PERANCANGAN WEBSITE KAWAH RENGGANIS DI RANCABALI SEBAGAI MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA

**Muhammad Hamzah Assuyuti**

Department of communication and Design, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Article Info** |  | **ABSTRACT**  |
| ***Article history:***Received September 3, 2021Revised January 17, 2022Accepted February 1, 2022 |  | Crater rengganis natural attraction is the bathing in natural hot water from volcanic eruption. ancient sunda the volcanic crater active than currently exist and be. attractionCrater rengganis patengan, is located in the village in rancabali, which is 60. bandung km from the city centerRengganis crater was the site of a culture must in keep kelestariannya, so that in 2017 last statement made a pilgrimage site and the bathhouse. This area was anciently the bale fathers, sunda meeting one uyut saratus bojol tilu. In 1920-an, crater rengganis has only 3, building that is the key, house mosque and little bale treatment. This area was the site of potential as natural tourism, hence the need of the promotion to notify to the general public about the crater rengganis this. Media used in the form of websites which contains detailed information about rengganis crater, in other supporting media of posters and stickers. |
| ***Keywords:***RengganisCultural siteBathing PlacePromotionWebsite |
|  |
| ***Corresponding Author:*****Muhammad Hamzah Assuyuti**Department of communication and Design,Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya,Jalan Sekolah Internasional 1-2, Kota Bandung, IndonesiaEmail: hamzah@gmail.com |

1. **INTRODUCTION**

Indonesia merupakan Negara yang menyimpan sejuta pesona dan keindahan. Keindahan alam yang dimiliki Indonesia mendukung perkembangan sektor pariwisata. Pariwisata yang semakin berkembang di Indonesia selain karena keindahan alam, juga karena keanekaragaman budayanya. Pariwisata dinilai sebagai sektor yang paling siap untuk bangkit ketika Negara sedang mengalami krisis. Sektor pariwisata diharapkan mampu menjadi pemasok devisa utama. Dalam perkembangannya, berbagai objek wisata yang ada di Indonesia bermunculan dan menawarkan beragam jenis wisata, seperti wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner, wisata belanja, dan wisata edukasi.

Pengembangan pariwisata di Indonesia tercatat sangat cepat dan pesat. Hal ini terlihat pada hasil catatan data tahunan BPS (Badan Pengelolaan Statistik). Perkembangan pariwisata untuk desember 2013 sebesar 860,7 ribu kunjungan naik 12,22% dibanding desember 2012. Adapun data yang tercatat di BPS pada tahun 2017 mengenai jumlah pengunjung domestik dan mancanegara mengalami lonjakan sebanyak 5.000.625 pengunjung. Dapat disimpulkan bahwa objek wisata di Indonesia dari setiap tahunnya terus meningkat, hal ini perlu adanya kesadaran dari pihak pemerintah dan masyarakat untuk lebih memperhatikan objek wisata yang ada di Indonesia, terutama objek wisata alam yang ada di pedalaman untuk diperbaiki dari segi fasilitas maupun sistem dari objek wisata tersebut.

Pariwisata merupakan bagian atau perangkat yang sangat penting dalam rangka pelestarian, pengembangan dan pemanfaatan potensi sumber daya alam. Penyelenggaraan pariwisata yang melibatkan berbagai komponen, yaitu pemerintah, badan-badan usaha, dan masyarakat, adalah suatu kegiatan yang pada intinya secara langsung menyentuh kehidupan masyarakat, sehingga membawa berbagai dampak terhadap masyarakat itu sendiri, seperti dampak terhadap kehidupan ekonomi, sosial-budaya maupun dampak terhadap lingkungan sebagai pembangunan sarana-sarana kepariwisataan.

Pariwisata Indonesia merupakan salah satu penghasil devisa, kerja sama di forum internationaldan regional seperti *World Tourism Organization* (UNWTO) dan *pacific Asia Travel Assiociation* (PATA) sangatlah penting, terutama untuk menjalin kerja sama pelatihan, tukar pengalaman, dan penanaman modal. Indonesia perlu untuk mengkaji program *ecotourism* yang dikembangkan oleh UNWTO. Program ini sejalan dengan ide pembangunan berkelanjutan, di mana kelestarian objek wisata alam harus dijaga, terutama mengingat fungsinya sebagai pemelihara keseimbangan alam. Salah satu kerja sama antara Indonesia dengan UNWTO dalam bidang pariwisata yang mendukung pembangunan berkelanjutan adalah proyek “*Sustainable Tourism Through Energi Efficiency with Adaptation and Mitigation Measures in Pangandaran*” yang dimaksud untuk menjadi model langkah-langkah adaptasi dan mitigasi perubahan iklim di daerah tujuan wisata Indonesia, dan Asia Tenggara.

Dengan pertumbuhan wisatawan nusantara dan mancanegara dari tahun ke tahun, Indonesia dihadapkan dengan sejumlah tantangan. Tentunya tantangan yang dihadapi adalah bagaimana memanfaatkan potensi ini agar bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat. Hal ini sejalan dengan UU No. 10 Tahun 2009 tentang pariwisata yang mengamanatkan bahwa kekayaan sumber daya alam dan peninggalan sejarah merupakan sumber daya dan modal pembangunan pariwisata untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat (Saka, 2015).

Bandung adalah salah satu destinasi wisata favorit di Jawa Barat. Wilayah ini memiliki berbagai macam keindahan hampir dari setiap penjuru. Salah satu keindahan Bandung terletak di kawasan Ciwidey. Di kawasan ini terdapat gunung Patuha dan terdapat dua kawah yaitu Kawah Putih dan Kawah Rengganis. Keberadaan dua kawah ini terbentuk dari letusan gunung Sunda purba yang sekarang dikenal sebagai Gunung Patuha. Pada awalnya objek wisata Rengganis dikenal dengan nama Kawah Cibuni, karena adanya perubahan, pengelolaan obyek wisata, sekarang dikelola oleh pihak Argowisata Rancabali.

Rancabali adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Sebuah kecamatan hasil pecahan dari Kecamatan Ciwidey, yang berbatasan langsung dengan Kab Cianjur. Rancabali berjarak 60 KM dari kota Bandung, terletak di dataran tinggi yang memiliki Iklim sejuk karena dikelilingi oleh pegunungan, hamparan perkebunan teh dan lahan pertanian masyarakat. Pertumbuhan ekonomi masyarakat Rancabali dari tahun ke tahun mengalami kemajuan karena Rancabali mejadi pusat tujuan wisata, baik wisata alam, wisata edukasi, agrowisata, maupun wisata religi (Ferni, 2016).

Kawah Rengganis merupakan objek wisata alam berupa pemandian air panas alami yang berasal dari letusan gunung Sunda purba. Kawah aktif dari letusan gunung tersebut sampai sekarang masih ada dan menjadi objek wisata. Kawah Rengganis ini terletak di Desa Patengan, Kecamatan Rancabali, yang berjarak 60 km dari pusat Kota Bandung. Meskipun Kawasan ini sudah cukup banyak orang yang berkunjung, tapi perlu upaya pengembangan lagi dari segi fasilitas, akses jalan, dan promosi untuk memperkenalkan masyarakat luar demi memajukan perekonomian warga sekitar (Rosania, 2016).

Kemajuan teknologi pada era globalisasi terus meningkat, sehingga menjadi kebutuhan masyarakat dalam memperoleh informasi berbasis digital maupun hanya sekedar hiburan. Hal ini juga berpengaruh untuk perkembangan bidang pariwisata, dalam rangka mempromosikan objek wisata. Di Indonesia sendiri terdapat banyak jenis wisata, tetapi jika tidak ada kegiatan promosi pasti hanya sebagian orang saja yang mengetahui di mana letak objek wisata tersebut. Fungsi utama dari promosi adalah memberitahukan kepada seluruh masyarakat untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan pengunjung. Dengan adanya promosi wisata, dapat memberikan pilihan kepada masyarakat untuk menentukan destinasi wisata mana yang ingin mereka kunjungi.

