

# Implementasi Sistem Informasi Wisata Berbasis Media Sosial untuk Meningkatkan Promosi Destinasi Pariwisata di Muara Enim

Diestha Wulandari<sup>1</sup>, Indah Febrianti Makini<sup>1</sup>, Ananda Putri Aulia<sup>1</sup>, M Arief Rahman<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>D4 Manajemen Informatika, Jurusan Manajemen Informatika Politeknik Negeri Sriwijaya, Jl. Sriwijaya Negara, Bukit Lama, Kec. Ilir Bar. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30128, Indonesia

Penulis Korespondensi : M Arief Rahman (e-mail: [m.arief.rahman@polsri.ac.id](mailto:m.arief.rahman@polsri.ac.id))

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas implementasi sistem informasi wisata berbasis media sosial untuk meningkatkan promosi destinasi pariwisata di Muara Enim, Sumatera Selatan. Dengan fokus pada TikTok dan Instagram, penelitian ini mengatasi kurangnya pemahaman masyarakat luar daerah tentang potensi pariwisata Muara Enim melalui metode kualitatif dan analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, seperti TikTok dan Instagram, secara efektif meningkatkan visibilitas destinasi wisata Muara Enim, menarik minat wisatawan, dan memperluas pemahaman masyarakat terhadap potensi pariwisata di daerah tersebut. Dalam konteks kontribusi, penelitian ini menyoroti peran media sosial sebagai alat efektif untuk pengembangan pariwisata lokal. Sebagai saran penelitian selanjutnya, studi lebih lanjut mengenai interaksi dan respons langsung wisatawan terhadap konten media sosial, serta mengevaluasi dampak ekonomi dari peningkatan pariwisata di Muara Enim. Hal ini dapat membantu pemahaman lebih mendalam terkait potensi dan tantangan dalam mengembangkan sektor pariwisata melalui media sosial di Muara Enim.

**KATA KUNCI:** Sistem Informasi Wisata, Media Sosial, Promosi Destinasi Pariwisata, Muara Enim Implementasi

## ABSTRACT

This research discusses the implementation of a social media-based tourism information system to improve the promotion of tourism destinations in Muara Enim, South Sumatra. With a focus on TikTok and Instagram, this research addresses the lack of understanding of Muara Enim's tourism potential among people outside the region through qualitative methods and data analysis. The results show that the utilization of social media, such as TikTok and Instagram, effectively increases the visibility of Muara Enim's tourism destinations, attracts tourists, and expands people's understanding of the tourism potential in the area. In the context of contribution, this research highlights the role of social media as an effective tool for local tourism development. As a suggestion for future research, further studies regarding the interaction and direct response of tourists to social media content, as well as evaluating the economic impact of increased tourism in Muara Enim. This can help a deeper understanding of the potential and challenges in developing the tourism sector through social media in Muara Enim.

**KEYWORD:** Tourism Information System, Social media, Destination Promotion, Muara Enim,

## 1. PENDAHULUAN

Implementasi Sistem Informasi wisata Berbasis Media Sosial untuk Meningkatkan Promosi Destinasi Pariwisata di Muara Enim adalah sebuah alternatif untuk memberikan informasi mengenai objek wisata di muara enim yang jarang di explore dan tidak banyak diketahui oleh masyarakat luar daerah muara enim. Objek wisata merupakan tempat yang dikunjungi oleh wisatawan untuk tujuan rekreasi, liburan atau penjelajahan. Objek wisata sendiri memiliki daya Tarik yang unik dan

menarik bagi wisatawan, baik itu keindahan alam, kekayaan budaya, maupun pengalaman yang ditawarkan.

Dengan Implementasi Sistem Informasi wisata Berbasis Media Sosial untuk Meningkatkan Promosi Destinasi Pariwisata di Muara Enim, Penulis Ingin memberikan informasi mengenai objek wisata di muara enim dan untuk itu penulis menggunakan media social sebagai sarana promosi dan berbagi informasi objek wisata muara enim. Media yang kami gunakan yaitu

Tiktok dan Instagram karena media tersebut sedang marak digunakan masyarakat terutama gen Z.

