

## **STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS SMART TOURISM DI DESA TANJUNGSARI**

**Regi Refian Garis**

Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia

\*Korespondensi : [regirefiangaris@unigal.ac.id](mailto:regirefiangaris@unigal.ac.id)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini membahas pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Tanjungsari, Kecamatan Sadananya, Kabupaten Ciamis, yang memiliki potensi wisata alam seperti Curug Panganten. Meskipun memiliki kekayaan alam yang menjanjikan, desa ini menghadapi tantangan dalam hal keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pengelola wisata, serta minimnya pemanfaatan teknologi informasi dalam promosi dan manajemen objek wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali secara mendalam strategi pengembangan pariwisata yang efektif dengan fokus pada penerapan konsep smart tourism. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi dan pelatihan tata kelola dapat memberdayakan masyarakat dalam meningkatkan kualitas pengelolaan objek wisata, memperluas jangkauan pemasaran, serta menciptakan pengalaman wisata yang lebih menarik dan interaktif. Dukungan infrastruktur digital, pelatihan SDM, serta kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat lokal menjadi faktor kunci dalam menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan. Dengan strategi yang holistik dan integratif, Desa Tanjungsari berpotensi menjadi model pengembangan pariwisata desa yang sukses di era digital.

**Kata Kunci** : Pariwisata Berbasis Masyarakat, *Smart Tourism*, Digitalisasi, Pemberdayaan Masyarakat, Desa Tanjungsari.

### **ABSTRACT**

*This study discusses the development of community-based tourism in Tanjungsari Village, Sadananya District, Ciamis Regency, which has natural tourism potential such as Curug Panganten. Despite having promising natural wealth, this village faces challenges in terms of limited knowledge and skills of tourism managers, as well as minimal use of information technology in the promotion and management of tourist attractions. This study uses a qualitative approach to explore in depth effective tourism development strategies with a focus on the application of the smart tourism concept. The results of the study show that digitalization and governance training can empower communities in improving the quality of tourism management, expanding marketing reach, and creating more interesting and interactive tourism experiences. Support for digital infrastructure, HR training, and collaboration between the government, private sector, and local communities are key factors in creating a sustainable tourism ecosystem. With a holistic and integrative strategy, Tanjungsari Village*

*has the potential to become a successful model for village tourism development in the digital era.*

**Keywords** : *Community-Based Tourism, Smart Tourism, Digitalization, Community Empowerment, Tanjungsari Village.*

## A. PENDAHULUAN

Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Indonesia, khususnya di desa-desa, telah menjadi salah satu fokus utama dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Desa Tanjungsari, yang terletak di Kecamatan Sadananya, Kabupaten Ciamis, merupakan contoh yang menarik untuk diteliti. Dengan potensi wisata alam yang kaya, seperti Curug Panganten, desa ini memiliki peluang besar untuk menjadi destinasi wisata unggulan. Namun, dalam perjalanan pengembangan pariwisata ini, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan para pengelola objek wisata. Banyak dari mereka yang belum memahami konsep manajemen pariwisata yang efektif dan pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran dan promosi.

Masalah yang terkait dengan pengelolaan objek wisata dan pemanfaatan teknologi di Desa Tanjungsari tidak hanya berdampak pada sektor pariwisata, tetapi juga pada perekonomian lokal dan kualitas hidup masyarakat. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pariwisata merupakan salah satu sektor yang berkontribusi signifikan terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) nasional. Di Kabupaten Ciamis, sektor pariwisata mulai menunjukkan pertumbuhan, namun masih jauh dari potensi maksimalnya. Hal ini menunjukkan kebutuhan mendesak

untuk mengembangkan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan pariwisata.

Pentingnya penelitian ini terletak pada fakta bahwa meskipun Desa Tanjungsari memiliki sumber daya alam yang melimpah, pemanfaatan yang efektif masih menjadi kendala. Dengan pemanfaatan TIK yang belum maksimal, banyak objek wisata yang tidak dikenal luas oleh wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pelatihan tata kelola dan digitalisasi objek wisata dapat memberdayakan masyarakat dan meningkatkan pengelolaan pariwisata.

Dalam konteks global, sektor pariwisata mengalami perubahan yang cepat akibat digitalisasi. Menurut laporan UNWTO (United Nations World Tourism Organization), penggunaan platform digital dalam pemasaran pariwisata telah meningkat secara signifikan, dengan lebih dari 50% wisatawan melakukan pencarian informasi secara online sebelum memutuskan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Di Indonesia, fenomena ini juga terlihat, di mana media sosial dan website menjadi alat utama dalam promosi objek wisata.

Di Desa Tanjungsari, meskipun terdapat potensi wisata, data menunjukkan bahwa tingkat kunjungan wisatawan masih rendah. Menurut catatan Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis, rata-rata kunjungan wisatawan ke objek wisata di daerah tersebut belum mencapai 30% dari kapasitas

maksimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya strategi pemasaran yang efektif dan minimnya pengetahuan tentang pengelolaan objek wisata.

Menurut Buhalis (2003), "smart tourism" adalah pendekatan yang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pengalaman dan efisiensi dalam sektor pariwisata. Konsep ini mencakup penggunaan aplikasi mobile, sistem informasi pariwisata, dan platform digital lainnya untuk memfasilitasi interaksi antara wisatawan dan pengelola objek wisata. Dalam konteks Desa Tanjungsari, penerapan konsep smart tourism dapat meningkatkan daya tarik dan kepuasan wisatawan.

Lebih lanjut, Castells (2010) menekankan bahwa era informasi menuntut individu untuk memiliki kemampuan adaptasi terhadap teknologi. Dalam hal ini, penting bagi masyarakat Desa Tanjungsari untuk memahami dan menerapkan teknologi dalam pengelolaan objek wisata. Dengan mengadopsi teknologi digital, masyarakat dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan interaksi dengan wisatawan.

Penelitian ini perlu dilakukan karena adanya gap yang jelas dalam literatur mengenai pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di daerah pedesaan, terutama dalam konteks penerapan teknologi dan pelatihan manajemen. Meskipun ada beberapa penelitian sebelumnya yang membahas pengelolaan objek wisata, masih sedikit yang secara spesifik mengeksplorasi bagaimana pelatihan dan penerapan teknologi dapat meningkatkan kapasitas pengelola objek wisata di desa.

Sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Hendi Prasetyo (2022), penerapan smart tourism diharapkan dapat memberikan dampak positif, tidak hanya bagi pengelola wisata tetapi juga bagi masyarakat lokal. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, pengelola dapat meningkatkan efisiensi promosi dan tata kelola yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak wisatawan.

Dalam konteks ini, penting juga untuk mengintegrasikan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal. Seperti yang dinyatakan oleh Achmad Hanafi Setiawan (2024), pelatihan yang baik dapat menciptakan sumber-sumber ekonomi baru yang sangat menguntungkan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan pariwisata di Desa Tanjungsari dan daerah sejenis lainnya. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

## **B. KAJIAN PUSTAKA**

### **1. Strategi Mengembangkan Kepariwisataan**

Chamdani (2018) menyebutkan beberapa indikator penting dalam pembuatan strategi untuk mengembangkan kepariwisataan. Pertama, strategi komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan pariwisata. Komunikasi dimaknai sebagai proses interaksi mendalam antara komunikator dan informan yang menghasilkan reaksi dari interaksi tersebut.

Strategi komunikasi ini berkaitan dengan jenis strategi dan media yang digunakan, serta cara memaknai komunikasi dari berbagai aspek, seperti pesan, kemasyarakatan, dan sumber (komunikator).

Kedua, strategi pemasaran berfungsi sebagai sarana untuk mengembangkan pariwisata di suatu daerah. Chamdani (2018:54) menjelaskan bahwa proses pemasaran dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui beberapa langkah, termasuk analisis SWOT produsen jasa pariwisata, penentuan target, perencanaan marketing mix, penciptaan produk yang tepat, penentuan harga yang sesuai dan distribusi yang efektif, serta melakukan promosi dan evaluasi hasil.

Ketiga, model dan strategi kreatif dengan pendekatan empati diperkenalkan sebagai alternatif untuk menyelesaikan persoalan terkait perkembangan pariwisata. Dalam hal ini, Chamdani (2018:77-78) menjelaskan enam langkah acuan untuk penelitian pengembangan pariwisata kreatif. Langkah pertama adalah peran pemerintah yang harus cepat tanggap dalam memanfaatkan peluang untuk kemakmuran masyarakat, di mana pemerintah perlu menyiapkan kebijakan yang mendukung pengembangan pariwisata kreatif. Kedua, penting untuk melakukan pemetaan terhadap potensi pariwisata kreatif dengan memperhatikan nilai karakteristik, infrastruktur, dan kemampuan potensi ekonomi.

