

Strategy For Developing A Digital Tourism-Based Nature Tourism Village In Bandur Picak Village, Koto Kampar Hulu District, Riau

Strategi Pengembangan Desa Wisata Alam Berbasis Digital Tourism Di Desa Bandur Picak, Kecamatan Koto Kampar Hulu, Riau

Nina Yuslaini^{1*}, Muhammad Faisal Amrillah², Sri Maulidiah³, Rahyunir Rauf⁴, Rizky Rahma Yandri⁵, M. Haikal Rahman⁶

Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau, Indonesia^{1,2,3,4}

Mahasiswa Ilmu Pemerintahan, Universitas Islam Riau, Indonesia^{5,6}

ninayuslaini@soc.uir.ac.id¹

Disubmit : 12 Oktober 2025, Diterima : 25 Oktober 2022, Terbit: 12 November 2025

ABSTRACT

This Community Service (PkM) activity was held in Bandur Picak Village, Koto Kampar Hulu District, Kampar Regency, Riau. Some of the beauty and unity that can be enjoyed at the Red River Water Tourism Object location with a 3 kilometer track length and a 30 minute travel time. The Red River waterfall is not only clear and cool but also guaranteed clean because there is no waste disposal activity in the upstream part of the river. Along the river track, visitors can enjoy the natural scenery, including various forms of rocks on the walls along the river. However, there are several problems such as the number of tourist visits to a tourist area can be caused by several factors, one of which is the lack of promotion and the development of tourism infrastructure that is not optimal. To overcome these problems, the Riau Islamic University PkM Team provides a solution with a strategy for developing natural tourism objects based on Digital Tourism. This activity uses methods with various stages such as the stages of socialization, counseling, training, implementation of outputs and the monitoring and evaluation stage.

Keywords: *Strategi, Digital Tourisme, Pengembangan, Desa Wisata*

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di Desa Bandur Picak, Kecamatan Koto Kampar Hulu, Kab. Kampar Riau. Beberapa keindahan dan kesatuan yang bisa dinikmati di lokasi Objek Wisata Air Sungai Merah dengan panjang lintasan tiga kilometer dan jarak tempuh tiga puluh menit. Air terjun Sungai Merah selain jernih dan sejuk juga dijamin bersih karena tidak ada aktivitas pembuangan limbah di bagian hulu sungai. Di sepanjang lintasan sungai, pengunjung bisa menikmati pemandangan alam, diantaranya berbagai bentuk bebatuan di dinding yang berada di sepanjang sungai. Namun ada beberapa permasalahan seperti jumlah kunjungan wisatawan disuatu kawasan wisata dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kurangnya promosi dan pembangunan infrastruktur pariwisata yang belum maksimal. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Tim PkM Universitas Islam Riau memberikan solusi dengan strategi pengembangan objek wisata alam berbasis *Digital Tourism*. Kegiatan ini menggunakan metode dengan berbagai tahapan seperti tahapan sosialisasi, penyuluhan, pelatihan, pelaksanaan luaran dan tahap monitoring dan evaluasi.

Kata kunci: Strategi, Digital Tourisme, Pengembangan, Desa Wisata

1. Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, tren pariwisata dunia telah mengalami perubahan signifikan yang didorong oleh kemajuan teknologi digital (Chon & Hao, 2025). Digital tourism, atau pariwisata digital, muncul sebagai salah satu inovasi utama yang meredefinisikan cara orang merencanakan, mengalami, dan mengelola perjalanan mereka (Hernández Sánchez & Oskam, 2025). Tulisan ini akan membahas perkembangan tren pariwisata global, menjelaskan apa itu digital tourism, serta manfaat dan pentingnya aplikasi *digital tourism* bagi wisatawan dan

pengelola destinasi wisata (Xu et al., 2025). Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, tren pariwisata dunia juga telah mengalami perubahan drastis (Chakravarty, 2024). Dulu, perjalanan seringkali melibatkan perencanaan yang rumit melalui brosur, buku panduan, atau agen perjalanan. Namun, dengan kemajuan digital, proses ini kini menjadi lebih mudah, cepat, dan interaktif (Zindi et al., 2024).

