

Desain *Smart Tourism* untuk Merespon Kemampuan Literasi Digital Wisatawan di Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur

Smart Tourism Design to Respond to the Digital Literacy Capabilities of Tourists in Trawas District, Mojokerto Regency, East Java

¹Joniarto Parung, ¹Gunawan, ¹Nemuel Daniel Pah, ¹Amelia Santoso, ¹Jerry Agus Arlianto, ¹Indri Hapsari, ¹Olyvia Novawanda

¹Fakultas Teknik, Universitas Surabaya

Korespondensi: J. Parung, jparung@staff.ubaya.ac.id

Naskah Diterima: 23 Maret 2023. Disetujui: 8 Mei 2024. Disetujui Publikasi: 19 Juli 2024

Abstract. This paper aims to design a smart tourism model and implement smart tourism to support the competitiveness of tourist destinations in the Trawas sub-district, Mojokerto Regency. A literature review on smart tourism is conducted as part of the introduction to understand why this design is needed. The design method uses the concept of exploratory design. The design results are applied as a virtual tour in the Trawas sub-district to benefit the community with digital devices (smartphones, laptops, PCs, etc.), virtual reality, and virtual tours to tourist destinations in the Trawas sub-district. This design still focuses on providing digital information to stakeholders that can be integrated with the roles of stakeholders in the tourism business. The result of the community service activity is the Smart Trawas application, which can be downloaded through the Play Store or App Store. This application will provide information in the form of videos, oral narration, and written about tourist destinations if users scan the QR code on the photo of the tourist destination. The photos are in 13 Trawas sub-district offices and at the Ubaya Training Center Trawas. Another result of community service is the availability of virtual tour links distributed by sub-district offices and related agencies in Mojokerto regency.

Keywords: *Smart tourism, virtual reality, virtual tour.*

Abstrak. Makalah ini bertujuan untuk merancang model smart tourism dan merealisasikan smart tourism untuk mendukung daya saing destinasi wisata di kecamatan Trawas, kabupaten Mojokerto. Tinjauan literatur tentang smart tourism dilakukan sebagai bagian dari pengantar untuk mengetahui mengapa diperlukan perancangan ini. Metode perancangan menggunakan konsep exploratory design. Hasil rancangan diaplikasikan dalam bentuk virtual tour di kecamatan Trawas untuk kepentingan masyarakat yang memiliki perangkat digital (handphone, laptop, PC komputer, dll), virtual reality dan virtual tour ke destinasi wisata kecamatan Trawas. Disain ini masih fokus untuk pemberian informasi secara digital kepada pemangku kepentingan yang siap diintegrasikan dengan peran pemangku kepentingan di bisnis wisata. Hasil kegiatan pengabdian adalah aplikasi Smart Trawas yang dapat diunduh melalui Playstore atau Appstore. Aplikasi ini akan memberi informasi dalam bentuk video, narasi lisan dan tulisan tentang destinasi wisata jika pengguna memindai QR code yang ada di foto destinasi wisata. Foto tersebut berada di 13 kantor desa di Kecamatan Trawas dan di Integrated Outdoor Campus (IOC) Ubaya. Hasil pengabdian yang lain adalah adanya link virtual tour yang telah disebarakan oleh kantor camat dan dinas terkait di Kabupaten Mojokerto.

Kata Kunci: *Smart tourism; virtual reality; virtual tour.*

Pendahuluan

Kekuatan disrupsi karena teknologi telah berdampak pada kehidupan sehari-hari termasuk pada bidang pariwisata. Kehadiran teknologi baru di berbagai bidang industri telah memunculkan konsep *smart tourism* sebagai aplikasi teknologi di bidang pariwisata (Johnson & Samakovlis, 2019). Sebagai sebuah topik yang sedang berkembang, *smart tourism* telah mendapat perhatian yang semakin besar di dunia akademis, dan juga telah menjadi topik interdisipliner. Pada awalnya gagasan *smart tourism* diadopsi dari konsep *smart city* (Boes, Buhalis, & Inversini 2015). Destinasi *smart tourism* mengikuti persyaratan *smart city*, diantaranya penggunaan teknologi canggih untuk menciptakan pengalaman wisata bagi wisatawan. Penggunaan teknologi baru akan memberikan peluang untuk penciptaan pengalaman wisata yang saling terkait dengan pemangku kepentingan wisata. Pemangku kepentingan mencakup pemerintah, penduduk setempat, infrastruktur, bisnis seperti perbankan, dan wisatawan (Gretzel dkk., 2015).

