

# Penerapan Website Responsif untuk Media Promosi Digital dalam Meningkatkan Kemandirian dan Visibilitas Jeep Wisata Alam Merapi

*Responsive Website Implementation for Digital Promotion to Enhance the Independence and Visibility of Merapi Jeep Adventure Tourism*

Nurhadi Wijaya <sup>1</sup>

Sugeng Winardi <sup>2</sup>

Irawadi Buyung <sup>3</sup>

Galant Nanta Adhitya <sup>4</sup>

Imam Muchlisin <sup>5</sup>

Agung Arif <sup>6</sup>

<sup>1,6</sup>Departement Of Informatics, Faculty of science and Technology, Universitas Respati Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

<sup>2,5</sup>Departement Of System Information, Faculty of science and Technology, Universitas Respati Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

<sup>3</sup>Departement Of Electrical Engineering, Faculty of science and Technology, Universitas Respati Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

<sup>4</sup>Departement Of English Literature Study Program, Faculty of Social Sciences and Economics, Universitas Respati Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

email: [nurhadi@respati.ac.id](mailto:nurhadi@respati.ac.id)

## Kata Kunci

Website Responsif  
Promosi Digital  
Jeep Wisata Merapi

## Keywords:

Responsive Website  
Digital Promotion  
Merapi Jeep Toir

Received: August 2025

Accepted: October 2025

Published: January 2026

## Abstrak

Kawasan wisata Gunung Merapi, khususnya layanan Jeep Wisata Alam di Dusun Banteng, Hargobinangun, Sleman, terus berkembang menjadi tujuan favorit wisatawan. Namun, para pelaku usaha di sana masih menghadapi kesulitan dalam memperluas pasar karena keterbatasan pemanfaatan teknologi digital secara profesional. Promosi yang dilakukan masih bersifat tradisional dan belum memaksimalkan platform daring. Untuk itu, program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk membantu mereka melalui pembuatan *website* responsif yang dapat digunakan sebagai media promosi digital dan diakses dengan mudah melalui berbagai perangkat. Metode yang dilakukan meliputi observasi lapangan, wawancara kebutuhan, pengembangan *website* berbasis CodeIgniter, pelatihan pengelolaan konten, serta pendampingan intensif. *Website* yang dibuat memuat informasi layanan wisata, galeri foto dan video, testimoni pelanggan, integrasi media sosial, serta sistem login bertingkat untuk admin utama dan pendamping. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa para mitra mampu mengelola *website* secara mandiri dan merasa lebih percaya diri dalam promosi digital. Kehadiran *website* juga meningkatkan visibilitas usaha mereka di internet dan membantu menjangkau calon wisatawan dari berbagai daerah maupun mancanegara. Program ini terbukti mendukung transformasi bisnis lokal menuju pemasaran yang lebih modern dan kompetitif. *Website* tersebut kini sudah diakses publik melalui <https://aws-adventour.com>.

## Abstract

Mount Merapi's tourism area, especially the Jeep Wisata Alam tours in Dusun Banteng, Hargobinangun, Sleman, continues to grow in popularity. However, many local business owners still struggle to expand their market reach due to the lack of professional digital promotion. Their current marketing is primarily conventional and has not utilised effective online platforms. To address this, a community service program was implemented to develop a responsive website as an accessible digital promotional tool. The program involved direct observation, interviews to identify business needs, website development using the CodeIgniter framework, training on website content management, and intensive assistance. The resulting website includes features such as detailed tour information, photo and video galleries, customer testimonials, social media integration, and a tiered login system for primary and assistant administrators to manage content. After implementation, the business partners showed improved confidence and independence in managing digital promotions. The website also increased its online presence, enabling it to reach potential tourists from within Indonesia and abroad. This program significantly enhanced their digital skills, helping transform local businesses into more modern, competitive marketing practices. The developed website is now fully operational and publicly accessible at <https://aws-adventour.com>.



