

---

## Komunikasi Pemasaran Pariwisata Berbasis New Media Hutan Mangrove Pulau Curiak dalam Meningkatkan Awariness Wisatawan

Lalita Hanief<sup>1</sup>, Achmad Bayu Chandrabuwono<sup>2</sup>, Bambang Dwi Waluyo<sup>3</sup>, Noviana Sari<sup>4</sup>,  
Siti Wida Ningsih<sup>5</sup>, Alfian Al Azhar<sup>6</sup>  
Universitas Lambung Mangkurat<sup>1,2,3,4,5,6</sup>

[Lalita\\_hanief@ulm.ac.id](mailto:Lalita_hanief@ulm.ac.id)<sup>1</sup>, [bayuchandra569@gmail.com](mailto:bayuchandra569@gmail.com)<sup>2</sup>, [waluyovc@gmail.com](mailto:waluyovc@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[Sari@gmail.com](mailto:Sari@gmail.com)<sup>4</sup>, [Ningsih@gmail.com](mailto:Ningsih@gmail.com)<sup>5</sup>, [Azhar@gmail.com](mailto:Azhar@gmail.com)<sup>6</sup>

**Abstrak:** Pulau Curiak menyajikan wisata alam dengan kekayaan flora dan fauna khas Kalimantan Selatan yaitu Bekantan dan Mangrove Rambai. Pulau Curiak menjadi pusat riset Bekantan fauna endemik Kalimantan Selatan. Ekowisata Pulau Curiak belum banyak diketahui masyarakat Kalimantan Selatan. Tujuan dari penelitian ini yaitu ingin mengetahui komunikasi pemasaran pariwisata berbasis *new media* wisata hutan mangrove Pulau Curiak dalam meningkatkan *awariness* wisatawan. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi dan studi literatur. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Informan penelitian yaitu pengelola wisata hutan mangrove Pulau Curiak, Dinas Kebudayaan Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Barito Kuala dan wisatawan Pulau Curiak. Teknik analisa data menggunakan *Manual Data Analysis Procedure* (MDAP) yakni berupa catatan harian, transkrip, koding, kategori, tema, dan memos. Hasil penelitian yaitu komunikasi pemasaran Pulau Curiak menggunakan *new media* berupa instagram, facebook dan YouTube. Pulau Curiak merupakan wisata minat khusus yang diperuntukkan bagi peneliti dan kelompok belajar. Atraksi wisata yang ditawarkan berupa menanam mangrove, melihat kehidupan bekantan di alam bebas, mengamati burung dan reptile.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran; Pariwisata; *New Media*; *Awariness*; Pulau Curiak

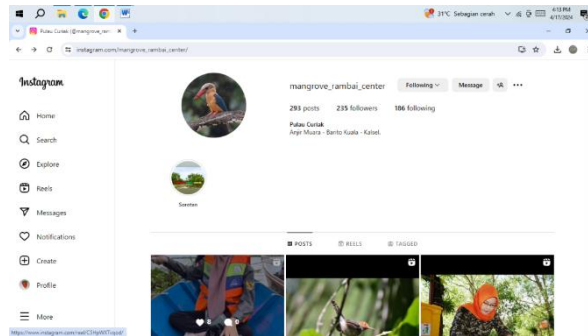
### PENDAHULUAN

Wisata alam mempunyai daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjunginya. Kalimantan Selatan dengan geografis berupa lahan basah memiliki beragam potensi wisata alam berupa sungai, danau, gunung, air terjun, dan pantai. Namun pengelolaan wisata di beberapa destinasi wisata belum terkelola dengan baik, seperti masalah kebersihan, fasilitas umum, aksesabilitas yang tidak semua bisa dijangkau dengan moda transportasi umum, serta promosi yang kurang gencar.

Pulau Curiak merupakan sebuah pulau kecil yang terletak di delta Sungai Barito, Kecamatan Anjir Muara Kabupaten Barito Kuala. Jarak tempuh Pulau Curiak dari pusat kota Banjarmasin yakni sekitar 18 kilometer. Awalnya pulau ini tidak terurus dan tidak masuk dalam google map sebab luasnya hanya sekitar 2,7 hektar saja. Saat ini luas pulau Curiak menjadi 3,9 hektar setelah ditanami pohon rambai. Sejak Juni 2018, kawasan Pulau Curiak dijadikan Stasiun Riset Bekantan oleh Yayasan Sahabat Bekantan Indonesia (SBI) hingga banyak dikenal oleh wisatawan sebagai destinasi wisata alam di Kalimantan Selatan.

