



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 7332-7341

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Media Sosial Video Youtube Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Pada Objek Wisata Kebudayaan Di Kabupaten Merangin Tahun 2022

Al Andani<sup>1✉</sup>, Dini Elida Putri<sup>2</sup>, Kelik Purwanto<sup>3</sup>

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Hukum Dan Ekonomi Bisnis

Universitas Dharmas Indonesia

Email: [alandhani55@gmail.com](mailto:alandhani55@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Kekayaan yang dimiliki Indonesia tersebut harus dilestarikan agar tetap menjadi ciri khas bagi kearifan lokal di Indonesia, Budaya adalah suatu pola hidup menyeluruh yang bersifat kompleks, abstrak, dan luas, Keanekaragaman budaya tersebut merupakan kebanggaan yang tak ternilai harganya yang dapat memperkokoh pariwisata menjadi potensi luar biasa hingga dapat menarik wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Dimana pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berbentuk angka untuk menguji suatu hipotesis. Alasannya adalah kegiatan penelitian yang spesifikasinya sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas dari awal penelitian hingga selesai pembuatan desain penelitian. Berdasarkan hasil penelitian Variabel Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang dimana  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $6,903 > 1,649$ ) dan tingkat signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat diperoleh  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Variabel promosi media sosial video youtube berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang dimana  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $5,222 > 1,649$ ) maka diperoleh  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima Variabel fasilitas dan promosi media sosial video youtube terhadap minat kunjungan ulang berpengaruh positif dan signifikan, hal ini ditunjukkan nilai  $f$  hitung lebih besar dari nilai  $f$  tabel ( $88,628 > 3,02$ ) dan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Maka diperoleh  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima

Kata kunci : *Fasilitas, Promosi, Minat kunjungan ulang*

## Abstract

The country of Indonesia has abundant wealth in terms of culture and natural resources. The wealth that Indonesia has must be able to continue to be preserved so that it remains a hallmark of local wisdom in Indonesia. Culture is an overall pattern of life that is complex, abstract, and broad. This cultural diversity is a priceless pride that can strengthen tourism into extraordinary potential so that it can attract tourists. This study uses a quantitative method, where the quantitative approach is research in the form of numbers to test a hypothesis. The reason is the research activities whose specifications are systematic, planned and clearly structured from the beginning of the research to the completion of the research design. Based on the research results, the Facility Variable has a positive and significant effect on the intention to return where the t count is greater than the t table ( $6.903 > 1.649$ ) and the significance level is smaller than alpha ( $0.000 < 0.05$ ) so that  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. The YouTube video social media promotion variable has a positive and significant effect on the intention to revisit where the t count is greater than the t table ( $5.222 > 1.649$ ) so  $H_0$  is rejected and  $H_2$  is accepted. Facilities and social media promotion variables for YouTube videos on intention to revisit have a positive and significant effect, this is shown by the calculated f value that is greater than the f table value ( $88.628 > 3.02$ ) and the level of significance ( $0.000 < 0.05$ ). Then it is obtained that  $H_0$  is rejected and  $H_3$  is accepted

Keywords: *Facilities, Promotion, Interest in repeat visits*

## PENDAHULUAN

Negara Indonesia ialah negara yang memiliki kekayaan melimpah dalam hal kebudayaan dan sumber daya alam. Kekayaan yang dimiliki Indonesia tersebut harus dapat terus dilestarikan agar tetap menjadi ciri khas bagi kearifan lokal di Indonesia. Melestarikan kebudayaan adalah upaya atau wujud untuk mempertahankan nilai-nilai seni budaya baik secara tradisional ataupun mengembangkannya dengan perwujudan yang lebih dinamis dan luwes menyesuaikan dengan kondisi pola perkembangan zaman yang selalu berubah. Tujuan mengadakan pelestarian kebudayaan tidak lain untuk melakukan penguatan budaya itu sendiri (Dewi, 2022).

Budaya adalah suatu pola hidup menyeluruh yang bersifat kompleks, abstrak, dan luas. Banyak aspek budaya turut menentukan perilaku komunikatif. Keanekaragaman budaya suatu bangsa merupakan suatu kebanggaan yang tak ternilai harganya. Keanekaragaman budaya ini dapat membuat percampuran satu budaya dengan budaya lainnya sehingga menjadi budaya yang lebih kaya lagi. Budaya juga memiliki kedinamisan yang dapat berubah-ubah sesuai dengan zaman terlebih lagi dengan masuknya budaya lain yang ikut kebudayaan setempat suatu daerah (Rizky 2021)