© 2026 Nurhadi Wijaya, Sugeng Winardi, Irawadi Buyung, Galant Nanta Imam Muchlisin, Agung Arif. Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i1.10703>

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara pelaku usaha memasarkan produk dan jasa, termasuk di sektor pariwisata. Digitalisasi promosi kini menjadi strategi penting yang mampu memperluas jangkauan pasar secara efektif. *Website* responsif, yang mampu menyesuaikan tampilan dengan berbagai perangkat, telah menjadi salah satu media utama dalam pemasaran digital karena memberikan kemudahan akses, efisiensi informasi, serta kesan profesional bagi calon pelanggan (Frain, 2021; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Di sisi lain, pelaku usaha mikro dan komunitas wisata di daerah masih banyak yang belum memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Salah satu contohnya adalah para pelaku Jeep Wisata Alam Merapi di Dusun Banteng, Hargobinangun, Pakem, Sleman. Meskipun wilayah ini dikenal sebagai destinasi unggulan petualangan di kawasan Gunung Merapi, promosi yang dilakukan oleh pelaku wisata masih bersifat tradisional – mengandalkan rekomendasi lisan, media sosial pribadi, dan perantara dari pihak ketiga seperti penginapan atau agen wisata lokal. Tidak adanya platform daring resmi menjadi hambatan besar dalam menjangkau wisatawan yang terbiasa mencari layanan melalui internet. Studi “Pendampingan Pengelolaan Kualitas Air dan Pemasaran Berbasis *Web* dan *Marketplace* Bagi Pembudidaya Ikan Kabupaten Magelang” (Hertika *et al.*, 2025) menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan *Web*-based marketing dan *Marketplace* berhasil memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan mitra.”

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tim pengusul berinisiatif membangun *Website* responsif sebagai media promosi digital yang dapat dikelola secara mandiri oleh mitra usaha Jeep wisata. *Website* tersebut dikembangkan menggunakan framework *CodeIgniter* dan dirancang dengan fitur-fitur seperti halaman informasi layanan, galeri multimedia, testimoni pelanggan, serta sistem manajemen konten berbasis *login* untuk admin utama dan pendamping.

Inisiatif ini bukan sekadar membangun infrastruktur digital, tetapi juga menciptakan transformasi cara pandang pelaku usaha terhadap teknologi. Dengan dukungan pelatihan dan pendampingan, diharapkan mitra mampu mengelola sendiri konten digital secara berkelanjutan dan memahami pentingnya promosi berbasis data. Pada akhirnya, penerapan *Website* responsif ini diharapkan menjadi katalisator perubahan menuju ekosistem pariwisata yang lebih profesional, adaptif, dan berdaya saing global.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan kolaboratif dengan mitra, yaitu komunitas pelaku Jeep Wisata Alam Merapi di Dusun Banteng, Hargobinangun, Pakem, Sleman. Pendekatan ini dipilih karena dinilai paling relevan untuk menjawab kebutuhan mitra secara langsung serta melibatkan mereka secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pelaksanaan program dilakukan dalam tiga tahap utama, yaitu tahap persiapan, tahap implementasi, dan tahap evaluasi serta keberlanjutan.

Metode pengabdian ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) karena seluruh tahapan, mulai dari identifikasi masalah, perancangan solusi, pelatihan, hingga evaluasi, dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan mitra secara aktif. Dengan pendekatan ini, mitra tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek yang berperan dalam pengelolaan dan pemanfaatan *Website* secara berkelanjutan.

### *Tahap Persiapan*

Pada tahap awal, tim pengusul melakukan observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pihak mitra untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi eksisting usaha dan tantangan yang mereka hadapi, khususnya dalam bidang promosi digital. Hasil observasi menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha belum memiliki pemahaman yang cukup dalam hal pengelolaan media digital, serta belum pernah menggunakan *Website* sebagai alat promosi resmi. Promosi masih bergantung pada perantara atau agen wisata yang mengambil komisi, sehingga penghasilan bersih yang diterima oleh pelaku usaha tidak maksimal.