Beragam atraksi wisata yang disajikan di Pulau Curiak yaitu mengamati kehidupan burung di habitat aslinya, mengamati bekantan sebagai hewan endemik Kalimantan Selatan,

menanam pohon bakau atau mangrove rambai dan pusat penelitian. Pulau Curiak dapat dicapai menggunakan kapal kelotok yang tersedia di sekitar area wisata.



Gambar Tangkap layar akun instagram @mangrove\_rambai\_center

Pulau Curiak memiliki akun instagram untuk mempromosikan wisata berbasis alam ini. Selain itu, portal media online juga banyak memberitakan mengenai wisata yang menjadi habitat asli bekantan dan juga mangrove rambai. Pulau Curiak mempunyai potensi yang bagus untuk lebih berkembang dan dikenal wisatawan hingga ke mancanegara. Melalui akun instagram, pengelola Pulau Curiak mengunggah kegiatan wisatawan dan juga pelestarian Mangrove Rambai.

Penelitian terdahulu<sup>1</sup> menyatakan bahwa *“The results of the study show that tourism communication in Pulau Pinus and Bukit Batu fulfills the components of tourists, marketers, communication, accessibility, human resources and institutions, capital owners and destinations. The media used for promotion through social media instagram, facebook, website and word of mouth marketing. Bukit Batas Tourism is currently unkmpt, seen with road access full of weeds. The tourism communication component consist of: tourist, marketers, communications, accessibility, human resources and institutions, capital owners and destinations.”*

Terdapat beberapa penelitian lain yang juga membahas isu terkait. Salah satunya terkait potensi pariwisata sungai yang ada di kota Banjarmasin.<sup>2</sup> Penelitian tersebut menjelaskan bahwa Banjarmasin memiliki potensi pariwisata yang signifikan, terutama melalui pengembangan desa wisata berbasis sungai. Komunitas Sahabat Sungai berperan aktif dalam mempromosikan dan mengelola potensi sungai sebagai destinasi wisata, seperti yang terlihat di Desa Dua Wajah di Sungai Jaruju, di mana masyarakat mulai menyadari pentingnya sungai

sebagai sumber kehidupan. Dengan menjaga kebersihan dan ekosistem sungai, serta meningkatkan kesadaran masyarakat, Banjarmasin berpeluang untuk menjadi tujuan wisata yang menarik, memberikan manfaat ekonomi dan kesejahteraan bagi komunitas yang tinggal di sekitarnya.

Tulisan lainnya yang membahas isu serupa juga membahas terkait sustainability dalam tourism marketing.<sup>3</sup> Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemasaran berkelanjutan dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang pentingnya keberlanjutan dalam pariwisata, serta mendorong adopsi praktik perjalanan yang lebih bertanggung jawab. Pembahasan menyoroti tantangan yang dihadapi dalam mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam strategi pemasaran, termasuk kebutuhan untuk edukasi konsumen dan pengembangan produk yang sesuai. Secara keseluruhan, sinergi antara pemasaran dan keberlanjutan dapat menciptakan nilai tambah bagi industri pariwisata dan lingkungan.

Terdapat juga tulisan yterdahulu yang membahas mengenai e-marketing dalam tourism industry.<sup>4</sup> Tulisan tersebut membahas penggunaan alat e-pemasaran dalam industri pariwisata di Lithuania, dengan fokus pada efektivitas dan preferensi wisatawan. Hasil survei menunjukkan bahwa meskipun alat e-pemasaran efektif, beberapa strategi masih kurang dimanfaatkan, seperti optimasi mesin pencari (SEO) dan aplikasi mobile. Preferensi utama wisatawan terletak pada mesin pencari dan sistem reservasi, yang menunjukkan pentingnya kehadiran online yang kuat. E-marketing tools memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing dalam industri pariwisata, sehingga diperlukan peningkatan dalam penggunaan strategi pemasaran digital, termasuk pembaruan konten dan inovasi teknologi. Rekomendasi untuk pengelola pariwisata adalah untuk lebih fokus pada SEO dan aplikasi mobile guna menarik lebih banyak wisatawan.

