E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Digital Tourism Untuk Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Provinsi Riau

Sefrona Syaiful[1], Ika Fitria Hasibuan[2]
[1,2]Sekolah Tinggi Pariwisata Riau, sefronasyaiful@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam sektor pariwisata, terutama dalam strategi promosi dan pengelolaan destinasi wisata berbasis teknologi informasi. Provinsi Riau memiliki potensi wisata berbasis kearifan lokal yang kuat, seperti budaya Melayu, wisata sejarah, tradisi adat, dan wisata alam, namun pemanfaatan digital tourism masih belum optimal. Penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi digital tourism dalam pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal di Riau serta mengidentifikasi peluang dan hambatan yang dihadapi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Informan penelitian terdiri atas pengelola wisata, pemerintah daerah, pelaku UMKM, serta masyarakat lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, website pariwisata, dan konten digital mampu meningkatkan promosi destinasi wisata budaya Melayu Riau dan memperluas jangkauan wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, pengembangan digital tourism masih menghadapi kendala berupa rendahnya literasi digital masyarakat, keterbatasan infrastruktur internet, dan kurangnya sumber daya manusia di bidang pemasaran digital. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa digital tourism berperan penting dalam memperkuat identitas budaya lokal sekaligus meningkatkan daya saing pariwisata daerah secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Digital Tourism, Kearifan Lokal, Budaya, Melayu, Riau*

Abstract

Advances in digital technology have driven changes in the tourism sector, particularly in promotion strategies and the management of tourism destinations using information technology. Riau Province possesses strong tourism potential rooted in local wisdom, such as Malay culture, historical tourism, traditional customs, and nature-based tourism; however, the utilization of digital tourism remains suboptimal. This study aims to analyze the implementation of digital tourism in the development of local wisdom-based tourism in Riau and to identify the opportunities and challenges faced. The research method employs a descriptive qualitative approach with data collection techniques including observation, interviews, documentation, and literature review. Research informants consisted of tourism managers, local government officials, MSME actors, and the local community. The results indicate that the use of social media, tourism websites, and digital content can enhance the promotion of Riau's Malay cultural tourism destinations and expand the reach of both domestic and international tourists. However, the development of digital tourism still faces challenges, including low digital literacy among the public, limited internet infrastructure, and a shortage of human resources in the field of digital marketing. The study's conclusions indicate that digital tourism plays a crucial role in strengthening local cultural identity while enhancing the region's tourism competitiveness in a sustainable manner.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Keywords: *Digital Tourism, Local Wisdom, Culture, Malay, Riau*

Corresponding Author:
Sefrona Syaiful
Sekolah Tinggi Pariwisata Riau, sefronasyaiful@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam sektor pariwisata global, termasuk di Indonesia. Transformasi digital mendorong munculnya konsep digital tourism yang memanfaatkan media sosial, website, aplikasi wisata, virtual tour, dan platform digital lainnya sebagai sarana promosi destinasi wisata. Fenomena ini mengubah pola perilaku wisatawan yang kini lebih banyak mencari informasi perjalanan melalui internet sebelum melakukan kunjungan wisata. Menurut laporan Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Riau pada tahun 2024 menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan sehingga diperlukan strategi promosi digital yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata daerah (BPS Riau, 2024). Selain itu, perkembangan digital tourism dinilai mampu memperluas jangkauan promosi pariwisata hingga ke pasar internasional melalui pemanfaatan teknologi komunikasi digital.