Dengan teknologi yang terus berkembang, *digital tourism* akan semakin menjadi bagian integral dari industri pariwisata, menawarkan peluang baru untuk inovasi dan peningkatan pengalaman bagi semua pihak yang terlibat (Xia et al., 2024). Integrasi teknologi digital dalam pariwisata tidak hanya membuat perjalanan menjadi lebih menyenangkan dan efisien tetapi juga membuka pintu bagi masa depan pariwisata yang lebih terhubung dan terpersonalisasi (Doğan & Niyet, 2024). Undang-Undang Kepariwisataan Nomor 10 Tahun 2009 bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa dan mempererat persahabatan antara bangsa (1,2). Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar berupaya mengoptimalkan beberapa tempat wisata ini agar tetap dibanjiri oleh wisatawan-wisatawan. Bandur Picak merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Koto Kampar Hulu, Kabupaten Kampar, provinsi Riau, Indonesia. Desa Bandur Picak kadang ditulis dengan Desa Batas/Perbatasan adalah desa pemerakan dari Desa Sibiruang Desa paling ujung di Kecamatan Koto Kampar Hulu. Adapun wisata alam yang terdapat di desa Bandur Picak seperti Tempat Wisata Air Terjun Sungai Merah, Air Terjun Sungai Duo, Air Terjun Batu Sosa, Air Terjun Ombak Mancu Dan beberapa Air Terjun kecil lainnya di sepanjang Sungai Kampar.

Bukti komitmen Pemerintah Kabupaten Kampar untuk memajukan wisata di Kabupaten Kampar, salah satu adalah ikut membantu mempromosikan ke sentra nusantara. Pemerintah Kabupaten Kampar menekankan agar terus menggali potensi wisata dikembangkan dan persembahkan kepada masyarakat khususnya masyarakat tempatan sehingga bisa meningkatkan ekonomi masyarakat disekitar objek wisata itu sendiri. Beberapa keindahan dan kesatuan yang bisa dinikmati di lokasi Objek Wisata Air Sungai Merah dengan panjang lintasan 3 kilometer dan jarak tempuh 30 menit. Air terjun Sungai Merah selain jernih dan sejuk juga dijamin bersih karena tidak ada aktivitas pembuangan limbah di bagian hulu sungai. Di sepanjang lintasan sungai, pengunjung bisa menikmati pemandangan alam, diantaranya berbagai bentuk bebatuan di dinding yang berada di sepanjang sungai. Masyarakat Desa Bandur Picak dan pengelola siap untuk mendampingi para wisatawan yang mau bermalam. Permasalahan adalah jumlah pengunjung objek wisata Air Sungai Merah pada tahun 2024 hanya 50 orang. Rendannya jumlah kunjungan wisatawan disuatu kawasan wisata dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kurangnya promosi dan pembangunan infrastruktur pariwisata yang belum maksimal. Sejumlah penelitian empiris menunjukkan bahwa strategi pengembangan Desa Wisata alam berbasis *Digital Tourism* menjadi determinan utama untuk menarik wisatawan.

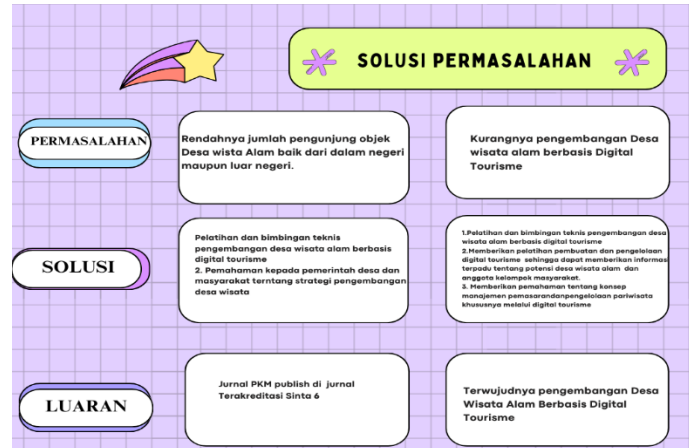


Gambar 1. Pengunjung dan lokasi Air Terjun Sungai Merah.