Promosi berasal dari bahasa Inggris, yaitu promote yang berarti “meningkatkan” atau “mengembangkan”. Pengertian tersebut jika digunakan dalam bidang penjualan berarti media untuk meningkatkan omzet penjualan. Pengertian promosi dapat dipandang berbeda dalam hal produsen dan konsumen. Promosi ialah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk (Gitosudarmo, 2000:237).

Promosi bertujuan sebagai sarana memperkenalkan atau dengan kata lain mempromosikan produk atau tempat wisata. Menurut Harper Boyd, promosi diartikan sebagai upaya membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan. Sebenarnya sangat banyak versi pengertian promosi yang dikemukakan oleh para ahli pemasaran di seluruh dunia, tetapi kesimpulannya kurang lebih sama, yaitu promosi adalah untuk memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebarluaskan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan agar calon konsumen tersebut pada akhirnya dapat melakukan pembelian (Victor D, Sonson. Sama juga halnya dalam mempromosikan suatu objek wisata, tanpa promosi yang efektif maka objek wisata tidak dapat dikenal, sehingga tingkat kunjungan wisatawan rendah (Badan Pusat Statistik, 2017).

Website adalah sebuah kumpulan halaman pada suatu domain di internet yang di buat dengan tujuan tertentu dan saling berhubungan serta dapat diakses secara luas melalui halaman depan (*home page)*. Semakin berkembangnya internet di Indonesia, semakin banyak pula yang mengenal website. Di zaman era globalisasi dan digital ini, *website* sangat menguntungkan untuk media promosi di dunia maya. Website merupakan media promosi 24 jam *nonstop* yang dapat dibuka oleh siapa saja dan dimana saja. Mempromosikan suatu objek wisata menggunakan media website juga cukup efektif untuk memberikan informasi lengkap kepada masyarakat luar tentang tempat wisata tersebut (Freddy, 2015).

Ide awal penulis memilih membuat website sebagai media promosi wisata Kawah Rengganis ini adalah bertujuan untuk memberikan informasi terkait situs wisata tersebut agar lebih dikenal khalayak ramai, sehingga dapat mengembangkan kawasan tersebut baik dari segi ekonomi, sosial, dan budaya. Penulis ingin berkontribusi terhadap kawasan wisata tersebut dengan memberikan promosi melalui media website yang mudah digunakan oleh banyak kalangan. peran masyarakat juga sangat penting untuk ikut serta mengelola dan menjaga kawasan wisata tersebut agar wisatawan dapat terus meningkat (Kurniawan, 2014).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk membuat promosi wisata alam media *website* menjadi proyek perancangan tugas akhir yang berjudul “PERANCANGAN WEBSITE PARIWISATA KAWAH RENGGANIS DI RANCABALI SEBAGAI MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA DI JAWA BARAT”

1. **METHOD**

Metode penelitian merupakan rangkaian cara atau kegitan pelaksanaan penelitian yang didasari oleh asumsi-asumsi dasar, pandangan-pandangan filosofis dan ideologis, Sugiyono(2015, hlm 2) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yaitu yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan”.

 Bogdan, Taylor danMoloeng (2007:4) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Moleong (2007:11) mengemukakan bahwa penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti (Victor D, 2019).

 Kata metode berasal dari kata Yunani *methodos*, sambungan kata depan *meta* (menuju, melalui, mengikuti) dan kata benda *hodos* (jalan, cara, arah). Kata *methodos* berarti penelitian, metode ilmiah, uraian ilmiah, yaitu cara bertindak menurut sistem aturan tertentu. Sementara itu, metodologi berasal dari kata metode dan *logos*, yang berarti ilmu yang membicarakan tentang metode-metode. Metode adalah cara-cara, Sedangkan metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan untuk mendekati masalah dan mencari jawaban (Farida, 2013).