Provinsi Riau memiliki potensi wisata yang sangat beragam, mulai dari wisata budaya Melayu, wisata sejarah, wisata religi, hingga wisata alam yang berbasis kearifan lokal. Beberapa destinasi unggulan seperti Istana Siak Sri Indrapura, Bono Sungai Kampar, serta kawasan ekowisata gambut menjadi daya tarik utama yang memiliki nilai budaya dan identitas lokal yang kuat. Budaya Melayu Riau yang kaya akan tradisi, seni tari zapin, pantun Melayu, hingga kerajinan songket merupakan aset budaya yang berpotensi dikembangkan sebagai bagian dari pariwisata berbasis kearifan lokal. Penelitian Suroyo et al. (2024) menjelaskan bahwa nilai-nilai kearifan lokal Melayu Riau memiliki peran penting dalam menjaga keberlanjutan budaya dan lingkungan masyarakat lokal sehingga dapat menjadi daya tarik wisata yang unik dan autentik.

Dalam konteks pengembangan pariwisata modern, digital tourism menjadi salah satu strategi yang dinilai efektif dalam memperkenalkan potensi wisata lokal kepada masyarakat luas. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube mampu membentuk citra destinasi wisata melalui konten visual yang menarik dan mudah diakses wisatawan. Penelitian mengenai strategi pengembangan desa wisata berbasis digital tourism di Kabupaten Kampar, Riau menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan promosi wisata dan menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara (Yuslaini et al., 2025). Selain itu, integrasi inovasi digital dan kearifan lokal juga dinilai mampu mendukung pembangunan pariwisata berkelanjutan karena dapat memperkuat identitas budaya daerah sekaligus meningkatkan ekonomi masyarakat lokal.

Meskipun memiliki potensi besar, pengembangan digital tourism di Riau masih menghadapi berbagai tantangan. Infrastruktur teknologi informasi yang belum merata, rendahnya literasi digital masyarakat, serta minimnya sumber daya manusia di bidang pemasaran digital menjadi kendala utama dalam optimalisasi promosi wisata daerah. Di sisi lain, persaingan pariwisata antar daerah di Indonesia semakin ketat sehingga setiap daerah dituntut memiliki strategi branding digital yang inovatif dan berkelanjutan. Berdasarkan penelitian Keni et al. (2024), kualitas destinasi wisata dan kredibilitas informasi digital

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

sangat memengaruhi minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang terhadap suatu destinasi wisata. Oleh sebab itu, penguatan digital tourism berbasis budaya lokal menjadi kebutuhan penting dalam meningkatkan daya saing pariwisata daerah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi digital tourism dalam pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal di Provinsi Riau. Penelitian ini juga mengkaji potensi budaya Melayu dan wisata lokal sebagai identitas pariwisata daerah yang dapat dipromosikan melalui media digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan kajian komunikasi pariwisata digital serta menjadi rekomendasi praktis bagi pemerintah daerah, pelaku industri wisata, dan masyarakat dalam membangun pariwisata berkelanjutan berbasis teknologi digital dan kearifan lokal. Dengan optimalisasi digital tourism, potensi wisata lokal Riau diharapkan dapat dikenal lebih luas dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis implementasi digital tourism dalam pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal di Provinsi Riau. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan fenomena sosial secara mendalam melalui interpretasi data yang berkaitan dengan aktivitas promosi wisata digital, pemanfaatan media sosial, serta penguatan budaya lokal Melayu dalam sektor pariwisata. Penelitian dilakukan pada beberapa daerah wisata unggulan di Riau, seperti Pekanbaru, Siak, dan Kampar yang memiliki potensi wisata budaya dan alam berbasis kearifan lokal. Menurut Sugiyono (2023), penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena sosial secara alamiah melalui pengumpulan data deskriptif dari berbagai sumber informasi.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas promosi digital pada platform media sosial dan website pariwisata daerah. Wawancara dilakukan kepada pihak Dinas Pariwisata, pengelola destinasi wisata, pelaku UMKM, serta masyarakat lokal yang terlibat dalam kegiatan pariwisata digital. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data visual berupa foto, video promosi, dan arsip digital terkait wisata budaya Melayu Riau. Selain itu, studi literatur dilakukan dengan mengkaji jurnal, artikel ilmiah, dan dokumen kebijakan mengenai digital tourism dan kearifan lokal. Creswell dan Creswell (2022) menyatakan bahwa penggunaan berbagai teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif bertujuan meningkatkan validitas dan kedalaman analisis penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi diklasifikasikan berdasarkan tema penelitian, seperti promosi digital, pelestarian budaya lokal, serta tantangan pengembangan digital tourism. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk mempermudah interpretasi hasil penelitian. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan keterkaitan antara hasil temuan lapangan dan teori yang digunakan dalam penelitian. Model analisis ini dinilai efektif dalam penelitian sosial karena mampu menghasilkan interpretasi data yang sistematis dan mendalam (Miles, Huberman, & Saldaña, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan digital tourism di Provinsi Riau menunjukkan perubahan yang cukup signifikan dalam pola promosi destinasi wisata berbasis budaya lokal. Pemanfaatan