Manajemen proyek adalah manajemen yang diterapkan pada suatu proyek untuk mencapai suatu hasil tertentu atau manajemen proyek adalah suatu ilmu seni untuk mengadakan perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), Pengarahan (directing), Pengoordinasian (oordinating), dan mengadakan pengawasan (controlling) terhadap orang dan barnag untuk mnecapai tujuan tertentu dari suatu proyek [1]. Muara enim merupakan salah satu daerah yang ada di sumatera selatan. Di kabupaten muara enim juga banyak terdapat potensi wisata alam yang cukup menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun asing wisata tersebut antara lain adalah air terjun bedegung, air terjun bali, dan danau shuji lembak yang menjadi wisata andalan kota muara enim. namun masih banyak wisatawan lokal maupun asing yang belum mengetahui keindahan wisata yang ada di muara enim ini [2].

Sistem informasi merupakan gabungan dari manusia, hardware, software, jaringan komunikasi dan datayang saling berinteraksi untuk menyimpan, mengumpulkan, memproses, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dalam suatu organisasi [3]. Media social adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi [4].

Dalam era digital, perkembangan teknologi dan kehadiran media sosial telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi informasi. Penelitian oleh Andi (2018) [5] menyoroti bagaimana media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube memberikan platform untuk aktivitas komunikasi, belanja, serta berbagi momen keseharian. Fitur-fitur yang disediakan oleh media sosial menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan informasi dan menciptakan pengalaman bersosial yang beragam.

Potensi Pariwisata dan Media Sosial di Muara Enim: Muara Enim, sebagai kabupaten di Sumatra Selatan, memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata yang menarik dan alami. Namun, meskipun memiliki daya tarik tersebut, belum banyak dikenal oleh masyarakat luar daerah. Studi oleh Fitri Purwaningtias, Ira Maretta, dan Hadi Syaputra (2022) menunjukkan bahwa Muara Enim memiliki kekayaan alam dan destinasi wisata yang belum tergali sepenuhnya, dan perlu adanya upaya untuk meningkatkan visibilitasnya, khususnya melalui pemanfaatan media sosial.

Promosi dan Informasi Wisata Melalui Media Sosial: Penelitian terkait strategi promosi dan informasi wisata melalui media sosial memiliki relevansi penting dengan konteks Muara Enim. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap destinasi wisata tertentu. Oleh karena itu, artikel ini akan mengeksplorasi bagaimana penggunaan media sosial dapat menjadi kunci dalam mengangkat potensi pariwisata Muara Enim.

Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen dan Pengambilan Keputusan: Dalam konteks pemasaran pariwisata, studi literatur yang membahas dampak

media sosial terhadap perilaku konsumen dan pengambilan keputusan menjadi relevan. Menelusuri literatur ini akan memberikan wawasan tentang bagaimana informasi dan promosi yang disampaikan melalui media sosial dapat memengaruhi minat dan keputusan calon wisatawan. Melalui tinjauan ini, artikel ilmiah akan membangun landasan teoritis dan pemahaman yang kuat tentang peran media social dalam mempromosikan potensi pariwisata muara enim, dengan focus pada cara efektif menyampaikan informasi dan meningkatkan visibilitas destinasi wisata melalui platform digital.

Penelitian "Aplikasi Sistem Informasi Pariwisata Tourism Pada Dki Jakarta Berbasis Android". Peneliti menemukan permasalahan yaitu belum adanya informasi tentang lokasi wisata dan penginapan terdekat, untuk menyelesaikan permasalahan tersebut penulis membuat Aplikasi Sistem Informasi Pariwisata Tourism Pada Dki Jakarta Berbasis Android agar memudahkan pengujung mendapat informasi mengenai wisata ini. Untuk tahap perancangan sistem digunakan UML (Unified Modeling Language) agar dapat menjelaskan proses yang ada pada aplikasi (Natsir, 2019) [6]. Penelitian Mohammad Ainun Ni'am yang berjudul Implementasi Strategi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek Dalam Meningkatkan Wisatawan di Pantai Prigi (Ni'am, 2021), menemukan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan wisatawan di Pantai Prigi adalah 7-P (product, price, promotion, place, people, physical evidence, dan process) [7].

