



**PROMOSI BUDAYA DAN PARIWISATA BERBASIS MEDIA DIGITAL:
MENINGKATKAN KESADARAN KAUM MUDA
TERHADAP WARISAN BUDAYA LOKAL**

Yustus Sentus Halum¹, Ely Helydiana Selamat², Theodisius Frederico Rondas³, Yohanes Christian Mbohong⁴, Yohanes Day Nagi⁵

¹⁾²⁾³⁾⁴⁾⁵⁾Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Katolik Indonesia. Jalan Ahmad Yani No. 10, Ruteng-Flores-NTT, 86518. Indonesia.

E-mail: yustus.senhalum@gmail.com¹,
ely.selamat@gmail.com², erikrondas08@gmail.com³, rmbohong@gmail.com⁴,
nagiyostan@gmail.com⁵

Abstrak

Agar usaha melestarikan warisan budaya yang juga bisa menjadi daya tarik bidang pariwisata, media sosial merupakan media digital yang akrab penggunaannya di kalangan kaum muda. Internet bisa memiliki potensi sebagai media pemberdayaan masyarakat itu sendiri. Berdasarkan pemikiran di atas, maka tim pelaksana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini telah melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Promosi Budaya dan Pariwisata Berbasis Media Digital: Meningkatkan Kesadaran Kaum Muda Terhadap Warisan Budaya Lokal." Ruang lingkup pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah bidang budaya dan pendidikan pariwisata yang disesuaikan dengan profil minor program studi tim pelaksana. Tempat pelaksanaan kegiatan PkM adalah Desa Langgo dan Desa Ruteng Pu'u dengan waktu kegiatan yang berbeda. Secara umum, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini terlaksana dengan baik. Hal ini dapat terlihat pada capaian kegiatan yang terlaksana sesuai dengan analisis situasi dan rencana awal kegiatan. Meskipun demikian, tim pelaksana mengakui bahwa ada beberapa rencana kegiatan yang tidak dapat dilaksanakan karena terhalang situasi pandemi dan pembatasan kegiatan publik yang sedang terjadi. Akhirnya, pelaksanaan kegiatan pengabdian berimplikasi pada tren go digital yang sudah tidak bisa dielak lagi. Tren ini bisa menjadi salah satu terobosan yang mengubah cara promosi pariwisata dan budaya lokal secara lebih luas, efektif, dan modern. Dengan promosi berbasis digital, jangkauan informasi wisata dan berbagai pegelaran seni budaya akan menyentuh semua lapisan masyarakat di berbagai wilayah dengan jangkauan yang luas, kapan dan dimana saja.

Kata kunci: budaya; pariwisata; promosi; media digital.

***DIGITAL MEDIA BASED CULTURE AND TOURISM PROMOTION:
RAISING YOUTH AWARENESS
ON LOCAL CULTURAL HERITAGE***

Abstract

As an effort to preserve cultural heritage which can also be an attraction in the tourism sector, social media is a digital media that is familiar to use among young people. The internet can have potential as a medium for community empowerment itself. Based on the thoughts, the implementing team for this Community Service activity has carried out community service activities with the title "Digital Media-Based Culture and Tourism Promotion: Raising Youth Awareness of Local Cultural Heritage." The scope of the implementation of this service activity is in the fields of culture and tourism education which is adjusted to the minor profile of the implementing team's study program. The places where PkM activities are carried out are Langgo Village and Ruteng Pu'u Village

with different activity times. In general, this Community Service activity was carried out well. This can be seen in the achievements of the activities carried out in accordance with the situation analysis and the initial plan of activities. Nevertheless, the implementing team acknowledged that there were several planned activities that could not be implemented due to the pandemic situation and restrictions on public activities that were currently taking place. Finally, the implementation of service activities has implications for the unavoidable trend of going digital. This trend can be one of the breakthroughs that change the way tourism and local culture are promoted more broadly, effectively, and modernly. With digital-based promotions, the reach of tourist information and various cultural arts performances will touch all levels of society in various regions with a wide reach, anytime and anywhere.

Keywords: culture; tourist; promotion; digital media.

