
Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dalam Promosi Pariwisata Pulau Untung Jawa

Lasmery RM Girsang¹, Ilona V.O Situmeang², William Althur³

^{1,3} Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia, Jakarta Utara

² Fakultas Ilmu Komunikasi, U.P.I YAI, Jakarta Pusat

lgirsang@bundamulia.ac.id; situmeangilona8@gmail.com; s14200034@student.ubm.ac.id

Email Korespondensi: lgirsang@bundamulia.ac.id

ABSTRAK

Tidak semua destinasi pariwisata yang terletak di wilayah Kepulauan Seribu dianggap tidak memiliki kendala. Dari ragam pulau yang ada, salah satunya adalah Pulau Untung Jawa yang terus berbenah. Adapun kondisi destinasi pariwisata di Pulau Untung Jawa berpotensi besar namun belum maksimal dikelola. Hal ini ditenggarai dengan salah satu faktor yakni kurang optimalnya promosi yang dilakukan pramuwisata di pulau tersebut. Oleh karenanya, pada 17 Desember 2024, tim pelaksana kegiatan abdimas melakukan *sharing* dan pelatihan kepada peserta yang tergabung pada pokdarwis "Puja Berhias". Kegiatan abdimas diisi dengan pemberian materi terkait meningkatkan efektivitas promosi pariwisata melalui konten dengan mengandalkan teknik bercerita (*storytelling*). Dari hasil kegiatan, peserta mampu mengeksplorasikan kembali narasi dari konten-konten promosi di instagram. Dari konten yang tampak masih sederhana, hingga menjadi konten yang memiliki nilai jual. Diharapkan, kegiatan abdimas dapat mempertajam pengetahuan dan keterampilan masyarakat Pulau Untung Jawa.

Kata kunci: media sosial; pariwisata; promosi; Pulau Untung Jawa

ABSTRACT

Not all tourist destinations in the Seribu Islands are considered having no obstacles. Among various islands, one of them is Untung Jawa Island which still improves. In fact, the condition of tourist destinations on Untung Jawa Island has kept great potency but has not been managed optimally yet. This was caused by some factors, one of them was less promotion effort carried out by tour guides on the island. Therefore, on December 17, 2024, the community service team conducted sharing and training for participants from "Puja Berhias" members. The community service activities were filled with providing materials related to increasing the effectiveness of tourism promotion through content by relying on storytelling techniques. From the results of the activity, the participants were able to re-explore the narrative of promotional content social media. From simple content at the beginning, it has now become more creative content and has selling value. Hopefully, the community service activities can sharpen the knowledge and skill of the community of Untung Jawa Island.

Keywords: social media; tourism; promotion; Untung Jawa Island

A. PENDAHULUAN

Salah satu pulau di Kepulauan Seribu yakni Pulau Untung Jawa, memiliki potensi wisata yang besar. Mudah diakses dari Pelabuhan Tanjung Pasir (area Pantai Indah Kapuk

2, Tangerang), menjadikan pulau ini menjadi destinasi menarik untuk dikunjungi. Pulau Untung Jawa menawarkan *spot* alami dan indah, serta laut yang tenang yang cocok untuk aktivitas menyelam (seperti snorkeling). Secara geografis, pulau ini memiliki luas wilayah sebesar 111,53 hektar yang didiami oleh sekitar 2.644 jiwa. Disamping itu, daya tarik pulau Untung Jawa terletak pada objek wisata Pantai Arsa, Pantai Sakura, Pantai Santigi, Jembatan Cinta serta objek lainnya. Berikut gambaran *spot* Pulau Untung Jawa (<https://exovillage.com/spot/pulau-untung-jawa>).