Sejumlah penelitian terdahulu telah menggambarkan penerapan sistem informasi dan strategi pemasaran dalam pengembangan sektor pariwisata. Dua penelitian relevan yang dapat dijadikan landasan untuk penelitian ini adalah: Penelitian 1: "Aplikasi Sistem Informasi Pariwisata Tourism Pada Dki Jakarta Berbasis Android" (Natsir, 2019). Penelitian ini menyoroti permasalahan ketidaktersediaan informasi lokasi wisata dan penginapan di DKI Jakarta. Dalam menyelesaikan permasalahan tersebut, peneliti menciptakan Aplikasi Sistem Informasi Pariwisata berbasis Android. Metode yang digunakan melibatkan Unified Modeling Language (UML) untuk merancang sistem, dengan fokus pada menjelaskan proses aplikasi. Meskipun konteks penelitian berbeda, metode perancangan sistem yang diaplikasikan dapat memberikan wawasan terkait desain aplikasi yang efektif. Penelitian 2: "Implementasi Strategi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek Dalam Meningkatkan Wisatawan di Pantai Prigi" (Ni'am, 2021).

Penelitian ini mengeksplorasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek untuk meningkatkan jumlah wisatawan di Pantai Prigi. Strategi pemasaran yang digunakan mencakup konsep 7-P (product, price, promotion, place, people, physical evidence, dan process). Meskipun konteksnya berbeda, konsep strategi pemasaran ini dapat menjadi landasan untuk merancang strategi pemasaran Muara Enim. Pada penelitian ini, metode kualitatif dan analisis data digunakan untuk

menggambarkan implementasi sistem informasi berbasis media sosial dalam konteks Muara Enim. Pendekatan kualitatif memungkinkan penelitian untuk mendalami ke dalam pengalaman dan persepsi stakeholder terkait penggunaan media sosial dalam promosi pariwisata. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggabungan konsep manajemen proyek, pemanfaatan media sosial, dan temuan dari kajian empiris terdahulu.

Strategi pemasaran yang terbukti berhasil dan metode perancangan sistem yang efektif dari penelitian sebelumnya menjadi dasar untuk menciptakan pendekatan baru yang dapat diterapkan dalam menggali potensi pariwisata Muara Enim. Penelitian ini berusaha memberikan kontribusi signifikan dalam mengembangkan strategi efektif untuk mempromosikan dan meningkatkan pemahaman tentang destinasi pariwisata Muara Enim. Dengan merinci implementasi sistem informasi berbasis media sosial, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi pemangku kepentingan pariwisata dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik Muara Enim sebagai destinasi wisata yang diminati.

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan fenomena yang terjadi di lapangan, yaitu implementasi sistem informasi wisata berbasis media sosial untuk meningkatkan promosi destinasi pariwisata di Muara Enim. Metode penelitian ini dapat digunakan untuk meneliti pengaruh sistem informasi wisata berbasis media sosial terhadap promosi destinasi pariwisata tersebut.

Metode Penelitian Kualitatif digunakan karena kajian literatur menunjukkan bahwa penggunaan Tiktok dan Instagram Sebagai platform untuk pengembangan sistem informasi wisata masih terkendala dan terbatas. Teknik analisis ini digunakan karena akan memungkinkan untuk mengetahui apakah hipotesis yang telah dibuat dalam kajian literatur benar atau tidak. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan data kuantitatif untuk menguji hipotesis. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang dilakukan dengan dengan mengumpulkan data dari sejumlah responden melalui kuesioner dan wawancara.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Muara Enim, Provinsi Sumatera Selatan. Waktu Penelitian dilakukan pada akhir Oktober 2023 hingga Januari 2024. Data penelitian ini dianalisis dengan menggunakan Teknik analisis deskriptif, teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner dan wawancara. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui wawancara kepada informan dan melalui data sekunder yaitu dengan melakukan observasi serta dokumentasi.

Melalui metode kualitatif dan analisis data, penelitian ini menggambarkan implementasi sistem informasi yang memanfaatkan media sosial dalam

menyampaikan informasi dan promosi pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial efektif dalam meningkatkan visibilitas destinasi wisata di Muara Enim, mengundang minat wisatawan, dan memperluas pemahaman masyarakat akan potensi pariwisata daerah tersebut. Setelah data di analisis, penulis menggunakan metode validasi data. Metode validasi data adalah melihat bagaimana konten-konten yang disediakan oleh Akun Tiktok dan Instagram MEmpesona Official dalam membantu masyarakat luas untuk mengetahui destinasi wisata di Muara Enim tersebut dan untuk lebih mempromosikan kembali tempat-tempat yang belum diketahui masyarakat.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya sistem informasi wisata berbasis media social telah memenuhi target audiens dan pencapaian yang memuaskan, serta telah menunjukkan ketertarikan audiens terhadap konten yang dibuat. penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi melalui media social Tiktok dan Instagram yaitu @MEmpesona\_Official cukup memuaskan dan dapat memberikan dampak positif serta memberikan manfaat yang berguna untuk audiens.

