



Strategi Promosi Wisata Kebun Kopi Senaru Melalui Vidio *Virtual Guiding* (Senaru Coffee Plantation Tourism Promotion Strategy Through Virtual Guiding Video)

**Ni Wayan Sri Suliartini^{1*}, Abdul Muta'alli Anwar², Ahmad Alfian Ansori³, Baiq Rizki Liani Putri⁴,
Baiq Widiawati⁵, Dano Syahputra⁶, Erni Febrina⁶, Ihsan Itqanul Amal⁷, Mila Diniatun⁸,
Sarah Lehani Mitchell⁹, Yulia Kartika Yanti¹⁰, Pande Komang Suparyana¹¹**

¹(Program Studi Agroekoteknologi, Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

²(Program Studi Hukum, Fakultas Hukum Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

³(Program Studi Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

⁴(Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan, FATEPA Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

⁵(Program Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

⁶(Program Studi Peternakan, Fakultas Peternakan Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

⁷(Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

⁸(Program Studi Pendidikan Kimia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

⁹(Program Studi Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

¹⁰(Program Studi Pendidikan Kewarganegaraan, FKIP Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

¹¹(Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

Article history

Received: 26 Juni 2023

Revised: 27 Juni 2023

Accepted: 28 Juni 2023

*Corresponding Author:

Ni Wayan Sri Suliartini,
Program Studi Agroekoteknologi,
Fakultas Pertanian Universitas
Mataram, Mataram, Indonesia;
Email: sri.suliartini@gmail.com

Abstract: *Senaru Village is a village located at the foot of Mount Rinjani. This village has 15 hamlets with strong culture and customs. This village is precisely located in Bayan District, North Lombok Regency and is included as one of 99 tourist villages from 10 regencies/cities in West Nusa Tenggara. One of the problems faced is the lack of tourism promotion related to the Senaru Coffee Plantation tourist attractions, especially the potential for medicinal plants in these places. An alternative solution that can be done to overcome this is by making a promotional video with a virtual guiding concept. The purpose of this activity is so that the promotional videos made can be conveyed to local tourists and international tourists. Furthermore, the guide studies the material so that the video shooting process can run smoothly. The information provided includes locations, supporting facilities and plants that have the potential as medicinal plants. The method used is the preparation stage for making a script, preparing supporting equipment for making videos, taking videos, and editing. This activity can run well and can provide insight and knowledge for local and international tourists about the potential of medicinal plants in the Senaru Coffee Plantation and the beauty of the scenery in the Senaru coffee plantation. The result of this activity is a video that guides the audience to enjoy the natural beauty of the Senaru coffee plantation tour. Virtual guiding videos have been uploaded on the YouTube page, and can be watched on <https://www.youtube.com/watch?v=eiGm9rJPxjw>.*

Keywords: *coffe; guiding; medical; senaru; virtual*

Abstrak: Desa Senaru merupakan salah satu desa yang terletak di kaki Gunung Rinjani, tepatnya di Kecamatan Bayan, Kabupaten Lombok Utara. Desa Senaru memiliki 15 dusun dengan budaya dan adat istiadat yang masih kental dan salah satu dari 99 desa wisata dari 10 kabupaten/ kota yang berada di Nusa Tenggara Barat. Kebun kopi Senaru adalah salah satu tempat wisata yang berpotensi untuk dikembangkan. Kebun kopi yang terletak di dataran tinggi menampilkan pemandangan hutan dan air terjun Tiu Kelep. Kendala yang dihadapi oleh Desa Senaru adalah minimnya promosi wisata Kebun Kopi Senaru, khususnya potensi tentang tanaman obat di tempat tersebut. Alternatif solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi hal tersebut yaitu dengan membuat video promosi dengan konsep *virtual guiding*. Tujuan dari kegiatan ini agar video promosi yang dibuat dapat tersampaikan untuk wisatawan lokal maupun wisatawan internasional. Langkah pertama dalam persiapan pembuatan video adalah menyiapkan informasi tentang wisata kebun kopi Senaru. Informasi yang diberikan meliputi lokasi, fasilitas pendukung, view utama yang tampak dari ketinggian kebun kopi serta tanaman-tanaman yang berpotensi sebagai tanaman obat. Metode yang digunakan adalah tahap persiapan pembuatan naskah, persiapan peralatan penunjang pembuatan video, pengambilan video, serta pengeditan. Kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi para wisatawan lokal maupun internasional tentang potensi tanaman obat yang ada di Kebun Kopi Senaru dan keindahan pemandangan di kebun kopi Senaru. Hasil kegiatan ini adalah sebuah video yang memandu penonton untuk menikmati keindahan alam di wisata kebun kopi Senaru. Vidio virtual guiding telah diunggah pada laman youtube, dan dapat disaksikan pada <https://www.youtube.com/watch?v=eiGm9rJPxjw>.