Ada beberapa bidang kajian komunikasi pariwisata yaitu komunikasi pemasaran pariwisata, brand destinasi, manajemen komunikasi pariwisata, komunikasi transportasi pariwisata, komunikasi visual pariwisata, komunikasi kelompok pariwisata, public relations dan MICE (*meetings, incentives, conventions and exhibitions*) dan riset komunikasi pariwisata.<sup>5</sup> Pendekatan komunikasi pemasaran pariwisata digunakan untuk pemecahan masalah penelitian ini.

---

Martin Lister menyatakan bahwa media baru merupakan sebuah terminologi yang digunakan untuk menyebutkan sesuatu hal tentang perubahan dalam skala besar dalam produksi suatu media, artinya bahwa yang didalamnya ada distribusi media, dan penggunaan media yang bersifat teknologis dan konvensional budaya.<sup>6</sup>

Ada 13 elemen komunikasi pemasaran<sup>7</sup> yaitu Produk, harga, tempat, promosi, orang, kondisi fisik, proses, brand, segmentasi, pelayanan, positioning, penjualan dan target. New media dapat berfungsi sebagai media untuk mempromosikan pariwisata Pulau Curiak.

Berdasar latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian yaitu:

1. Bagaimana penerapan 13 elemen dalam komunikasi pemasaran pariwisata Hutan Mangrove Pulau Curiak dalam meningkatkan awareness masyarakat?
2. Bagaimana komunikasi pemasaran pariwisata Hutan Mangrove Pulau Curiak berbasis new media?

## **METODE**

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Definisi kualitatif yaitu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna individual atau grup yang berasal dari masalah manusia dan social.<sup>8</sup>

*Qualitative research is an approach for exploring and understanding the meaning individuals or groups ascribe to a social or human problem. The process of research involves emerging questions and procedures, data typically collected in the participant's setting, data analysis inductively building from particulars to general themes, and the researcher making interpretations of the meaning of the data.*

### **Lokasi penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di wisata Hutan Mangrove Pulau Curiak, Anjir Muara Baru, Kalimantan Selatan.

### **Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan dalam penelitian ini menggunakan:

- a. wawancara

wawancara terarah dilaksanakan secara bebas dan juga mendalam, namun tidak lepas dari pokok permasalahan yang akan ditanyakan kepada informan dan telah disiapkan sebelum wawancara. Wawancara dilakukan secara bertahap dan pewawancara tidak harus terlibat dalam kehidupan sosial informan. Kehadiran pewawancara sebagai peneliti yang sedang mempelajari objek juga dapat dilakukan secara tersembunyi ataupun terbuka.

Informan ditetapkan dengan teknik *purposive sampling* yakni dengan menentukan kriteria berupa : orang yang memahami wisata Pulau Curiak.

#### b. Studi Literatur

Studi literatur yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan literature berupa buku, jurnal, dan catatan harian yang dapat mendukung data penelitian.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berupa video, foto maupun data dari media sosial informan yang dapat melengkapi data penelitian. Dokumentasi merupakan proses pengumpulan data berupa tulisan, gambar dan digital. Dokumen terdiri dari kata-kata, gambar yang direkam, tanpa campur tangan pihak peneliti. Dokumen tersedia dalam bentuk tulisan, catatan, gambar dan digital. Dokumen yang pernah dihasilkan oleh seseorang dapat menjadi sumber penting dalam bukti tambahan maupun bukti utama riset. Dokumen ini menunjukkan bagaimana sebuah organisasi atau industri memandang tindakan, prestasi, orang-orang lalu dan masa kini.

### **Informan Penelitian**

Penentuan informan penelitian berdasarkan teknik *purposive sampling* dan mempunyai kapabilitas dalam memberikan informasi seputar data penelitian yang relevan dengan komunikasi pemasaran pariwisata hutan mangrove Pulau Curiak dalam meningkatkan awareness wisatawan.

Adapun informan kunci yaitu:

- a. Pengelola wisata Hutan Mangrove Pulau Curiak.
- b. Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Barito Kuala.