Dengan adanya konten-konten video yang memberikan informasi mengenai tempat-tempat wisata dan alam yang berada didaerah muara enim memberikan solusi dan mengurangi tingkat stress para audiens. Dengan adanya sistem informasi ini penulis berharap pariwisata di muara enim dapat berkembang pesat serta dengan adanya sarana promosi di media social membuat pariwisata banyak diketahui oleh semua audiens yang ada di media sosial, terutama saat ini semua informasi dapat cepat tersebar dan mudah didapatkan hanya dengan menggunakan media social.

Media social tiktok dan Instagram merupakan media social yang paling banyak digunakan saat ini dan tidak dapat di pungkiri bahwasanya media social menjadi kegiatan keseharian Masyarakat terutama anak anak muda. Dengan adanya sistem informasi ini banyak hal yang telah penulis dapatkan dan pelajari salah satunya konten di tiktok lebih mudah mendapatkan audiens dari pada konten di Instagram, namun konten di tiktok tidak stabil seperti di Instagram, konten di tiktok saat adanya tren akan mudah medapatkan viewers atau bisa dikatakan naik daun namun saat konten tidak mengikuti perkembangan tren maka konten di tiktok akan stuck sampai disana saja. Tiktok memiliki alur algoritma yang menarik sehingga tidak bisa ditebak konten mana yang akan mendaptkan viewers paling banyak. Saat membuat konten di media social tiktok dapat peneliti simpulkan bahwasanya membuat dan mengedit konten dengan menggunakan Iphone akan lebih jernih, video tidak pecah pecah, ataupun videonya patah patah. Sedangkan jika menggunakan Android saat pengeditan hasilnya juga jernih dan bagus namun saat di posting video akan terlihat seperti tidak jernih dan videonya pecah pecah.

### 3.1. Peningkatan Jumlah Pengikut

#### 3.1.1 Tiktok



Gambar 1. Peningkatan Jumlah Pengikut Tiktok

Berkembang dan meningkatnya pengikut dari 0 hingga mencapai 144 followers real menandakan konten yang dibuat mempunyai daya Tarik tersendiri untuk audiens. Peningkatan ini tidak hanya menunjukkan ketertarikan audiens namun juga menunjukkan popularitas dan peningkatan dari akun @mempesona\_official ini karena konten mengenai pariwisata yang bermanfaat dan berguna bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke daerah muara enim. Peningkatan jumlah pengikut dari 0 hingga mencapai 144 followers pada akun @mempesona\_official mencerminkan keberhasilan dalam membangun daya tarik yang kuat bagi audiens. Hal ini tidak hanya mencerminkan ketertarikan mereka terhadap konten pariwisata yang dibagikan, tetapi juga menunjukkan bahwa akun ini telah menjadi sumber informasi yang diakui dan diandalkan oleh wisatawan yang tertarik berkunjung ke daerah Muara Enim. Jumlah pengikut yang terus meningkat mengindikasikan bahwa konten yang disajikan tidak hanya memiliki daya tarik visual, tetapi juga memberikan nilai tambah dan manfaat yang signifikan bagi para pengikutnya. Keberhasilan ini dapat menjadi indikator positif bahwa upaya promosi melalui media sosial, khususnya Instagram, telah berhasil membangun citra positif dan meningkatkan popularitas destinasi pariwisata Muara Enim.

