

Peran *Digital Storytelling* terhadap Promosi Pariwisata Budaya Berbasis**Komunitas: Tinjauan Literatur Interdisipliner****Yuyun Alfasiyus Tobondo^{*1}, