



Pengembangan Digital Marketing Pantai Ujung dan Bakti Sosial Yayasan Al-Kahfi Kampung Tua Teluk Mata Ikan

Digital Marketing Development of Ujung Beach and Social Service of the Al-Kahfi Foundation Kampung Tua Teluk Mata Ikan

^{1*}Anggra Priyansah, ²Bagus Prasetya Faozanzen, ³Grace Tama Rosalinda,
⁴Etty Sri Wahyuni, ⁵Diana Titik Windayati, ⁶Asnira, ⁷Muhammad Ridho,
⁸Mega Kurnia, ⁹Casandra

^{1,2,3,6,7,8,9}Student, Faculty of Economy and Business, Universitas Batam, Batam, Indonesia

^{4,5}Lecturer, Faculty of Economy and Business, Universitas Batam, Batam, Indonesia

*Correspondent Author: anggrapryns24@gmail.com

Article History:

Received: Mei 30, 2025;

Revised: Juni 15, 2025;

Accepted: Juli 31 2025;

Published: August 08, 2025;

Keywords: Community Service,
Digital Marketing, Social,
Tourism

Abstract: This Real Work Lecture (KKN) activity was carried out in Kampung Tua Teluk Mata Ikan, Batam, with the aim of making a real contribution to the community through two main programs, namely the development of digital marketing for Ujung Beach tourist destinations and the implementation of social service activities at the Al-Kahfi Foundation. The problems faced by partners are the lack of digital promotion strategies for tourism potential and the limited support of adequate social facilities at the foundation. To overcome these problems, this service activity uses field observation methods, digital marketing training, mutual cooperation on environmental cleanliness, and socialization to the community and foundation administrators. The training includes social media content creation, digital account management, and internet-based marketing strategies to increase the attractiveness of Ujung Beach as a local tourist destination. In addition, social activities are carried out through joint community service, provision of basic needs assistance, and clean environment education. The results of the implementation of this program show an increase in public awareness of the importance of using digital technology for tourism promotion, as well as the creation of a cleaner, neater, and more comfortable social environment. The enthusiasm of the community and the foundation showed a positive response to this activity, which contributed to strengthening the socio-economic capacity of the residents. Overall, this KKN program not only provides a short-term impact in the form of improving skills and environmental cleanliness, but also encourages the sustainability of local tourism development and community empowerment. The active involvement of students in the planning and evaluation process also strengthens the spirit of collaboration and social concern which is the main basis of this service activity.

Abstrak

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dilaksanakan di Kampung Tua Teluk Mata Ikan, Batam, dengan tujuan memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat melalui dua program utama, yaitu pengembangan digital marketing destinasi wisata Pantai Ujung dan pelaksanaan kegiatan bakti sosial di Yayasan Al-Kahfi. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah kurangnya strategi promosi digital terhadap potensi wisata yang dimiliki serta terbatasnya dukungan fasilitas sosial yang memadai di yayasan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini menggunakan metode observasi lapangan, pelatihan digital marketing, gotong royong kebersihan lingkungan, serta sosialisasi kepada masyarakat dan pengurus yayasan. Pelatihan mencakup pembuatan konten media sosial, pengelolaan akun digital, dan strategi pemasaran berbasis internet untuk meningkatkan daya tarik Pantai Ujung sebagai destinasi wisata lokal. Selain itu, kegiatan sosial dilakukan melalui kerja bakti bersama, pemberian bantuan kebutuhan dasar, dan edukasi lingkungan bersih. Hasil dari pelaksanaan program ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pemanfaatan teknologi digital untuk promosi wisata, serta terciptanya lingkungan sosial yang lebih bersih, rapi, dan nyaman. Antusiasme masyarakat dan pihak yayasan menunjukkan respon positif terhadap kegiatan ini, yang berkontribusi dalam

penguatan kapasitas sosial-ekonomi warga. Secara keseluruhan, program KKN ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan keterampilan dan kebersihan lingkungan, tetapi juga mendorong keberlanjutan pengembangan wisata lokal dan pemberdayaan masyarakat. Keterlibatan aktif mahasiswa dalam proses perencanaan hingga evaluasi turut memperkuat semangat kolaborasi dan kepedulian sosial yang menjadi dasar utama kegiatan pengabdian ini. Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi pengembangan wilayah berbasis partisipasi aktif dan kolaborasi antara mahasiswa, masyarakat, dan lembaga sosial di tingkat lokal.