Untuk melakukan penelitian ini yang berjudul Perancangan Website sebagai Media Promosi Potensi Objek Wisata Alam Kawah Rengganis di Rancabali, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, adapun menurut para ahli yaitu, menurut Moleong (2011:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian kualitatif menurut Nasution (2003:5) bahwa penelitian kualitatif pada hakikatnya ialah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya (Badan Pusat Statistik, 2017).

Nasution (2003:18) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif disebut juga penelitian naturalistik. Disebut kualitatif karena sifat data yang dikumpulkan bercorak kualitatif, bukan kuantitatif, karena tidak menggunakan alat-alat pengukur. Disebut naturalistik karena situasi lapangan penelitian bersifat natural atau wajar sebagaimana adanya, tanpa dimanipulasi, diatur dengan eksperimen atau test.

Penelitian kualitatif bukanlah penelitian yang menggunakan angka-angka dengan uji statistik dalam menganalisanya, namun lebih kepada pemahaman dan pemaknaan terhadap fenomena-fenomena sosial baik itu mengenai kehidupan masyarakat, tingkah laku, fungsional organisasi, dan lain sebagainya yang terjadi di lapangan (Wisma, 2017). Proses penelitian dimulai dengan menyusun asumsi dasar dan aturan berfikir yang akan digunakan dalam penelitian. Penelitian kualitatif menolak kualifikasi aspek-aspek perilaku manusia dalam proses memahami perilaku manusia, tetapi lebih merujuk pada aspek kualitas atau alamiah dari subjek penelitian, sehingga dalam penyederhanaannya penelitian ini tidak menggunakan proses hitungan.

Denzin dan Lincoln (1987) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dalam penelitian kualitatif, metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen.

Pada penelitian kualitatif, penulis berusaha memahami subjek dari kerangka berpikirnya sendiri. Dengan demikian yang terpenting adalah pengalaman, pendapat, perasaan, dan pengetahuan partisipan. Oleh karena itu, semua perspektif menjadi bernilai bagi penelitian. Penulis tidak meliahat benar atau salah, namun semua data penting. Pendekatan ini sering disebut juga sebagai pendekatan yang humanistik, karena peneliti tidak kehilangan sisi kemanusiaan dari suatu kehidupan sosial. Penulis tidak dibatasi lagi oleh angka-angka, perhitungan statistik, variabel-variabel yang mengurangi nilai keunikan individual.

1. **RESULTS AND DISCUSSION**

Kawah Rengganis merupakan objek wisata alam berupa pemandian air panas alami yang berasal dari letusan gunung Sunda purba. Kawah aktif dari letusan gunung tersebut sampai sekarang masih ada dan menjadi objek wisata. Kawah Rengganis ini terletak di Desa Patengan, Kecamatan Rancabali, yang berjarak 60 km dari pusat Kota Bandung. Kawah Rengganis adalah situs budaya yang harus di jaga kelestariannya, sehingga pada tahun 2017 lalu telah dibuat pembatas antara area ziarah dan area pemandian. Kawasan ini pada zaman dahulu adalah tempat bale pertemuan para leluhur sunda, salah satunya Uyut Saratus Bojol Tilu. Pada tahun 1920-an, Kawah Rengganis hanya memiliki 3 bangunan, yaitu rumah Juru Kunci, Mushola dan bale pengobatan.

Setelah penulis melakukan penelitian di objek wisata alam Kawah Rengganis Kecamatan Rancabali Desa Patengan, dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, dapat di deskripsikan hasil penelitian sebagai berikut:

Objek wisata Kawah Rengganis ini sudah sedikit lebih baik jika dibandingkan dengan kondisi pada saat dahulu, banyak yang sudah di perbaiki dari segi fasilitas yang ada di objek wisata alam tersebut, dimulai dari gazebo bambu yang dibuat sebagai tempat pengunjung beristirahat dan menyimpan barang ketika berendam. Kini sudah ada penambahan beberapa warung-warung kecil untuk sekedar membeli minuman maupun makanan ringan.