Budaya dapat memperkokoh pariwisata sehingga dapat menjadi potensi yang luar

biasa hingga dapat menarik wisatawan. Dalam kegiatan pariwisata budaya terdapat sepuluh elemen budaya yang bisa menjadi daya tarik wisata yakni ; kerajinan, tradisi, sejarah dari suatu tempat, arsitektur, makanan lokal/tradisional, seni dan musik, cara hidup masyarakat, agama, bahasa, pakaian tradisional (Shaw dan William:1997)

Wisata budaya merupakan salah satu objek pariwisata yang cukup menarik perhatian bagi wisatawan. Kunjungan ke wisata budaya selain disebabkan oleh adanya rasa ingin tahu dan penasaran, sekaligus untuk menemukan nilai etika dan estetika dari tempat dan budaya lain yang berbeda dengan seorang/kelompok wisatawan tersebut. Manfaat pembangunan wisata budaya yaitu sebagai objek daya tarik wisatawan yang dapat melestarikan warisan budaya agar budaya tidak mengalami kelunturan.

Banyak nya kebudayaan yang ada di Indonesia harus dapat dijaga dan di lestarikan karena kebudayaan merupakan kekayaan dan identitas bangsa yang sangat diperlukan untuk memajukan kebudayaan nasional di tengah dinamika perkembangan dunia baik itu kebudaan yang bersifat benda maupun non benda, Contohnya yang ada di Kabupaten Merangin, terdapat beberapa ke budayaan.

Namun dalam pengembangan dan pelestarian kebudayaan tersebut belum sepenuhnya dikategorikan sebagai kebudayaan yang memiliki fasilitas yang lengkap dikarenakan pemerintah lebih condong mementingkan fasilitas wisata alam dibandingkan fasiilitas wisata budaya, Bukan tanpa alasan, Hal itu dikarenakan wisatawan lebih banyak yang melakukan kunjungan pada wisata alam, Dimana wisatawan dapat melakukan kunjungan pada objek wisata alam kapan saja sedangkan wisata budaya tidak dapat dikunjungi kapan saja yang dapat disaksikan pada hari-hari tertentu saja, Contohnya pada hari ulang tahun suatu daerah atau acara-acara besar lainnya.

Contoh penyediaan fasilitas dalam wisata kebudayaan yang perlu di perhatikan seperti kelengkapan busana atau pakaian dari seni tari, panggung pementasan, Fasilitas penonton (Kursi/tempat yang memberikan kenyamanan penonton saat menyaksikan pertunjukan), hingga fasilitas musik untuk mengiringi pertunjukan seni tari. (Anita Chaudhari, Brinzel Rodrigues 2016).

Fasilitas merupakan suatu tujuan penting untuk meningkatkan kepuasan, seperti kenyamanan pelanggan/pengunjung. Jika layanan atau fasilitas disediakan dengan baik, maka pelanggan/pengunjung akan merasa puas. Istilah "Fasilitas" mengacu pada segala sesuatu yang disediakan oleh penyedia layanan untuk digunakan oleh pelanggan/pengunjung.

## Gambar 1 Tari Kadam



Sumber : <https://www.google.com/tari+kadam+kabupaten+merangin>

Dapat dilihat dari gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa Indonesia memiliki berbagai macam ragam kebudayaan yang unik dan menarik, salah satunya tari kadam yang berasal dari Kabupaten Merangin, keunikan pada kebudayaan tersebut terdapat pada pakaiannya yang terbuat dari ijuk poH0n aren dan gerakan khas dari tari tersebut.

Namun pada saat ini banyak generasi muda/anak milenial di Kabupaten merangin masih banyak yang belum mengetahui kebudayaan yang ada di Kabupaten Merangin sehingga menimbulkan kurangnya minat terhadap budaya tersebut, Hal ini dikarenakan Adanya perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang pesat membuat Indonesia memasuki ruang lingkup yang luas hingga mendunia. Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut tentu akan menjadi salah satu tantangan bagi masyarakat terutama anak milenial, yaitu berupa bagaimana cara untuk mempertahankan eksistensi sebuah kebudayaan di tengah berkembangnya teknologi pada saat ini. Namun, Perkembangan teknologi juga sebenarnya dapat memberikan manfaat yang baik dalam pengembangan kebudayaan sebagai alat/sarana untuk terus melestarikan kebudayaan. Yaitu dengan melakukan promosi melalui pemanfaatan media social video Youtube, Instagram, Facebook, Tik tok dan lain sebagainya sebagai media pengenalan kebudayaan. (Ricky perdana 2022)

