JICN: Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara
https://jicnusantara.com/index.php/jicn
Vol : 1 No: 4, Agustus - September 2024
E-ISSN : 3046-4560

Digitalisasi Potensi Wisata Gunung Gamping di Desa Bandardawung Kecamatan Tawangmangu Jawa Tengah

Digitalization of Mount Gamping Tourism Potential in Bandardawung Village, Tawangmangu District, Central Java

Eksa Rusdiyana[1*], Valent Akira Satwika[2], Annisa Rahmah Hasan[3], Marshelia Anindya Putri[4], Alfina Faradisa Karin[5], Azhsari Oktaviani Putri[6], Faya Asyiffa[7], Imraatu Justiqanna Andini[8], Maya Arum Rachmayanti[9], Muthia Zulfa[10], Najwa Fitria Mulyasari[11], Samsul Hidayat[12]

[1-12]Universitas Sebelas Maret
Email Koresponden: eksarusdiyana@staff.uns.ac.id

Article Info

Article history :
Received : 09-09-2024
Revised : 13-09-2024
Accepted : 16-09-2024
Published: 19-09-2024

Abstract

Gunung Gamping is one of the locations in Badardawung Village, Tawangmangu Subdistrict that has the potential to be developed into special interest tourism. Unfortunately, this potential has not been recognized by the public, especially from outside. This community service activity aims to introduce the potential of Mount Gamping through digitization on google applications and social media. The method of implementing activities is carried out through the Real Work Lecture (KKN) program in July-August 2024 with work programs including digitizing the potential of Mount Gamping, making signage, and completing the surrounding location in the google maps application. The results of the activity show that this activity has involved several parties to document, digitize, and write and provide reviews on the google maps application.

Keywords : Digitalization, Mount Gamping, KKN

Abstrak

Gunung Gamping merupakan salah satu lokasi di Desa Badardawung, Kecamatan Tawangmangu yang berpotensi dikembangkan ke wisata minat khusus. Sayangnya potensi ini belum dikenal oleh khalayak masyarakat khususnya dari luar. Kegiatan Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengenalkan potensi Gunung Gamping melalui digitalisasi pada aplikasi google maupun media sosial. Metode pelaksanaan kegiatan dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada bulan Juli-Agustus 2024 dengan program kerja meliputi digitalisasi potensi Gunung Gamping, pembuatan papan petunjuk, serta melengkapi lokasi sekitar dalam aplikasi google maps. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa dalam kegiatan ini telah melibatkan beberapa pihak untuk mendokumentasikan, digitalisasi, serta menuliskan dan memberikan review pada aplikasi google maps.

Kata Kunci : Digitalisasi, Gunung Gamping, KKN

PENDAHULUAN

Pengembangan pariwisata di Indonesia dilakukan dengan pendekatan multisektor dan lintas regional untuk mendorong pembangunan infrastruktur dan ekonomi kreatif yang mendukung

investasi serta pengembangan wilayah. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam penataan ruang dan perencanaan wilayah berkelanjutan. Setiap daerah perlu mempercepat pemanfaatan potensinya agar lebih mandiri dan tidak bergantung pada daerah lain. Kemandirian ini dapat dicapai melalui pengembangan potensi pariwisata daerah, terutama menghadapi persaingan pasar wisata. Keberhasilan pariwisata sebagai industri bergantung pada tiga faktor: daya tarik wisata, aksesibilitas ke destinasi, dan fasilitas pendukung seperti akomodasi, restoran, dan hiburan (Surur et al., 2019).

Sektor pariwisata berperan strategis dalam mendukung perekonomian daerah dan nasional dengan meningkatkan pendapatan masyarakat, Pendapatan Asli Daerah (PAD), serta devisa negara. Selain menciptakan lapangan kerja, pariwisata juga mendorong perkembangan infrastruktur dan memperkenalkan budaya lokal ke tingkat global. Sektor ini berkontribusi pada berbagai aspek sosial dan pembangunan, mempererat hubungan antarbudaya, serta memicu investasi pada infrastruktur publik yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Pariwisata, dengan dampak ekonomi dan sosialnya, menjadi instrumen penting dalam mempercepat pembangunan daerah dan negara (Oktaviana, 2021).