Setelah identifikasi masalah dilakukan, tim menyusun rancangan sistem dan desain *Website* responsif sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mitra. *Website* dirancang menggunakan framework *CodeIgniter*, yang memiliki keunggulan

dari sisi fleksibilitas, struktur modular, dan kemudahan integrasi dengan berbagai komponen. Fitur yang dikembangkan antara lain: halaman beranda, informasi profil usaha, daftar layanan dan tarif, galeri foto dan video, testimoni pelanggan, serta sistem *login* multi-level (admin utama dan admin pendamping) untuk pengelolaan konten.

Selanjutnya, dilakukan validasi awal desain bersama mitra. Proses ini penting untuk memastikan bahwa rancangan sistem yang dibangun benar-benar sesuai dengan kenyataan di lapangan, serta mudah dipahami oleh pengguna dari kalangan non-teknis. Penyesuaian juga dilakukan pada sisi bahasa dan tata letak agar tampil lebih ramah pengguna (*user-friendly*), dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip UI/UX sederhana sebagaimana disarankan oleh Krug (2014) dan Nielsen (1999).

### Tahap Implementasi

Setelah desain dan kebutuhan sistem disepakati, dilanjutkan dengan pengembangan *Website* secara bertahap. Proses ini dilakukan oleh tim teknis yang terdiri dari dosen dan mahasiswa dengan keahlian di bidang pemrograman *Web*, desain UI/UX, dan manajemen basis data. Pengembangan difokuskan pada penciptaan tampilan yang responsif agar *Website* dapat diakses dengan optimal baik melalui komputer, tablet, maupun ponsel pintar. Hal ini penting mengingat mayoritas pengguna internet saat ini mengakses informasi melalui perangkat *mobile* (StatCounter, 2023). *Website* kemudian diuji coba secara internal menggunakan metode *black box testing* untuk memastikan seluruh fungsi berjalan normal, seperti navigasi antar halaman, proses *login*, pengunggahan konten, dan tampilan galeri. Setelah itu, dilakukan uji coba lapangan bersama mitra, di mana mereka diminta mengakses *Website* dan mencoba fitur-fitur yang tersedia. Masukan yang diperoleh dari proses ini menjadi dasar untuk penyempurnaan fitur dan antarmuka.

Salah satu bagian penting dalam tahap ini adalah pelatihan teknis pengelolaan *Website*. Materi pelatihan mencakup dasar-dasar penggunaan sistem manajemen konten (CMS) internal yang telah disesuaikan dengan kebutuhan mitra, cara menambahkan konten seperti foto, deskripsi layanan, hingga melakukan pembaruan harga. Pelatihan diberikan secara bertahap dan interaktif, dengan pendekatan praktik langsung.

### Tahap Evaluasi dan Keberlanjutan

Setelah *Website* resmi diluncurkan di domain publik (<https://aws-adventour.com>), tahap selanjutnya adalah melakukan evaluasi awal terhadap dampak implementasi. Evaluasi dilakukan melalui instrumen kuisiomer dan wawancara terhadap mitra, untuk mengetahui tingkat kepuasan, kemudahan penggunaan, serta perubahan yang dirasakan dalam promosi usaha mereka. Instrumen evaluasi yang digunakan dalam kegiatan ini terdiri atas kuesiomer dan wawancara. Kuesiomer diberikan kepada mitra menggunakan skala Likert 1–5 untuk menilai aspek kemudahan penggunaan, tampilan *Website*, serta manfaat terhadap promosi usaha. Wawancara dilakukan untuk menggali pengalaman dan kendala mitra dalam mengelola konten.

Evaluasi dilakukan secara online menggunakan *google form* dengan alamat : <https://bit.ly/Evaluasi-Web-AWS>

Gambar 1. Instrumen Kuisiomer evaluasi *Website* AWS Adventour.