Kata *smart* sering diterapkan sebagai awalan istilah teknologi untuk menunjukkan kemampuan khusus, kecerdasan dan/atau konektivitas, seperti pada ponsel pintar atau kartu pintar. *Smart* juga dikaitkan dengan teknologi yang berfungsi dengan sedikit atau tanpa campur tangan manusia (Gretzel dkk., 2015). Pengertian umum tentang smart dapat dilihat pada kamus yang mendefinisikannya sebagai teknologi yang berfungsi tanpa sedikit atau tanpa campur tangan manusia (Oxforddictionaries.com., akses tanggal 10 Oktober 2022 pukul 21.15). *Smart* juga mengacu pada cerdas dalam konteks teknologi sebagai makna yang mampu bertindak secara mandiri. Menyadari hal itu maka *smart tourism* tidak hanya dipahami sebagai keberadaan teknologi canggih belaka bagi wisatawan, tetapi dipandang sebagai saling ketergantungan dan kolaborasi dari beragam pemangku kepentingan (Mehraliyev, Choi, & Köseoglu 2019). Gagasan tentang destinasi *smart tourism* adalah hasil interkoneksi destinasi pariwisata dengan berbagai komunitas pemangku kepentingan melalui platform dinamis dan arus komunikasi yang intensif dan pengetahuan yang didukung penuh oleh sistem pendukung keputusan. Konsep tersebut akan membuat pariwisata dapat dikonfigurasi sebagai pengalaman yang dihasilkan dari kolaborasi berbagai pemangku kepentingan, hasil kreasi bersama yang terkait digitalisasi (Ardito dkk., 2019). Realita menunjukkan, bahwa transformasi *traditional tourism* ke *smart tourism* sangat bergantung pada pemanfaatan teknologi khususnya ICT (*information and Computer Technology*) dan *Internet of Things* (IoT) (Gretzel dkk., 2015; Femenia-serra & Neuhofer 2018). Teknologi yang juga terkait adalah penggunaan *sensor*, *cloud technology*, *big data*, dan sebagainya. Dalam konteks pariwisata, implementasi *smart tourism* lebih kompleks dari bidang lainnya. Teknologi yang ada tidak bisa berjalan begitu saja tanpa adanya sinergi dengan dukungan semua pemangku kepentingan antara institusi (pemerintah), pelaku industri, dan masyarakat (Baggio, Micera, & Del Chiappa 2020).

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat besar mengingat keaneka ragaman budaya dan keindahan alam di hampir seluruh wilayah Indonesia. Potensi pariwisata ini jika dimaksimalkan, akan bermanfaat untuk menunjang ekonomi masyarakat, daerah dan ekonomi negara. Kecamatan Trawas, adalah salah satu kecamatan di kabupaten Mojokerto, Jawa Timur yang saat ini sedang menggiatkan wisata di seluruh desa didukung beberapa lembaga untuk meningkatkan wahana wisata.

Kondisi pandemi COVID 19, telah mengubah kebiasaan masyarakat untuk berwisata. Wisatawan sekarang lebih memperhatikan keamanan, kesehatan, dan kenyamanan. Masyarakat banyak yang memilih wisata mandiri atau dalam kelompok kecil bersama keluarga di alam terbuka tanpa didampingi pemandu wisata demi keamanan. Era digital secara langsung ikut mendukung kebiasaan baru

wisatawan ini. Masyarakat khususnya generasi muda lebih nyaman menggunakan teknologi untuk mencari informasi destinasi wisata. Namun digitalisasi tidak hanya untuk mencari informasi destinasi, tetapi dikembangkan ke arah pemesanan tempat wisata, melakukan wisata virtual, belajar secara digital dari destinasi wisata, dll. Untuk memperoleh pengalaman berwisata yang berbeda (Femenia-serra & Neuhofer 2018). Peluang digitalisasi inilah yang perlu dikembangkan oleh destinasi wisata tanah air termasuk di kecamatan Trawas, sebagai studi kasus yang kelak dapat dikembangkan untuk seluruh Kabupaten Mojokerto.