#### 3.1.2 Instagram



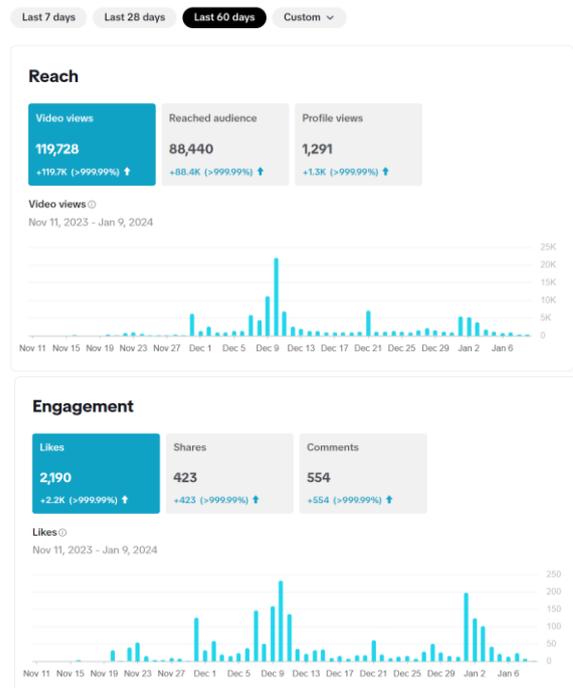
Gambar 2. Peningkatan Jumlah Pengikut Instagram

Pengikut di Instagram juga mengalami peningkatan dari 0 hingga mencapai 53 pengikut, namun

peningkatannya tidak signifikan seperti di tiktok. Namun peningkatan ini cukup bagus karena pengikut di Instagram tidak mudah mendapatkan pengikut di tiktok. Meskipun peningkatan jumlah pengikut di Instagram tidak sebesar yang terjadi di TikTok, yakni dari 0 hingga mencapai 53 pengikut, namun pencapaian ini masih dianggap positif. Perolehan pengikut yang relatif lebih sulit di Instagram, dibandingkan dengan TikTok, menunjukkan bahwa konten pariwisata yang dibagikan di akun @mempesona\_official berhasil menarik perhatian dan interaksi dari audiens di platform yang lebih visual ini. Peningkatan jumlah pengikut di Instagram tetap memberikan dampak positif dalam memperluas jangkauan dan membangun komunitas yang tertarik dengan destinasi pariwisata Muara Enim. Platform Instagram dengan fokus pada gambar dan visualisasi memberikan kesempatan untuk lebih mendalam mempresentasikan keindahan dan daya tarik dari destinasi wisata, dan peningkatan pengikut di sana menunjukkan adanya minat yang berkelanjutan dari para pengguna media sosial terhadap konten pariwisata Muara Enim.