PENDAHULUAN

Kegiatan menjaga dan mewariskan budaya sering kali luput dari agenda dan perhatian kaum muda. Kaum muda adalah salah satu dari sebagian kecil kelompok yang kerap anonim dari kebijakan dan praktik konservasi warisan budaya (De Azevedo, 2012). Hal ini dipandang sebagai suatu konstruksi abstrak yang susah masuk dalam ranah pikir dan karya mereka. Menyadari hal tersebut, di seluruh dunia saat ini banyak upaya yang melibatkan kaum muda, termasuk Indonesia, dalam pelestarian, valorisasi dan promosi warisan budaya (Irina & Andrei, 2012; Goodwin & Martam, 2014).

Lebih jauh, sebenarnya partisipasi mereka didasarkan pada hak dan kewajiban kaum muda untuk mengakses dan berpartisipasi secara bebas dalam budaya. Kebebasan ini memberikan ruang bagi para generasi muda untuk mengekspresikan semua hal yang mempengaruhi mereka, sekaligus membuat mereka berpartisipasi dan berperan aktif dalam kehidupan bermasyarakat pada ruang lingkup budaya mereka sendiri (Spiridon et al., 2014; Hasibuan et al., 2011). Pada tahap ini, memberikan ruang yang luas kepada kaum muda untuk berkontribusi dengan partisipasi mereka untuk mempromosikan warisan budaya dengan cara yang kreatif dan inovatif memiliki banyak manfaat, antara lain: memperkuat rasa identitas dan rasa memiliki, mendukung dan pengembangan

potensi pribadi yang dimiliki, serta mendukung usaha pewarisan budaya lokal dalam kerangka pembangunan nasional di era globalisasi (Nahak, 2019).

Perlu diingat, pemuda adalah jembatan antara generasi masa lalu, sekarang, dan generasi masa depan serta menjadi agen kunci dalam mempromosikan nilai-nilai warisan yang dapat mendukung pemahaman sekaligus menghormati keragaman budaya (Djoko, 2017). Oleh karena itu, mempertimbangkan fakta bahwa kaum muda mewakili 25% populasi dunia, dengan melibatkan kaum muda dalam pelestarian warisan budaya berarti mengembangkan sikap dan praktik untuk giat mempromosikan beragam nilai kewarganegaraan dan keragaman budaya yang mereka miliki kepada dunia (Rasid, 2014).

Nilai-nilai yang dipromosikan tersebut tentu saja berhubungan dengan perkembangan teknologi baru. Era teknologi digital telah mendorong cara-cara baru untuk menafsirkan ruang pengetahuan, kemudian memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya warisan berwujud (monumen, pusat sejarah, cagar alam, dll.) dan tidak berwujud (pengetahuan tradisional, musik, sastra, dll). Dengan memanfaatkan informasi online dan akses internet, pelatihan pengembangan keterampilan juga diintegrasikan, bila memungkinkan, ke dalam agenda forum kegiatan kaum muda (Damayanti & Murdani,

2020; Astuti, 2019).

Keterlibatan kaum muda melalui kerja sukarela, pekerjaan kewirausahaan lokal, rekreasi, dan inisiatif pendidikan (dan pelatihan) sangat penting untuk mencapai skema pembangunan berkelanjutan seluruh masyarakat yang pro-aktif dan berpusat pada warga (Duxbury & Campbell, 2011). Pada tingkat nasional dan lokal, keterlibatan pemuda dalam promosi warisan budaya juga penting meskipun ada kenyataan bahwa sebagian besar kelompok masyarakat, termasuk kaum muda sering merasa dikucilkan dari sebagian besar dinamika politik dan sosial.

Pada kondisi ini, mereka menghadapi berbagai tantangan, seperti pengangguran, masalah mobilitas, kurangnya sumber daya pendidikan yang diperbarui, standar hidup yang rendah, korupsi, kenakalan remaja, kurangnya kebijakan dan peluncuran program kepemudaan yang konsisten untuk meningkatkan partisipasi kaum muda (Nindya & Salman, 2018). Dengan demikian, upaya bersama organisasi lokal dan nasional untuk meningkatkan lebih jauh kesadaran keterlibatan masyarakat dan kaum muda dalam usaha perlindungan atau konservasi warisan budaya perlu ditingkatkan agar dapat memperoleh manfaat bagi kaum muda dan masyarakat.