Promosi melalui media sosial sudah banyak dilakukan dalam hal penyebaran informasi seperti, informasi seputar kebudayaan, pariwisata, kesehatan, gaya, agama, politik dan lain sebagainya. Dari jumlah seluruh pengguna internet yang ada di indonesia, Youtube merupakan media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia dengan presentase 88%, Dengan kondisi tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan youtube di indonesia cukup tinggi, sehingga informasi yang disampaikan melalui *flatform* tersebut lebih efektif dan

efisien untuk lebih mudah diterima masyarakat terutama penyampaian informasi dalam bentuk visual maupun audio visual. (Wahyuningsih 2022)

Pemanfaatan youtube sebagai media promosi atau edukasi kepada masyarakat dalam hal ekonomi, hukum, politik, gaya hidup memang sudah banyak sekali. Namun, pemanfaatan youtube sebagai sarana edukasi tentang budaya sangat jarang ditemukan. Pemanfaatan media sosial dalam hal promosi pariwisata juga sudah banyak, tetapi promosi pariwisata maupun kebudayaan yang dilakukan oleh situs resmi pemerintah masih minim sekali, kebanyakan menggunakan akun komunitas ataupun akun pribadi, sehingga pendeskripsian mengenai pariwisata dan kebudayaan sebuah daerah yang ada tidak terorganisir dan bersifat subjektif dari kacamata youtubers yang membuat video dan informasi menjadi tidak up to date terhadap perkembangan objek wisata dari masa ke masa. Pemanfaatan media sosial seperti ini secara tidak langsung juga sudah membuat arsip secara digital yang dapat diakses oleh seluruh orang tanpa batasan jangkauan tempat maupun waktu. Untuk itu informasi dari media resmi juga sangat dibutuhkan untuk memperoleh info yang valid. (Fifi Liana 2022)

Berdasarkan pemaparan yang disampaikan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan topik : "Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Media Sosial Video YouTube Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan pada Objek Wisata Kebudayaan Di Kabupaten Merangin Tahun 2022"

#### METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Dimana pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berbentuk angka untuk menguji suatu hipotesis. Alasannya adalah kegiatan penelitian yang spesifikasinya yang sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas dari awal penelitian hingga selesai pembuatan desain penelitian, sampel data, sumber data, hingga metodologinya mulai dari pengumpulan hingga analisis data. (Ahmad Tanzen 2011) Menurut (Sugioyo 2018) Metode kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafa positivisme, dapat digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, untuk mengumpulkan data digunakan instrumen penelitian, pada analisis data ini memiliki sifat kuantitatif atau statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Populasi Menurut (Sugiyono 2018) Menyatakan bahwa populasi merupakan sebagai wilayah yang terdiri dari objek atau subyek yang memiliki karakteristik tertentu dan kualitas yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari sehingga nanti dapat ditarik kesimpulannya. Dari pernyataan diatas maka peneliti menetapkan populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Jangkat Kabupaten Merangin dengan jumlah populasi 4.756 Sampel Menurut (Sugiyono 2018) menyatakan bahwa sampel ialah bagian dari

karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi. Dalam menentukan sampel peneliti menentukan karakteristik dari pengambilan sampel, yaitu : Warga Masyarakat Kabupaten Merangin, Masyarakat yang bertempat tinggal di Kecamatan Jangkat, Masyarakat di Kecamatan Jangkat yang pernah menyaksikan kebudayaan asli Kabupaten Merangin.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

### A. Analisis Keterkaitan Variabel Fasilitas Terhadap Minat Kunjungan Ulang

Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Hal ini membuktikan Terlihat  $t$  hitung 6,903 dan  $t$  tabel 1,649 dimana  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $6,903 > 1,649$ ) ini menunjukkan variabel bebas fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel terikat minat kunjungan ulang. Dan tingkat signifikansi lebih kecil dari alpha ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat diperoleh  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya fasilitas ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang ( $Y$ ). Jadi, bisa disimpulkan bahwa jika semakin baik kualitas fasilitas yang diberikan pada pengunjung, maka akan semakin meningkat kunjungan ulang wisatawan atau pengunjung pada objek wisata kebudayaan di Kabupaten Merangin.