Kata kunci: *guiding; obat; kopi; senaru; virtual*

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah suatu hal yang penting bagi pembangunan daerah. Adanya kegiatan pariwisata, diharapkan mampu menggerakkan serta meningkatkan perekonomian pada suatu daerah. Perkembangan pariwisata di Pulau Lombok mengalami peningkatan yang cukup baik, hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya kunjungan wisatawan 2 tahun terakhir. Pada tahun 2017 jumlah wisatawan mancanegara 1.430.249 dan wisatawan nusantara 2.078.654 dengan total 3.508.903 sedangkan pada tahun 2018 jumlah wisatawan mancanegara 1.204.556 dan wisatawan nusantara 1.607.823 dengan total 2.812.379 (Dinas Pariwisata, 2018).

Desa Senaru merupakan desa yang terletak di bawah kaki Gunung Rinjani. Desa ini memiliki 15 dusun dengan budaya dan adat istiadat yang masih kental. Desa ini tepatnya berada di Kecamatan Bayan, Kabupaten Lombok Utara dan termasuk sebagai salah satu dari 99 desa wisata dari 10 kabupaten/ kota yang berada di Nusa Tenggara Barat (Keputusan Gubernur NTB No. 050.13-336 Tahun 2019-2023). Senaru terkenal dengan panorama wisata yang menghadirkan gunung dan air terjun. Selain itu, Senaru juga memiliki tempat wisata yang dinamakan Kebun Kopi.

Kebun Kopi Senaru pada awalnya merupakan salah satu tempat penelitian yang dilakukan oleh Universitas Mataram. Melihat akan potensi keindahan alamnya, warga sekitar mulai untuk mengembangkan tempat tersebut menjadi destinasi wisata. Daya tarik tempat ini yaitu keindahan alam yang sangat asri, dimana pada tempat ini wisatawan dapat melihat pemandangan Air Terjun Tiu Kelep dan juga suasana pengunungan yang sejuk. Potensi lain yang dapat dikembangkan dari destinasi Kebun Kopi Senaru ini adalah wisata edukasi tanaman obat. Terdapat banyak tanaman yang berpotensi dijadikan sebagai tanaman obat. Selain itu, wisata tanaman obat ini dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif apabila pendakian ke Gunung Rinjani melalui jalur Senaru ditutup. Wisata tanaman obat di Kebun Kopi dapat dijadikan sebagai pengalihan wisata sembari menunggu pendakian menuju Gunung Rinjani dibuka kembali.

Kebun Kopi terletak dalam Kawasan Hutan dengan Tujuan Khusus (KHDTK) Senaru, dimana kawasan ini dikelola oleh Universitas Mataram, sehingga dikenal dengan sebutan Hutan Pendidikan Unram. Menurut Wulandari, *et. al.*, (2018) terdapat 13 famili tanaman obat di kawasan hutan dengan tujuan khusus (KHDTK) Senaru diantaranya *family Apocynaceae, Arecaceae, Clusiaceae, compositae, ebenaceae, euphorbiaceae, fabaceae, meliaceae, moraceae, myrtaceae, orchidaceae, piperaceae, rosaceae, dan rubiaceae*.