Sementara informan pendukung yang memberikan data skunder dalam penelitian ini adalah:

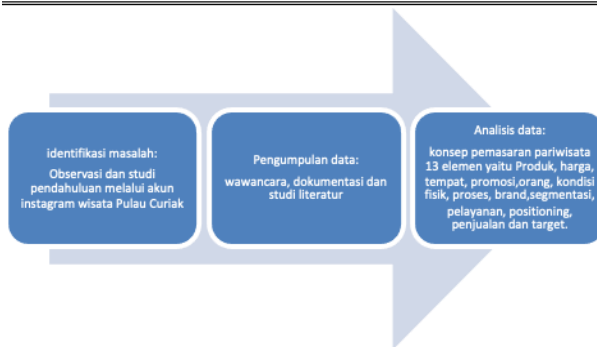
- 
- a. Wisatawan yang pernah berkunjung ke Pulau Curiak
  - b. Masyarakat yang tinggal di wilayah wisata Pulau Curiak

### **Teknik analisis Data**

Adapun teknik analisis data menggunakan Manual Data Analysis Procedure MDAP melalui tahapan yaitu<sup>9</sup>:

1. Catatan harian: pengumpulan data penelitian dilakukan dengan mengumpulkan catatan harian setiap hari saat peneliti melakukan pengindraan di lapangan. Tahapan ini merupakan awal peneliti melakukan theoretical sampling.
2. Transkrip: salinan catatan harian yang diperoleh dari lapangan, yang dibuat sangat objektif menyerupai keadaan yang terjadi saat pengumpulan data. Terdiri dari isi dan jalannya percakapan wawancara, isi dan jalannya diskusi, data observasi serta peristiwa yang terjadi ketika wawancara.
3. Koding: kode dalam penelitian kualitatif merupakan kata atau frasa pendek yang secara simbolis bersifat meringkas, menonjolkan pesan, menangkap esensi dari suatu porsi data. Pengkodean dilakukan dengan memberi kode terhadap segmen-segmen data.
4. Kategori: kategorisasi dapat menggunakan analisis James P. Spradley yakni analisis domain, analisis taksonomi, analisis komponen dan penemuan tema-tema budaya.
5. Tema: menganalisis teks dilakukan dengan menemukan tema dan subtema, menyeleksi tema menjadi beberapa yang dapat dikelola, membangun hirarki tema dan kode, menghubungkan tema ke dalam model teoritis.
6. Memos: memo dapat membantu memperjelas pemikiran tentang topik penelitian, menyediakan mekanisme untuk memartikulasi asumsi dan perspektif subjektif penelitian dan mengembangkan desain penelitian.

### **Diagram alir penelitian**



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi diketahui bahwa Pulau Curiak pertama kali ditemukan pada tahun 2017. Saat ini Pulau Curiak terbagi menjadi hutan mangrove rambai yang dapat dikunjungi wisatawan umum dan Stasiun Riset Bekantan dikelola sebagai wisata minat khusus yakni untuk riset dan sekolah konservasi.

Ferry selaku salah seorang founder dari stasiun riset bekantan menyatakan bahwa:

“Pada tahun 2017, kami menemukan Pulau Curiak ini ketika melakukan ekspedisi bekantan di Sungai Barito. Kami lihat kawasan ini sangat terbatas tegakan dan tempat pakan bekantan. Saat itu populasi bekantan ada 14, sekarang ada 52. Pada tahun 2018 dibentuk stasiun riset bekantan di dalamnya ada camp Robert, tujuannya untuk pelestarian bekantan, riset dan ketiga pariwisata berkelanjutan ekowisata minat khusus. 2018 awal cikal bakalnya. Itu diawali dari summer cost mahasiswa universitas Newcastle Australia. Sejak itulah setiap tahunnya rutin mengirimkan rombongan 2 kali. Eropa, Jerman, Belanda, Spanyol, Amerika. Lalu kita membuka wisata minat khusus untuk masyarakat, namun untuk yang umum ada wisata Mangrove Rambai center dikelola masyarakat umum. Kalau ini untuk riset. Di sini adalah kawasan terbatas.” (wawancara tanggal 9 Juni 2024).

Stasiun Riset Bekantan menyajikan beragam atraksi wisata minat khusus yakni melihat kehidupan bekantan di alam liar sebagai fauna khas Kalimantan Selatan, *bird watching*, pengamatan terhadap reptile dan fauna nocturnal.

“Ini kawasan bumper zone yang bisa mengamati aktivitas bekantan, mereka makan, tidur. Bird watching, wisata herving tapi itu malam cenderung orang Amerika atau Australi. Reptile dan ampibi, itu juga paket wisata yang cukup mahal. Harus didampingi pihak

Sahabat Bekantan Indonesia (SBI). Fauna, ikan glodok/timpakul, tergantung kemampuan kita untuk menjual, ternyata timpakul juga laku. Ada rombongan dari Jepang yang suka mengamati ikan timpakul,” (wawancara tanggal 9 Juni 2024).