Ketiga, penyusunan rencana investasi dan pembangunan harus mempertimbangkan faktor-faktor pendukung seperti telekomunikasi, akses jalan, dan transportasi.

Keempat, kualitas sumber daya manusia yang tangguh di bidang pariwisata harus diciptakan. Kelima, strategi pemasaran yang baik harus dirancang secara matang melalui proses ilmiah dan analitis yang sistematis. Terakhir, adanya dukungan dan kerja sama antara pemerintah, investor/swasta, perbankan, dan masyarakat sangat penting dalam menjalankan strategi ini. Dengan mengikuti langkah-langkah dan indikator yang disebutkan, diharapkan pengembangan pariwisata dapat dilakukan secara efektif dan berkelanjutan.

## **2. Konsep Smart Tourism**

Konsep smart tourism terdiri dari dua kata, yaitu "smart" dan "tourism." Kata "smart" merujuk pada sifat bijaksana atau cerdas, sementara "tourism" mengacu pada aktivitas atau kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata (Wang et al., 2012). Dalam konteks ini, smart tourism dapat dipahami sebagai pendekatan inovatif dalam industri pariwisata yang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pengalaman wisatawan. Dengan penerapan teknologi informasi dan komunikasi, smart tourism bertujuan untuk menciptakan solusi yang efisien dan efektif dalam mengelola destinasi wisata.

Hal ini mencakup penggunaan aplikasi mobile, sistem informasi, dan data analitik untuk memahami perilaku wisatawan, menyediakan informasi real-time, serta meningkatkan interaksi antara pengelola dan pengunjung. Selain itu, smart tourism juga berupaya untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada, baik dari segi infrastruktur maupun layanan, guna menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan. Dengan demikian, smart tourism tidak hanya

memberikan manfaat bagi pengunjung, tetapi juga bagi masyarakat lokal dan pengelola destinasi, menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dan responsif terhadap kebutuhan zaman.

### C. METODE PENELITIAN

Peneliti memilih pendekatan kualitatif sebagai metode utama dalam penelitian ini karena pendekatan ini menawarkan keunggulan dalam memperoleh data yang mendalam dan komprehensif, yang sangat penting untuk memahami fenomena yang kompleks. Menurut Sugiyono (2022), metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali perspektif dan pengalaman individu secara lebih rinci, sehingga memberikan konteks yang kaya dan nuansa pada data yang dikumpulkan. Dengan menggunakan teknik wawancara, peneliti dapat mendapatkan informasi langsung dari informan yang memiliki pengetahuan dan pengalaman relevan, sementara observasi memungkinkan peneliti untuk melihat dan menganalisis fenomena secara langsung di lapangan. Di samping itu, studi kepustakaan memperkaya pemahaman teoritis dan mendukung analisis data dengan referensi yang relevan.

Keunggulan lain dari metode kualitatif terletak pada fleksibilitasnya, yang memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan teknik pengumpulan data sesuai dengan kebutuhan selama proses penelitian berlangsung. Proses analisis data yang mengikuti model Miles dan Huberman (2014), yang mencakup reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan, juga memberikan struktur yang sistematis untuk mengolah

data, sehingga memudahkan peneliti dalam mengekstraksi temuan yang signifikan. Dengan demikian, pendekatan kualitatif tidak hanya memberikan wawasan yang mendalam, tetapi juga memungkinkan peneliti untuk memahami interaksi dan dinamika yang terjadi dalam konteks yang diteliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang lebih valid dan aplikatif.

### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Tanjungsari, yang terletak di kawasan yang kaya akan keindahan alam dan budaya, memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi destinasi pariwisata unggulan. Dalam era digital saat ini, penerapan konsep smart tourism menjadi sangat relevan untuk meningkatkan daya tarik dan pengalaman wisatawan. Smart tourism tidak hanya berfokus pada teknologi, tetapi juga bagaimana teknologi tersebut dapat meningkatkan interaksi dan pengalaman wisatawan dengan destinasi. Oleh karena itu, strategi pengembangan pariwisata di Desa Tanjungsari harus mengintegrasikan berbagai aspek seperti strategi komunikasi, pemasaran, serta model dan strategi kreatif.

