile Application to Support Local Tourism in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 227, 641–650. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.568>
- Musliha, & Adinugraha, H. H. (2022). DIGITAL MARKETING IN TOURISM DESTINATIONS. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 32(2), 130–137. <https://doi.org/10.20473/jeba.v32i22022.130-137>
- Nur Alindi, P. (2026). Pentahelix Analysis in the Development of Sundakerta Tourism Village, Tasikmalaya Regency, West Java Province. In *Jurnal Pemerintahan dan Politik* (Vol. 11, Number 2).
- Rachmad, T. H., & Sasongko, Y. P. D. (2023). Kearifan Lokal dan Tourist Sebagai Komunikasi Kolaboratif Pariwisata Berkelanjutan di Banyuwangi. *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 178–194. <https://doi.org/10.55506/arch.v2i2.60>
- Rita Fiantika, F., Wasil, M., & Jumiyati, S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Rizqi Anggita, E. S., & Abdin Munib, J. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pariwisata Kabupaten Trenggalek Untuk Gen Z Di Jawa Timur. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 10(1), 241–253. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v10i1.5091>
- Saleh, S., Pd, S., & Pd, M. (2017). *ANALISIS DATA KUALITATIF* Editor: Hamzah Upu.
- Samudra, D., Mufidah, M., Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K., Jl Bojong-rowolaku, I., Kajen, K., Pekalongan, K., & Tengah, J. (2025). *Inovasi Teknologi Pengembangan Wisata Cerdas (Smart Tourism): Studi Kasus Wisata Unggulan Kabupaten Kebumen Smart Tourism Development Technology Innovation: Study Case of Featured Tourism in Kabupaten Kebumen* (Vol. 2, Number 1).
- Saniati, Assuja, M. A., Neneng, Puspaningrum, A. S., & Sari, D. R. (2022). Implementasi E-Tourism sebagai Upaya Peningkatan Kegiatan Promosi Pariwisata. *International Journal of Community Service Learning*, 6(2), 203–212. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i2.45559>
- Sartika, Abbas, B., & Supriaddin, N. (2024). *Analisis Promosi Pariwisata dan Budaya Masyarakat Lokal dalam Meningkatkan Kunjungan*.

- Setiawan, T., Hartini, S., & Aryo Putro, F. H. (2025). *PENDEKATAN SISTEM DALAM KOMUNIKASI PARIWISATA DI ERA DIGITAL: OPTIMALISASI INTERAKSI DAN PROMOSI BERKELANJUTAN*.
- Wahyuni, L. T. S., Lasmawan, I. W., & Suastika, I. N. (2023). Strategi Digital Marketing Tempat Pariwisata dan Budaya Desa Cempaga Melalui Platform Digital. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 6(3), 343–349. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i3.53530>