### 3.2. Pengaruh Luas Penyebaran (Views) dan Likes

#### 3.2.1 Tiktok

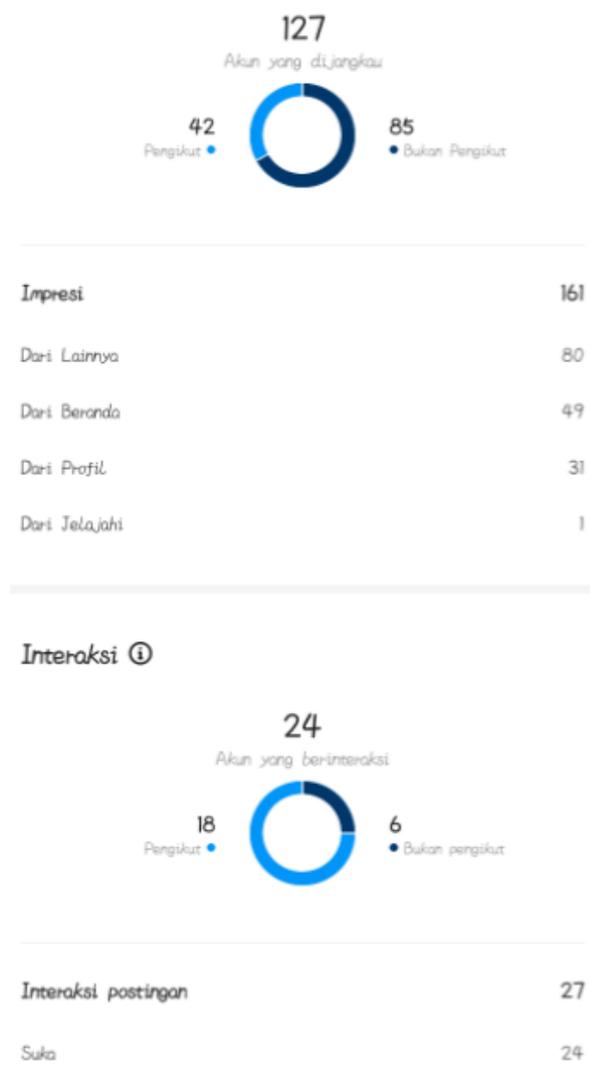


Gambar 3. Pengaruh Luas Penyebaran Views dan Likes

Jumlah total seluruh penayangan saat ini mencapai 119 ribu lebih dan total suka mencapai 2100 lebih dan terus meningkat setiap waktunya. Jumlah views dan like dari akun media social tiktok ini menunjukkan bahwasanya akun mendapatkan respon aktif dan positif dari para audiens yang melihat konten yang penulis bagikan. Meskipun peningkatan jumlah pengikut di Instagram tidak sebesar yang terjadi di TikTok, yakni dari 0 hingga mencapai 53 pengikut, namun pencapaian ini masih dianggap positif. Perolehan pengikut yang

relatif lebih sulit di Instagram, dibandingkan dengan TikTok, menunjukkan bahwa konten pariwisata yang dibagikan di akun @mempesona\_official berhasil menarik perhatian dan interaksi dari audiens di platform yang lebih visual ini. Peningkatan jumlah pengikut di Instagram tetap memberikan dampak positif dalam memperluas jangkauan dan membangun komunitas yang tertarik dengan destinasi pariwisata Muara Enim. Platform Instagram dengan fokus pada gambar dan visualisasi memberikan kesempatan untuk lebih mendalam mempresentasikan keindahan dan daya tarik dari destinasi wisata, dan peningkatan pengikut di sana menunjukkan adanya minat yang berkelanjutan dari para pengguna media sosial terhadap konten pariwisata Muara Enim.

### 3.2.2 Instagram

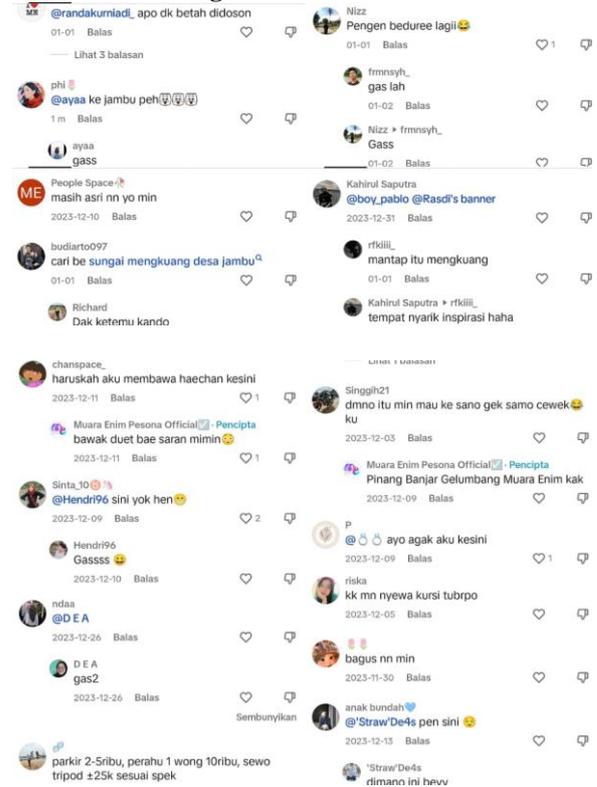


Gambar 4. Pengaruh Luas Penyebaran di Instagram

Jumlah akun yang di jangkau 127 akun, dan impresi total 161 akun, serta mencapai 24 suka dari pengguna akun Instagram. Peningkatan ini lumayan cukup baik karena Instagram sedikit susah mendapatkan jumlah suka yang banyak jika followers belum banyak. Pengaruh luas penyebaran di platform Instagram juga mencatat pencapaian yang positif. Dengan jumlah akun yang terjangkau mencapai 127 akun dan impresi total

sebanyak 161 akun, serta memperoleh 24 suka dari pengguna akun Instagram, hasil ini menunjukkan bahwa akun @mempesona\_official mampu menyentuh sejumlah besar pengguna Instagram. Meskipun jumlah likes belum sebanyak di platform TikTok, pertumbuhan ini dapat dianggap sebagai prestasi yang baik, terutama mengingat bahwa mendapatkan jumlah suka yang banyak di Instagram dapat menjadi lebih menantang jika jumlah followers masih terbatas. Peningkatan ini mencerminkan daya tarik dan relevansi konten pariwisata Muara Enim di platform Instagram, yang dapat menjadi landasan untuk pertumbuhan lebih lanjut dalam membangun pengikut dan interaksi positif.