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

teknologi digital telah menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran pariwisata daerah, terutama melalui media sosial, website resmi pariwisata, dan platform video digital. Transformasi ini dipengaruhi oleh perubahan perilaku wisatawan yang cenderung mencari informasi perjalanan melalui internet sebelum menentukan destinasi wisata yang akan dikunjungi. Menurut United Nations World Tourism Organization (2023), digitalisasi pariwisata mampu meningkatkan aksesibilitas informasi wisata serta memperluas pasar destinasi hingga ke tingkat global. Kondisi tersebut memberikan peluang besar bagi Riau untuk memperkenalkan budaya Melayu dan potensi wisata lokal kepada wisatawan domestik maupun mancanegara.

Salah satu bentuk implementasi digital tourism di Riau dapat dilihat dari pemanfaatan media sosial oleh pemerintah daerah dan pengelola wisata dalam mempromosikan destinasi budaya. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube digunakan untuk menampilkan konten visual mengenai wisata sejarah, kuliner tradisional, seni tari zapin, serta festival budaya Melayu. Strategi visual digital ini terbukti mampu meningkatkan ketertarikan wisatawan karena memberikan pengalaman virtual yang menarik sebelum wisatawan melakukan kunjungan langsung. Penelitian Hootsuite dan We Are Social (2024) menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia termasuk pengguna media sosial terbesar di Asia Tenggara sehingga media digital memiliki pengaruh besar terhadap promosi sektor pariwisata.

Pengembangan digital tourism juga berkontribusi dalam memperkuat identitas budaya Melayu sebagai ciri khas pariwisata Riau. Nilai-nilai budaya lokal seperti adat istiadat Melayu, pantun, musik tradisional, serta arsitektur bangunan bersejarah menjadi konten utama dalam promosi wisata digital. Penggunaan narasi budaya lokal dalam media digital mampu menciptakan citra destinasi yang autentik dan berbeda dibandingkan daerah lain. Menurut Suroyo et al. (2024), pelestarian budaya Melayu melalui media digital tidak hanya berfungsi sebagai promosi wisata, tetapi juga sebagai upaya mempertahankan identitas budaya masyarakat lokal di tengah arus globalisasi yang semakin kuat.

Destinasi wisata budaya seperti Istana Siak Sri Indrapura menjadi salah satu objek wisata yang aktif dipromosikan melalui platform digital. Istana peninggalan Kesultanan Siak tersebut memiliki nilai sejarah dan budaya yang tinggi sehingga menarik perhatian wisatawan yang tertarik pada wisata heritage. Konten digital berupa video sejarah, dokumentasi arsitektur Melayu, serta virtual tour istana banyak diunggah melalui media sosial dan kanal pariwisata digital. Menurut penelitian Rahman dan Putri (2023), penggunaan virtual tourism pada destinasi sejarah mampu meningkatkan minat wisatawan karena memberikan pengalaman visual yang informatif dan interaktif.