Tanaman obat adalah tanaman yang bermanfaat untuk obat-obatan, kosmetik, dan kesehatan yang dikonsumsi atau digunakan dari bagian-bagian tanaman seperti daun, batang, buah, umbi (rimpang) ataupun akar (Hortikultura, 2016). Tanaman obat yang terdapat di Kebun Kopi antara lain tumbuhan jarak pagar, pecut kuda, dan banyak tumbuhan obat lainnya yang dapat dijadikan sebagai daya tarik wisatawan asing maupun lokal. Namun, tempat ini tidak sepopuler wisata-wisata lain yang ada di Lombok Utara seperti Air Terjun Sendang Gile dan Tiu Kelep, sehingga perlu dilakukan promosi wisata. Pemanfaatan tanaman obat di Kebun Kopi Senaru juga diharapkan dapat meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat. Pengembangan ini merupakan strategi untuk mengedukasi masyarakat maupun wisatawan agar kembali membudayakan tanaman obat. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata Kebun Kopi Senaru yaitu menggunakan promosi video *virtual guiding*. Video *virtual guiding* wisata kebun kopi Senaru bertujuan untuk mempromosikan wisata kebun kopi senaru sehingga lebih dikenal oleh oleh wisatawan yang bermanfaat baik bagi wisatawan maupun lokasi wisata itu sendiri.

Virtual Guide ialah suatu metode promosi dengan menggabungkan teknologi visualisasi yaitu fotografi dan gambar tangan dengan teknologi informasi (Prambudi dan Retnowati, 2014). *Virtual guiding* yaitu konsep promosi layaknya seorang *tour guide* akan membawa pengunjung untuk menjelajahi suatu tempat serta mempelajari sejarah atau informasi dari tempat tersebut. Metode ini digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata Kebun Kopi terkait dengan tanaman obat yang ada di daerah tersebut secara universal. Hal ini dapat menjadi daya tarik bagi para wisatawan asing maupun lokal untuk berkunjung ke Kebun Kopi. Tujuannya yaitu memberikan informasi tempat secara menyeluruh dan interaktif tentang sebuah perjalanan. Informasi tempat yang bisa diolah menjadi aplikasi meliputi lokasi, fasilitas pendukung serta akomodasi biaya. *Virtual guide* telah banyak dipergunakan secara luas sebagai alat promosi dan *tour guide* yang efektif di berbagai bidang (Prambudi dan Retnowati, 2014).

Virtual Tour adalah simulasi perjalanan dari dan menuju destinasi pariwisata yang dilakukan secara virtual. *Virtual tour* biasanya terdiri dari urutan video 360 atau serangkaian gambar diam (Cho *et. al.*, 2002). *Virtual tour* juga dapat menggunakan unsur multimedia lainnya untuk mendukung penayangan *virtual tour* tersebut seperti efek suara, musik, narasi, dan teks (Jan *et. al.*, 2009) dan berbagai macam efek teknologi lainnya untuk meningkatkan kualitas pengalaman virtual (Choi *et. al.*, 2018). *Virtual tour* ini merupakan pengalaman baru yang sedang menjadi tren dimasa pandemic di Indonesia. Transformasi digital yang berada disekitar kita telah menciptakan peluang bagi beragam industri untuk berkembang termasuk peningkatan pengalaman berwisata (Dieck & Jung, 2018). Bahkan *virtual tour* dapat menjawab rasa ingin tahu wisatawan terhadap destinasi pariwisata yang disajikan secara daring melalui aplikasi video conference (Irwan *et. al.*, 2020).

Dalam kondisi pandemi ini, *virtual tour* dapat dijadikan sebagai media untuk memasarkan suatu daerah tujuan wisata dengan narasi dan gambar yang menarik dengan harapan wisatawan akan datang langsung ke destinasi yang dipromosikan setelah masa pascapandemi (Widiastini, *et. al.*, 2020). Berdasarkan hal tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk mempromosikan wisata kebun kopi Senaru melalui pembuatan video berupa *virtual guiding* yang diunggah pada laman youtube.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengenalan tanaman obat yang berada di Kebun Kopi Senaru dilakukan dengan menggunakan konsep video *virtual guiding*. Metode ini dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu tahap persiapan dan tahap pelaksanaan:

a. Tahap Persiapan

Tim pengabdian pemberdayaan masyarakat desa Universitas Mataram di Desa Senaru melakukan persiapan yang dimulai dengan pengumpulan data jenis tanaman obat yang kemudian disusun menjadi naskah untuk pembuatan video. Tahapan ini juga meliputi dengan persiapan perlengkapan pengambilan video, seperti kamera, tripod, stabilizer, dan lain-lain. Selain itu, tim melakukan penyusunan materi yang akan disampaikan dan siapa yang akan melakukan penyampaian materi, jadwal pelaksanaan, kegiatan apa saja yang akan dilakukan serta menyiapkan sarana dan prasarana dalam pelaksanaan program kerja.

b. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini, kegiatan dilakukan sesuai dengan apa yang sebelumnya telah ditetapkan dalam tahap persiapan. Kegiatan ini diawali dengan pengambilan video *virtual guiding* di lokasi Kebun Kopi Senaru. Hasil dari pengambilan video *virtual guiding* tersebut selanjutnya diedit Tim pengabdian pemberdayaan masyarakat desa Universitas Mataram sebelum dipublikasikan ke media massa. Setelah dilakukan beberapa tahapan tersebut, video promosi dengan konsep *virtual guiding* dipublikasikan ke Youtube.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Senaru merupakan desa yang masih mempertahankan adat budaya Suku Sasak, rumah adat, tradisi lokal serta warisan leluhur berupa upacara adat dengan pangan lokal. Desa ini tampak indah dengan jajaran tanaman kehutanan dan tanaman perkebunan, diantaranya tanaman kopi. Menurut Riwanto (2022), terdapat sekitar 200 ha kebun kopi pada ketinggian 750 m dpl di kebun kopi Senaru. Kopi yang dibudidayakan terdiri dari jenis Arabica dan robusta.

Dalam mewujudkan Desa Senaru menjadi salah satu daerah yang memiliki potensi wisata beragam diperlukan strategi promosi yang dapat menjadikan Desa Senaru lebih dikenal baik dari wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Strategi pengenalan yang dilakukan yaitu dengan pembuatan video promosi dengan konsep *virtual guiding*. *Virtual tour guide* ini merupakan aplikasi multimedia dengan material utamanya berupa gambar 3D dan audio (Heningtyas, *et. al.*, 2019). Konsep ini sangat menarik karena penonton akan merasakan sensasi berada di tempat yang sama dengan guide walupun melalui virtual. Selain itu, konsep ini masih jarang digunakan sehingga memberikan suasana baru bagi wisatawan. Peran *guide* dalam pembuatan video promosi ini sangat penting terutama dalam memperkenalkan/ memasarkan wisata Kebun Kopi Senaru khususnya potensi tanaman obat di tempat tersebut (Warokka dan Djamali, 2021).

Kegiatan ini dilakukan secara terstruktur dimulai dengan melakukan persiapan pembuatan naskah untuk pembuatan video promosi. Pembuatan naskah dilakukan selama satu hari. Naskah tersebut berisi tentang pemaparan potensi-potensi yang terdapat di Kebun Kopi Senaru, seperti pemandangan yang indah dan menyejukkan. Selain itu, potensi tanaman obat juga menjadi salah satu hal dibahas dalam naskah tersebut. Penyampaian materi naskah tersebut dilakukan dengan menggunakan Bahasa Inggris. Hal tersebut bertujuan agar video promosi yang dibuat dapat tersampaikan untuk wisatawan lokal maupun wisatawan internasional. Selanjutnya, *guide* mempelajari materi tersebut sehingga saat proses pengambilan video dapat berjalan dengan lancar.



Gambar 1.

Spot foto di Kebun Kopi Senaru (kiri); Pengambilan video di Kebun Kopi Senaru (kanan)

Dalam pengambilan video diperlukan konsep yang menarik, selain itu dalam pengambilan video juga perlu diperhatikan audio saat *guide* berbicara. Audio berperan penting untuk memperjelas maupun mempertegas pesan informasi maupun komunikasi yang terkandung pada unsur visual (Mulyono, *et. al.*, 2017). Peralatan penunjang yang memadai juga diperlukan agar video promosi yang dihasilkan berkualitas dan dapat menarik bagi para penonton. Adapun peralatan yang digunakan dalam pembuatan video promosi ini, yaitu *handphone* dan tripod.

