

**PERANCANGAN MEDIA INFORMASI PRODUK WISATA
HERITAGE BERBASIS *WEBSITE* DI KOTA BANDUNG**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi
Program Magister Terapan Pariwisata



Disusun oleh:

**Nama : Liviandry Dwi Handayani
N.I.M : 2023109018**

**PROGRAM MAGISTER TERAPAN PARIWISATA
PROGRAM STUDI PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN PARIWISATA**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI
BANDUNG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN MEDIA INFORMASI PRODUK WISATA *HERITAGE* BERBASIS *WEBSITE* DI KOTA BANDUNG

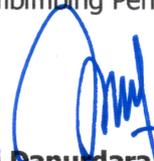
NAMA : LIVIANDRY DWI HANDAYANI
NIM : 2023109018
PROGRAM STUDI : PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN PARIWISATA

Pembimbing Utama,



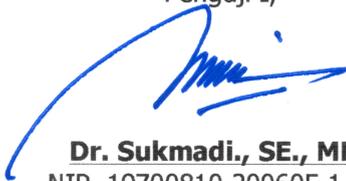
Dr. Cecep Ucu Rakhman, S.Sos., MM
NIP. 19761229 200802 1 001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Ananta Budhi Danurdara, BA., M.Sc., CPM (Asia)
NIP. 19750611 200212 1 001

Penguji I,



Dr. Sukmadi., SE., MM.
NIP. 19700810 200605 1 001

Penguji II,

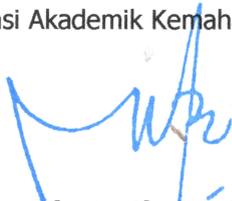


Dr. Herlan Suherlan., Drs., MM.
NIP. 19680127 199803 1 001

Bandung, 4 Agustus 2025

Mengetahui,

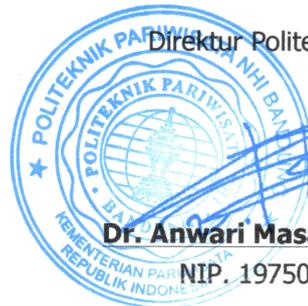
Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE
NIP. 19750415 200212 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Liviandry Dwi Handayani
Tempat / Tanggal Lahir : Bandung / 18 September 1986
NIM : 2023109018
Program : Magister Terapan Pariwisata
Program Studi : Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul: **PERANCANGAN MEDIA INFORMASI PRODUK WISATA HERITAGE BERBASIS WEBSITE DI KOTA BANDUNG** ini merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang, dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Bandung, 6 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Liviandry Dwi Handayani

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena hanya dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **Perancangan Media Informasi Produk Wisata *Heritage* Berbasis *Website* di Kota Bandung**". Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister terapan pariwisata.

Dalam proses penyusunan tesis ini, penulis mendapat banyak arahan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan apresiasi kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip., MM.Par.,CEE selaku Direktur Poltekpar NHI Bandung;
2. Ibu Ni Gusti Kerti Utami, MM. Par., CHE. Selaku selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Politeknik Pariwisata NHI Bandung;
3. Bapak Dr. Wisnu Bawa Tarunajaya, M.M. , Dr. Acep Unang Rahayu, Drs., M.Ed. dan Dr. Sukmadi,. SE., MM. Selaku Manajemen Pengelola Program Studi Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata;
4. Bapak Dr. Cecep Ucu Rakhman, S.Sos., MM dan Bapak Dr. Ananta Budhi D., BA., M.Sc., CPM (Asia) , selaku dosen pembimbing tesis ini, yang telah memberikan bimbingan serta arahnya;
5. Para seluruh dosen pengampu mata kuliah Prodi Studi Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata yang telah memberikan ilmunya;
6. Keluarga tercinta Ibu Dian Triandayani., S.Pd.,MSi dan Kakak Dessy Widya Lestari untuk semua dukungan serta penyemangat kepada penulis;

7. Sahabat tercinta dan teman-teman Pascasarjana Angkatan 2023 yang selalu bersama dalam proses pembuatan tesis ini hingga selesai
8. Pemerintah Kota Bandung, khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung, yang telah memberikan izin serta dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini.
9. Para pelaku usaha pariwisata dan komunitas penggiat wisata *Heritage* di Kota Bandung yang telah berpartisipasi dan memberikan wawasan serta informasi dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan tentunya masih terdapat berbagai keterbatasan. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat menjadi rekomendasi yang bermanfaat bagi kemajuan industri pariwisata di Kota Bandung.