Agar usaha melestarikan warisan budaya yang juga bisa menjadi daya tarik bidang pariwisata, media sosial merupakan media digital yang akrab penggunaannya di kalangan kaum muda. Internet bisa memiliki potensi sebagai media pemberdayaan masyarakat itu sendiri. Berdasarkan pemikiran di atas, maka tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Promosi Budaya dan Pariwisata Berbasis Media Digital: Meningkatkan Kesadaran Kaum Muda Terhadap Warisan Budaya

Lokal." Dengan adanya kegiatan ini, tim pelaksana berharap bahwa penggunaan media sosial digital seperti *twitter*, *facebook*, *youtube*, dan situs media sosial internet lainnya dapat dimanfaatkan oleh pemerintah maupun pihak swasta untuk dapat mengenalkan objek-objek dan atraksi-atraksi wisata yang ada di lokasi mitra pengabdian agar para pendatang tersebut dapat tinggal lebih lama. Hal ini menarik perhatian kami untuk merancang kegiatan pengabdian berbasis media digital di tengah situasi pandemi Covid-19 yang sedang terjadi.

Lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Kampung Langgo yang terletak di Kelurahan Carep dan Kampung Ruteng Pu'u yang terletak di Kelurahan Golo Dukal, Kecamatan Langke Rembong, Kabupaten Manggarai, Nusa Tenggara Timur. Dari kota Ruteng dan dari kampus pengusul kegiatan, kedua kampung ini berjarak kurang lebih 3 km.

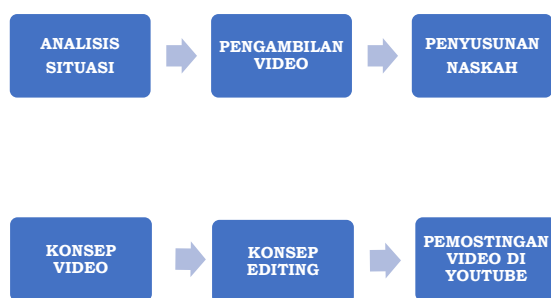
Berdasarkan kajian analisis situasi kami bersama mitra, ada dua poin penting yang dijabarkan pada bagian ini: Pertama, Mitra PkM ini adalah mitra yang mengarah ke ekonomi produktif dengan potensi dan peluang usaha di bidang pariwisata budaya. Kondisi ini berkaitan dengan efek semakin terkenalnya Labuan Bajo (Komodo) di mata dunia dan kunjungan wisatawan yang semakin meningkat sebelum pandemi Covid-19 melanda dunia. Kedua, diakui oleh mitra, selain pengelolaan promosi potensi wisata yang ada yang belum maksimal, faktor yang kurang mendukung upaya perkembangan pariwisata di daerah ini adalah belum dimaksimalkannya peran penduduk lokal yang berdiam di sekitar objek wisata untuk memberikan informasi dasar tentang keindahan dan hal-hal penting sekitar tempat wisata kepada para wisatawan asing yang mulai banyak berkunjung ke sana. Selain itu, informasi yang memadai tentang tempat wisata masih sangat minim,

terutama yang berkaitan dengan promosi berbasis media digital.

METODE PELAKSANAAN

Ruang lingkup pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah bidang budaya dan pendidikan pariwisata yang disesuaikan dengan profil minor program studi tim pelaksana. Tempat pelaksanaan kegiatan PkM adalah Desa Langgo dan Desa Ruteng Pu'u dengan waktu kegiatan yang berbeda. Di Desa Langgo, kegiatan pengumpulan data dan pelaksanaan pentas seni budaya (untuk didokumentasikan dalam bentuk video) telah dilakukan pada Bulan Maret 2020, sedangkan proses editing dan pemostingan video dilakukan pada bulan Juni-Agustus 2021. Di Desa Ruteng Pu'u, proses pengumpulan data dan pelaksanaan kegiatan dilakukan pada bulan Mei-Agustus 2021.