Pada makalah ini, diuraikan hasil desain *smart tourism* yang diterapkan di Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. Konsep *smart tourism* yang digunakan pada makalah ini adalah pengertian secara umum, *smart tourism* memungkinkan wisatawan untuk menggunakan telepon seluler mereka menjelajahi target destinasi wisata untuk mengenal “lebih awal” destinasi wisata tersebut. Penjelajahan virtual wisatawan ini kemudian dimanfaatkan oleh “pengelola destinasi wisata” untuk meningkatkan ketertarikan wisatawan berkunjung langsung ke destinasi wisata. *Smart tourism* memberikan dampak positif dan berkelanjutan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial budaya. *Smart tourism* juga mempromosikan pariwisata lokal, terlibat dengan wisatawan global (Coca-Stefaniak 2019) yang menawarkan pengalaman yang unik di masing masing destinasi dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan pemerintah, pelaku wisata seperti hotel, transportasi, rumah makan, dll (Koo dkk., 2016).

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk menunjukkan hasil desain dan implementasi konsep *smart tourism* untuk menjadikan kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto memiliki daya saing sebagai destinasi wisata yang cerdas dan untuk menunjukkan implikasi realisasi destinasi *smart tourism*.

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu. Kegiatan pengabdian dalam bentuk desain dan implementasi konsep smart tourism di 13 desa yang ada di kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto ini dilakukan pada bulan Juni hingga Desember 2022, dilanjutkan dengan implementasi dan evaluasi hingga Juni 2023.

Khalayak Sasaran. Kegiatan ini dilaksanakan di 13 desa di kecamatan Trawas dengan melibatkan kepala desa, perangkat desa, dan perangkat kecamatan. Team dari Ubaya yang terlibat meliputi dosen dan mahasiswa. Video dan foto objek wisata semua desa juga ditempatkan di Pusat Informasi Wisata di kantor Kecamatan yang dapat diakses juga secara virtual di youtube. Dokumentasi dapat juga dikases di ruang multimedia Integrated Outdoor Campus (IOC) Ubaya

Metode Pengabdian. Langkah-langkah sistematis akan dilakukan untuk menyiapkan program smart tourism di kecamatan Trawas agar mampu menjadi tempat belajar, tempat mencari informasi dan sekaligus menjadi media promosi pengelola destinasi wisata untuk menarik wisatawan hadir secara fisik di lokasi. Secara metodologi maka strategi yang digunakan exploratory. Melalui strategi ini, diperoleh pengertian yang luas tentang objek yang akan diekspose dan menggunakan aktivitas ini sebagai alat untuk mengarahkan pemangku kepentingan wisata untuk menangani lebih cepat masalah yang mungkin timbul di masa depan. Adapun aktivitas yang dilakukan dalam 2 kelompok yaitu:

A. Persiapan

Pada tahap ini dilakukan pendekatan kepada semua perangkat desa dan kecamatan untuk menjelaskan pentingnya digitalisasi wisata di masing-masing desa. Pada tahap ini juga dijelaskan manfaat digitalisasi dan melakukan pelatihan kepada masyarakat desa untuk meningkatkan layanan kepada pengunjung