Kegiatan selanjutnya yaitu proses pengambilan video promosi. Pembuatan video ini terdiri dari satu *guide*, satu juru kamera, dan satu asisten juru kamera. *Guide* bertugas untuk mengenalkan potensi-potensi wisata yang ada di Kebun Kopi Senaru. *Guide* menjelaskan mulai dari sejarah tempat tersebut terbentuk, pemandangan alam yang indah dan menyejukkan, serta banyaknya potensi tanaman obat yang ada di Kebun Kopi Senaru. *Guide* juga bertugas untuk memberikan interpretasi mengenai daya tarik yang dikunjungi wisatawan sehingga wisatawan mengerti dan memahami daya tarik tersebut (Waskito, *et. al.*, 2016). Tempat wisata Kebun Kopi Senaru kini memiliki papan informasi terkait beberapa tanaman obat yang terdapat di tempat tersebut, sehingga kini para wisatawan dapat berlibur sambil wisata edukasi mengenai tanaman obat yang berada di Kebun Kopi Senaru.

Kegiatan selanjutnya adalah proses pengeditan untuk menjadikan video promosi yang berkualitas dan menarik. Pengeditan dilakukan selama beberapa hari menggunakan aplikasi adobe premiere pro. Adobe premiere pro merupakan program untuk mengedit video di mana dalam program tersebut terdapat 45 efek video serta 12 efek audio yang dapat digunakan dalam mengubah pola tampilan serta membuat animasi video maupun audio (Zaini dan Nugraha, 2021). Dalam proses ini menjadi penentu hasil akhir dari visualisasi video promosi yang dihasilkan sehingga para penonton dapat merasakan perjalanan wisata yang ada di dalam video melalui virtual. Video promosi merupakan sebuah media yang digunakan untuk melakukan kegiatan promosi, dimana dalam video tersebut berisi sesuatu yang akan dibahas secara detail dengan waktu yang lebih panjang dari video iklan (Wibowo dan Kurniadi, 2021).



Gambar 2.
Proses pengeditan video *virtual guiding*

Proses akhir adalah mengunggah video *virtual guiding* ke laman youtube. Pada bagian awal video menampilkan logo Universitas Mataram dan bagian bawah video berisi tulisan KKN Unram 2023. Video berlangsung selama lima menit lima belas detik (5.15). Video *virtual guiding* telah diunggah pada laman youtube, dan dapat disaksikan pada <https://www.youtube.com/watch?v=eiGm9rJPxjw>.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi wisata kebun kopi Senaru telah dilaksanakan dengan menghasilkan video *virtual guiding* dan diunggah pada laman youtube serta dapat disaksikan pada <https://www.youtube.com/watch?v=eiGm9rJPxjw>.

Saran untuk kedepannya pembuatan video promosi tempat wisata ini melanjutkan kembali promosi wisata yang ada di Desa Senaru dengan konsep yang berbeda dan menggunakan alat yang lebih lengkap dan memadai sehingga dalam pengambilan gambar atau objek wisata menjadi lebih berkualitas dan diharapkan video tersebut terjangkau hingga wisatawan internasional.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada Pengelola Kuliah Kerja Nyata (KKN) Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Mataram (LPPM UNRAM) sebagai penyelenggara kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) Desa Senaru pada tahun 2023, Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) Dr. Ni Wayan Sri Suliantini, S.P., M.P., Kepala Desa Senaru, Bumdes, dan segenap masyarakat Desa Senaru atas dukungannya terhadap suksesnya kegiatan KKN ini.