Pemerintah daerah memiliki kebebasan dalam mengelola pembangunan berdasarkan potensi lokal, termasuk sektor pariwisata. Mengembangkan sektor unggulan yang berbasis pada keunikan daerah, seperti budaya dan alam, sangat penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan daya saing. Upaya ini juga berkontribusi pada pembukaan peluang usaha, peningkatan pendapatan masyarakat, serta menarik investasi. Dengan pengelolaan yang tepat, pariwisata dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi daerah, memperkuat Pendapatan Asli Daerah (PAD), dan mendukung pembangunan berkelanjutan (Rahmah et al., 2023).

Kendala dalam pengembangan suatu destinasi wisata antara lain adalah kondisi lingkungan yang kurang terjaga kebersihannya, tata ruang desa wisata yang belum tertata dengan baik, serta minimnya penyuluhan dan pelatihan terkait pariwisata, terutama mengenai pengelolaan desa wisata. Selain itu, kurangnya fasilitas dan infrastruktur pariwisata yang memadai juga menjadi hambatan dalam menarik wisatawan agar merasa aman dan nyaman saat berkunjung (Sunarjaya et al., 2018).

Hambatan utama yang mengakibatkan potensi pariwisata belum optimal adalah terbatasnya anggaran pemerintah daerah untuk mengembangkan komponen produk pariwisata, kurangnya sumber daya manusia yang kompeten dalam pengelolaan dan pengembangan sektor pariwisata, tantangan geografis yang cukup sulit, masalah dalam tata ruang dan wilayah di zona pemanfaatan destinasi, serta adanya ketidaksesuaian antara visi dan misi pemerintah pusat dengan pemerintah daerah dalam upaya pengembangan pariwisata (Sugiarto & Mahagangga, 2018).

Digitalisasi dalam pariwisata bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi digital, mendorong inovasi, serta menciptakan hubungan baru antara konsumen dan produsen. Teknologi juga mendukung personalisasi pengalaman wisatawan, memperbaiki infrastruktur, dan

membuka akses pendanaan. Digitalisasi kini menjadi kebutuhan yang tak terelakkan dalam sektor pariwisata, membantu menghemat biaya dan waktu melalui layanan elektronik yang diberikan kepada wisatawan sebelum, selama, dan setelah perjalanan. Teknologi memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang lebih efisien dan menyenangkan (Tamrin et al., 2022)

Langkah-langkah pelaksanaan digitalisasi potensi wisata di Desa Kerta dimulai dengan observasi lapangan untuk memahami kondisi desa dan menganalisis masalah yang dihadapi. Berdasarkan analisis tersebut, dilakukan pembuatan website untuk desa, BUMDes, dan penjualan paket wisata, serta aplikasi Augmented Reality guna mendukung digitalisasi pariwisata. Selanjutnya, diadakan sosialisasi bersama mitra untuk memberikan informasi tentang penggunaan website dan aplikasi, serta pelatihan kepada Pokdarwis (kelompok pengelola desa wisata) dalam mengelola konten dan optimasi SEO serta Google My Business. Tahap akhir adalah evaluasi kegiatan untuk memantau perkembangan desa dan mendokumentasikan hasilnya (Nirmala & Paramitha, 2020).

Inovasi dalam digitalisasi bisnis berkembang pesat dan mengubah cara hubungan dengan konsumen, yang kini tidak hanya berfokus pada konsumsi produk, tetapi juga pada pelayanan. Hal ini terutama terlihat dalam sektor pariwisata, di mana produk yang ditawarkan berupa layanan wisata. Di Desa Purwoharjo, upaya digitalisasi untuk meningkatkan nilai produk wisata meliputi: visualisasi obyek budaya dan alam melalui foto dan video di berbagai platform untuk pemasaran, integrasi pembayaran cashless menggunakan QRIS, dan penggunaan aplikasi mobile desa yang mendukung paket wisata serta mempermudah pengalaman wisatawan. Untuk mendukung implementasi digitalisasi ini, pelatihan aktif diberikan kepada masyarakat dan kelompok pengelola wisata setempat (Ramadhany & Tranggono, 2022).

Digitalisasi pariwisata, yang diperkenalkan oleh KEMENPAREKRAF selama pandemi, bertujuan untuk memastikan aktivitas pariwisata tetap berjalan meskipun pergerakan terbatas. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi di desa wisata Hendrosari telah membantu meningkatkan perekonomian masyarakat melalui penjualan tiket dan pemberdayaan UKM lokal. Namun, keterbatasan pengetahuan dalam penggunaan media digital menjadi kendala. Oleh karena itu, pemerintah perlu memberikan tidak hanya pelatihan, tetapi juga pendampingan jangka panjang kepada pengelola desa wisata agar keberlanjutan pariwisata dan pemberdayaan masyarakat tetap terjaga (Murti et al., 2023).

Digitalisasi potensi pariwisata telah memberikan banyak manfaat, seperti mempermudah penyediaan layanan bagi wisatawan, memfasilitasi akses informasi tentang destinasi, serta mengurangi biaya baik bagi pengelola maupun wisatawan. Di desa wisata, digitalisasi juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat dan berdampak positif pada perekonomian daerah (Mumtaz & Karmilah, 2021).

METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengenalkan potensi Gunung Gamping melalui digitalisasi pada aplikasi google maupun media sosial. Metode pelaksanaan kegiatan dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada bulan Juli-Agustus 2024 dengan program kerja meliputi digitalisasi potensi Gunung Gamping, pembuatan papan petunjuk, serta melengkapi lokasi sekitar dalam aplikasi google maps.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini terdiri dari kegiatan sosialisasi dan pembuatan video promosi untuk membantu meningkatkan pemasaran wisata alam Gunung Gamping melalui konten digital yang menarik. Video promosi cenderung lebih efektif dibandingkan denga brosur dan leaflet apabila dilihat dari kemudahan dan efisiensi dalam promosi (Andhika, 2019). Sebagai tindak lanjut, perlu dilakukan evaluasi berkala untuk mengukur efektivitas program dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Selain itu, pengembangan konten secara berkelanjutan dan kerjasama dengan berbagai pihak dapat semakin meningkatkan daya tarik Gunung Gamping sebagai destinasi wisata.

Mahasiswa KKN kelompok 81, Karang Taruna RT 02 Desa Bandardawung, BUMDes Argo Mulyo berperan aktif dalam pelaksanaan program kerja ini. Peran aktif tersebut dibuktikan dengan adanya partisipasi dalam pembuatan konten untuk meningkatkan kembali visibilitas dari wisata alam Gunung Gamping. Adapun faktor pendukung kegiatan ini, yaitu a) Wisata alam Gunung Gamping sudah memiliki Instagram. b) Terdapat SDM dari Desa Bandardawung yang mengelola Instagram wisata alam Gunung Gamping. Menurut Fauziah et al., (2018) promosi melalui instagram sebagai media sosial yang cenderung memiliki banyak penggunanya sehingga dirasa efektif untuk dijadikan media baru untuk melakukan promosi pemasaran. Selain itu, terdapat pula hambatan, seperti a) Followers yang sedikit dikarenakan Instagram baru dibuat pada Bulan Juni. b) Kondisi lingkungan dan fasilitas di wisata alam Gunung Gamping yang masih perlu dibersihkan dan ditingkatkan lagi untuk keselamatan dan kemudahan pengunjung. Persepsi pengunjung tentang fasilitas menurut Keliobas et al., (2019) adalah adanya peningkatan fasilitas lebih difokuskan pada aspek-aspek seperti pembangunan mushola, area bermain anak, perbaikan jalur tracking mangrove, penambahan lampu penerangan jalan, gazebo, spot foto, rumah makan, taman olahraga, akses air bersih, tempat sampah, serta wahana permainan air.

Gambar 1. Sosialisasi dan Pembuatan Video Promosi

Hasil dari Program Pembuatan Plang Petunjuk Wisata Gunung Gamping adalah peningkatan kemudahan bagi wisatawan dalam menjelajahi area sekitar berkat adanya petunjuk yang jelas. Papan penunjuk arah merupakan sarana untuk memperjelas arah yang akan didatangi (Alfianidah et al., 2023). Petunjuk ini memungkinkan wisatawan untuk lebih mudah menemukan berbagai destinasi menarik di sekitar lokasi kunjungan. Dampak positif yang dihasilkan adalah kemungkinan peningkatan durasi kunjungan wisatawan, karena mereka dapat menjelajahi lebih banyak tempat dengan lebih efisien dan tanpa kesulitan. Tindak lanjut yang diperlukan adalah pemeliharaan dan pembaruan petunjuk tersebut secara berkala agar tetap relevan dan dapat terus digunakan oleh para pengunjung. Selain itu, pemasangan petunjuk tambahan di area yang belum tercakup dapat dilakukan guna memperluas aksesibilitas wisatawan.