Bandung, Juni 2025

Penulis

ABSTRAK

Kota Bandung memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata sejarah, terutama melalui bangunan cagar budaya bergaya Art Deco yang kaya nilai historis dan arsitektural. Namun, informasi mengenai produk wisata *Heritage* masih tersebar, tidak terintegrasi, dan banyak bergantung pada narasi lisan komunitas, sehingga menyulitkan penyusunan narasi yang utuh dan akurat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengembangkan media informasi digital berbasis *website* untuk meningkatkan aksesibilitas, kualitas, dan pengalaman pengguna terhadap informasi *Heritage*. **Metode Penelitian** ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Research and Development (R&D) model 4D (Define, Design, Develop, Disseminate). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan, dan studi literatur. Fokus penelitian mencakup kawasan prioritas *Heritage* seperti Braga, Asia Afrika, dan Alun-Alun Bandung. **Hasil penelitian** ini mengidentifikasi tiga kebutuhan utama: (1) sistem pengelolaan informasi *Heritage* yang terstruktur, (2) penyajian informasi interaktif dan naratif melalui digital storytelling, serta (3) rancangan prototipe *website* dengan fitur peta interaktif, galeri arsip, tur tematik, dan partisipasi komunitas. **Luaran penelitian** ini menghasilkan rancangan *website* sebagai untuk pelestarian budaya, peningkatan kunjungan wisata, dan penguatan identitas Kota Bandung sebagai destinasi *Heritage* berbasis teknologi. Implikasi praktisnya mencakup rekomendasi kebijakan untuk pemerintah, panduan bagi pengelola wisata, dan referensi akademik terkait digitalisasi pariwisata *heritage*.

Kata kunci: wisata *Heritage*, digitalisasi, *website*, Kota Bandung, *Art Deco*

ABSTRACT

Bandung City has significant potential in historical tourism, particularly through its Art Deco-style heritage buildings, which hold rich historical and architectural value. However, information about these heritage tourism products remains scattered, unintegrated, and largely reliant on oral community narratives, making it difficult to construct a comprehensive and accurate account. This study aims to develop a website-based digital information platform to enhance accessibility, quality, and user experience in accessing Bandung's heritage tourism information. This research employs a qualitative approach using the Research and Development (R&D) method with the 4D model (Define, Design, Develop, Disseminate). Data was collected through field observations, in-depth interviews with stakeholders, and literature studies. The study focuses on key heritage areas in Bandung, including Braga, Asia Afrika, and Alun-Alun Bandung. The study identifies three main needs: (1) a structured heritage information management system, (2) interactive and narrative information delivery through digital storytelling, and (3) a website prototype featuring an interactive map, digital archives, thematic tours, and community participation. The research produces a website design expected to serve as a strategic tool for cultural preservation, tourism promotion, and strengthening Bandung's identity as a technology-based heritage destination. Practical implications include policy recommendations for the government, guidelines for tourism managers, and academic references for cultural tourism digitalization.

Keywords: *Heritage* tourism, digitalization, *website*, Bandung City, *Art Deco*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Masalah Penelitian.....	11
C. Fokus Penelitian.....	12
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
E. Luaran Penelitian	13
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II PENDEKATAN PENELITIAN.....	16
A. Pendekatan Yang Digunakan	16
1. Konsep Dasar Informasi	16
2. Pengertian Pariwisata	17
3. Pengertian Produk Wisata.....	19
4. Pengertian Wisata <i>Heritage</i>	30
5. Teori Pengalaman Wisata (Experience Economy Theory).....	32
6. Teori Pengelolaan Informasi dan Digitalisasi (Digital <i>Heritage</i> Management).....	33
7. Pengertian <i>Storytelling</i> dalam Wisata <i>Heritage</i>	33
8. Pengertian Media Informasi.....	35
9. Pengertian <i>Website</i>	36
B. Penelitian / Proyek Terdahulu	46
C. Kerangka Penelitian	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	56
A. Metode Penelitian	56