Selain wisata budaya, wisata alam berbasis kearifan lokal juga menjadi bagian penting dalam pengembangan digital tourism di Riau. Fenomena Bono Sungai Kampar misalnya, dikenal sebagai ombak sungai yang unik dan telah dipromosikan secara luas melalui video digital di berbagai platform media sosial. Wisata alam tersebut menarik perhatian wisatawan domestik maupun peselancar internasional karena memiliki karakteristik alam yang langka. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2024), konten visual berbasis pengalaman wisata alam memiliki daya tarik tinggi dalam meningkatkan engagement pengguna media sosial terhadap destinasi wisata daerah.

Pengembangan digital tourism turut memberikan dampak ekonomi terhadap masyarakat lokal di sekitar destinasi wisata. Pelaku UMKM mulai memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk khas Melayu seperti songket, makanan tradisional, dan kerajinan tangan. Kehadiran platform digital mempermudah pelaku usaha lokal menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa harus bergantung pada penjualan konvensional. Penelitian Yuslaini et al. (2025) menjelaskan bahwa digitalisasi promosi wisata desa di Riau mampu

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal.

Dalam konteks komunikasi pariwisata, media sosial memainkan peran strategis dalam membentuk destination branding suatu daerah. Branding wisata Melayu Riau dibangun melalui penggunaan simbol budaya, slogan wisata, dan visualisasi konten yang menonjolkan nilai tradisional masyarakat Melayu. Strategi branding digital tersebut bertujuan membentuk persepsi positif wisatawan terhadap identitas wisata daerah. Menurut Kotler et al. (2021), destination branding yang kuat dapat meningkatkan daya saing wisata suatu daerah karena mampu menciptakan citra unik yang mudah dikenali oleh wisatawan.

Meskipun demikian, pengembangan digital tourism di Riau masih menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait infrastruktur teknologi informasi. Beberapa daerah wisata berbasis alam dan pedesaan masih mengalami keterbatasan akses internet sehingga menghambat optimalisasi promosi digital. Kondisi ini menyebabkan pengelolaan media sosial dan distribusi konten wisata menjadi kurang maksimal. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024), masih terdapat ketimpangan akses internet di beberapa wilayah Indonesia, khususnya daerah pedesaan dan kawasan terpencil yang memiliki potensi wisata alam.

Selain keterbatasan infrastruktur, rendahnya literasi digital masyarakat lokal juga menjadi hambatan dalam pengembangan digital tourism berbasis kearifan lokal. Sebagian pelaku wisata dan masyarakat desa wisata masih belum memiliki kemampuan optimal dalam membuat konten digital, mengelola media sosial, maupun memanfaatkan platform pemasaran online. Padahal, kemampuan digital menjadi faktor penting dalam membangun promosi wisata yang efektif di era teknologi informasi. Menurut Nasrullah (2022), literasi digital masyarakat berperan penting dalam meningkatkan partisipasi publik terhadap pengembangan ekonomi digital dan industri kreatif berbasis teknologi.

Peran pemerintah daerah sangat penting dalam mendukung keberhasilan digital tourism di Riau. Pemerintah tidak hanya bertugas menyediakan infrastruktur teknologi, tetapi juga memberikan pelatihan digital marketing kepada pelaku wisata dan masyarakat lokal. Program penguatan kapasitas sumber daya manusia di bidang teknologi informasi menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kualitas promosi wisata digital daerah. Penelitian Utomo et al. (2024) menyebutkan bahwa sinergi antara pemerintah, komunitas lokal, dan pelaku usaha menjadi faktor utama keberhasilan pembangunan pariwisata berkelanjutan berbasis digital.