Kata Kunci: Digital Marketing, KKN, Pariwisata, Pengabdian Masyarakat, Sosial

1. PENDAHULUAN

Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan nasional, tidak hanya dalam bidang pendidikan dan penelitian, tetapi juga dalam pengabdian kepada masyarakat. Ketiga peran ini dikenal sebagai Tri Dharma Perguruan Tinggi, dan salah satu bentuk konkret dari pelaksanaan dharma ketiga tersebut adalah kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). KKN merupakan program pengabdian mahasiswa yang bersifat interdisipliner dan aplikatif, yang mengintegrasikan pengetahuan akademik ke dalam bentuk kegiatan langsung di masyarakat. Dalam konteks pendidikan tinggi, KKN menjadi sarana penting bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman empirik yang tidak mereka dapatkan secara penuh di bangku kuliah. Mahasiswa diajak untuk mengenali secara langsung realitas sosial di tengah masyarakat, memahami dinamika pembangunan daerah, serta berkontribusi dalam pemecahan masalah yang ada di masyarakat berdasarkan bidang keilmuan masing-masing. Dengan demikian, KKN tidak hanya menjadi wahana pengabdian, tetapi juga proses pembelajaran kolaboratif dan kontekstual antara mahasiswa dan masyarakat.

Salah satu daerah yang menjadi lokasi KKN dan pengabdian dalam penelitian ini adalah Kampung Tua Teluk Mata Ikan, yang terletak di Kelurahan Sambau, Kecamatan Nongsa, Kota Batam. Wilayah ini merupakan kawasan pesisir yang memiliki potensi wisata lokal, terutama Pantai Ujung. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal, khususnya dari aspek pemasaran dan promosi digital. Di sisi lain, di lingkungan yang sama juga terdapat Yayasan Al-Kahfi yang bergerak dalam bidang pendidikan dan sosial, namun mengalami keterbatasan sumber daya dan fasilitas. Permasalahan yang teridentifikasi dalam masyarakat mencakup keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan media digital untuk promosi wisata lokal, rendahnya akses terhadap pelatihan kewirausahaan dan teknologi, serta kurangnya perhatian terhadap kebersihan dan keberlanjutan lingkungan sekitar objek wisata. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Soetomo (2014), pembangunan masyarakat berbasis partisipasi dan penguatan kapasitas lokal merupakan pendekatan yang efektif dalam menjawab tantangan pembangunan di tingkat akar rumput.

Dengan mempertimbangkan permasalahan dan potensi tersebut, kegiatan KKN yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Batam diarahkan pada dua fokus utama, yaitu: (1) pengembangan digital marketing untuk promosi Pantai Ujung dan (2) kegiatan bakti sosial di Yayasan Al-Kahfi sebagai bentuk kepedulian sosial dan penguatan nilai-nilai kemanusiaan. Program ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan, sosialisasi, kerja bakti, dan pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan partisipatif. Pemilihan tema ini juga selaras dengan perkembangan era digital dan tuntutan Revolusi Industri 4.0, di mana pemanfaatan teknologi informasi menjadi aspek penting dalam mendorong pembangunan ekonomi lokal, khususnya sektor pariwisata dan usaha mikro. Menurut Ghozali dan Siregar (2021), digital marketing terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha kecil dan menengah (UMKM) serta mendukung penciptaan lapangan kerja baru di sektor informal. Dengan demikian, pelaksanaan pengabdian ini tidak hanya ditujukan untuk memecahkan masalah jangka pendek, tetapi juga bertujuan untuk membangun fondasi jangka panjang dalam menciptakan masyarakat yang mandiri secara sosial, ekonomi, dan digital. Jurnal ini menyajikan hasil dari kegiatan KKN yang difokuskan pada dua elemen penting: pemberdayaan masyarakat melalui digitalisasi promosi wisata lokal dan peningkatan kesadaran sosial melalui kegiatan bakti sosial yang menyentuh langsung kebutuhan komunitas.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk menjawab permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya, khususnya terkait dengan rendahnya pemanfaatan media digital dalam promosi wisata lokal serta kebutuhan sosial pada lembaga pendidikan nonformal di Kampung Tua Teluk Mata Ikan. Pendekatan yang digunakan adalah kombinasi antara partisipatif, edukatif, dan aplikatif, dengan mengutamakan keterlibatan aktif dari masyarakat sebagai subjek pengembangan.