Sumber: Dokumentasi Tim Abdimas - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2024)

Gambar 1. Tampilan depan di Pulau Untung Jawa

Terlihat pada gambar 1, pemilihan Pulau Untung Jawa sebagai tempat kegiatan dimana garda terdepan pulau telah diberikan label/penamaan pulau yang terlihat jelas saat mendekati dermaga kapal di Pulau Untung Jawa. Kemudian memasuki dermaga, terlihat tampilan yang menarik dengan suasana warna-warni meriah yang menghiasi gapura. Tidak kalah juga, impresi positif juga didapatkan setelah masuk melalui gapura biru 'Kampung Bahari Nusantara' Pulau Untung Jawa. Kesan positif tersebut tetap terjaga dengan kebersihan lingkungan sekitarnya. Hal ini sesuai dengan penataan lingkungan yang menjadi salah satu daya tarik wisatawan (Noviana, L., Arifin, et al., 2019)

Meskipun diyakinkan dengan impresi positif di awal, akan tetapi, potensi wisata yang dimiliki pulau ini belum sepenuhnya terkelola dengan baik. Setidaknya, terdapat tiga belas destinasi wisata yang dapat diakses di Pulau Untung Jawa dan sekitarnya, namun pengembangan potensi tersebut masih terbuka lebar. Pengembangan pariwisata di Pulau Untung Jawa masih terbatas dan kurang tertata dengan baik. Beberapa

permasalahan yang dihadapi antara lain keterbatasan kompetensi pengelola *homestay* dalam pelayanan prima, keterbatasan kemampuan berbahasa Inggris untuk *tour guide*, serta cinderamata yang dijual bersifat musiman. Padahal, kompetensi pemandu lokal wisatawan sangat diperlukan (Waskito, B. S., et al, 2016). Kondisi ini menandakan masih kurangnya aktivitas pemasaran untuk meningkatkan promosi pariwisata di Pulau Untung Jawa.

Di satu sisi, demi mendorong pengembangan wisata yang lebih baik, pemerintah setempat telah mendukung terbentuknya Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata)—“Puja Berhias”. Keberadaan pokdarwis diharapkan dapat terus mengembangkan potensi wisata yang ada, namun tantangan besar masih menghadang, terutama dalam peningkatan kemampuan SDM dalam menemukan, menciptakan, dan mengelola potensi wisata yang ada (Prayudhi, L.A., et al, 2024) sehingga menjadi kawasan wisata terpadu (Razak, A., & Suprihardjo, R, 2013).

Lebih lanjut, konsep pokdarwis dimaknai sebagai suatu kelembagaan masyarakat. Di dalam keanggotaanya, dilibatkan pelaku pariwisata yang berperan sebagai penggerak. Artinya, pokdarwis dianggap mampu menciptakan iklim yang kondusif bagi tumbuh kembang usaha pariwisata di daerah, terutama sebagai penggerak ‘roda’ ekonomi wisata Bahari, pada khususnya (Yanti, D. R. Y., et al, 2020). Firmansyah (dalam Nurina et al, 2024) menegaskan beberapa tujuan dari pembentukan pokdarwis, antara lain:

1. Meningkatkan peran masyarakat sebagai subjek dalam pengembangan pariwisata,
2. Menumbuhkan sikap positif dan dukungan dari masyarakat.
3. Mengenalkan, memelihara dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada untuk kemakmuran bersama.

Lebih lanjut, Yatmaja (dalam Prayudhi, et.al., 2024) menegaskan bilamana pokdarwis memiliki peran dan posisi yang penting dalam pengembangan pariwisata diantaranya adalah:

1. Sebagai subyek atau pelaku pembangunan, menjadi pelaku penting yang terlibat secara aktif dalam proses perencanaan dan pengembangan kepariwisataan, bersama-sama

dengan pemangku kepentingan memiliki peran dengan terkait linknya baik dari pemerintah maupun swasta.

2. Sebagai penerima manfaat berarti bahwa masyarakat diharapkan dapat memperoleh nilai manfaat ekonomi yang berarti dari pengembangan kegiatan kepariwisataan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan sosial masyarakat yang bersangkutan.
3. Sebagai penggerak dalam menciptakan lingkungan dan suasana yang kondusif. Dengan terciptanya lingkungan dan suasana yang kondusif diharapkan wisatawan akan merasa nyaman dan tidak bosan untuk berkunjung ke tempat pariwisata tersebut.
4. Mewujudkan Sapta Pesona dalam masyarakat yang merupakan unsur penting yang harus diwujudkan bagi terwujudnya lingkungan yang kondusif dan ideal bagi berkembangnya kegiatan kepariwisataan di suatu tempat yang mendorong tumbuhnya minat wisatawan untuk berkunjung. Unsur sapta pesona mencakup: aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan.

Beralih ke promosi destinasi wisata, kegiatan abdimas ini bermaksud memberdayakan target sasaran agar mengoptimalkan teknik bercerita (*storytelling*) sebagai strategi promosi. Mengingat potensi wisata yang menarik di seluruh wilayah yang tersebar di Republik Indonesia, perlu pengembangan strategi bercerita atau menarasikan objek kepada pengunjung. Untuk itu, pegiat pariwisata didorong mampu mengaplikasikan teknik *storytelling*. Sehingga, *storytelling* pun dapat menjadi alat penting untuk meningkatkan kesadaran sosial dan penjangkauan masyarakat.

Penceritaan merupakan salah satu metode pendidikan paling awal yang digunakan untuk menyampaikan pengetahuan, pemikiran, dan kepercayaan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Bahkan lebih luas lagi, Brand & Donato berpendapat, teknik bercerita dapat diandalkan sebagai strategi yang dapat meningkatkan kohesi sosial (Nabil, G. (2024)). Untuk itu, selaras dengan tujuan kegiatan abdimas ini adalah memberikan pelatihan pengelolaan media sosial, membuat video dan konten di media sosial lebih optimal, maka penguatan media digital sangat diperlukan dalam upaya promosi (Girsang, L.R.M., et al, 2024); (Limarandani, N.P., et al, 2023) agar berdampak pada pemasaran digital (Winarko, H.B., et al, 2020) untuk menarik minat kunjungan wisatawan (Natalia, D. & Krisnadi, A.R. 2020).

B. METODE PELAKSANAAN

Beberapa tahapan dilakukan agar kegiatan abdimas ini dapat berjalan sesuai dengan rencana. Kegiatan dimulai dari tahapan pelatihan, pendampingan, dan promosi yang menyoasar pada sepuluh pengurus pokdarwis “Puja Berhias” 17 Desember 2024, bertempat di aula Kantor Kelurahan Pulau Untung Jawa.

1. Tahap pelatihan. Dalam hal ini, tim pelaksana memberikan pelatihan media sosial kepada anggota Pokdarwis “Puja Berhias”. Pada tahap awal ini, media yang digunakan adalah projector untuk dapat menampilkan materi narasumber.
2. Tahap pendampingan: Setelah pelatihan, anggota Pokdarwis didampingi oleh fasilitator atau pendamping yang berpengalaman untuk melakukan pertukaran pengetahuan dan pengalaman antar anggota Pokdarwis “Puja Berhias”. Dalam pertemuan ini, anggota kelompok dapat berbagi pengalaman, memberikan masukan, serta memberikan solusi untuk meningkatkan pengetahuan mereka. Adapun peserta akan dimintakan untuk mempersiapkan konten dari instagram yang dikelola yang nantinya akan di bedah bersama.
3. Tahap promosi: Anggota Pokdarwis “Puja Berhias” dapat berlatih melakukan pemasaran dan promosi yang efektif atas objek destinasi wisata di pulau. Tahapan terakhir akan memintakan partisipasi peserta untuk *sharing* hasil bedah konten yang telah dibuat ulang.

C. PEMBAHASAN

Kegiatan abdimas berlangsung di Kantor Kelurahan Pulau Untung Jawa. Mengusung topik ‘Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dalam Promosi Pariwisata Pulau Untung Jawa’, tim pelaksana menghadirkan beberapa praktisi penggiat media sosial untuk *sharing* materi. Narasumber pertama menggali salah satu aplikasi yang banyak digemari yakni Tik Tok dan instagram, khususnya di kalangan generasi sekarang. Diantara ragam media sosial lainnya, kedua aplikasi tersebut memiliki kelebihan dalam hal fitur konten video pendek kreatif yang dapat disunting dengan mudah oleh penggunanya.