Selain pemerintah, komunitas kreatif dan content creator lokal juga memiliki kontribusi besar dalam mempromosikan wisata Riau melalui media digital. Banyak konten kreator lokal memproduksi video wisata budaya, kuliner khas Melayu, dan keindahan alam Riau yang kemudian viral di media sosial. Kehadiran influencer digital mampu meningkatkan popularitas destinasi wisata karena informasi yang disampaikan lebih dekat dengan generasi muda pengguna media sosial. Menurut penelitian Febriani dan Sari (2025), influencer tourism marketing terbukti efektif meningkatkan minat kunjungan wisatawan generasi milenial dan generasi Z terhadap destinasi wisata lokal. Digital tourism juga mendukung konsep sustainable tourism atau pariwisata berkelanjutan. Melalui promosi digital, masyarakat dapat memperoleh edukasi mengenai pentingnya menjaga lingkungan, melestarikan budaya lokal, dan mendukung ekonomi masyarakat sekitar destinasi wisata. Konten digital yang edukatif dapat membangun kesadaran wisatawan agar lebih bertanggung jawab dalam melakukan aktivitas wisata. Menurut UNESCO (2022), integrasi budaya lokal dan teknologi digital dalam sektor pariwisata dapat menciptakan pembangunan pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Pemanfaatan teknologi digital dalam sektor pariwisata juga membuka peluang pengembangan smart tourism di Riau. Konsep smart tourism memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan wisata melalui sistem informasi digital, pemetaan destinasi berbasis aplikasi, serta layanan wisata online yang lebih efisien. Implementasi smart tourism dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan dalam memperoleh informasi perjalanan secara cepat dan akurat. Buhalis dan Amaranggana (2020) menyatakan bahwa smart tourism merupakan bentuk inovasi pariwisata modern yang mengintegrasikan teknologi digital dengan pengalaman wisata berbasis data dan komunikasi interaktif. Dalam perspektif komunikasi digital, keberhasilan promosi wisata sangat dipengaruhi oleh kualitas konten yang dipublikasikan melalui media online. Konten yang menarik, informatif, dan mengandung unsur budaya lokal lebih mudah menarik perhatian pengguna media sosial. Oleh karena itu, strategi storytelling digital menjadi penting dalam memperkenalkan budaya Melayu kepada wisatawan. Penggunaan narasi budaya dalam video, fotografi, dan desain visual mampu menciptakan pengalaman emosional yang lebih kuat bagi audiens digital. Menurut Jenkins (2021), storytelling digital memiliki kemampuan membangun keterlibatan audiens melalui pengalaman visual dan narasi yang autentik.

Pengembangan digital tourism di Riau juga berpotensi memperkuat posisi daerah sebagai destinasi wisata budaya Melayu di Indonesia. Keunikan budaya Melayu yang dipadukan dengan teknologi digital dapat menjadi identitas wisata yang kompetitif di tengah persaingan industri pariwisata nasional. Dengan strategi promosi yang tepat, wisata budaya Riau dapat dikenal lebih luas oleh wisatawan internasional. Penelitian Kemenparekraf RI (2025) menunjukkan bahwa wisata berbasis budaya lokal memiliki peluang besar dalam meningkatkan kunjungan wisatawan asing karena menawarkan pengalaman wisata yang autentik dan berbeda dari destinasi modern lainnya.

Secara keseluruhan, digital tourism memiliki peran strategis dalam pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal di Provinsi Riau. Pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan promosi destinasi wisata, memperkuat identitas budaya Melayu, serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal melalui sektor pariwisata kreatif. Namun, keberhasilan pengembangan digital tourism memerlukan dukungan berbagai pihak, termasuk pemerintah, masyarakat, komunitas kreatif, dan pelaku industri wisata. Dengan penguatan literasi digital, pembangunan infrastruktur teknologi, dan strategi branding budaya yang berkelanjutan, Riau memiliki peluang besar menjadi salah satu destinasi wisata budaya digital unggulan di Indonesia pada masa mendatang.