Daftar Pustaka

- Cho, Y. H., Wang, Y., & Fesenmaier, D. R. 2002. Searching for experiences: The web-based virtual tour in tourism marketing. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 12(4): 1–17. https://doi.org/10.1300/J073v12n04_01
- Choi, Y., Hickerson, B., & Lee, J. 2018. Investigation of the technology effects of online travel media on virtual travel experience and behavioral intention. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(3): 320–335. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1340224>
- Dieck, M. C., & Jung, T. 2018. A theoretical model of mobile augmented reality acceptance in urban heritage tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(2): 154–174. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1070801>
- Heningtyas, Y., Hermanto, B., & Iqbal, M. 2019. Video Tour Guide Berbasis Virtual Reality sebagai Media Informasi Fakultas MIPA Universitas Lampung. *Jurnal Komputasi*, 7(2): 30-37. <http://dx.doi.org/10.23960%2Fkomputasi.v7i2>
- Irwan, Khadijah, U.L., & Tahir, R. 2020. Memperkenalkan Pariwisata Budaya dan Heritage Kepada Generasi Muda Melalui Virtual Tour Ke Pulau Penyengat. *Sosial Budaya*, 17(2): 133–140. DOI: [10.24014/sb.v17i2.11010](https://doi.org/10.24014/sb.v17i2.11010)

- Jan, D., Roque, A., Leuski, A., Morie, J., & Traum, D. 2009. A virtual tour guide for virtual worlds. Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics), 5773 LNAI, 372–378. https://doi.org/10.1007/978-3-642-04380-2_40
- Mulyono, S., Ardianto, D.T., & Srisanto, E. 2017. Perancangan Video Tutorial Audio Dalam Mata Kuliah Audio Visual. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(10). Retrieved from <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/5464>
- Prambudi, A. R., & Retnowati, N.D. 2014. Pembuatan Virtual Tour Guide Kabupaten Trenggalek Menggunakan Metode Tracing Map. *Compiler*, 3(2): 41-48. DOI: [10.28989/compiler.v3i2.76](https://doi.org/10.28989/compiler.v3i2.76)
- Riwanto. 2022. Strategi Pengembangan Wisata Rumah Adat Senaru Di Desa Senaru Kecamatan Bayan Kabupaten Lombok Utara. *Skripsi*. Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram. Retrieved from http://etheses.uinmataram.ac.id/3495/1/Riwanto%20180503009_.pdf
- Warokka, M. N., & Djamali, R. 2021. Penguatan Peran Tour Guide Dalam Memasarkan Objek Wisata di Kecamatan Silian Raya di Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*. 4(1): 118-130. <https://doi.org/10.35729/jhp.v4i1.61>
- Waskito, S. B., Susilorini, & Sugiarti, R. 2016. Penguatan Peran dan Peningkatan Kompetensi Pemandu Wisata Lokal di Kraton Surakarta Hadiningrat. *Cakra Wisata*, 17(1): 58-67. Retrieved from <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/34393>
- Wibowo, T., & Kurniadi, A.D. 2021. Perancangan dan Pembuatan Video Promosi Wisata Kota Bengkulu Menggunakan Metode ADDIE. *Conference on Business, Social Sciences and Technology (CoNeSciNTech)*, 1(1): 365-374. Retrieved from <https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech/article/view/5888>
- Widiastini, N. M. A., Prayudi, M. A. A., Rahmawati, P. I., & Dantes, I. G. R. 2020. Pelatihan Pembuatan Virtual Tour bagi Kelompok Sadar Wisata Desa Sidatapa, Kabupaten Buleleng, Bali. *Bakti Budaya*, 3(2): 116-131. DOI: [10.22146/bb.59518](https://doi.org/10.22146/bb.59518)
- Wulandari, F. T., Aji, I.M.L., & Rini, D.S. 2018. Analisis Kimia Tiga Tanaman Obat di Kawasan Khusus Senaru. *Jurnal Sangkareang Mataram*, 4(1): 14-18. Retrieved from <https://www.sangkareang.org/index.php/SANGKAREANG/article/view/150/116>
- Zaini, M. S., & Nugraha, J. 2021. Pengembangan Media Pembelajaran Multimedia Interaktif Berbasis Adobe Premiere Pro Pada Kompetensi Dasar Mengelola Kegiatan Humas Kelas XI Administrasi Perkantoran di SMK Negeri 2 Buduran Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 9(2): 350-361. <https://doi.org/10.26740/jpap.v9n2.p349-361>