Tahap-tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dibuat dalam alur yang dapat dilihat berikut ini:



Gambar 1. Alur tahapan pelaksanaan PkM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan ini dimulai dengan analisis situasi yang digabungkan dengan pengumpulan data untuk keperluan kegiatan. Pada tahap ini, tim pelaksana mengunjungi lokasi mitra dan

bertemu dengan para mitra dan kelompok sasaran. Tujuan kegiatan awal ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang wilayah mitra kegiatan, sekaligus meminta izin kepada pihak terkait untuk melaksanakan kegiatan pengabdian di dua desa sasaran.

Di Desa Langgo, tim bertemu dengan tokoh adat, anak-anak, dan kaum muda yang tinggal di sekitar rumah adat. Setelah melakukan wawancara singkat untuk menganalisis situasi yang sudah dijelaskan pada bagian pendahuluan tulisan dan meminta izin untuk melaksanakan kegiatan, tim berkumpul dengan anak-anak dan kaum muda di sana untuk mendiskusikan kegiatan pentas seni budaya yang akan dibawakan di *natas* (halaman) kampung mereka. Sementara itu, di Desa Ruteng Pu'u, tim pelaksana juga mengunjungi lokasi kegiatan PkM dan melakukan wawancara serta meminta izin dari tokoh masyarakat di kampung tersebut untuk melakukan dokumentasi pada beberapa lokasi dan *spot* yang menarik untuk dijadikan video promosi pariwisata.

Setelah tahap awal, tim kemudian mempersiapkan kegiatan pentas seni budaya lokal dengan melakukan koordinasi bersama rekan-rekan lain yang akan dilibatkan dalam kegiatan pengabdian ini. Di tahap ini, tim pelaksana memutuskan untuk mementaskan beberapa mata acara seni budaya di Desa langgo. Pementasan tersebut kemudian direkam untuk diupload pada akun youtube yang telah disediakan oleh tim pelaksana.

Pemostingan produk video kegiatan pengabdian baru dilakukan pada bulan agustus 2021 karena selain kendala pandemi yang menyulitkan koordinasi antaranggota tim, dibutuhkan waktu yang cukup lama untuk melakukan proses editing video. Produk video

yang diposting memuat beberapa unsur budaya yang terbagi dalam segmen video, sebagaimana di paparkan berikut ini:

Produk Video Pementasan Tarian

Pada segmen ini, tim pelaksana kegiatan mementaskan tiga tarian daerah Manggarai, satu di antaranya adalah pentas tari *Rangkuk Alu*, salah satu tarian tradisional Manggarai yang sudah dikenal dan menjadi salah satu daya tarik wisata budaya Manggarai.



Gambar 2. Pementasan Tarian *Rangkuk Alu*

Pada deskripsi video, tim pelaksana menggunakan deskripsi Bahasa Inggris sebagai berikut: *“Rangkuk Alu dance was originally a traditional game, namely the rangkuk pestle game. In this game, bamboo is arranged and played by swinging like pincers by several players. One or two players jump up and down to avoid the pins of the bamboo. When jumping around to avoid pincers, the players seem to be doing dance moves. From there, the basic movement of the Rangkuk Alu Dance was formed. In the past, this dance was often performed after the harvest, during the full moon. At that time the youth gathered and enlivened this event. Then, playing this dance can train agility and train accuracy in acting. In addition, for the people there, this dance also contains philosophical and spiritual values in it. In its development, the Rangkuk Alu Dance has become one of the most famous traditional dances in Manggarai, Flores, NTT. Apart from being a form of cultural heritage, the Rangkuk Alu*

Dance has also become an attraction for tourists who come there.”

Selain mementaskan tarian tradisional, tim juga mementaskan dua tarian kreasi, yakni tarian *Congka Sae* dan tarian *Lalong Liba*. Irama tari dari dua tarian ini diambil dari dua lagu daerah Manggarai dengan musiknya yang khas; disebut khas karena memiliki irama gong dan gendang biasa didengar pada acara-acara adat Manggarai.

Produk Video Lagu Daerah

Pementasan lagu-lagu daerah Manggarai sejatinya dilaksanakan untuk menggugah kaum muda untuk lebih memahami sekaligus mencintai budaya lokal, termasuk lagu-lagu daerah. Memang, karena perubahan zaman dan pergerakan teknologi yang pesat, lagu-lagu daerah Manggarai juga mengalami pergeseran yang mulai melunturkan melodi-melodi khas dan aslinya.