KESIMPULAN

Pengembangan digital tourism di Provinsi Riau menunjukkan bahwa teknologi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan promosi dan daya saing pariwisata berbasis kearifan lokal. Pemanfaatan media sosial, website pariwisata, video digital, dan platform promosi online mampu memperluas jangkauan informasi wisata budaya Melayu kepada wisatawan domestik maupun mancanegara. Potensi wisata budaya, sejarah, religi, dan wisata alam di Riau dapat dikembangkan menjadi identitas wisata daerah yang unik melalui strategi branding digital yang terintegrasi. Selain mendukung promosi wisata, digital tourism juga memberikan dampak positif terhadap pelestarian budaya Melayu, pengembangan ekonomi kreatif masyarakat lokal, serta peningkatan peluang usaha bagi pelaku UMKM di sekitar destinasi wisata.

Namun demikian, implementasi digital tourism di Riau masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan infrastruktur internet, rendahnya literasi digital masyarakat, serta kurangnya sumber daya manusia yang memahami pemasaran digital pariwisata. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah daerah, masyarakat, pelaku usaha wisata,

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

komunitas kreatif, dan akademisi dalam mendukung pengembangan pariwisata digital yang berkelanjutan. Penguatan pelatihan digital marketing, peningkatan kualitas infrastruktur teknologi, serta optimalisasi promosi budaya lokal berbasis media digital menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing wisata Riau di tingkat nasional maupun internasional. Dengan pengelolaan yang tepat, digital tourism berpotensi menjadikan Riau sebagai destinasi wisata budaya Melayu yang modern, kompetitif, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

APJII. (2024). Laporan Survei Internet Indonesia 2024. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. (2024). Development of Tourism of Riau Province in July 2024. Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. (2024). Development of Tourism of Riau Province in September 2024.

Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2020). Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. Springer.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (6th ed.). Sage Publications.

Febriani, R., & Sari, D. (2025). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Generasi Z. Jurnal Komunikasi Digital, 7(1), 44–58.

Hootsuite & We Are Social. (2024). Digital 2024 Indonesia Report.

Jenkins, H. (2021). Convergence Culture and Digital Storytelling. New York: NYU Press.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2024). Laporan Tren Pariwisata Digital Indonesia. Jakarta: Kemenparekraf RI.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2025). Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Indonesia. Jakarta: Kemenparekraf RI.

Keni, K., Wilson, N., Adrianto, F., Dharmawan, P., & Teoh, A. P. (2024). Leveraging the S-O-R Framework to Determine Tourists' Willingness to Revisit Riau Island. Jurnal Komunikasi, 16(1).

Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2021). Marketing for Hospitality and Tourism (8th ed.). Pearson Education.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (4th ed.). Sage Publications.

Nasrullah, R. (2022). Literasi Digital di Indonesia. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Rahman, F., & Putri, A. (2023). Virtual Tourism sebagai Strategi Promosi Wisata Heritage di Indonesia. Jurnal Pariwisata Nusantara, 5(2), 88–101.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suroyo, S., Entas, D., Putra, B. M., & Sorente, A. (2024). Riau Songket: Establishing Harmony with the Environment Using Local Wisdom Values. Al-Qalam, 30(1), 56–70.

UNESCO. (2022). Culture and Digital Transformation for Sustainable Tourism. Paris: UNESCO Publishing.

United Nations World Tourism Organization. (2023). Digital Transformation in Tourism. Madrid: UNWTO.

Utomo, M. N., Kaujan, K., & Pratiwi, S. R. (2024). Integrasi Inovasi Digital, Kearifan Lokal dan Peran Pemerintah dalam Membangun Pariwisata Berkelanjutan di Kalimantan Utara. Prosiding Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia.

Yuslaini, N., Amrillah, M. F., Maulidiah, S., Rauf, R., Yandri, R. R., & Rahman, M. H. (2025). Strategi Pengembangan Desa Wisata Alam Berbasis Digital Tourism di Desa Bandur Picak, Kecamatan Koto Kampar Hulu, Riau. ARSY: Jurnal Aplikasi Riset kepada Masyarakat.