Pendekatan Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research (PAR)*, yaitu model pengabdian yang menempatkan masyarakat sebagai mitra dan pelaku utama dalam kegiatan, bukan sekadar objek intervensi. Pendekatan ini memungkinkan adanya proses belajar dua arah antara mahasiswa dan masyarakat. Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga belajar dari kondisi nyata masyarakat setempat.

Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan program pengabdian dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis sebagai berikut:

a. Observasi dan Identifikasi Masalah

Tim KKN terlebih dahulu melakukan kunjungan awal ke lokasi, untuk melakukan observasi secara langsung terhadap kondisi geografis, sosial, dan ekonomi masyarakat setempat. Observasi ini dilengkapi dengan wawancara informal dengan tokoh masyarakat, pengelola wisata Pantai Ujung, serta pengurus Yayasan Al-Kahfi. Hasil observasi digunakan untuk menyusun program kerja yang kontekstual dan sesuai dengan kebutuhan riil masyarakat.

b. Perencanaan Program

Berdasarkan hasil observasi, mahasiswa menyusun rencana kegiatan dengan dua fokus utama:

- Pelatihan digital marketing untuk pelaku usaha dan masyarakat di sekitar Pantai Ujung.
- Bakti sosial dan kerja bakti lingkungan di Yayasan Al-Kahfi.

Perencanaan kegiatan dilengkapi dengan pembagian peran dan struktur organisasi kerja, jadwal pelaksanaan, penyusunan materi pelatihan, dan pengadaan perlengkapan (brosur, alat tulis, sembako, media digital, dan lain-lain).

c. Sosialisasi dan Pendekatan Awal

Sebelum kegiatan utama dilaksanakan, dilakukan pendekatan kepada tokoh masyarakat dan perwakilan RT/RW untuk menyampaikan maksud dan tujuan program. Ini bertujuan menciptakan hubungan yang harmonis dan mendapatkan dukungan moral dari warga sekitar. Komunikasi yang baik di tahap awal terbukti sangat penting dalam menentukan tingkat partisipasi masyarakat dalam program.

d. Pelaksanaan Program

Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan rencana kerja:

- Pelatihan Digital Marketing: Diselenggarakan secara interaktif dengan metode praktik langsung, seperti membuat akun media sosial bisnis, menyusun konten promosi (foto/video), dan mendesain banner digital. Mahasiswa juga melakukan demonstrasi penggunaan aplikasi pemasaran sederhana.

- Pembuatan Materi Promosi: Mahasiswa membantu merancang dan mencetak spanduk wisata, serta membuat template konten digital (posting Instagram/Facebook) untuk digunakan masyarakat secara mandiri.
- Pembuatan Materi Promosi: Mahasiswa membantu merancang dan mencetak spanduk wisata, serta membuat template konten digital (posting Instagram/Facebook) untuk digunakan masyarakat secara mandiri.
- Gotong Royong: Melibatkan warga dalam kegiatan membersihkan area Pantai Ujung dan fasilitas umum, pengecatan tong sampah, serta penghijauan di sekitar pantai.

e. Evaluasi dan Dokumentasi

Setelah kegiatan selesai, dilakukan sesi refleksi dan evaluasi bersama seluruh anggota kelompok dan beberapa warga yang terlibat. Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas pelaksanaan kegiatan serta mendapatkan masukan terhadap program yang telah berjalan. Dokumentasi kegiatan dikumpulkan dalam bentuk foto, video, dan catatan kegiatan untuk keperluan pelaporan dan publikasi.

Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendukung pelaksanaan dan evaluasi program, digunakan beberapa instrumen dan teknik berikut:

- a. Wawancara semi-terstruktur dengan tokoh masyarakat dan pengelola wisata.
- b. Angket kepuasan sederhana terhadap pelatihan digital marketing.
- c. Observasi langsung terhadap keterlibatan dan antusiasme peserta selama kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kampung Tua Teluk Mata Ikan, Kota Batam, berjalan dengan baik dan mendapat dukungan dari berbagai pihak, baik dari masyarakat setempat, pengelola wisata Pantai Ujung, maupun pengurus Yayasan Al-Kahfi. Seluruh kegiatan yang telah dirancang dalam rencana kerja dapat terealisasi dengan partisipasi aktif masyarakat, serta menunjukkan dampak yang cukup signifikan terhadap peningkatan kapasitas sosial dan pemanfaatan teknologi digital di lingkungan sasaran.

Peningkatan Kapasitas Digital Marketing Pelaku Usaha

Hasil utama dari kegiatan pelatihan digital marketing adalah meningkatnya pengetahuan masyarakat, khususnya para pelaku usaha di sekitar Pantai Ujung, tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi wisata dan produk lokal. Sebelum kegiatan, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode promosi konvensional, seperti pemasangan spanduk dan penyebaran informasi secara lisan. Melalui pelatihan yang diselenggarakan, peserta dilatih untuk:

- a. Membuat dan mengelola akun bisnis di platform Instagram dan Facebook.
- b. Mengambil dan mengedit foto produk serta destinasi wisata menggunakan ponsel pintar.
- c. Menyusun narasi promosi yang menarik dan edukatif.
- d. Menjadwalkan posting konten secara berkala.



Gambar 1. Gotong Royong

Sebagian peserta pelatihan menunjukkan antusiasme tinggi dan langsung mempraktikkan ilmu yang diperoleh dengan membuat akun bisnis serta mempromosikan dagangannya secara digital. Meskipun belum semua peserta memiliki perangkat dan akses internet memadai, namun semangat untuk belajar dan berkembang sangat terlihat.

Dampak Sosial dan Lingkungan Dari Kegiatan Bakti Sosial

Kegiatan bakti sosial yang dilakukan di Yayasan Al-Kahfi juga memberikan dampak positif, baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung, yayasan menerima bantuan dalam bentuk alat tulis, perlengkapan kebersihan, dan sembako yang sangat dibutuhkan oleh anak-anak asuh dan pengurus. Selain itu, kegiatan kerja bakti bersama mahasiswa juga membantu menciptakan lingkungan yayasan yang lebih bersih, rapi, dan sehat. Secara tidak langsung, kehadiran mahasiswa dan pelaksanaan kegiatan edukatif kepada anak-anak yayasan mengenai pentingnya menjaga kebersihan dan nilai-nilai keagamaan, memberikan semangat baru bagi anak-anak untuk terus belajar dan peduli terhadap lingkungan sekitar mereka. Kegiatan ini memperkuat relasi antara dunia kampus dan masyarakat, serta memperluas wawasan sosial mahasiswa tentang pentingnya nilai empati dan gotong royong.



Gambar 2. Foto bersama

Partisipasi Masyarakat dan Kolaborasi Multisektor

Keberhasilan kegiatan juga tidak terlepas dari keterlibatan aktif masyarakat dan kolaborasi dengan tokoh masyarakat, RT/RW, serta pengelola wisata setempat. Selama kegiatan gotong royong di Pantai Ujung, warga turun langsung membantu pembersihan pantai,

pengecatan tong sampah, serta pemasangan plang arah dan denah. Kolaborasi ini menunjukkan bahwa program pengabdian yang dirancang secara partisipatif cenderung lebih diterima dan berdampak jangka panjang. Hasil ini sejalan dengan prinsip Community-Based Development yang menekankan keterlibatan komunitas dalam setiap tahap kegiatan pengembangan wilayah. Dengan adanya keterlibatan langsung masyarakat dalam pelaksanaan program, maka rasa memiliki terhadap hasil kegiatan juga meningkat.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Batam di Kampung Tua Teluk Mata Ikan, telah memberikan kontribusi nyata dalam dua aspek utama, yaitu pengembangan digital marketing pariwisata lokal dan penguatan kepedulian sosial melalui bakti sosial. Secara keseluruhan, program ini berhasil memperkuat kapasitas masyarakat, khususnya dalam hal pemanfaatan teknologi digital sebagai alat promosi wisata lokal di Pantai Ujung. Masyarakat yang sebelumnya belum akrab dengan media sosial untuk keperluan promosi kini mulai memahami cara memanfaatkan platform seperti Instagram dan Facebook secara lebih terstruktur. Selain itu, adanya pelatihan konten digital dan pendampingan pembuatan materi promosi menjadi langkah awal yang penting dalam membangun identitas visual destinasi wisata lokal.