Menyadari hal tersebut, tim pelaksana mementaskan subsegmen yang berbeda pada bagian ini. Subsegmen pertama, pementasan lagu tradisional dengan aransemen yang lebih modern. Lagu tradisional yang dipilih adalah lagu *Benggong* dan lagu *Sangkulerong*. Kedua, tim pelaksana bersama rekan-rekan yang lain menerjemahkan lagu Manggarai yang berjudul *I de de ke* dalam Bahasa Inggris, kemudian mengaransemen ulang, untuk pada akhirnya dipentaskan di lokasi mitra kegiatan pengabdian. Ketiga, tim pelaksana juga meminta partisipasi tokoh masyarakat yang, generasi tua di desa mitra, untuk berpartisipasi. Bentuk keikutsertaan masyarakat mitra ditunjukkan dengan pementasan menyanyikan lagu daerah dengan alat musik gambus.



Gambar 3. Bapak Hanis, pemain alat musik gambus dari desa Langgo-Nderu

Adapun lagu *Benggong* yang dipentaskan adalah salah satu lagu daerah Manggarai yang sangat terkenal. Meskipun demikian, makna dan pencipta lagu itu masih tidak begitu pasti hingga sekarang. Oleh karena itu, tim menulis deskripsi pada video yang diposting dengan mendeskripsikan secara umum makna lagu tersebut, yang tentu saja sangat mungkin bersifat subjektif dengan referensi wawancara tokoh-tokoh adat yang kami kenal.

Berikut adalah deskripsi video lagu *Benggong* dalam Bahasa Inggris: *First, the benggong song is a folk song and comes from Manggarai. It is said to be a folk song because until now the creator of the song has not been known or known for certain. There may be, but for me, due to the limitations of standard historical references, the temporary hypothesis is that the benggong song is a folk song. Second, it is said that the benggong song emerged after the colonial era of the Bima kingdom (NTB) which ruled in Manggarai. The territory of this kingdom used to cover all of the Manggarai area. The king who was in power at that time was known to be cruel and greedy. Anyone who does not give tribute or taxes to the king will be punished as a slave or errand boy for the king's family. Incidentally at that time, most of the people of Manggarai did not give tribute, so all of them became slaves of the king. Often they were tortured and left destitute. Benggong-banggong can*

be a condition or state of losing hope. There were no signs of peace, tranquility and prosperity that all Manggarai people coveted at that time. Rasung wa toe ita ende go ema go metaphorically means that there is no defense from the fate of suffering.

Iklan Songke dan Roto

Segmen ini berisikan dua video iklan tentang produk tradisional warisan budaya Manggarai, yakni *roto* dan *songke*. *Roto* adalah produk tradisional warisan leluhur Manggarai, terbuat dari anyaman bambu yang belah tipis memanjang, kemudian dianyam menyerupai keranjang. Pada bagian atas biasanya disisipkan tali, terbuat dari anyaman tangan, sehingga bisa digendong dari samping maupun disunggi di atas kepala. Pada zaman dahulu, hingga sekarang di berbagai wilayah pedesaan Manggarai, *roto* biasa digunakan sebagai tempat penyimpanan makanan bagi para ibu saat hendak ke sawah, juga tempat menyimpan berbagai peralatan yang dibutuhkan saat hendak berkebun.

Pada produk video ini, tim pelaksana memaparkan fungsi dan makna *roto* dalam khazanah budaya Manggarai. Selain itu, tim juga memberikan alternatif penggunaan *roto* sebagai kampanye melawan penggunaan plastik yang marak terjadi sekarang ini. *Roto* bisa menjadi alternatif bagi siapa saja yang masih mencintai lingkungan dan budaya Manggarai untuk digunakan sesuai keperluannya. Walaupun penggunaannya sudah sangat jarang, terutama pada kalangan kaum muda di wilayah perkotaan, tetapi memberikan makna cinta lingkungan di balik adanya *roto* adalah salah satu kontribusi yang positif bagi generasi muda di Manggarai.

situasi pandemi dan pembatasan kegiatan publik yang sedang terjadi.