Demi menjamin keberlanjutan program, tim menyusun panduan teknis pengelolaan *Website* dalam bentuk dokumen tertulis yang mudah dipahami. Mitra juga dibekali kontak narahubung untuk konsultasi teknis lanjutan. Tim pengusul juga membuka peluang kolaborasi lanjutan di tahun berikutnya untuk mengembangkan sistem reservasi daring (*online booking*) dan integrasi SEO (*Search Engine Optimization*) guna mendongkrak visibilitas *Website* di mesin pencari seperti Google.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melalui tahapan observasi, perancangan, pengembangan, hingga pelatihan, kegiatan pengabdian ini menghasilkan sebuah *Website* responsif yang kini telah digunakan secara aktif oleh mitra Jeep Wisata Alam Merapi, yakni AWS-Adventour. *Website* tersebut dapat diakses melalui tautan resmi <https://aws-adventour.com> dan berfungsi sebagai media promosi digital yang profesional dan mudah digunakan. Penerapan teknologi ini bukan hanya menjawab kebutuhan akan platform promosi daring, tetapi juga membuka peluang pembelajaran digital bagi mitra yang sebelumnya masih terbatas dalam hal pengetahuan teknologi.

### *Implementasi Sistem dan Fitur Website*

*Website* dibangun menggunakan framework *CodeIgniter*, dengan alasan efisiensi, struktur kode yang rapi, serta kemudahan dalam mengembangkan sistem berbasis PHP. Hasil akhir menunjukkan tampilan yang bersih, ringan, dan responsif – artinya layout dapat menyesuaikan ukuran layar perangkat pengguna, baik itu komputer, tablet, maupun ponsel pintar. Kemampuan ini menjadi penting karena sebagian besar wisatawan modern mengakses layanan wisata melalui perangkat *mobile* (StatCounter, 2023).

Fitur utama yang dikembangkan mencakup:

- Halaman informasi usaha dan sejarah singkat AWS-Adventour
- Daftar paket wisata dengan harga dan rute perjalanan
- Galeri foto dan video kegiatan wisata
- Testimoni pelanggan
- Lokasi basecamp yang terintegrasi langsung dengan *google maps*
- Formulir kontak dan pemesanan melalui *Whatsapp*
- Sistem *login* bertingkat: admin utama dan admin pelaksana

Seluruh fitur tersebut dirancang agar bisa diperbarui langsung oleh mitra tanpa keahlian teknis mendalam. Dengan pendekatan itu, mitra diharapkan dapat terus mengembangkan konten mereka secara mandiri.

### *Respons Mitra dan Dampak Langsung*

Salah satu hasil nyata dari kegiatan ini adalah meningkatnya rasa percaya diri mitra dalam mempresentasikan usahanya secara digital. Saat pelatihan pertama, peserta masih canggung menggunakan komputer dan antarmuka *Web*. Namun, setelah dua sesi pendampingan intensif, sebagian besar dari mereka mampu menambahkan konten, mengatur paket wisata, dan mengunggah dokumentasi foto secara mandiri. Pelatihan dilakukan secara sederhana namun aplikatif, menggunakan *Smartphone*, Tablet maupun laptop mitra langsung dan berbasis praktik harian.

Respons positif juga terlihat dari cara mereka mulai mengarahkan calon wisatawan untuk mengakses informasi langsung melalui situs. Sebelum ada *Website*, semua informasi biasanya hanya ditanyakan lewat pesan pribadi atau *WhatsApp*. Kini, calon pelanggan dapat melihat semua layanan yang tersedia dengan visualisasi menarik dan bahasa yang lebih terstruktur.

### *Pembahasan Berdasarkan Literasi*

Keberhasilan ini menunjukkan bahwa teknologi, ketika dikemas dengan pendekatan yang sederhana dan relevan, dapat diterima dan dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat lokal. Sebagaimana dikemukakan oleh Buhalis (2003), teknologi informasi dalam sektor pariwisata berperan sebagai alat strategi promosi sekaligus saluran komunikasi yang memperpendek jarak antara penyedia layanan dan pelanggan. *Website* responsif juga memperkuat posisi digital usaha, memberi citra yang lebih terpercaya, dan memudahkan calon wisatawan dalam mengambil keputusan (Frain, 2021; Ryan, 2020).