Permasalahan Mitra adalah pemerintah desa bandur picak sampai saat ini belum ada strategi pengembangan wisata desa alam di Bandur Picak, hanya hanya mengandalkan informasi dari wisatawan yang sudah pernah berkunjung dan promosi secara mandiri oleh beberapa pokdarwis yang sifatnya masih terbatas menggunakan media facebook dan Instagram. Jadi belum ada informasi secara terpadu yang dimiliki untuk pengembangan desa wisata alam seperti Air terjun Sungai Merah berbasis Digital Tourisme. Internet zaman milenial ini merupakan media informasi yang efektif dalam menyebarkan informasi. Internet menjadi sarana pemasaran yang murah, nyaman dan efektif untuk memberikan informasi mengenai produk atau potensi wisata yang dihasilkan oleh kelompok masyarakat.

Pemerintah Desa sebagai pengelola perlu diberikan pembinaan dan pendampingan dalam pengembangan desa wisata dalam memasarkan potensi wisata. Termasuk pendampingan dalam hal strategi dalam pengembangan desa wisata alam berbasis Digital Tourisme khususnya melalui website, Instagram, Traveloka, Facebook, Tiktok dan lainnya. sehingga informasi mengenai potensi Air Terjun Sungai Merah dapat diketahui calon wisatawan baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Akses dari Pekanbaru sebagai Ibukota Provinsi Riau menuju lokasi sangat mudah dijangkau apalagi akses jalan yang mulus dari Pekanbaru hingga ke Desa Bandur Picak hanya sekira 3 jam. Dilanjutkan dari dermaga di tepian Sungai Kampar ke bagian hulu Sungai Kampar hanya membutuhkan waktu sekira 30 menit dengan kapal bermesin (boat). Saat ini untuk Air Terjun Sungai Merah, pengelola telah menyediakan tiga unit perahu (Sampan).

Tujuan kegiatan dan kaitannya dengan IKU dan Fokus Pengabdian Kepada Masyarakat ini merujuk pada Undang-Undang Kepariwisata Nomor 10 Tahun 2009 bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat. Serta SK Rektor Universitas Islam Riau Nomor 0116/UIR/KPTS/2022 Tanggal 11 Februari 2022 Tentang Rencana Induk Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Riau Tahun 2022-2026. Salah satu fokus adalah Masalah Pariwisata.



Gambar 2. Solusi Permasalahan mitra

2. Metode

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada penyuluhan tentang strategi pengembangan desa wisata alam berbasis *digital tourism* di Desa Bandur Picak, kecamatan Koto Kampar Hulu. Alasan memilih lokasi pengabdian yaitu Desa Bandur Picak secara geografis terletak di daerah perbatasan Kabupaten Kampar dan Kabupaten Rokan Hulu dan juga berbatasan langsung dengan Provinsi Sumatera Barat dengan Riau. Hal ini yang menjadi dasar lokasi PKM dilakukan, masyarakat yang masih tradisional kental akan budaya, gotong royong yang tinggi, Desa ini memiliki potensi sungai besar, anak sungai, dan rawa, namun belum tersentuh oleh masyarakat untuk melestarikan objek wisata alam yang begitu menakjubkan. Adapun tahapan dan langkah-langkah yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra dilapangan ada beberapa tahapan, yaitu:



Gambar 3. Tahapan Dan Langkah-Langkah Yang Ditawarkan Dalam Mengatasi Masalah Mitra.

2.1 Tahapan Sosialisasi

Tujuan sosialisasi ini adalah untuk memberi tahu mitra tentang program PKM, yaitu strategi pengembangan desa wisata alam berbasis *digital tourism* di desa Bandur Picak,

Kecamatan Koto Kampar Hulu, Kabupaten Kampar. Di sini, kami akan menjelaskan tujuan waktu yang tepat bagi mitra untuk melaksanakan PKM, keuntungan bagi mitra, prosedur pelaksanaan, dan jenis kerja sama yang tersedia.

2.2 Tahapan Penyuluhan

Identifikasi Masalah dan Kebutuhan Desa yaitu melakukan survei awal (studi pendahuluan) atau analisis situasi di Desa Bandur Picak. Tujuannya adalah untuk memahami kondisi eksisting dan masalah prioritas yang dihadapi masyarakat tentang pengembangan desa wisata berbasis digital tourism di Desa Bandur Picak. Koordinasi dan Sosialisasi Program: Melakukan pertemuan dengan aparat desa (Kepala Desa, perangkat desa) dan tokoh masyarakat untuk mendapatkan izin, masukan, dan dukungan terkait rencana kegiatan penyuluhan dan Kerjasama mitra dengan Ketua dan Tim PkM. Penyusunan Materi dan Media: Mengembangkan materi penyuluhan (ceramah, strategi dalam pengembangan objek wisata desa melalui media digital) yang sesuai dengan karakteristik dan tingkat pemahaman sasaran. Persiapan Logistik: Mengurus administrasi (surat menyurat), menyiapkan peralatan (proyektor), dan menentukan waktu serta tempat pelaksanaan penyuluhan.