B.	Karakteristik Lokus Dan Subjek Penelitian.....	59
C.	Sumber Data	63
D.	Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data.....	65
E.	Validitas Data	66
F.	Analisis Data	67
G.	Jadwal Kerja Penelitian Dan Penyusunan Tesis.....	68
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN		69
A.	Hasil Penelitian	69
1.	Profil Informasi Produk Wisata <i>Heritage</i> di Kota Bandung	69
2.	Konsep Penyajian Informasi Produk Wisata <i>Heritage</i> di Kota Bandung	72
3.	Rancang Bangun Media Informasi Digital (<i>Website</i>) Produk Wisata <i>Heritage</i> di Kota Bandung 74	
B.	Pembahasan	133
1.	Profil Informasi Produk Wisata <i>Heritage</i> Kota Bandung (Input)	133
2.	Penyajian Informasi Produk Wisata <i>Heritage</i> Kota Bandung (Process)	134
3.	Rancang Bangun Media Informasi Digital (Output)	134
C.	Implikasi terhadap Industri Pariwisata	135
D.	Penguatan Daya Saing Destinasi	136
E.	Peningkatan Pengalaman Wisata.....	136
F.	Dampak Ekonomi bagi Stakeholder	136
G.	Pelestarian Warisan Budaya melalui Digitalisasi.....	136
H.	Kendala dan Faktor Penghambat	137
I.	Rekomendasi untuk Penelitian atau Implementasi Lebih Lanjut	139
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN LUARAN STUDI		141
A.	Kesimpulan	141
1.	Profil Informasi Wisata <i>Heritage</i>	141
2.	Konsep Penyajian Informasi	141
3.	Rancang Bangun Media Digital (<i>Website</i>)	142
B.	Implikasi	143
1.	Teoritis.....	143
2.	Praktis.....	143
C.	Rekomendasi	145
1.	Profil Informasi wisata <i>heritage</i>	145
2.	Penyajian Informasi wisata <i>heritage</i>	145
3.	Rancang Bangun Media Informasi <i>Website</i>	145
D.	Luaran Studi.....	146
1.	Struktur Menu Situs Web	146
2.	Penyimpanan Data Situs Web	147
3.	Rencana Implementasi dan Penyerahan	148

DAFTAR PUSTAKA.....	150
LAMPIRAN.....	157

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gedung Merdeka Bandung (1955).....	3
Gambar 1. 2 Kantor Pos Besar, Bandung	4
Gambar 1. 3 Tangkapan layar search engine info wisata <i>Heritage</i> Kota Bandung	9
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian Tesis	52
Gambar 3. 1 Model 4D.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan Kota Bandung (Tahun 2019 - 2024).....	6
Tabel 1. 2 Data Estimasi Kunjungan Wisatawan <i>Heritage</i> Kota Bandung (Tahun 2019-2024)	7
Tabel 1. 3 Daftar Bangunan <i>Heritage</i> yang menjadi Fokus Penelitian.....	60
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	46

DAFTAR PUSTAKA

- Adishakti, L. (2017). *Pelestarian Bangunan Gedung Cagar Budaya, Tonggak Keberlanjutan Kota Pusaka* [Preservation of *Heritage* buildings, pillars of sustainable *Heritage* cities]. Workshop Pelestarian Bangunan Gedung Cagar Budaya, 1–12.
- Amirudin, R. (2021). Digital platforms for urban *Heritage* interpretation: Case of Yogyakarta. *Journal of Urban Cultural Studies*, 8(2), 123–141. https://doi.org/10.1386/juce_00059_1
- Anuar, M. M., Kadir, A., & Abdullah, M. (2017). Factors influencing user satisfaction in tourism websites. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(1), 45–60. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1297541>
- Arief Johari. (2016). Representasi mitos dan makna pada visual lambang daerah [Representation of myths and meanings in regional symbols]. *RITME*, 2(1), 33–50.
- Bertacchini, E., & Morando, F. (2012). The importance of cultural *Heritage websites* in urban tourism. *Urban Studies and Planning*, 19(2), 142–155. <https://doi.org/10.1080/0042098032000081619>
- Bigné, J. E., Andreu, L., & Gnoth, J. (2005). The impact of *website* design on tourist perceptions. *Tourism Management*, 26(3), 323–335. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.11.015>
- Branch, R. M. (2009). *Instructional design: The ADDIE approach*. Springer.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). The role of destination *websites* in promoting cultural *Heritage* tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 3(4), 239–252. <https://doi.org/10.2167/jht059.0>