Selanjutnya, pelaksanaan kegiatan pengabdian berimplikasi pada tren *go digital* yang sudah tidak bisa dielak lagi. Tren ini bisa menjadi salah satu terobosan yang mengubah cara promosi pariwisata dan budaya lokal secara lebih luas, efektif, dan modern. Selain efektif, media promosi digital juga lebih menghemat pengeluaran dana operasional karena brosur-brosur manual tidak perlu dicetak lagi. Dengan promosi berbasis digital, jangkauan-jangkauan informasi wisata dan berbagai pegelaran seni budaya akan menyentuh semua lapisan masyarakat di berbagai wilayah dengan jangkauan yang luas, kapan dan di mana saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhtar, N., Khan, N., Mahroof Khan, M., Ashraf, S., Hashmi, M. S., Khan, M. M., & Hishan, S. S. (2021). Post-covid 19 Tourism: Will digital tourism replace mass tourism? *Sustainability (Switzerland)*, 13(10). <https://doi.org/10.3390/su13105352>
- Astuti, E. Z. L. (2019). Gerakan Literasi Digital: Studi Pemberdayaan Pemuda Melalui Program Sistem Informasi Potensi Kreatif Desa di Kulonprogo. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 3(2). <https://doi.org/10.14421/jpm.2019.032-05>
- Damayanti, C., & Murdani, A. D. (2020). Penguatan Kecerdasan Digital Pemuda Sebagai Bentuk Keterlibatan Dalam Total Diplomasi Indonesia. *Adi Widya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.33061/awpm.v4i1.3296>
- De Azevedo, L. (2012). Including Young People in Heritage Conservation 185-198. In P. Kraftl, J. Horton, & F. Tucker (Eds.), *Critical Geographies of Childhood and Youth: Contemporary Policy and Practice* (pp. 185–198). The Policy Press.
- Djoko, S. (2017). Kaum Muda, Pembentukan Karakter dan Intelegualitas, dan Peran Budaya Lokal Pada Abad Pengetahuan. *International Seminar on Language, Literature, Art, and Culture (ISLLAC)*, 1(1), 1–17.
- Duxbury, N., & Campbell, H. (2011). Developing and Revitalizing Rural Communities through Arts and Culture. *Small Cities Imprint*, 3(1), 111–122.
- Gegung, E. M. (2021). International Tourism and the Covid-19 Pandemic : the Use of Virtual Reality to Increase Tourism Destination Sustainability and How Users Perceive the Authenticity of Vr Experiences. *Jurnal Kepariwisata Indonesia* 15, 15(1), 9–15.
- Goodwin, N., & Martam, I. (2014). *Indonesian Youth in the 21st Century*. UN-Inter Agency Network on Youth Development. https://indonesia.unfpa.org/sites/default/files/pubpdf/Indonesian_Youth_in_the_21st_Century_%28Youth_Mapping%29.pdf
- Hasibuan, Z. A., Isal, Y. K., C, B. A. N., Ahmad, M., & Selviandro, N. (2011). Preservation of Cultural Heritage and Natural History through Game Based Learning. *International Journal of Machine Learning and Computing*, 1(5), 460–465.
- Irina, R., & Andrei, R. (2012). The Role of Festival and Cultural

- Events in Strategic Development of Cities. *Informatica Economica*, 16(4), 19–28.
- Nahak, H. M. . (2019). Upaya Melestarikan Budaya Indonesia Di Era Globalisasi. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(1), 65–76. <https://doi.org/10.33369/jsn.5.1.65-76>
- Nindya, G., & Salman, M. (2018). Satu Ketik, Ribuan Aksi: Mengatalisasi Partispiasi Offline Pemuda Indonesia di Era New Media. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 2(2), 33–42. <https://doi.org/10.14710/jiip.v2i2.2124>
- Rasid, Y. (2014). Nilai-Nilai Kearifan Lokal (Local Genius) Sebagai Penguat Karakter Bangsa. *Deepublish Publisher*, 1–141.
- Spiridon, P., Kotic, M., & Tuci, B. (2014). Cre-Active Youth Promoting Cultural Heritage for Tomorrow. *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*, 4(2), 39–41. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=100436828&site=ehost-live>
- Toubes, D. R., Vila, N. A., & Fraiz Brea, J. A. (2021). Changes in Consumption Patterns and Tourist Promotion after the Covid-19 Pandemic. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1332–1352. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050075>