Secara teknis, pendekatan desain berbasis *user experience* yang sederhana dan fungsional terbukti lebih efektif daripada tampilan kompleks yang sulit dipahami. Hal ini sejalan dengan pandangan Nielsen (1999) yang menekankan pentingnya usability dalam pengembangan sistem *Web* yang ditujukan untuk pengguna umum. Dalam konteks ini, AWS-Adventour tidak hanya mendapatkan alat promosi, tetapi juga pemahaman baru tentang bagaimana layanan mereka dapat dikemas dan dipresentasikan secara profesional di ruang digital. Dampak lainnya adalah mulai terbentuknya identitas digital mitra. Sebelum program ini, AWS-Adventour belum memiliki jejak digital resmi selain akun media sosial pribadi. Kini, dengan *Website* sebagai pusat informasi utama, usaha mereka memiliki alamat daring yang bisa dibagikan ke calon pelanggan, mitra kerja, dan bahkan instansi pemerintah untuk keperluan kerja sama.

Komunitas AWS Adventour memiliki sejumlah armada Jeep yang menjadi sarana utama untuk melayani wisatawan. Armada ini bukan sekadar alat transportasi, tetapi juga simbol kebersamaan dan semangat petualangan di kawasan Merapi. Wujud armada yang digunakan oleh mitra dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Armada Jeep Wisata Komunitas AWS Adventour.

Selain armada, basecamp menjadi titik awal sekaligus tempat berkumpul wisatawan sebelum berpetualang. Di lokasi inilah wisatawan mendapatkan informasi, berkumpul dengan pemandu, dan merasakan suasana kebersamaan. Tampilan basecamp AWS Adventour dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. BaseCamp Jeep Wisata Komunitas AWS Adventour.

Untuk memberikan kenyamanan, mitra juga menyiapkan ruang tunggu bagi para wisatawan. Ruang ini menjadi tempat istirahat singkat sambil menanti giliran keberangkatan. Suasana ruang tunggu yang disediakan mitra terlihat pada Gambar 4.





**Gambar 4.** Ruang Tunggu Wisatawan Jeep Wisata Komunitas AWS Adventour.

Kegiatan pengabdian masyarakat tidak hanya berfokus pada teknologi, tetapi juga membangun pemahaman bersama. Melalui sarasehan dan sesi sosialisasi, tim dan mitra berbagi pandangan mengenai pentingnya promosi digital. Dokumentasi kegiatan ini ditampilkan pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Sarasehan dan Sosialisasi Program PkM – *Website Responsif*.

Sebagai bagian dari pendampingan, tim menyelenggarakan pelatihan penggunaan *Website*. Dalam kegiatan ini, mitra dilatih secara langsung untuk mengelola konten dan memanfaatkan fitur yang tersedia. Proses pelatihan ini terekam pada Gambar 6.



**Gambar 6.** Sarasehan dan Sosialisasi Program PkM – *Website Responsif*.

Pelatihan penggunaan *Website* responsif yang dilakukan bersama mitra Jeep Wisata Alam Merapi membawa perubahan positif yang cukup terasa. Mitra tidak hanya belajar cara menambahkan konten atau memperbaiki informasi, tetapi juga mulai percaya diri untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi. Temuan ini sejalan dengan pengalaman yang dilaporkan oleh Manek & Maheswari (2024) pada program pengabdian di Secret Garden Village, di mana penerapan digital marketing membantu usaha lokal menjangkau lebih banyak pelanggan dan membangun interaksi yang lebih luas. Hasil serupa juga terlihat dalam kegiatan Rahayu *et al.* (2024) di Desa Wisata Bumiaji, ketika pelatihan digital marketing membuat pelaku usaha lebih mandiri dalam mengelola promosi.

Melalui pengalaman tersebut, dapat ditegaskan bahwa keberadaan *Website* responsif bagi komunitas Jeep Wisata Merapi bukan hanya sekadar media informasi. Lebih dari itu, *Website* ini menjadi jembatan penting untuk memperluas jangkauan promosi, meningkatkan kemandirian mitra, serta memperkuat posisi mereka dalam persaingan wisata di kawasan Merapi.