Gambar : Camp Research Tim Roberts

Sumber: dokumentasi peneliti

Adapun ancaman yang mengintai fauna bekantan yaitu Alih fungsi lahan menjadi kawasan industri. Area sekitar Pulau Curiak merupakan kawasan industri yang berpotensi mengancam keberlangsungan hidup bekantan dan flora fauna lainnya jika tidak bijak dalam menggunakan lahan.

“Kita ingin menunjukkan pada dunia bahwa kami bisa hidup berdampingan, Ini yang disampaikan bu Amel. Yang kita jual salah satunya bu Amel, nilai jualnya. Ketika ingin bertemu, mereka akan donasi, ini hal baru, jika dilakukan penelitian akan menjadi novelty. Dengan alam lestari maka ikan bisa berkembang dengan banyak. Penghasilan masyarakat setempat dengan cara memancing, merempa, merengge, apalagi kalau air surut ya seputar ini karena banyak hutannya. Mereka sejak awal bersahabat dengan warga setempat. Expertnya untuk promosi wisata. Tanah ini punya yayasan dengan cara buyback land, dengan cara donasi di pinggir jalan, jual baju bekas di pasar Blauran, berkembang, apa yang bisa kami bantu kemudian jadilah lahan ini 10-11 hektar sekarang namun terpecah.”





Gambar: kehidupan bekantan fauna khas Kalimantan di alam liar

Sumber: dokumentasi peneliti

Dewi selaku Kasi Pengembangan objek wisata Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Barito Kuala mengatakan bahwa ada 13 objek wisata di Barito Kuala. Untuk mangrove rambai centre Pulau Curaik di bawah pengelolaan SBI.

“Ada 13 objek wisata di Barito Kuala, seperti Pulau Curiak yang dikelola Sahabat Bekantan Indonesia, 3 objek wisata yang dikelola BKSDA yaitu Pulau Kaget, Pulau Kembang dsan Pulau Bakut, wisata buatan Jejangkit Ecopark, Setara, mangrove rambai centre dan Kubah Abdusamad. Jejangkit ecopark baru saja 8 Juni 2024 lalu grand opening.”

Dewi menambahkan bahwa Dinas Kepemudaan, Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kabupaten Barito Kuala tidak ikut mengelola wisata Pulau Curiak.

“Tidak, disporbudpar hanya memantau kunjungan wisata dan yang terbaru memfasilitasi pembuatan 2 toilet di Pulau Curiak”

Salah seorang pengunjung dari BEM Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat bernama Afif Fakhri menyatakan dia mengetahui tentang Pulau Curiak dari Ketua umum organisasi yang diikutinya yakni BEM Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan. Selain itu Afif juga mengetahui tentang Wisata Pulau Curiak dari media sosial Instagram.

“Saya kemarin dari organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah, di organisasi itu ada Bidang Lingkungan Hidup dan kurang lebih 2 tahun yang lalu melakukan kunjungan ke Pulau Curiak. Kemudian saya juga ada teman yang merupakan salah satu anggota dari SahabatBekantan Indonesia (SBI). kebetulan juga sayamenjadi pengurus BEM dari

---

awal sudah merencanakan mau berkunjung kesini. Selain itu tau dari sosial media Instagram dan Ka Amel yang sering mengisi materi di ULM.”

Ada 13 elemen komunikasi pemasaran yaitu Produk, harga, tempat, promosi, orang, kondisi fisik, proses, brand, segmentasi, pelayanan, positioning, penjualan dan target. Produk berupa atraksi wisata yang disajikan yaitu menanam mangrove, melihat kehidupan bekantan di alam liar, riset dan pengamatan reptile serta pengamatan burung. Wisata Pulau Curiak pada bagian Stasiun Riset Bekantan ini merupakan wisata minat khusus jadi diperuntukkan hanya bagi peneliti dan kelompok yang ingin studi mengenai kehidupan bekantan. Pengunjung dapat memberikan donasi yang ditukar dengan bibit mangrove. Promosi Pulau Curiak menggunakan media social yaitu instagram, facebook dan YouTube. Orang pada elemen komunikasi pemasaran yang dimaksud adalah Sahabat Bekantan Indonesia yang menjadi bagian pengelola Stasiun Riset Bekantan.