- Cheong, R. (2021). Interactive virtual tours in cultural *Heritage*. *Journal of Heritage Tourism*, 16(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2021.1899692>
- Chung, J. E., & Koo, C. (2016). *Website* design factors that drive visitor loyalty. *Journal of Tourism Research*, 23(4), 455–468. <https://doi.org/10.1177/1096348015619410>
- Estacio, D. L., Gopez, M. T. V., & Parungao, M. S. C. (2021). Malolos *Heritage* District: A cultural *Heritage* mapping and inventory – 2020-2021. *Global Journal of Engineering and Technology Advances*, 8(3), 062–086. <https://doi.org/10.30574/gjeta.2021.8.3.0129>
- Falah, M., Yuniadi, A., & Adyawardhina, R. (2019). Pergeseran makna filosofis alun-alun Kota Bandung pada abad XIX–XXI [The shift in the philosophical meaning of Bandung’s city square from the 19th to 21st century]. *Patanjala: Jurnal Penelitian Sejarah dan Budaya*, 11(2), 203. <https://doi.org/10.30959/patanjala.v11i2.507>
- Fesenmaier, D. R., Xiang, Z., Pan, B., & Hsieh, C. (2011). Digital media and *Heritage* tourism. *Journal of Travel Research*, 50(4), 414–427. <https://doi.org/10.1177/0047287510385462>
- Fuchs, M., & Höpken, W. (2011). Measuring digital experience of *Heritage* websites. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 287–298. https://doi.org/10.1007/978-3-7091-0289-5_27
- Gall, M. D., Gall, J. P., & Borg, W. R. (2003). *Educational research: An introduction* (7th ed.). Allyn & Bacon.

- Garau, C. (2015). Using WebGIS for *Heritage* interpretation. *International Journal of Heritage in the Digital Era*, 4(3), 345–360. <https://doi.org/10.1260/2047-4970.4.3.345>
- Geçikli, R. M., Turan, O., Lachytová, L., Dağlı, E., Kasalak, M. A., Uğur, S. B., & Guven, Y. (2024). Cultural *Heritage* tourism and sustainability: A bibliometric analysis. *Sustainability*, 16(15), 6424. <https://doi.org/10.3390/su16156424>
- Ginting, N., Rahman, N. V., Subhilhar, S., & Wahid, J. (2018). The role of place identity in planning *Heritage* tourism. *The Indonesian Journal of Planning and Development*, 3(2), 56–66. <https://doi.org/10.14710/ijpd.3.2.56-66>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Designing interactive *Heritage* tourism websites. *Journal of Travel Research*, 54(6), 725–739. <https://doi.org/10.1177/0047287514535846>
- Herlan, S., & MM, C. (2023). Effect of immersive experience on repurchase intention of virtual *Heritage* tours among Gen-Z in Indonesia. *E3S Web of Conferences*. <https://doi.org/NA>
- Huang, Y.-C., & Lin, P.-C. (2021). Impact of website quality on destination image. *Annals of Tourism Research*, 87, 103119. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103119>
- Julianto, D., Prabowo, R., & Sari, M. (2021). Digital preservation of *Heritage* buildings: A case study of Bandung. *Jurnal Arsitektur dan Urbanisme*, 9(2), 115–124.
- Kang, Y., & Gretzel, U. (2012). Impact of interactive maps in *Heritage* tourism. *Electronic Markets*, 22(4), 243–255. <https://doi.org/10.1007/s12525-012-0097-y>

- Kim, J.-H., & Wang, Y. (2019). Mobile applications and *Heritage* tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(3), 237–252. <https://doi.org/10.1108/JHTT-12-2018-0104>
- Koo, C., & Gretzel, U. (2015). Personalization in tourism *websites*. *Information Technology & Tourism*, 16(2), 183–203. <https://doi.org/10.1007/s40558-015-0020-5>
- Kunto, H. (1985). *Bandung: Citra sebuah kota* [Bandung: Portrait of a city]. Granesia.
- Kusumawardhana, I., Bhaskara, G. I., Masnadi, I., & Patria, T. A. (2023). The rise of individual mass tourist and explorer: Study of tourist typology and motivation for travel. *E3S Web of Conferences*, 426, 01093. <https://doi.org/NA>
- Leung, D., Law, R., Hoof, H. V., & Buhalis, D. (2013). Multilingual content for global audiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1–2), 1–18. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.751053>
- Mahendra, D. (2024). The impact of tourism on the preservation and transformation of cultural identity in Bali, Indonesia. *Studies in Social Science & Humanities*, 3(6), 34–41. <https://www.paradigmexpress.org/SSSH/article/view/1189>
- Middleton, V. T. C., & Fyall, A. (2016). *Marketing in travel and tourism* (5th ed.). Routledge.
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (2010). *The tourism system* (7th ed.). Kendall Hunt Publishing.
- Munar, A. M. (2012). Storytelling in *Heritage websites*. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 10(4), 271–287. <https://doi.org/10.1080/14766825.2012.738234>