B. Pelaksanaan/Operasional.

Pada tahap ini dilakukan proses untuk mengaplikasikan smart tourism dengan langkah seperti pada Gambar 1. Yang secara singkat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi potensi wisata yang akan diekspos pada 13 desa di Kecamatan Trawas. Pada tahap ini perangkat kecamatan, perangkat desa dan team Ubaya yang terdiri dari dosen dan mahasiswa melakukan kunjungan, mengevaluasi dan menetapkan “spot” yang akan diekspose.
- 2) Melakukan pemotretan dan pengambilan Foto dan video pada setiap desa
- 3) Membuat Virtual Reality (VR) dari semua spot terpilih yang memuat narasi informasi singkat tiap desa.
- 4) Merancang penempatan Foto yang dilengkapi QR code untuk melihat informasi dari VR di setiap desa, pada Pusat Informasi di Kecamatan Trawas dan IOC Trawas. Pusat Informasi menampilkan VR setiap desa untuk menjelaskan secara singkat potensi masing masing desa yang akan memberi wisatawan informasi potensi kecamatan Trawas
- 5) Merancang dan melakukan penempatan petunjuk pencarian informasi di setiap desa.
- 6) Merancang dan membuat Aplikasi (app) android dan IOS
- 7) Merancang dan membuat Virtual Tour untuk semua destinasi Kecamatan Trawas. Virtual tour dilengkapi dengan audio berbahasa Indonesia dan Inggris.



Gambar 1 Tahapan Disain Smart Tourism di Kecamatan Trawas, Mojokerto

Indikator Keberhasilan: Keberadaan smart tourism hanya akan bermanfaat kalau sudah dipahami dan dilaksanakan oleh para pemangku kepentingan yang saling berkolaborasi dalam ekosistem yang mendukung (Cleister dkk., 2021) dan dilaksanakan dengan konsisten. Manfaat yang dirasakan oleh pemangku kepentingan menjadi kunci untuk mencapai keberlanjutan. Proses untuk menuju keberlanjutan termasuk melalui tahapan evaluasi reguler dan perbaikan.

Metode Evaluasi: Evaluasi lapangan berupa wawancara dengan pengunjung untuk mengetahui apakah aplikasi Smart Trawas mudah dipahami dan menarik calon pengunjung untuk mengunjungi ke berbagai destinasi wisata yang ada di kecamatan Trawas. Diharapkan dengan evaluasi reguler tersebut didapatkan bukti bahwa smart tourism dapat memberi manfaat untuk masyarakat (Li dkk., 2017), mencegah kerusakan lingkungan dan memberi keuntungan finansial bagi masyarakat yang

dalam jangka panjang meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah bahkan nasional. Proses ini akan dipantau melalui kecamatan Trawas dan Pusat Informasi dan Multimedia di IOC Trawas.

Hasil dan Pembahasan

A. Identifikasi Kegiatan

Identifikasi ditetapkan wahana dan detail objek yang telah ditetapkan pada 13 desa di Kecamatan Trawas. Proses identifikasi melibatkan mahasiswa, dosen, perangkat desa dan kecamatan. Mahasiswa mewakili generasi digital untuk memahami sudut pandang mereka terhadap objek wisata yang menarik. Dosen mewakili akademisi yang memandang objek wisata sebagai objek penelitian yang akan dikaitkan dengan berbagai penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya sekaligus sebagai objek yang akan dirancang untuk memberikan value bagi para stakeholder. Perangkat desa dan kecamatan terlibat untuk memberikan pandangan objektif terkait kondisi dan status hukum setiap objek. Mereka juga memberikan keputusan terkait destinasi yang akan dipublikasikan, sehingga komitmen mereka menjadi sangat penting untuk keberlanjutan program ini. Identifikasi objek yang diekspos telah melalui tahapan diskusi yang mempertimbangkan berbagai aspek dari generasi yang berbeda.

B. Pemotretan dan Pengambilan Video

Pemotretan dan pengambilan video dari objek yang ditetapkan pada tahap identifikasi, menghasilkan foto dan video yang dapat diakses secara online pada semua lokasi yang ditetapkan oleh kepala desa. Beberapa desa menempatkan informasi digital di kantor desa dan sebagian di objek wisata yang ditetapkan bersama kepala desa.

B.1. Video dan foto objek wisata semua desa juga ditempatkan di Pusat Informasi Wisata di kantor Kecamatan yang dapat diakses juga secara virtual di youtube. Dokumentasi dapat juga diakses di ruang multimedia *Integrated Outdoor Campus* (IOC) Ubaya.