Strategi komunikasi yang efektif menjadi landasan utama dalam pengembangan pariwisata. Penggunaan teknologi informasi, seperti website dan aplikasi mobile, dapat memberikan informasi yang akurat dan real-time kepada wisatawan. Informasi yang jelas tentang destinasi, akomodasi, dan aktivitas yang tersedia sangat penting untuk menarik perhatian wisatawan. Selain itu, sosial media berperan besar dalam membentuk citra desa sebagai destinasi

wisata. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, desa dapat membagikan konten visual yang menarik, seperti foto dan video, yang menampilkan keindahan alam serta keunikan budaya Tanjungsari.

Keterlibatan masyarakat lokal dalam penyampaian informasi juga sangat penting. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai pemandu wisata, tetapi juga sebagai duta desa. Dengan melibatkan masyarakat dalam promosi pariwisata, rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap pengembangan pariwisata akan meningkat. Komunikasi dua arah antara pengelola pariwisata dan wisatawan juga perlu dibangun, agar umpan balik dari pengunjung dapat digunakan untuk perbaikan layanan dan pengalaman di masa depan.

Dalam hal pemasaran, segmentasi pasar yang tepat menjadi kunci. Identifikasi segmen pasar berdasarkan minat dan preferensi wisatawan, seperti wisata alam, budaya, atau kuliner, akan membantu dalam merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif. Kampanye pemasaran digital yang memanfaatkan data dan analitik dapat menargetkan audiens yang relevan, sehingga iklan yang disajikan lebih efektif. Kolaborasi dengan platform booking dan situs wisata juga dapat meningkatkan visibilitas Desa Tanjungsari, menjadikannya lebih mudah diakses oleh wisatawan.

Salah satu aspek menarik dari smart tourism adalah inovasi dalam pengalaman wisata. Mengembangkan pengalaman interaktif, seperti workshop kerajinan tangan atau tur kuliner, dapat memberikan nilai tambah bagi wisatawan. Kegiatan yang

melibatkan wisatawan secara langsung akan menciptakan kenangan yang lebih mendalam dan meningkatkan kepuasan mereka. Selain itu, paket wisata tematik yang menggabungkan berbagai aspek, seperti ecotourism, agrotourism, dan cultural tourism, dapat menarik minat berbagai jenis wisatawan.

Dalam implementasi strategi ini, pelatihan sumber daya manusia (SDM) menjadi sangat penting. Masyarakat lokal perlu dilatih untuk dapat mengelola dan menjalankan strategi pemasaran serta komunikasi dengan efektif. Edukasi tentang pelayanan yang baik dan pemahaman mengenai teknologi digital akan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam berinteraksi dengan wisatawan. Monitoring dan evaluasi juga harus dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas strategi yang diterapkan. Dengan melakukan evaluasi, pengelola pariwisata dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan.

Kolaborasi dengan berbagai stakeholder, termasuk pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata, dan lembaga pendidikan, juga sangat penting untuk mendukung pengembangan pariwisata. Kerjasama ini dapat memperkuat sinergi dalam pengembangan infrastruktur, promosi, dan pelatihan. Dengan dukungan dari berbagai pihak, Desa Tanjungsari dapat menjadi destinasi pariwisata yang tidak hanya menarik, tetapi juga berkelanjutan.

Secara keseluruhan, pengembangan pariwisata berbasis smart tourism di Desa Tanjungsari memerlukan pendekatan yang

holistik dan terintegrasi. Dengan mengoptimalkan strategi komunikasi, pemasaran, serta inovasi kreatif, desa ini memiliki potensi untuk menarik lebih banyak wisatawan, sekaligus memberdayakan masyarakat lokal. Selain itu, penting untuk menjaga kelestarian budaya dan lingkungan agar pengembangan pariwisata dapat berlangsung secara berkelanjutan. Melalui upaya bersama dan komitmen yang kuat, Desa Tanjungsari dapat menjadi model pengembangan pariwisata yang sukses di era digital ini.