Kondisi fisik Stasiun Riset Bekantan terawat dengan baik dan mempunyai fasilitas berupa pendopo, gazebo yang disponsori beberapa perusahaan serta toilet. Elemen proses yaitu komunikasi pemasaran dirancang dengan membuat pesan pemasaran yang menarik melalui konten media social agar masyarakat tau dan tertarik dengan keberadaan Pulau Curiak. Brand berupa Pulau Curiak yang merupakan tempat wisata minat khusus dan segmentasi yang dituju adalah peneliti dan kelompok belajar. Pelayanan diberikan pengelola dengan baik, wisatawan harus melakukan reservasi terlebih dahulu. Positioning berupa Pulau Curiak menjadi satu-satunya ekowisata bekantan fauna khas Kalimantan. Penjualan dalam konteks ini tidak membuat sebuah target karena ini merupakan wisata minat khusus. Target dikaitkan dengan komunikasi pemasaran yakni agar masyarakat sadar akan keberadaan Pulau Curiak sebagai penangkaran bekantan dan turut berpartisipasi menjaga kehidupan bekantan.

Amalia Rezeki selaku founder Sahabat Bekantan Indonesia mengatakan bahwa pihaknya menggunakan media sosial berupa Instagram, Facebook dan YouTube untuk mempromosikan wisata minat khusus di Pulau Curiak. Selain media sosial, SBI juga menggunakan cara *word of mouth marketing* melalui keikutsertaan dalam kegiatan nasional maupun internasional.

Amalia juga menjelaskan bahwa Stasiun Riset Bekantan ini merupakan wisata minat khusus yang banyak diminati oleh para peneliti dari wisatawan mancanegara. Selain itu wisatawan dalam negeri juga dapat melakukan kegiatan berupa penanaman mangrove, melihat kehidupan bekantan di alam serta berdonasi dengan menyumbang bibit mangrove yang berfungsi sebagai makanan bekantan.



**Gambar tangkap layar instagram Sahabat Bekantan Indonesia**

Sumber: tangkap layar

## KESIMPULAN

Stasiun Riset Bekantan yang merupakan bagian dari Pulau Curiak ini adalah wisata minat khusus. Wisatawan dapat belajar dan meneliti terkait fauna bekantan, reptile dan burung. Komunikasi pemasaran Pulau Curiak memanfaatkan media sosial yaitu instagram, facebook dan YouTube untuk meningkatkan awwarnes masyarakat. Amalia Rezeki sebagai salah satu founder memegang peranan penting dalam memperkenalkan Stasiun Riset Bekantan Pulau Curiak di kancah internasional melalui even yang diikutinya dengan *word of mouth marketing*.

Pemerintah, masyarakat, komunitas dan LSM pecinta fauna bekantan dapat berkolaborasi dalam mempromosikan Pulau Curiak melalui even yang diikuti di tingkat nasional

---

maupun internasional. Bekantan sebagai fauna khas Kalimantan yang dilindungi patut dijaga kelestariannya oleh semua pihak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. 2017. *Komunikasi Pariwisata, Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta:Kencana
- Bungin, B. 2017. *Komunikasi Pariwisata, Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta:Kencana
- Bungin, B. 2021. *Post-Qualitative Social Research Methods*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. 2014. *Research Design, Qualitative, Quantitative and Mix Methods Approaches*. SAGE.
- Font, X., & McCabe, S. (2017). Sustainability and marketing in tourism: its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 869–883. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1301721>
- Hanief, L. et al. 2023. Tourism Communication of Tourism Destinations in the Wetlands of Aranio District Banjar Regency. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, No. 11 Vol 4.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Group : Jakarta.
- Labanauskaitė, D., Fiore, M., & Stašys, R. (2020). Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100652. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2020.100652>
- Utami, A.H. 2021. Media Baru dan Anak Muda: Perubahan Bentuk Media dalam Interaksi Keluarga. *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga*, Vol 11 No 1.
- Waluyo, B. D., & Buwono, A. B. C. (2023). PURSUING SUSTAINABILITY: ENVIRONMENTAL COMMUNICATION AND THE COMMUNITY'S ROLE IN ENHANCING BANJARMASIN'S RIVER ECOSYSTEMS. *Sociae Polites*, 24(2), 1–15. <https://doi.org/10.33541/SP.V24I2.4666>