### 3.3. Bukti Dukungan dari Komentar Aktif



Gambar 5. Komentar Aktif Audiens

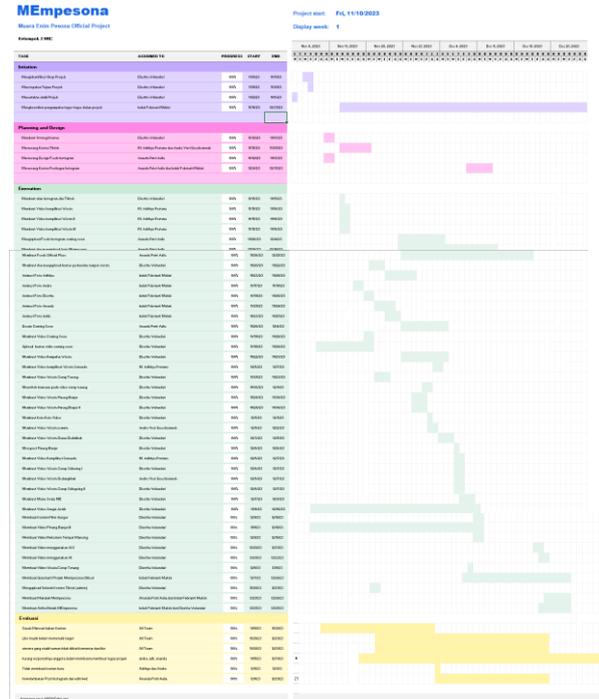
Komentar aktif yang membuat bahwasanya konten yang disajikan menarik dan sesuai dengan keinginan atau kebutuhan audiens. Dalam sistem informasi media social ini komentar merupakan salah satu tolak ukur yang menandakan bahwasanya konten yang dibuat menarik pengguna untuk memberikan tanggapan yang beragam seperti halnya meng-tag teman atau sahabatnya untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut ataupun memberikan informasi mengenai tempat wisata yang ada dalam konten yang telah diposting.

Dalam hal ini menunjukkan bahwasanya sistem informasi berbasis media social sangat berpengaruh dan dapat memberikan informasi kepada audiens serta para audiens dapat saling berkomunikasi melalui komntar dalam postingan konten. Media social tiktok lebih mendominasi dan lebih mudah mendapatkan audiens. Dengan adanya sistem informasi wisata berbasis media social ini sangat efektif untuk menjadi sarana promosi dan pengenalan wisata yang berada di daerah muara

enim sehingga wisatawan dapat mengetahui apa saja potensi alam dan wisata yang menarik yang ada di muara enim dan terbukti dari banyaknya jumlah views dan like serta komentar aktif antara audiens yang saling tag teman atau sahabatnya untuk berkunjung atau saling memberikan informasi di komentar.

### 3.4. Bukti perkembangan akun Ganchart

Ganchart ini dibuat sebagai salah satu acuan peneliti untuk melakukan kegiatan serta melihat perkembangan dari sistem informasi kami sudah maksimal atau belum maksimal.



Gambar 6. Bukti Pengembangan Akun Ganchart

## 4. KESIMPULAN

Hasil penelitian dan analisis sistem informasi berbasis media sosial melalui akun TikTok dan Instagram @mempesona\_official membawa sejumlah kesimpulan yang positif dan signifikan. Pertama, sistem informasi ini, yang didasarkan pada kedua platform media sosial tersebut, telah memberikan hasil yang positif, memberikan kontribusi signifikan bagi para wisatawan dengan memberikan informasi tentang tempat-tempat wisata yang bagus, menarik, dan tersembunyi di daerah Muara Enim. Kedua, melalui sistem informasi media sosial ini, diharapkan masyarakat dapat lebih banyak mengetahui destinasi wisata menarik di Muara Enim, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan UMKM yang berada di sekitar lokasi wisata. Peningkatan kunjungan wisatawan diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal.