Di sisi lain, pelaksanaan kegiatan bakti sosial di Yayasan Al-Kahfi memperlihatkan bentuk nyata kontribusi mahasiswa dalam mendukung kegiatan kemanusiaan, pendidikan informal, dan peningkatan kesadaran lingkungan. Interaksi yang terjadi antara mahasiswa dan anak-anak yayasan turut memperkuat nilai-nilai kepedulian, gotong royong, dan solidaritas sosial. Keberhasilan kegiatan ini tidak terlepas dari pendekatan partisipatif, komunikasi intensif dengan pemangku kepentingan lokal, serta dukungan masyarakat yang menunjukkan antusiasme tinggi terhadap setiap kegiatan yang dilaksanakan. Pengabdian ini tidak hanya memberi manfaat kepada mitra, tetapi juga memberikan pengalaman pembelajaran berharga bagi mahasiswa dalam memahami dinamika sosial di lapangan dan menerapkan ilmu pengetahuan secara aplikatif.

Saran

Berdasarkan evaluasi atas pelaksanaan kegiatan dan hasil yang telah dicapai, beberapa saran dapat dikemukakan sebagai berikut:

a. Bagi Masyarakat dan Pelaku Usaha Wisata

Disarankan agar pelaku usaha di sekitar Pantai Ujung terus mengembangkan keterampilan digital marketing yang telah diperoleh, serta membentuk komunitas kecil atau forum komunikasi yang dapat menjadi wadah berbagi informasi dan praktik baik. Langkah ini akan membantu menjaga kesinambungan promosi dan meningkatkan daya saing destinasi wisata lokal.

b. Bagi Pengelola Yayasan Sosial

Yayasan Al-Kahfi dapat mengoptimalkan kolaborasi dengan institusi pendidikan, pemerintah, dan swasta dalam rangka mendapatkan dukungan program secara lebih berkelanjutan. Selain bantuan materi, peningkatan kapasitas pengurus dalam manajemen kelembagaan dan lingkungan juga perlu mendapat perhatian.

c. Bagi Pemerintah Setempat

Diperlukan dukungan infrastruktur dasar, seperti jaringan internet yang lebih stabil dan fasilitas pelatihan, guna memperkuat transformasi digital masyarakat. Pemerintah juga diharapkan lebih aktif menjalin kemitraan dengan perguruan tinggi dalam program pemberdayaan masyarakat lokal.

d. Bagi Mahasiswa dan Institusi Perguruan Tinggi

Kegiatan KKN hendaknya tidak berhenti sebagai kewajiban akademik semata, namun menjadi fondasi awal bagi mahasiswa untuk terus terlibat dalam aktivitas sosial dan pemberdayaan berbasis keilmuan. Universitas Batam perlu terus mengembangkan model KKN tematik yang berbasis riset dan kebutuhan nyata di lapangan agar menghasilkan dampak yang lebih luas.