Sumber: Dokumentasi Tim Abdimas - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2024)

Gambar 2. Kegiatan *sharing session* antara tim dan peserta di aula Kelurahan Pulau Untung Jawa

Terlihat pada gambar 2, tim abdimas (gambar kiri dan gambar kanan) memberikan penjelasan materi terkait penggunaan, pemanfaatan serta optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi. Proses diskusi juga dilibatkan dengan partisipasi peserta/audiens (gambar tengah) untuk memberikan pertanyaan dan juga berbagi pengalaman selama mengelola akun media sosial dari Pulau Untung Jawa.

Dari tim pelaksana abdimas, setelah pemberian materi, audiens diminta untuk menampilkan contoh konten di media sosial yang digunakan untuk mempromosikan Pulau Untung Jawa. Demi efisiensi kegiatan, ketua tim abdimas mengelompokkan peserta ke tim-tim kecil disertai seorang pendamping. Di masing-masing kelompok, peserta dapat mendiskusikan materi promosi di media sosial. Dari aktivitas media yang telah berjalan, salah satu dari peserta membagikan pengalaman dari konten yang telah diunggah ke *_pulauuntungjawa*. Dicermati oleh fasilitator, pada umumnya, tampilan konten yang disajikan tergolong belum terlalu banyak ‘menjual’ keunggulan destinasi pulau. Meskipun memiliki jumlah *followers* sebanyak 2.012, namun *posting* yang diunggah dominan berupa tampilan suasana di luar Pulau Untung Jawa, tanpa memfokuskan situasi di pulau itu sendiri. Teknik tersebut ditanggapi narasumber sebagai cara yang masih terlalu umum sehingga kurang menarik perhatian publik atau *followers*.



Sumber: Dokumentasi Tim abdimas - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2024)

Gambar 3. Tampilan konten awal akun instagram *_pulauuntungjawa* sebelum pelatihan

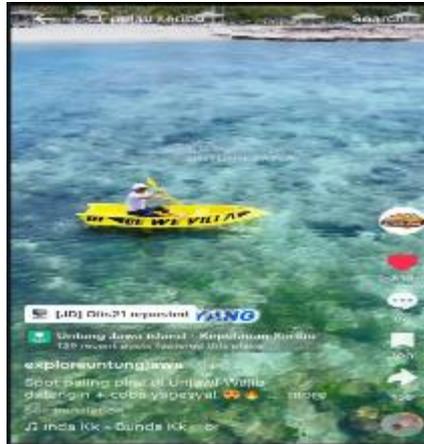
Dari gambar 3 terlihat tampilan dari dua contoh promosi di instagram yang diunggah tim marketing dari anggota Pokdarwis “Puja Berhias”. Tampilan promosi memperlihatkan pemandangan laut dan aktivitas nelayan di kapal. Konten seperti ini yang diamati oleh tim abdimas masih dapat dikembangkan agar lebih atraktif.

Untuk itu, tim pelaksana mengarahkan strategi yang lebih tepat untuk menarik atensi publik. Salah satu cara penyajian konten yang lebih persuasif adalah dengan menonjolkan kehadiran subjek di destinasi wisata yang ada. Hal ini sekaligus dapat menjadi testimoni positif yang dapat mempengaruhi netizen. Untuk itu, beberapa masukan yang disampaikan, salah satunya adalah dengan memaksimalkan *storytelling* yang disampaikan ke wisatawan.

Dewasa ini, pegiat pariwisata perlu mengimplementasikan konsep *storytelling*, tidak sekedar mengandalkan potensi wisata yang menarik. Itulah sebabnya, konsep *storytelling* diharapkan mendorong daya tarik wisata menjadi semakin menarik dan membuat calon wisatawan penasaran. Berdasarkan materi tersebut, tim pelaksana mendorong peserta untuk dapat mempraktikkan bagaimana menyusun narasi yang sesuai di media Instagram atau Tik Tok. Adapun pembuatan narasi yang berbobot mencakup beberapa unsur antara lain tema, alur cerita, karakter, hingga konflik.

Dengan berakhirnya tahap pelatihan dan tahap pendampingan, maka tahap akhir kegiatan abdimas ditunjukkan dengan hasil promosi konten yang lebih ‘bercerita’. Upaya promosi destinasi wisata yang ada di pulau ditunjukkan peserta dengan pesan narasi yang jauh lebih kreatif. Penentuan *spot* sebagai *setting* dari destinasi yang akan ditonjolkan, sudah mulai terlihat. Peserta mampu mengabadikan momen dengan teknik pengambilan

gambar yang jauh lebih apik. Disamping itu, peserta juga mampu mengkreasikan narasi dengan tema yang diusung.