Hasil penelitian yang dilakukan Yeliana Seminari Sidabutar (2022) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial yang ditunjukkan berdasarkan hasil uji  $t$ , dari uji  $t$  tersebut diperoleh nilai  $t$  hitung 5,837 dan nilai  $t$  tabel 1,984. Dari nilai tersebut terlihat bahwa  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_1$  memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel  $Y$  maka dapat dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Hasil penelitian Rizal Nur Irawan (2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial yang ditunjukkan berdasarkan hasil uji  $t$ , dari uji  $t$  tersebut diperoleh nilai  $t$  hitung 3,684 dan nilai  $t$  tabel 1,984 dari nilai tersebut terlihat bahwa  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_1$  memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel  $Y$  maka dapat dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

### B. Analisis Keterkaitan Variabel Promosi Media Sosial Video Youtube Terhadap Minat Kunjungan Ulang

Variabel promosi media sosial video youtube secara parsial (uji- $t$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Ditunjukkan dengan hasil pengelolaan data SPSS yaitu, nilai  $t$  hitung 5,222 dan  $t$  tabel 1,649 dimana  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $5,222 > 1,649$ ) ini menunjukkan variabel bebas promosi media sosial video youtube ( $X_2$ )

berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu variabel minat kunjungan ulang (Y). Dan tingkat signifikansi lebih kecil dari alpha ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat diperoleh  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, artinya promosi media sosial video youtube (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang (Y).

Hasil penelitian yang dilakukan Ratna Ekasari (2021) menunjukkan dari hasil uji t untuk variabel promosi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial yang ditunjukkan berdasarkan hasil uji t, dari uji t tersebut diperoleh nilai t hitung 3,050 dan nilai t tabel 1,984. Dari nilai tersebut terlihat bahwa t hitung lebih besar dari t tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel X2 memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y maka dapat dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Hasil penelitian yang telah dilakukan Rismawati (2022) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial yang ditunjukkan berdasarkan hasil uji t, dari uji t tersebut diperoleh nilai t hitung 6,566 dan nilai t tabel 1,984. dari hasil signifikansi promosi yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dari nilai tersebut terlihat bahwa t hitung lebih besar dari t tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel X1 memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y maka dapat dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Hasil penelitian yang dilakukan Yusuf Abdul Gani (2022) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial yang ditunjukkan berdasarkan hasil uji t, dari uji t tersebut diperoleh nilai t hitung 6,883 dan nilai t tabel 1,660. dari hasil signifikansi promosi yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dari nilai tersebut terlihat bahwa t hitung lebih besar dari t tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel X2 memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y maka dapat dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

### C. Analisis Keterkaitan Variabel Fasilitas Dan Promosi Media Sosial Video Youtube Terhadap Minat Kunjungan Ulang

Variabel fasilitas dan promosi media sosial video youtube terhadap minat kunjungan ulang secara simultan (uji-t) berpengaruh positif dan signifikan, Hal ini ditunjukkan nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel ( $88,628 > 3,02$ ) dan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Maka diperoleh  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, yang berarti hal ini dilakukan secara bersama-sama antara fasilitas dan promosi media sosial video youtube (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang (Y).

Hasil penelitian yang dilakukan Dian Pitaloka (2022) menunjukkan bahwa secara stimulan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan kembali dengan nilai signifikansi f adalah  $0,000 < 0,05$ , Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rismayanti Simatupang (2017) menunjukkan bahwa nilai f hitung lebih besar dari f tabel yaitu  $50,570 > 2,73$  dan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka keputusan

yang diambil  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Dan penelitian yang dilakukan Anggi Fitriani (2022) menunjukkan bahwa  $f$  hitung lebih besar dari  $f$  tabel,  $119,536 > 3,09$  dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ , Maka dapat dinyatakan bahwa variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan serta diuraikan mengenai analisis fasilitas dan media promosi video youtube terhadap minat kunjungan ulang di objek wisata alam di kabupaten merangin dapat disimpulkan sebagai berikut: Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Hal ini membuktikan Terlihat  $t$  hitung  $6,903$  dan  $t$  tabel  $1,649$  dimana  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $6,903 > 1,649$ ) ini menunjukkan variabel bebas fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel terikat minat kunjungan ulang. Dan tingkat signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat diperoleh  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya fasilitas ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang ( $Y$ ). Jadi, bisa disimpulkan bahwa jika semakin baik kualitas fasilitas yang diberikan pada pengunjung, maka akan semakin meningkat kunjungan ulang wisatawan atau pengunjung pada objek wisata kebudayaan di Kabupaten Merangin.

Variabel promosi media sosial video youtube secara parsial (uji- $t$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Ditunjukkan dengan hasil pengelolaan data SPSS yaitu, nilai  $t$  hitung  $5,222$  dan  $t$  tabel  $1,649$  dimana  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $5,222 > 1,649$ ) ini menunjukkan variabel bebas promosi media sosial video youtube ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu variabel minat kunjungan ulang ( $Y$ ). Dan tingkat signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat diperoleh  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, artinya promosi media sosial video youtube ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang ( $Y$ ). Artinya jika promosi dilakukan dengan baik dan berkualitas, maka akan meningkatkan jumlah kunjungan maupun kunjungan ulang wisatawan di objek wisata kebudayaan di Kabupaten Merangin.