Dari semua keindahan yang dimiliki oleh Kawah Rengganis ini, tentunya akan lebih baik jika diberitahukan kepada masyarakat luas dengan mempromosikan objek wisata alam ini menggunakan media website yang efektif dan mudah digunakan oleh siapa saja. Wawancara dilakukan secara bebas, yaitu berinteraksi pada umunya dengan pertanyaan – pertanyaan yang tidak formal. Wawancara ini ditujukan kepada 4 orang masyarakat yang tinggal di sekitar Kawah Rengganis, penulis beri inisial IR, IN, KA, dan IL. Waktu wawancara dilakukan secara bersamaan di hari itu juga tepatnya pada tanggal 9 Juni 2020, jam 16.20.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Kang Asep selaku masyarakat setempat objek wisata Kawah Rengganis sebagai penjaga loket karcis, dapat di deskripsikan dengan harga tiket yang sangat murah, untuk saat ini tidak ada asuransi jika terjadi kecelakaan di area objek wisata ini, tapi tidak menutup kemungkinan jika seandainya tempat wisata alam ini dikelola oleh pemerintah mungkin akan ada asuransi kecelakaan, sehingga otomatis akan ada kenaikan harga tiket masuk. Uang dari tiket masuk ini akan digunakan sebagai biaya kebersihan dan asuransi jika terjadi kecelakaan. Namun sejauh ini belum pernah terjadi kecelakaan serius di area objek wisata kawah rengganis ini (Rohmadi, 2011).

Berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Lilis selaku pengunjung objek wisata Kawah Rengganis, dapat di deskripsikan bahwa sangat disayangkan objek wisata seindah dan sebagus Kawah Rengganis ini memiliki akses jalan masuk yang tidak memadai, jalan bebatuan terjal yang berbahaya jika tidak hati hati ketika berkendara. Menurutnya sangat perlu adanya perbaikan jalan agar masyarakat yang ingin berkunjung dapat lebih di akses, sehingga mereka akan memberikan respon positif terhadap tempat wisata alam Kawah Rengganis ini.

Dari hasil pengamatan penulis, dapat dijelaskan bahwa objek wisata alam Kawah Rengganis ini sebetulnya adalah situs budaya yang merupakan pada zaman dulu nya tempat bale pertemuan para leluhur sunda, salah satunya adalah Uyut Saratus Bojol Tilu. Berdasarkan data yang penulis peroleh dari sumber internet, Kawah Rengganis ini sering dikunjungi oleh wisatawan bali untuk ziarah, terutama ketika menjelang Hari Raya Nyepi. Oleh karena itu perlu penjagaan ketat dari segi perawatan tempat untuk tidak membuang sampah sembarangan, mengingat tempat ini adalah tempat sakral, namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui informasi ini, sehingga penulis perlu menjelaskan asal usul tempat wisata alam Kawah Rengganis ini agar dapat dipahami oleh masyarakat awam. Meskipun tempat wisata alam ini adalah tempat yang sakral, namun pada tahun 2017 lalu sudah dilakukan perbaikan dan pembuatan batas wilayah antara wilayah untuk rekreasi dan khusus untuk berziarah, sehingga hingga saat ini objek wisata alam Kawah Rengganis ini dapat dinikmati oleh siapapun yang ingin berkunjung tanpa menggangu aktivitas ziarah.