2.3 Tahap Pelatihan

Pada fase inti di mana transfer ilmu dan praktik dilakukan. Pelatihan harus bersifat interaktif dan praktis (hands-on). Tahap pelatihan digital dalam sektor pariwisata, terutama yang fokus pada Pemasaran Digital, umumnya mengikuti beberapa rangkaian langkah utama. Tahapan ini dirancang untuk memastikan peserta tidak hanya mendapatkan teori, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara nyata dan terukur.

Sesi 1: Dasar-dasar Pengembangan Desa Wisata: Materi: Konsep dan filosofi desa wisata berbasis komunitas, identifikasi keunikan dan selling point alam Desa Bandur Picak, Hospitality (pelayanan prima). Latihan: Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk potensi wisata desa.

Sesi 2: Strategi Digitalisasi Pariwisata (Digital Tourism): Materi: Pentingnya digital branding, pengenalan platform pemasaran online (Instagram, TikTok, Google Maps/My Business, situs web desa), dan strategi konten yang menarik. Latihan: Peserta membuat konten (foto/video) untuk destinasi wisata di Desa Bandur Picak.

2.4 Tahap pelaksanaan luaran Pengabdian kepada Masyarakat

Tahapan Pelaksanaan Luaran Pengabdian; Pada tahap ini, tim pengabdian akan menulis artikel untuk jurnal pengabdian kepada masyarakat, mengedit artikel untuk dipublikasikan di jurnal sinta 5.

2.5 Tahap evaluasi dan monitoring

Evaluasi Pelaksanaan dan Keberlanjutan Program Berikut adalah hasil evaluasi dan keberlanjutan program dalam PKM ini: 1. Tim PKM melakukan perbandingan terhadap pemahaman anggota terhadap strategi pengembangan hasil kegiatan PKM Strategi pengembangan objek wisata alam Sungai Air Merah, sebelum dilakukan pengabdian dan setelah melakukan pengabdian. 2. Tim PKM melakukan evaluasi komitmen mitra pemerintah Desa Bandur Picak terhadap keberlanjutan kegiatan PkM strategi pengembangan desa wisata alam berbasis *digital tourism* di Desa Bandur Picak. Tim PKM meminta responsi dari mitra pemerintah Desa Bandur Picak, apakah kegiatan PKM ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan ekonomi yang berasal dari penerapan Strategi pengembangan objek wisata alam. Potensi rekognisi SKS bagi mahasiswa Potensi rekognisi SKS bagi mahasiswa yang dilibatkan adalah sebesar 7 SKS karena mahasiswa terlibat dalam 19.83 Jam perhitungan rekognisi SKS ini sesuai dengan Rekognisi SKS (SN DIKTI NO.3 TAHUN 2020) Kampus Merdeka 1 SKS sebesar 170

menit. Keikutsertaan mahasiswa pada kegiatan PkM ini akan dikonversi ke mata kuliah pilihan mereka setara 7 SKS.