Variabel fasilitas dan promosi media sosial video youtube terhadap minat kunjungan ulang secara simultan (uji- $t$ ) berpengaruh positif dan signifikan, Ditunjukkan dengan hasil pengelolaan SPSS nilai  $f$  hitung lebih besar dari nilai  $f$  tabel ( $88,628 > 3,02$ ) dan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Maka diperoleh  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, yang berarti hal ini dilakukan secara bersama-sama antara fasilitas dan promosi media sosial video youtube ( $X_2$ )

berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang (Y).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anita Chaudhari, Brinzel Rodrigues, Shraddha. (2016) *pengemasan warisan budaya tak benda 'paiya lohungo lopoli' sebagai salah satu atraksi wisata budaya di gorontalo*. 390–92.
- Dewi, Wiwiek Nurkomala et al. (2022). "Pemanfaatan teknologi informasi digital sebagai media pengenalan budaya kesenian topeng cirebon kepada anak-anak panti asuhan b udhi asih".1(1): 1–11.
- Rizky, Wardani. (2021). "Promosi budaya betawi tiongHOa melalui youtube."6(2).
- Wahyuningsih, Fifi Liana et al.(2022). *Pemanfaatan media sosial youtube dan instagram sebagai sarana pelestarian budaya dan promosi pariwisata kraton jogja*.
- Qayyumi, Umikulsum Pinkan.(2021). *Pengaruh promosi melalui media sosial (instagram, tik tok dan youtube) dan electronic word of mouth terhadap minat beli pada bittersweet by najla (Universitas Sanata Dharma)*. Universitas Sanata Dharma.
- Pratama, Agung. (2016) *Efektivitas media sosial instagram dalam mengenalkan seni mural art*. diss. 2016.
- Susianto, Budi, Johannes, Syahmardi Yacob. (2022). *Pengaruh daya tarik wisata dan amenities terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada desa wisata kabupaten kerinci."* *jurnal ilmu manajemen terapan* 3.6: 592-605.
- Husin, F. (2014). *Budaya atau kebudayaan*. Jakarta: Sagung Seto, 1–6.
- Pradana, Handika Surya, Nadya Alrin Widya Sandy, and S. Sunarti. (2022) *pengenalan budaya tiongkok dalam pembelajaran bahasa mandarin melalui media digital."* *seminar nasional pembelajaran bahasa dan sastra*. Vol. 6. No. 1. Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang.
- Maulana, Mirza, Mahatir Muhammad, and Maria Ulfa.(2022). *Pemanfaatan media sosial dalam upaya pelestarian kearifan budaya lokal di desa bujak kecamatan batukliang kabupaten lombok tengah."* *jurnal pengabdian inovasi masyarakat indonesia* 1.2 : 62-65.
- Oktaviani, Wanda Fazriah, and Anna Fatchiya.(2019) *Efektivitas penggunaan media sosial sebagai media promosi wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten."* *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 17.1 : 13-27.
- Susanto, Budi, and Puji Astutik.(2020) *Pengaruh promosi media sosial dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali di obyek wisata edukasi manyung*. *risk: jurnal riset bisnis dan ekonomi* 1.1 : 36-46.
- Sari, Maya Purnama, and Ali Rahmat Hidayatulloh.(2020). *Pengenalan kebudayaanindonesia melalui fotografi pada akun instagram*

- Yudha, Igana (2021). *Fotografi media komunikasi visual dalam promosi budaya*. Danapati: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 126-138.
- Kistanto, N. H. (2015). *Tentang konsep kebudayaan*. *Jurnal Kajian Kebudayaan*, 10(2).
- Irawan, MRN, Sayekti, LI, & Ekasari, R. (2021). *Pengaruh fasilitas wisata, promosi dan harga terhadap minat wisatawan berkunjung di wisata wego lamongan*. *Ecopreneur*. 12, 4 (2), 122-131
- Meilani, M. (2014). *Berbudaya melalui media digital*. *Humaniora*, 5(2), 1009-1014.
- Putri, K. A. R. (2020). *Pengaruh promosi, fasilitas dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung di wisata Kampoeng Djawi Jombang* (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Zulfan Dan Gumgum Gumilar, I. (2015). *Potensi media sosial sebagai sarana pelestarian budaya lokal*. *jipsi-jurnal ilmu politik dan komunikasi UNIKOM*, 4.