e. Bagi Pengabdian Selanjutnya

Perlu adanya monitoring lanjutan terhadap mitra masyarakat untuk mengetahui keberlanjutan hasil pengabdian. Selain itu, topik pengabdian dapat diperluas ke isu lain seperti pelatihan manajemen keuangan usaha mikro, pemberdayaan perempuan, atau pengelolaan sampah berbasis komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ami Natuz Zahara, Prabowo, A., & Wahyuni, E. S. (2024). The effect of artificial intelligence and chatbot on consumer satisfaction of Shopee platform users in Medan City. *International Journal of Economics and Management Research*, 3(2), 283–290. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v3i2.224>
- Aspan, H., Putra, R. R., & Wahyuni, E. S. (2023). Sosialisasi pengembangan pariwisata hutan mangrove Belawan Sicanang dengan menerapkan sistem informasi dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat. *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset Kepada Masyarakat*, 4(1), 1–5. <https://doi.org/10.55583/arsy.v4i1.491>
- Aspan, H., Rosli, R., Prabowo, A., & Wahyuni, E. S. (2025). Assessment of lecturer work effectiveness: Mediating organizational citizen behavior based on organizational commitment and work motivation. *Journal of Ecohumanism*, 4(1), 1089–. <https://doi.org/10.62754/joe.v4i1.5915>
- Azizul Hudha, dkk. (2024). Literasi digital dan keuangan UMKM di Kelurahan Kabil, Kecamatan Nongsa, Kota Batam. Laporan Kuliah Kerja Nyata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Batam.
- Erwinskyah, dkk. (2015). Laporan KKN Program Studi S1 Manajemen Universitas Batam: Meningkatkan pengetahuan masyarakat bahwa pentingnya pendidikan sejak usia dini, serta berpengaruhnya lingkungan yang bersih terhadap kesehatan masyarakat.
- Fathonah, dkk. (2022). Laporan KKN Program Studi Manajemen Universitas Batam: Pemberdayaan sumber daya alam dan lingkungan sebagai mata pencaharian masyarakat Kampung Karet RT.002/RW.001 Kelurahan Batu Besar Kecamatan Nongsa, Kota Batam.
- Hidayah, N., Sopian, T., Nauval, A. M., Ikwardani, F. N., Fausta, F. D., Putri, I. S., Annazly, M. H., & Nabila M., S. (2021). Strategi pemasaran media sosial destinasi pariwisata menggunakan pendekatan SOSTAC. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 5(2).
- Kharisma, dkk. (2021). Laporan KKN Program Studi S1 Akuntansi Universitas Batam: Meningkatkan fasilitas serta menunjang kualitas sumber daya manusia (SDM) berbasis edukasi melalui pengembangan lingkungan bersama masyarakat.
- Onoyi, N. J., Windayati, D. T., Yantri, O., Kurniawati, E., & Suyanto. (2025). Literasi digital dan keuangan UMKM di Kelurahan Kabil, Nongsa, Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Bukit Pengharapan*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.61696/jurdian.v5i1.713>
- Pangestu, T. A., Suryana, C., & Muhaemin, E. (2020). Adopsi inovasi media sosial Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(3), 33–52.
- Raharjana, D. T., & Putra, H. S. A. (2020). Penguatan SDM dalam e-marketing untuk promosi desa wisata di Kabupaten Malang. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2), 140. <https://doi.org/10.22146/jnp.60403>
- Ramadhan, F., Wahyuni, E. S., & Prabowo, A. (2024). Perencanaan pensiun pada pekerja manufaktur di Kota Batam: Mengidentifikasi pengaruh sosial dan perilaku menabung. *Jurnal Menara Ekonomi*, 10(2), 65–78. <https://doi.org/10.31869/me.v10i2.5935>
- Rapat, P. D. M. (2022). Wisata snorkling Bintan Penyusuk menikmati keindahan bawah laut.
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendikia.

- Sarmini, Windayati, D. T., & Mustika, I. (2025). Penerapan manajemen perubahan dalam pencapaian target hasil pembelajaran di Sekolah Islam Nabilah. *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*, 4(1), 10–16. <https://doi.org/10.36352/j-pis.v4i1.1044>
- Wahyuni, E. S., Aspan, H., Fadlan, F., Rumengan, A. E., Ramadhan, F., Wahyuni, S., & Putra, R. R. (2023). Pengembangan aplikasi lelang hasil laut di Kepulauan Riau. *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)*, 4(3), 390–398. <https://doi.org/10.37385/ceej.v4i3.3714>
- Wahyuni, E. S., Yadewani, D., & Zafira, N. (2024). Cerdas finansial menuju masa keemasan: Mengungkap dampak literasi, tabungan, dan tekfin terhadap perencanaan pensiun di kalangan pekerja industri. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 9868–9880. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.6076>