Keberhasilan program kerja mahasiswa KKN di daerah Gunung Gamping didukung oleh keterlibatan masyarakat setempat yang cukup aktif, memberikan dorongan besar dalam berbagai kegiatan, termasuk upaya meningkatkan daya tarik wisata lokal. Partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata di Indonesia penting untuk menciptakan sinergi antara pemerintah, pemilik modal, dan penduduk setempat, sehingga keuntungan dapat dirasakan oleh semua pihak yang terlibat (Syafrini et al., 2016). Potensi alam Gunung Gamping yang menarik semakin diperkuat dengan adanya pemasangan plang petunjuk yang diharapkan dapat meningkatkan minat pengunjung dan memudahkan navigasi.

Namun, kendala yang dihadapi adalah kurangnya data mengenai karakteristik wisatawan yang berkunjung, sehingga membuat perancangan plang petunjuk kurang efektif dan tidak sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan pengunjung, yang dapat menghambat pengembangan wisata di kawasan tersebut. Menurut Siahaan et al., (2022) mengetahui karakteristik pengunjung sangat penting dalam menentukan jenis dan kegiatan wisata yang cocok dengan karakter para pengunjung yang datang ke objek wisata tersebut.

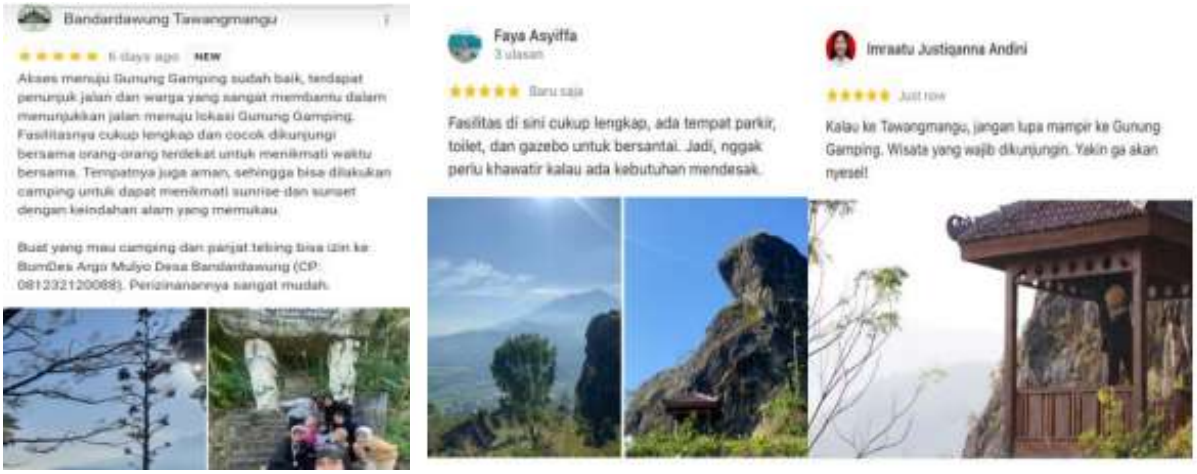
Gambar 2. Pembuatan dan Pemasangan Plang Petunjuk Wisata Gunung Gamping

Kegiatan ini membantu dalam meningkatkan reputasi wisata alam Gunung Gamping. Program kerja ini juga membantu karang taruna RT 02 Desa Bandardawung dan BUMDes Argo Mulyo sebagai pihak pengelola wisata alam Gunung Gamping untuk mendapat masukan dari wisatawan. Google Maps adalah suatu peta dunia yang dapat kita gunakan untuk melihat suatu daerah (Ariyanti et al., 2015). Google Maps menjadi aplikasi yang berguna untuk mempromosikan

objek wisata dan membantu pengunjung menemukan lokasinya dengan mudah. Aplikasi ini juga menyediakan fitur ulasan, seperti ulasan, yang memungkinkan pengunjung memberikan penilaian terhadap pengalaman mereka, sehingga membantu menilai kepuasan pengunjung secara lebih efisien (Walalayo et al., 2022).