B.2. Informasi dokumentasi foto dan video dapat diakses di link:

<https://drive.google.com/drive/folders/1HuJXITqEqrZVJeZ8z7-WlwM5peQgnL9m?usp=sharing>



Gambar 2 Pusat informasi *smart tourism*-Kecamatan Trawas

C. Pembuatan *Virtual Reality* (VR)

Pembuatan *Virtual Reality* (VR) dari semua desa berisi spot/objek yang telah dipilih. VR memuat narasi informasi singkat tiap destinasi desa. Semua dokumentasi foto dicetak di atas akrilik yang dilengkapi dengan QR code. Ketika Handphone diarahkan ke QR code maka pengunjung akan mendapat informasi lain berupa *Virtual reality*. Penerapan VR pada wisata desa ini juga dilakukan oleh Tamrin dkk. (2022) di desa wisata di Pematang.



Gambar 3 Contoh destinasi wisata menggunakan Oculus

D. Dokumentasi Foto

Dokumentasi foto yang dilengkapi *QR code* ini dapat diakses ketika datang ke Pusat Informasi di kantor Kecamatan Trawas atau ke lokasi di tiap desa, serta di IOC yang dilengkapi dengan peralatan yang pendukung seperti Oculus. Pusat Informasi menampilkan VR setiap desa untuk menjelaskan secara singkat potensi masing-masing desa yang akan memberi pengunjung informasi potensi kecamatan Trawas.

E. Scanning QR Code

Scanning QR Code untuk memanfaatkan fasilitas VR bergantung pada perangkat telepon seluler pengunjung. QR code dapat discan setelah mendownload Aplikasi (app) android dan IOS. Melalui aplikasi ini pengunjung dapat mengakses informasi dan belajar di setiap destinasi secara digital melalui narasi berbahasa Indonesia dan Inggris. Aplikasi dapat diperoleh di playstore.

F. Virtual Tour

Virtual tour adalah fasilitas lain yang disediakan untuk mengakses secara cepat semua destinasi wisata Kecamatan Trawas. *Virtual tour* dilengkapi dengan audio berbahasa Indonesia dan Inggris. *Virtual tour* yang dapat diakses secara bebas oleh mereka yang terhubung ke internet melalui link:

<http://vr-tour.link/trawas>.



Gambar 4. Tampilan depan *virtual tour*

G. Keberhasilan Kegiatan

Secara umum hasil dari aktivitas pembuatan dokumentasi foto dan video, *QR code*, *virtual reality*, *virtual tour* dan multimedia yang semuanya diarahkan untuk mendukung smart tourism kecamatan Trawas. Disain *smart tourism* membutuhkan keterlibatan pengambil keputusan yang secara legal formal menetapkan destinasi yang akan dipublikasikan, melibatkan pihak pengguna yang dituju dan pihak ketiga sebagai disainer yang akan mengintegrasikan kepentingan berbagai pemangku kepentingan. Saat ini *smart tourism* kecamatan Trawas masih terbatas untuk akses destinasi wisata secara digital, memberi kesempatan calon pengunjung menggunakan *handphone* untuk akses destinasi secara cepat secara virtual sebelum

berkunjung secara fisik. Smart tourism kecamatan Trawas belum diintegrasikan dengan pemangku kepentingan penginapan, rumah makan dan ticketing.

Kesimpulan

Penerapan smart tourism di destinasi wisata telah dilaksanakan pada wilayah yang pemangku kepentingannya memahami manfaat teknologi untuk memberi benefit bagi seluruh pemangku kepentingan. Hal ini dibuktikan dengan dukungan 13 desa di kecamatan di Trawas yang menampilkan foto destinasi wisata di kantornya yang terhubung dengan aplikasi Smart Trawas. Keterlibatan pemangku kepentingan terutama pimpinan daerah memudahkan integrasi para pemangku kepentingan ke dalam sistem smart tourism. Pemangku kepentingan yang memahami visi wilayah khususnya kecamatan/kabupaten akan mempercepat dan memudahkan pemilihan destinasi dan pemilihan wahana yang akan ditonjolkan. Smart tourism di Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto Jawa Timur bisa diterapkan karena pimpinan daerah mulai dari bupati, camat dan kepala desa mendukung serta memfasilitasi kebutuhan fisik smart tourism. Pada evaluasi lapangan berdasarkan wawancara dengan pengunjung diketahui bahwa aplikasi Smart Trawas mudah dipahami, menarik calon pengunjung untuk mengunjungi ke berbagai destinasi wisata yang ada di kecamatan Trawas.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Kedaireka dan Camat Trawas yang berkontribusi penuh pada pembiayaan program Matching Fund 2022 ini.