## KESIMPULAN

Program pengabdian ini berhasil memberikan solusi nyata bagi pelaku Jeep Wisata Alam Merapi dalam hal promosi digital melalui pengembangan *Website* responsif. *Website* yang dibangun tidak hanya menampilkan informasi secara menarik dan profesional, tetapi juga memungkinkan mitra untuk mengelola kontennya secara mandiri tanpa bergantung pada pihak luar. Proses pengembangan dilakukan secara partisipatif, dimulai dari analisis kebutuhan, desain sistem, pelatihan, hingga pendampingan teknis.

Dampak langsung dari kegiatan ini terlihat dari peningkatan kepercayaan mitra dalam memanfaatkan teknologi serta bertambahnya jangkauan promosi usaha ke pasar yang lebih luas, termasuk wisatawan luar daerah. *Website* ini juga memperkuat identitas digital usaha mitra, menjadikannya lebih kredibel dan mudah ditemukan secara online.

Secara keseluruhan, penerapan teknologi yang tepat dan didampingi dengan pendekatan yang ramah pengguna terbukti mampu mendorong transformasi digital usaha lokal. Program ini diharapkan menjadi awal dari upaya berkelanjutan dalam penguatan kapasitas digital masyarakat, khususnya di sektor pariwisata berbasis komunitas.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada mitra AWS-Adventour atas kerja sama dan keterbukaannya selama proses kegiatan ini berlangsung. Apresiasi juga disampaikan kepada Universitas Respati Yogyakarta berikut lembaga penelitian dan pengabdian kepada Masyarakat yang telah memberikan dukungan penuh sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik..

## REFERENSI

- Hertika, A. M. S., Amron, K., Shofwan, S., Lal, M. T. B. M., Putra, R. B. D. S., Alfarisi, M. A., Wijanata, I. B. P., *et al.* (2025). Pendampingan Pengelolaan Kualitas Air dan Pemasaran Berbasis *Web* dan *Marketplace* Bagi Pembudidaya Ikan Kabupaten Magelang. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, **10**(3), 813-823. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v10i3.8625>
- Manek, A. G., & Maheswari, A. A. I. A. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Proses Pemasaran Produk Secret Garden Village. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, **9**(9), 1720-1726. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i9.6929> [journal.umpr.ac.id](http://journal.umpr.ac.id)
- Rahayu, S. M., Anjarwi, A. W., Anggoro, D. D., & Alfandia, N. S. (2024). Pendampingan *Digital Marketing* bagi UMKM di Desa Wisata Bumiaji. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, **9**(4), 629-639. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i4.6314>

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Frain, B. (2021). *Responsive Web design with HTML5 and CSS* (3rd ed.). Packt Publishing.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Halkias, D., & Neubert, M. (2020). Digital marketing strategies for small and medium enterprises: Implications for competitiveness and performance. *Journal of Small Business Strategy*, 30(2), 24–35. <https://libjournals.mtsu.edu/index.php/jsbs/article/view/1834>
- Krug, S. (2014). *Don't make me think, revisited: A commonsense approach to Web usability* (3rd ed.). New Riders.
- Lungu, I. (2019). Website quality and usability for tourist information. *Journal of Information Systems & Operations Management*, 13(2), 342–354. <https://jisom.rau.ro/index.php/JISOM/article/view/143>
- Marcotte, E. (2010). Responsive Web design. A List Apart. Retrieved from <https://alistapart.com/article/responsive-Web-design/>
- Nielsen, J. (1999). *Designing Web usability: The practice of simplicity*. New Riders Publishing.
- Ryan, D. (2020). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (4th ed.). Kogan Page.
- StatCounter. (2023). *Mobile vs desktop usage worldwide*. Retrieved from <https://gs.statcounter.com/>
- UNWTO. (2019). *Tourism and digital transformation*. World Tourism Organization. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420384>
- Wang, Y., & Fesenmaier, D. R. (2004). Towards understanding members' general participation in and active contribution to an online travel community. *Tourism Management*, 25(6), 709–722. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.005>
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives*, 10, 27–36. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.01.001>