- Mulyatiningsih, E. (2011). *Metode penelitian terapan bidang pendidikan* [Applied research methods in education]. Alfabeta.
- Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). *Website as a platform for public engagement in Heritage. Museum Management and Curatorship*, 31(2), 180–199. <https://doi.org/10.1080/09647775.2016.1150648>
- Park, D.-H., & Gretzel, U. (2007). Role of official *websites* in enhancing tourist experience. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 279–289. <https://doi.org/10.1002/jtr.617>
- Patria, T. A. (2015). Diffusion of urban *Heritage* tourism in post-colonial Bandung (A case study of *Heritage* building authorities). *Advanced Science Letters*, 21(4), 705–708.
- Patria, T. A. (2015). Dinamika perkembangan pariwisata pusaka: Tinjauan dari sisi penawaran dan permintaan di Kota Bandung [*Heritage* tourism development dynamics: A supply and demand perspective in Bandung]. *Binus Business Review*, 6(2), 169–183.
- Patria, T. A. (2021). *Heritage as a social construct: An exploratory study of Heritage definitions, benefits, and practices as perceived by Indonesian key Heritage actors* [Doctoral dissertation, Michigan State University].
- Patria, T. A., & Febriana. (2014). *Telusur Bandung* [Exploring Bandung]. PT Elex Media Komputindo.
- Patria, T. A., & Rahtomo, W. (2020). The influence of image of 10 new prioritized destinations on FOMO among tourism students. *2020 International Conference on Information Management and Technology*.

- Patria, T. A., Damanik, F. K., Irena, F., Dirgantara, A. R., & Baswarani, D. T. (2023). Sustaining businesses on the historic Braga Street, Bandung, Indonesia: An exploratory study using experience economy concept. *International Conference on Business and Technology*, 122–130.
- Patria, T. A., Irena, F., & Phungpumkaew, H. (2024). Effect of the output of *Heritage* designation on visitors' motivation to visit the historic Kompleks Pasar Baru, Jakarta. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1324(1), 012038. <https://doi.org/NA>
- Patria, T. A., Ulinnuha, H., Hidayah, N., Latif, A. N. K., Susanto, E., & Claudia, C. (2023). Effect of key opinion leaders and Instagram posts on Wonderful Indonesia brand awareness. *E3S Web of Conferences*, 426, 02027. <https://doi.org/NA>
- Raju, B., Lonial, S., & Mangold, W. (2018). SEO optimization for destination websites. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(4), 360–374. <https://doi.org/10.1108/JHTT-12-2017-0126>
- Sigala, M. (2018). Evaluating the effectiveness of tourism destination websites. *Tourism Management*, 69, 170–183. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.017>
- Sitorus, R. (2008). *Dasar-dasar pariwisata* [Fundamentals of tourism]. USU Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* [Educational research methods: Quantitative, qualitative, and R&D approaches]. Alfabeta.
- Sukinah, I., Santosa, W., & Anindito, A. (2020). Evaluating mobile-responsive tourism websites. *Procedia Computer Science*, 161, 756–763. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.09.042>
- Suwantoro, G. (2007). *Dasar-dasar pariwisata* [Fundamentals of tourism]. Andi.

- Thiagarajan, S., Semmel, D. S., & Semmel, M. I. (1974). *Instructional development for training teachers of exceptional children*. National Center for Improvement of Educational Systems.
- Tussyadiah, I., & Fesenmaier, D. (2009). Tourism website trust and satisfaction. *Tourism Management*, 30(2), 137–143. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.04.008>
- UNESCO. (2020). *Guidelines on cultural Heritage digitalization and preservation*. UNESCO Publishing.
- Yilmaz, B., & Unluonen, K. (2022). Visual content on *Heritage* destination websites. *Tourism Geographies*, 24(1), 55–73. <https://doi.org/10.1080/14616688.2021.1997350>
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). Comparative study of national *Heritage* portals. *International Journal of Heritage Studies*, 20(6), 601–615. <https://doi.org/10.1080/13527258.2013.800224>