Ketiga, melalui penelitian ini, diharapkan pariwisata Muara Enim dapat mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah dan dapat dikelola secara lebih

efektif oleh warga setempat. Dengan meningkatnya minat wisatawan, diharapkan akan ada upaya lebih lanjut dalam menjaga dan mengelola destinasi pariwisata dengan baik. Keempat, sistem informasi ini tidak hanya bertujuan untuk menciptakan konten yang informatif, tetapi juga berupaya mendorong partisipasi anak-anak muda dan pengguna media sosial lainnya untuk menggunakan platform tersebut sebagai sumber informasi positif dan menarik. Harapannya, penelitian ini dapat menjadi pendorong semangat generasi muda untuk mempromosikan, menghargai, dan memajukan nilai budaya daerah, wisata, serta bahasa daerah mereka. Oleh karena itu, dapat diharapkan bahwa tempat-tempat wisata yang tersembunyi atau kurang dikenal oleh masyarakat luar daerah dapat lebih dikenal, meningkatkan ekonomi daerah, dan menjaga kealamian serta kelestarian tempat-tempat wisata tersebut dari tindakan yang merugikan.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. S. Drs. Bambang Pujiyono, "Konsep Manajemen Proyek," *Manaj. Proy.*, pp. 1–42, 2008, [Online]. Available: <https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/ADPU4338-M1.pdf>
- [2] P. M. Guarango, "Sistem Informasi Wisata Muara Enim Sumatera Selatan," *γλ7*, vol. 7, no. 8.5.2017, pp. 2003–2005, 2022.
- [3] S. Stuono and K. Meitasari, "Sistem Informasi Objek Wisata Di Kabupaten Cianjur Berbasis Media Sosial," *Media J. Inform.*, vol. 13, no. 1, p. 26, 2021, doi: 10.35194/mji.v13i1.1394.
- [4] N. Istiani and A. Islamy, "Fikih Media Sosial Di Indonesia," *Asy Syar'Iyyah J. Ilmu Syari'Ah Dan Perbank. Islam*, vol. 5, no. 2, pp. 202–225, 2020, doi: 10.32923/asy.v5i2.1586.
- [5] N. R. Andi, "Sistem Informasi Wisata Di Ampera Waterpark," *J. Siliwangi*, vol. 4, no. 2, pp. 87–92, 2018, [Online]. Available: <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jssainstek/article/download/570/369>
- [6] Supriyono(2011, *Akuntansi Biaya*, vol. 1, no. 69. 2011.
- [7] Rahmat Tio Andara, "Implementasi program Digital Marketing Pariwisata pada Era Industri 4.0 oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan," p. 11.
- [8] P. M. Guarango, "Sistem Informasi Wisata Muara Enim Sumatera Selatan," *γλ7*, vol. 7, no. 8.5.2017, pp. 2003–2005, 2022.
- [9] S. Stuono and K. Meitasari, "Sistem Informasi Objek Wisata Di Kabupaten Cianjur Berbasis Media Sosial," *Media J. Inform.*, vol. 13, no. 1, p. 26, 2021, doi: 10.35194/mji.v13i1.1394.
- [10] N. Istiani and A. Islamy, "Fikih Media Sosial Di Indonesia," *Asy Syar'Iyyah J. Ilmu Syari'Ah Dan Perbank. Islam*, vol. 5, no. 2, pp. 202–225, 2020, doi: 10.32923/asy.v5i2.1586.
- [11] N. R. Andi, "Sistem Informasi Wisata Di Ampera Waterpark," *J. Siliwangi*, vol. 4, no. 2,

- pp. 87–92, 2018, [Online]. Available: <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jssainstek/article/download/570/369>
- [12] Supriyono(2011, *Akuntansi Biaya*, vol. 1, no. 69. 2011.
- [13] Rahmat Tio Andara, “Implementasi Program Digital Marketing Pariwisata pada Era Industri 4.0 oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan,” p. 11 Supriyono(2011, *Akuntansi Biaya*, vol. 1, no. 69. 2011.
- [14] Rahmat Tio Andara, “Implementasi Program Digital Marketing Pariwisata pada Era Industri 4.0 oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan,” p. 11.
- [15] P. M. Guarango, “Sistem Informasi Wisata Muara Enim Sumatera Selatan,” *γ787*, vol. 7, no. 8.5.2017, pp. 2003–2005, 2022.