Calon wisatawan juga dapat terbantu untuk mendapat informasi terkait Gunung Gamping melalui program kerja ini. Sebagai tindak lanjut, perlu dilakukan evaluasi ulasan yang ada di Google Maps Gunung Gamping secara berkala oleh karang taruna RT 02 Desa Bandardawung dan BUMDes Argo Mulyo sebagai pihak pengelola wisata alam Gunung Gamping untuk dapat menindaklanjuti bagian mana saja dari Gunung Gamping yang perlu diperbaiki dan dilakukan peningkatan. Penambahan lokasi harus sesuai dengan syarat yang ditetapkan dan disetujui oleh pihak Google agar dapat dipublikasikan (Afriyana et al., 2022).

Mahasiswa KKN kelompok 81, karang taruna RT 02 Desa Bandardawung, dan BUMDes Argo Mulyo berperan aktif dalam pelaksanaan program kerja ini. BUMDes mampu mengelola kegiatan pembangunan dengan terstruktur karena pendiriannya didasarkan pada undang-undang, peraturan pemerintah, peraturan menteri, serta peraturan desa (Sumiasih, 2018). Peran aktif tersebut dibuktikan dengan adanya partisipasi dalam pemberian izin masuk wisata dan pembuatan ulasan wisata alam Gunung Gamping di Google Maps. Wisata alam Gunung Gamping memiliki sejumlah faktor pendukung yang membuatnya layak dikunjungi wisatawan, di antaranya sudah terdaftarnya lokasi di Google Maps, memudahkan akses informasi dan navigasi bagi pengunjung. Selain itu, pemandangan alam yang indah serta fasilitas yang memadai juga menjadi daya tarik tersendiri, sehingga memungkinkan wisatawan memberikan ulasan positif. Namun, terdapat juga beberapa faktor penghambat, seperti minimnya kesadaran masyarakat tentang keberadaan wisata tersebut, serta kegiatan promosi yang belum optimal, sehingga potensi wisata ini belum sepenuhnya tereksplorasi oleh khalayak luas.



Gambar 3. Ulasan Pengalaman di Gunung Gamping pada Google Maps

KESIMPULAN

Kegiatan mahasiswa KKN dalam program digitalisasi wisata Gunung Gamping terlaksana dengan membuat video promosi, papan penunjuk arah, serta penambahan titik wisata pada Google Maps. Partisipasi tidak hanya berasal dari mahasiswa, tetapi juga melibatkan pihak Bumdes, pemerintah dan masyarakat sekitar. Namun, perlu dilakukan peningkatan kesadaran tentang promosi Wisata Gunung Gamping oleh masyarakat setempat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dan berkontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pelaksanaan program kerja KKN. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan kesempatan dan mendanai program kerja yang dilakukan. Terima kasih kepada pihak desa yang telah menerima dan sangat kooperatif dengan kami sehingga proses KKN dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Afriyana, L., Bayuanto, D. C., Sopiana, M., Wiratama, I. G. A., Satriawan, L. J., Islami, N. I. Z., Wulandari, S., Hidayati, L. A. F., Ismiladiana, I., & Latifah, N. (2022). Pengembangan Wisata Berbasis Budaya Melalui Pemetaan Objek Wisata Dan Pembaruan Informasi Di Desa Pengadangan, Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, *5*(3), 282–288. https://doi.org/10.29303/jppm.v5i3.3914

Alfianidah, R., Putri, N. N., Setiawan, M. R., Octaviyanti, D., & Handajani. (2023). Pembuatan Papan Penunjuk Arah Jalan Untuk Meningkatkan Destinasi Wisata Desa Labuhan. *Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Kuliah Kerja Nyata*, 1–14. https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/

Andhika, A. (2019). Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2*(2), 26–30.

Ariyanti, R., Khairil, K., & Kanedi, I. (2015). Pemanfaatan Google Maps Api Pada Sistem Informasi Geografis Direktori Perguruan Tinggi Di Kota Bengkulu. *Jurnal Media Infotama*, *11*(2), 119–129.