3. Hasil Pelaksanaan

Desa Bandur Picak memiliki potensi wisata alam yang menarik, salah satunya adalah Air Sungai Merah, yang dapat dijadikan kawasan edukasi dan konservasi. Untuk memaksimalkan potensi ini, pengembangan berbasis digital menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan promosi yaitu terdapat kolaborasi antara Pemerintah Desa dan Lembaga Adat dalam pelestarian kearifan lokal. Hal ini menjadi modal kuat dalam menciptakan daya tarik wisata berbasis komunitas yang autentik. belum ada data spesifik, tantangan umum desa wisata di antaranya adalah keterbatasan sarana dan prasarana digital (akses internet, perangkat), serta keterbatasan SDM dalam mengelola konten dan promosi digital secara konsisten. Strategi pengembangan desa wisata alam Bandur Picak harus fokus pada integrasi digital untuk promosi dan peningkatan pengalaman wisatawan. Optimalisasi Media Sosial: Promosi harus dilakukan secara intensif melalui platform populer seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Konten yang diunggah sebaiknya berupa visual (foto/video) yang berkualitas tinggi, berfokus pada keindahan alam Air Sungai Merah dan kegiatan edukasi/konservasi yang ditawarkan. Berikut dokumentasi pelatihan strategi pengembangan objek wisata alam berbasis digital. Sebagai pusat informasi resmi mengenai tiket, jam buka, paket wisata (misalnya paket edukasi konservasi), dan informasi akomodasi. Pemanfaatan Google My Business/Maps: Memastikan lokasi objek wisata terdaftar dengan akurat di Google Maps dengan foto-foto terbaru, ulasan, dan kontak pengelola. Kolaborasi Digital: Menggandeng influencer atau vlogger lokal untuk mempromosikan destinasi sebagai upaya meningkatkan jangkauan dan kredibilitas.



Gambar 4. Pelatihan Pembuatan Digital Tourisme di Desa Bandur Picak, 2025



Gambar 5. Dokumentasi Pemerintah Desa Bandur Picak dengan Tim PkM Universitas Islam Riau, 2025.



Gambar 6. Penyerahan Buku Panduan Strategi Pengembangan Objek Wisata Oleh Tim PkM UIR kepada Pemerintahan Desa Bandur Picak, 2025.

Selain itu perlu juga Peningkatan Kapasitas SDM dan Sarana Prasarana (People & Place). Mendorong penyediaan akses Wi-Fi di area pusat wisata dan membangun pos informasi yang dilengkapi dengan QR Code untuk mempermudah akses informasi digital. Produk wisata alam Bandur Picak harus diperkuat dengan nilai edukasi dan konservasi. Wisata Edukasi Konservasi mengembangkan menjadi destinasi utama untuk belajar tentang kearifan lokal, ekosistem sungai, dan praktik konservasi tradisional. Pengemasan Paket Wisata adalah membuat paket terpadu (misalnya: “Ekowisata Sungai dan Budaya Adat”) yang mencakup kunjungan ke Air Sungai Merah, interaksi dengan tokoh adat/nelayan lokal, dan pengalaman kuliner khas desa. Sinergi dengan Potensi Lain: Jika ada, mengintegrasikan potensi wisata lain di Koto Kampar Hulu seperti yang dilakukan Desa Gunung Malelo dengan wisata air dan kuliner) untuk menciptakan pengalaman kunjungan yang lebih kaya bagi wisatawan. Pengembangan Desa Wisata Alam Bandur Picak berbasis digital memerlukan sinergi yang kuat antara Pemerintah Desa, Lembaga Adat, Pokdarwis, dan pihak akademisi/mitra. Fokus utama PkM haruslah pada peningkatan literasi digital bagi pengelola wisata (Pokdarwis) dan implementasi strategi promosi yang masif melalui media sosial untuk menarik wisatawan yang mencari pengalaman wisata alam, edukasi, dan budaya.

Susunan Keorganisasian

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini di bentuk tim pengabdian masyarakat yang keanggotaannya terdiri dari Dosen Universitas Islam Riau (UIR) dan Mahasiswa Ilmu Pemerintahan Fisipol-UIR. Adapun susunan keorganisasian dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu sebagai berikut:

1. Ketua Tim : Associate. Prof.Dr. Nina Yulsaini., S.IP.,M.Si (Universitas Islam Riau)
2. Anggota Tim : Muhammad Faisal Amrillah, S.Sos.,M.Si (Universitas Islam Riau)
3. Anggota Tim : Associate Prof. Dr. Sri Maulidiah,S.Sos.,M.Si (Universitas Islam Riau)
4. Anggota Tim : Rizky Rahma Yandri (Mahasiswa Prodi Ilmu Pemerintahan)
5. Anggota Tim : M. Haikal Rahman (Mahasiswa Prodi Ilmu Pemerintahan).