Referensi

- Ardito, L., Cerchione, R., Vecchio, P. D., & Raguseo, E. (2019). Big Data in Smart Tourism: Challenges, Issues and Opportunities. *Current Issues in Tourism*, 22(15), 1805–1809.
- Baggio, R., Micera, R., & Chiappa, G. D. (2020). Smart Tourism Destinations: A Critical Reflection. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(3), 407–423.
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2015). Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 2015, 391–403.
- Cleister, E., Muniz, L., Dandolini, G. A., Biz, A. A., & Ribeiro, A. C. (2021). Customer Knowledge Management and Smart Tourism Destinations : A Framework for the Smart Management of the Tourist Experience – SMARTUR. 25(5), 1336–1361.
- Coca-Stefaniak, J. A. (2019). Marketing Smart Tourism Cities – a Strategic Dilemma. *International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 513–518.
- Femenia-serra, F., & Neuhofer, B. (2018). Smart Tourism Experiences : Conceptualisation , Key Dimensions and Research Agenda.
- Gretzel, U., Reino, S., Kopera, S., & Koo, C. (2015). Smart Tourism Challenges Related Papers Information Technology Applications in Hospitality and Tourism: A Review of Publications. *Journal of Tourism*, 16(1), 1–104.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Kuo, C. (2015). Smart Tourism : Foundations and Developments. 179–188.
- Johnson, Abbie Gayle, and Ioanna Samakovlis. 2019. “A Bibliometric Analysis of Knowledge Development in Smart Tourism Research.” *Journal of Hospitality and Tourism Technology* 10(4):600–623.
- Koo, C., Shin, S., Gretzel, U., Hunter, W. C. & Chung, N. (2016). Conceptualization of Smart Tourism Destination Competitiveness. *Asia Pacific Journal of*

Information Systems, 26(4), 561–576.

- Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2017). The Concept of Smart Tourism in the Context of Tourism Information. *Tourism Management*, 58, 293–300.
- Mehraliyev, F., Choi, Y., & Köseoglu, M. A. (2019). Progress on Smart Tourism Research. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 522–38.
- Tamrin, I., Permadi, R., & Sumarahadi, S. (2022). Pelatihan Virtual bagi Pegiat Desa Wisata di Kabupaten Pematang. *Jurnal Panrita Abdi*, 6(1), 201-210.

Penulis:

Joniarto Parung, Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Surabaya, Surabaya.

E-mail: jparung@staff.ubaya.ac.id

Gunawan, Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Surabaya, Surabaya. E-mail:

gunawan@staff.ubaya.ac.id

Nemuel Daniel Pah, Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Surabaya, Surabaya.

E-mail: jparung@staff.ubaya.ac.id

Amelia Santoso, Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Surabaya, Surabaya.

E-mail: amelia@staff.ubaya.ac.id

Jerry Agus Arlianto, Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Surabaya,

Surabaya. E-mail: jerry@staff.ubaya.ac.id

Indri Hapsari, Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Surabaya, Surabaya. E-

mail: indri@staff.ubaya.ac.id

Olyvia Novawanda, Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Surabaya,

Surabaya. E-mail: olyvianovawanda@staff.ubaya.ac.id

Bagaimana men-sitasi artikel ini:

Parung, J., Gunawan, Pah, N. D., Santoso, A., Arlianto, J. A., Hapsari, I., & Novawanda, O. (2024). Disain Smart Tourism Untuk Merespon Kemampuan Literasi Digital Wisatawan di Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto-Jawa Timur. *Jurnal Panrita Abdi*, 8(3), 510-517.