Fauziah, R., Ratnamulyani, I. A., & Kusumadinata, A. A. (2018). Efektifitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial. *Jurnal Komunikatio*, *4*(1), 27–40. https://doi.org/10.30997/jk.v4i1.1210

Keliobas, N., Latupapua, Y. T., & Pattinasarany, C. K. (2019). Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata Pantai Gumumae Di Kecamatan Bula Kabupaten Seram Bagian Timur. *Jurnal Hutan Pulau-Pulau Kecil*, *3*(1), 25–39. https://doi.org/10.30598/jhppk.2019.3.1.25

Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi wisata di desa wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, *1*(1).

Murti, D. C. W., Kusumastuti, Z. R., Handoko, V. S., & Wijaya, A. B. M. (2023). Peningkatan digitalisasi pariwisata di wilayah desa purwoharjo, kulon progo. *Jurnal Atma Inovasia*, *2*(1), 14–19.

Nirmala, B. P. W., & Paramitha, A. A. I. I. (2020). Digitalisasi desa dan potensi wisata di desa kerta, kabupaten gianyar menuju pariwisata 4.0. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, *4*(3), 350–355.

Oktaviana, U. K. (2021). SINERGI PENTAHELIX DALAM PENGEMBANGAN WISATA KESEHATAN HALAL. *At Tawazun*, *9*(02), 41–52.

Rahmah, M., Malihah, L., & Karimah, H. (2023). Analisis Peluang dan Tantangan Pengembangan Potensi Wisata di Kabupaten Banjar. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, *18*(2), 199–208. https://doi.org/10.47441/jkp.v18i1.344

Ramadhany, N. A., & Tranggono, D. (2022). Studi Fenomenologi Adopsi Inovasi Digitalisasi Pariwisata Desa Wisata Hendrosari Menganti Kabupaten Gresik. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *6*(3), 1652–1657.

Siahaan, S., Wulandari, R. S., & Nila, E. (2022). Karakteristik Pengunjung Wisata Bukit Salapar Di Desa Cipta Karya Kecamatan Sungai Betung Kabupaten Bengkayang. *Jurnal Hutan Lestari*, *10*(4), 813. https://doi.org/10.26418/jhl.v10i4.53635

Sugiarto, A., & Mahagangga, I. G. A. O. (2018). Kendala Pengembangan Pariwisata di Destinasi Pariwisata Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur (Studi kasus komponen produk pariwisata). *Jurnal Destinasi Pariwisata*, *8*(1), 78–84.

Sumiasih, K. (2018). Peran BUMDes Dalam Pengelolaan Sektor Pariwisata (Studi di Desa Pakse Bali, Kabupaten Klungkung). *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, *7*(4), 565. https://doi.org/10.24843/jmhu.2018.v07.i04.p10

Sunarjaya, I. G., Antara, M., & Prasiasa, D. P. O. (2018). Kendala pengembangan desa wisata munggu, kecamatan mengwi, badung. *Jurnal Master Pariwisata*, *4*(2), 215–227.

Surur, F., Cahya, Z. N., & Wahid, M. S. (2019). The urgency of tourism development in the planning of Muna Island Region, Southeast Sulawesi. *Akuatikisle: Jurnal Akuakultur, Pesisir Dan Pulau-Pulau Kecil*, *3*(2), 41–47. https://doi.org/10.29239/j.akuatikisle.3.2.41-47

Syafrini, D., Susilawati, N., & Hasmira, M. H. (2016). Partisipasi masyarakat lokal dalam mengembangkan kawasan wisata keluarga (studi kasus kawasan wisata pantai purus padang). *Jurnal Socius*, *3*(2), 2356–4180.

Tamrin, I., Simanjuntak, D., & Afriza, L. (2022). Digitalisasi Tata Kelola Desa Wisata Kertayasa sebagai Implementasi E-Tourism. *JUSTIN (Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi*, *10*(1), 34–39.

Walalayo, R., Manuputty, E. A. W., Ufie, A. J. R., Jurusan,), Niaga, A., & Ambon, P. N. (2022). Pemanfaatan Google Maps Dalam Mempromosikan Objek Wisata Tebing Makariki Negeri Yaputih Kecamatan Tehoru Kabupaten Maluku Tengah. *Journal Administrasi Terapan*, *1*(1), 23–34.