Penerapan teknologi dalam sektor pariwisata memberikan berbagai manfaat yang signifikan, tidak hanya bagi penyedia layanan tetapi juga bagi wisatawan. Dengan kemajuan teknologi seperti augmented reality (AR) dan virtual reality (VR), pengalaman wisatawan dapat ditingkatkan secara interaktif dan menarik, memungkinkan mereka untuk melakukan tur virtual ke destinasi dan objek wisata sebelum mengunjungi secara langsung. Akses informasi yang lebih mudah melalui aplikasi mobile dan website juga mempermudah perencanaan perjalanan, memungkinkan wisatawan untuk mendapatkan informasi tentang destinasi, akomodasi, dan aktivitas dengan cepat. Selain itu, proses pemesanan yang efisien yang didukung oleh teknologi digital mengurangi waktu dan usaha yang diperlukan, sementara personalisasi layanan yang berbasis data memungkinkan penyedia layanan untuk menawarkan pengalaman yang lebih sesuai dengan preferensi individu.

Kebijakan pemerintah juga memainkan peran penting dalam mendukung penerapan teknologi ini. Melalui investasi

dalam infrastruktur digital dan penyediaan pelatihan bagi tenaga kerja di sektor pariwisata, pemerintah dapat mendorong adopsi teknologi yang lebih luas. Pemasaran yang lebih efektif melalui media sosial dan platform digital memungkinkan destinasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas, sementara pengumpulan data dan umpan balik dari wisatawan dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman secara keseluruhan. Kebijakan yang mendukung keberlanjutan juga perlu diintegrasikan, dengan mendorong penggunaan teknologi yang ramah lingkungan dan solusi yang dapat mengurangi dampak lingkungan dari pariwisata.

Untuk merealisasikan potensi ini, beberapa strategi perlu direkomendasikan. Pertama, pemerintah harus meningkatkan investasi dalam infrastruktur teknologi, termasuk internet cepat dan aksesibilitas digital di daerah wisata. Kedua, program pelatihan bagi pelaku industri pariwisata harus diadakan untuk memastikan mereka memiliki keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi baru secara efektif. Ketiga, kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas lokal harus ditingkatkan untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang berbasis teknologi. Terakhir, promosi inisiatif keberlanjutan yang didukung oleh teknologi, seperti aplikasi untuk transportasi publik atau opsi akomodasi ramah lingkungan, akan membantu menciptakan pariwisata yang tidak hanya menarik tetapi juga berkelanjutan. Dengan langkah-langkah ini, sektor pariwisata dapat berkembang secara

inovatif dan berkelanjutan, memberikan manfaat jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat.

#### **E. KESIMPULAN**

Kesimpulan dari pembahasan mengenai pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Tanjungsari menunjukkan bahwa meskipun desa ini memiliki potensi wisata alam yang kaya, tantangan terkait pengetahuan dan keterampilan pengelola objek wisata menjadi hambatan signifikan dalam mencapai pengembangan yang optimal. Keterbatasan dalam manajemen pariwisata dan pemanfaatan teknologi informasi berdampak pada rendahnya tingkat kunjungan wisatawan, yang tidak sebanding dengan potensi yang dimiliki. Dalam konteks ini, penerapan konsep smart tourism menjadi sangat relevan, karena dapat meningkatkan daya tarik dan pengalaman wisatawan melalui penggunaan teknologi yang efisien.

Pentingnya pelatihan dalam tata kelola dan digitalisasi objek wisata di Desa Tanjungsari juga menjadi sorotan, dengan harapan bahwa peningkatan kapasitas masyarakat akan memberdayakan mereka dalam mengelola potensi pariwisata secara lebih efektif. Dukungan dari pemerintah dalam bentuk investasi infrastruktur digital dan program pelatihan bagi pelaku industri pariwisata sangat diperlukan untuk mendorong adopsi teknologi yang lebih luas. Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat lokal harus diperkuat untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dan responsif terhadap kebutuhan zaman.

Dengan langkah-langkah strategis yang tepat, termasuk pemetaan potensi pariwisata, pengembangan pemasaran yang efektif, dan penerapan teknologi ramah lingkungan, Desa Tanjungsari dapat menjadi model pengembangan pariwisata yang sukses. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan pariwisata di desa-desa lain dan menjadi referensi bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan dan memberdayakan masyarakat lokal.

#### **F. DAFTAR PUSTAKA**

##### **Buku :**

- Chamdani, U. (2018). *Indikator Strategi Pengembangan Kepariwisataan*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). *Blackwell Publishing*.
- Buhalis, D. (2003). *E-tourism: Information technology for strategic tourism management*. *Pearson Education*.
- Wang, H., Jin, T., & Zhou, B. (2012). *Smart Tourism*. Beijing: Tsinghua University Press.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.