Target Kegiatan

Target yang ditetapkan dalam kegiatan penyuluhan/pengabdian masyarakat ini yaitu bagaimana dapat memberikan solusi terkait dengan isu dan permasalahan yang dihadapi mitra dan dapat mencapai tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu sebagai berikut:

1. Setelah mengikuti kegiatan penyuluhan diharapkan peserta penyuluhan dapat meningkatkan animo dan antusiasme dalam keterlibatan dalam pengembangan objek wisata berbasis *digital tourism*
2. Setelah mengikuti kegiatan penyuluhan diharapkan peserta penyuluhan dapat memahami tentang pentingnya pengembangan objek wisata berbasis *digital tourism*
3. Setelah mengikuti kegiatan penyuluhan diharapkan kepada unsur pemerintah memahami tentang dampak langsung yang akan dirasakan oleh pemerintah desa Bandur Picak terhadap pengembangan objek wisata
4. Setelah mengikuti kegiatan penyuluhan diharapkan kepada unsur pemerintahan Desa dapat memaksimalkan pengembangan objek wisata alam berbasis *digital tourism*

5. Penutup

Dengan adanya sistem informasi pariwisata ini diharapkan nantinya akan memberikan manfaat baik bagi pengelola objek wisata, wisatawan, ataupun calon wisatawan objek wisata, dan masyarakat setempat diantaranya: 1. Pengelola dapat meningkatkan atau mempromosikan objek wisata 2. Calon wisatawan dapat mendapat informasi lengkap tentang objek wisata seperti fasilitas, paket wisata, serta rating dan review tentang objek wisata 3. Calon wisatawan dapat merencanakan kunjungan dengan efektif 4. Calon wisatawan dapat menghitung waktu dan biaya yang akan dikeluarkan 5. Pengunjung dapat dengan mudah membeli tiket dan paket wisata 6. Meningkatkan pendapatan lokal 7. Meningkatkan PADes (Pendapatan Asli Desa).

Saran

Saran untuk kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya adalah memberikan edukasi tentang pengembangan objek wisata berbasis *digital tourism* yang memberikan dampak positif kepada masyarakat secara berkelanjutan

Ucapan Terima Kasih (Opsional)

Ucapan Terima kasih kepada masyarakat Desa Bandur Picak dan khususnya kepada Bapak Kepala Desa Bandur Picak, Terima kasih kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau (UIR) atas dukungannya terhadap pengabdian ini, sehingga pengabdian ini dapat diselesaikan dan dipublikasikan. "Nomor Kontrak Nomor : 1073/KONTRAK/P-NK-PKM/DPPM-UIR/07-2025.

References

- Barbu, F.-S., Sanda, G., Rusu, C.-M., & Balint, P.-G. (2024). The Impact of Social Networks on the Choice of Tourist Destinations. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 18(1), 2327–2343. <https://doi.org/10.1108/978-1-83753-970-320241006>
- Chakravarty, S. (2024). E-Tourism's Trends and Their Effects on Indian Tourism Industry. In *Future Tourism Trends Volume 2* (pp. 97–111). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83753-970-320241006>