Pada tahun 2015 lalu, penulis berkunjung ke tempat wisata alam Kawah Rengganis, yang kondisi nya belum tertata seperti saat ini. Pada saat itu kondisi dari tempat wisata alam Kawah Rengganis belum memiliki ciri khas yang membedakan dengan pemandian air panas alami lainnya. Pada tahun 2017 lalu, telah dilakukan penataan dan perbaikan fasilitas yang ada di objek wisata tersebut, salah satunya telah dibangun 2 kolam tambahan yang pada saat tahun 2015 lalu ketika penulis berkunjung hanya ada 1 kolam saja. Kolam yang menjadi ciri khas Kawah Rengganis saat ini adalah kolam berbentuk hati dengan warna air hijau tua khas dari efek air belerang. Kolam berbentuk hati ini telah menjadi *icon* yang menjadi salah satu spot foto bagi pecinta seni fotografi.

1. **CONCLUSION**

Berdasarkan hasil observasi dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang diambil dari penelitian mengenai perancangan Website Sebagai Media Promosi Potensi Wisata Alam Kawah Rengganis sebagai berikut.

Kawah Rengganis merupakan objek wisata alam yang berpotensi jika dikelola dengan baik dari banyak aspek, yaitu dengan dibuatnya sistem yang bersifat online, seperti halnya membeli tiket secara online di situs resmi Kawah Rengganis sendiri. Pihak pengelola Kawah Rengganis memiliki toko souvenir khas objek wisata tersebut sebagai identitas. Perbaikan akses jalan masuk, karena pada tahap ini cukup penting untuk menjadi pertimbangan pengunjung agar suatu saat nanti Kawah Rengganis dapat menjadi pilihan kembali sebagai tujuan wisata.

Mempromosikan objek wisata Kawah Rengganis adalah suatu hal yang penting, karena suatu objek wisata juga memerlukan adanya promosi untuk memberitahu masyarakat luas tentang keberadaan objek wisata Kawah Rengganis tersebut.

Memiliki *website* resmi Kawah Rengganis sendiri bertujuan sebagai brand identitas yang berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat terhadap objek wisata Kawah Rengganis tersebut untuk menjadi pilihan destinasi wisata yang akan mereka pilih.

1. **REFERENCES**

Badan Pusat Statistik, (2017). Statistik Objek Daya Tarik Wisata Tahun 2017*.* Kota Bandung : Badan Pusat Statistik

Ferni, Fera Ch. (2016) *Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Poso*. E-Jurnal. Poso.

Haryadi, Fredy D, dan Novianus P, Henry. (2015). *Pembuatan Website Catalog Pariwisata Kabupaten Toraja Utara*. Jurnal. Surabaya: Program Studi Teknik Informatika, Universitas Kristen Petra Surabaya.

Kurniawan, Eko (2014). Rancang Bangun *Website* Sebagai Media Promosi Perpustakaan. Skripsi Sarjana. Yogyakarta.

Rohmadi, Yatno (2011). Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Wisata Kabupaten Sukoharjo. Skripsi Sarjana. Surakarta.

Rosania, 2016. Pengaruh Kegunaan Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Website Perpustakaan Universitas Riau Terhadap Kepuasan Pengguna. Skripsi Sarjana. Pekanbaru.

Saka Adipratama Nimpuno, 2015. Perancangan Desain *Website* Sebagai Media Promosi Sanggar ELTIGO Clay & Drawing Class Sleman, Yogyakarta. Tugas Akhir Sarjana. Yogyakarta.

Victor D, Sonson Nurusholih.” Perancangan Promosi Destinasi Wisata Ranca Upas Ciwidey Kabupaten Bandung.” e-Proceeding of Art & Design (2019) : hlm 1413. 2 Agustus 2019.

Wisma Putra, (2017) Sejarah Kawah Rengganis: https://travel.detik.com/domestic-destination/d-3560826/napak-tilas-sesepuh-sunda-di-kawah-rengganis (diakses 23 juli 2020 : 20:03)

Widyasti, Farida Robithoh. (2013). Strategi Promosi Wisata Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Temanggung. Skripsi Sarjana. Yogyakarta.