Sumber: Dokumentasi Tim Abdimas - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2024)

Gambar 4. Tampilan konten setelah pelatihan di akun <https://vt.tiktok.com/ZSMYt66GK/>

Pada gambar 4, mulai terlihat perbedaan isi konten bila dibandingkan dengan konten pada gambar 3 sebelumnya. Setidaknya, konten promosi telah menyertakan gambar yang lebih persuasif, suasana lebih 'hidup', beserta narasi dan musik sehingga netizen bisa merasa lebih tertarik.

Peserta kegiatan diharapkan mampu mempraktikkan elemen-elemen *storytelling* secara lengkap, mulai dari pemilihan tema, *setting* situasi dan kondisi, alur, hingga konflik. Pada konten yang dihasilkan, *admin* mampu memilih destinasi yang mengeksplor *spot* wisata air dengan menyertakan teks yang mempersuasi netizen. Durasi-durasi selanjutnya mendemonstrasikan beberapa *spot* yang viral, seperti perahu *spon*, snorkeling dan aktivitas pemecah ombak. Dalam hal ini, kreator mampu mengkompilasi tema-tema yang selaras. Hal ini juga relevan dengan alur/plot yang dibangun dengan ragam alur cerita yakni: alur maju, mundur maupun campuran. Dari konten yang ada, kreator memilih alur maju saat mendeskripsikan objek wisata. Sementara itu, beralih ke karakter narator yang mempromosikan konten. Dengan durasi pendek, narator mampu memberikan informasi yang padat dengan bahasa yang lugas disertai tulisan dan *tone* suara yang 'enak' didengar serta kualitas gambar yang baik. Namun, dari elemen-elemen *storytelling*, tersisa unsur konflik yang tidak di eksplor.

Dari keseluruhan pelatihan yang berlangsung, peserta sangat kooperatif dalam berpartisipasi hingga mampu mempraktikkan penyusunan narasi yang dapat menarik

atensi netizen. Bahkan beberapa peserta memberikan testimoni, materi *story telling* tersebut baru didapatkan di kegiatan abdimas ini. Sehingga, kesan positif ini sekaligus dapat menjadi bagian dari evaluasi tim abdimas untuk kegiatan mendatang. Dengan demikian di penghujung kegiatan abdimas, kepala Kelurahan Pulau Untung Jawa menutup kegiatan. Akhir rangkaian kegiatan ditandai dengan dokumentasi bersama antara tim pelaksana abdimas dan peserta.



Sumber: Dokumentasi Tim Abdimas - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (2024)

Gambar 5. Dokumentasi bersama panitia dan peserta setelah kegiatan pelatihan berakhir

Adapun spanduk pada gambar 5 sekaligus menjadi dokumentasi di penghujung kegiatan abdimas di Pulau Untung Jawa. Kolaborasi antara Universitas Bunda Mulia dan U.P.I Y.A.I yang telah disambut baik oleh seluruh peserta yang hadir.

D. KESIMPULAN

Kegiatan abdimas telah berlangsung dengan baik dan lancar. Dari keseluruhan tahapan yang direncanakan, dapat disimpulkan peserta memahami materi dan mampu mengimplementasikan, khususnya teknik *storytelling*. Dengan demikian, tujuan kegiatan abdimas telah tercapai dimana peserta mampu mengoptimalkan media sosial sebagai sarana promosi destinasi wisata di Pulau Untung Jawa.

Sebagai saran untuk kegiatan selanjutnya, pelaksana penggiat abdimas lain dapat memberdayakan komunitas dengan peningkatan keahlian media sosial lainnya, salah satunya adalah pengembangan *website*. Dengan kelengkapan informasi, diharapkan promosi pulau semakin lebih optimal.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Para pegiat abdimas menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya pada Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Bunda Mulia atas hibah internal untuk memfasilitasi kegiatan abdimas ini.