- Chen, Z. (2025). Beyond boundaries: exploring the Metaverse in tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 37(4), 1257–1275. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2023-0900>
- Cheng, W., Tian, R., & Chiu, D. K. W. (2024). Travel vlogs influencing tourist decisions: information preferences and gender differences. *Aslib Journal of Information Management*, 76(1), 86–103. <https://doi.org/10.1108/AJIM-05-2022-0261>
- Chon, K. K. S., & Hao, F. (2025). Technological evolution in tourism: a Horizon 2050 perspective. *Tourism Review*, 80(1), 313–325. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2023-0753>
- Cramariuc, O., & Nastase, C. E. (2025). The Interplay Between Information and Communications Technology Solutions Development and Millennial Visitors' Behavior in Refining Smart Tourism Destinations. In *International Conference on Modern Trends in Business Hospitality and Tourism* (pp. 323–339). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-75883-6_20
- Doğan, S., & Niyet, İ. Z. (2024). Artificial Intelligence (AI) in Tourism. In *Future Tourism Trends Volume 2* (pp. 3–21). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83753-970-320241001>
- Ghaderi, Z., Béal, L., Zaman, M., Hall, C. M., & Rather, R. A. (2024). How does sharing travel experiences on social media improve social and personal ties? *Current Issues in Tourism*, 27(21), 3478–3494. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2266101>
- Hernández Sánchez, N., & Oskam, J. (2025). A “new tourism cycle” on the Canary Islands: scenarios for digital transformation and resilience of small and medium tourism enterprises. *Journal of Tourism Futures*, 11(1), 6–22.
- Keelson, S. A., Bruce, E., Egala, S. B., Amoah, J., & Bashiru Jibril, A. (2024). Driving forces of social media and its impact on tourists' destination decisions: a uses and gratification theory. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2318878. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2318878>
- Xia, L., Baghaie, S., & Mohammad Sajadi, S. (2024). The digital economy: Challenges and opportunities in the new era of technology and electronic communications. *Ain Shams Engineering Journal*, 15(2), 102411. <https://doi.org/10.1016/j.asej.2023.102411>
- Xu, J., Shi, P. H., & Chen, X. (2025). Exploring digital innovation in smart tourism destinations: insights from 31 premier tourist cities in digital China. *Tourism Review*, 80(3), 681–709. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2023-0468>
- Zindi, B., Ndhlovu, E., & Mhlanga, D. (2024). The Digital Evolution of Global Tourism and the Practical Lessons for African Small Businesses. In *Sustainable Finance and Business in Sub-Saharan Africa* (pp. 447–471). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-74050-3_22
- Barbu, F.-S., Sanda, G., Rusu, C.-M., & Balint, P.-G. (2024). The Impact of Social Networks on the Choice of Tourist Destinations. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 18(1), 2327–2343. https://doi.org/10.1007/978-3-031-74050-3_22
- Chakravarty, S. (2024). E-Tourism's Trends and Their Effects on Indian Tourism Industry. In *Future Tourism Trends Volume 2* (pp. 97–111). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83753-970-320241006>
- Chen, Z. (2025). Beyond boundaries: exploring the Metaverse in tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 37(4), 1257–1275. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2023-0900>
- Cheng, W., Tian, R., & Chiu, D. K. W. (2024). Travel vlogs influencing tourist decisions: information preferences and gender differences. *Aslib Journal of Information Management*, 76(1), 86–103. <https://doi.org/10.1108/AJIM-05-2022-0261>

- Chon, K. K. S., & Hao, F. (2025). Technological evolution in tourism: a Horizon 2050 perspective. *Tourism Review*, 80(1), 313–325. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2023-0753>
- Cramariuc, O., & Nastase, C. E. (2025). The Interplay Between Information and Communications Technology Solutions Development and Millennial Visitors' Behavior in Refining Smart Tourism Destinations. In *International Conference on Modern Trends in Business Hospitality and Tourism* (pp. 323–339). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-75883-6_20
- Doğan, S., & Niyet, İ. Z. (2024). Artificial Intelligence (AI) in Tourism. In *Future Tourism Trends Volume 2* (pp. 3–21). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83753-970-320241001>
- Ghaderi, Z., Béal, L., Zaman, M., Hall, C. M., & Rather, R. A. (2024). How does sharing travel experiences on social media improve social and personal ties? *Current Issues in Tourism*, 27(21), 3478–3494. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2266101>
- Hernández Sánchez, N., & Oskam, J. (2025). A “new tourism cycle” on the Canary Islands: scenarios for digital transformation and resilience of small and medium tourism enterprises. *Journal of Tourism Futures*, 11(1), 6–22.
- Keelson, S. A., Bruce, E., Egala, S. B., Amoah, J., & Bashiru Jibril, A. (2024). Driving forces of social media and its impact on tourists' destination decisions: a uses and gratification theory. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2318878. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2318878>
- Xia, L., Baghaie, S., & Mohammad Sajadi, S. (2024). The digital economy: Challenges and opportunities in the new era of technology and electronic communications. *Ain Shams Engineering Journal*, 15(2), 102411. <https://doi.org/10.1016/j.asej.2023.102411>
- Xu, J., Shi, P. H., & Chen, X. (2025). Exploring digital innovation in smart tourism destinations: insights from 31 premier tourist cities in digital China. *Tourism Review*, 80(3), 681–709. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2023-0468>
- Zindi, B., Ndhlovu, E., & Mhlanga, D. (2024). The Digital Evolution of Global Tourism and the Practical Lessons for African Small Businesses. In *Sustainable Finance and Business in Sub-Saharan Africa* (pp. 447–471). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-74050-3_22