F. DAFTAR REFERENSI

- Girsang, L.R.M., Situmeang, I.V.O., Isnaini, M., Ramadhaniar, P., & Marvindo, A. 2024. Peningkatan Kapasitas Media Digital kepada Pelaku UMKM Setu Babakan. *ABDIMAS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1): 7-13, <http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisabdimas/article/view/3294/927>
- Girsang, L.R.M., Situmeang, I.V.O., Isnaini, M., Ramadhaniar, P., & Marvindo, A. 2024. Sosialisasi dan Pelatihan Pemanfaatan Media Digital dalam Pengembangan Usaha Kuliner. *Jurnal Karya untuk Masyarakat (JKuM)*. 5(2). <http://www.journal.starki.id/index.php/JKuM/article/view/1160>
- Limarandani, N.P., Patera, A.A.K., & Girsang, L.R.M. 2023. Pengelolaan Community Development Program pada UMKM “Kampung Kuliner Pujasera Energi”. *Jurnal Sinergitas PkM dan CSR*, 7(2), 1-6. <https://ojs.uph.edu/index.php/JSPC/article/view/6613/pdf>
- Nabil, G. 2024. Storytelling as a Tool for Social Development and Community Outreach in Museums and Heritage Sites. *International Journal of Heritage and Museum Studies*. https://ijhms.journals.ekb.eg/article_119027_72f9041fa1b40bcd50354ea5c8441c71.pdf
- Natalia, D. & Krisnadi, A.R. 2020. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan Berdasarkan Komponen Destinasi Wisata di Kawasan Kuliner, Pasar Lama Tangerang. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*. 2(1): 34-46. <https://doi.org/10.31334/jd.v2i1.1069.g582>.
- Noviana, L., Arifin, H. S., Adrianto, L., & Kholil. 2019. Study of Coral Reef Ecosystem in Taman Nasional Kepulauan Seribu. *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam Dan Lingkungan*, 9(2): 352–365. <https://doi.org/10.29244/jpsl.9.2.352-365>
- Nurina & Trikariastoto, ST. 2024. Optimalisasi Pariwisata di Pulau Untung Jawa melalui Peningkatan Kompetensi SDM POKDARWIS. *IKRAITH-HUMANIORA. Jurnal Sosial dan Humaniora*. 8(2). <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v8i2>
- Prayudhi, L.A., Zamrodah, Y., & Suryanto, T.M.L. 2024. Pemberdayaan Pokdarwis

- Dewatapuro dalam Pengembangan Desa Wisata Pesisir di Ngadipuro Kabupaten Blitar. *I-Com: Indonesian Community Journal*. 4(3).
<https://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/i-com/article/view/5253>
- Priyantini, A., Rahmanto, A.N., Yuliarti, M.S., Naini, A.M.I., Hendriyani, C.T., Anshori, M. 2023. Konstruksi Storytelling pada Objek Wisata di Kawasan Solo Ray. *Jurnal Panrita Abdi*. 7(2): 408-418.
<https://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi/article/view/21225/9666>
- Razak, A., & Suprihardjo, R. 2013. Pengembangan Kawasan Pariwisata Terpadu di Kepulauan Seribu. *Teknik Pomits*, 2(1): 2337–3539.
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=54277&val=4186>
- Waskito, B. S., Susilorini, & Sugiarti, R. 2016. Penguatan Peran dan Peningkatan Kompetensi Pemandu Wisata Lokal di Keraton Surakarta Hadiningrat Sugiyarto. *Cakra Wisata*, 17(1), 58–67. <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/viewFile/34393/22613>
- Winarko, H.B., Sihabudin, A., & Dua, M. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Terpadu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *MEBIS. Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 5(1).
<https://mebis.upnjatim.ac.id/index.php/mebis/article/view/103/139>
- Yanti, D. R. Y., Subagio, A., & Fatah, A. A. 2020. Perkembangan Sektor Pariwisata Kepulauan Seribu dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Masyarakat. *Bihari: Pendidikan Sejarah Dan Ilmu Sejarah*, 3(1): 53–58.
<http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/bihari/article/view/1825>
<https://exovillage.com/spot/pulau-untung-jawa>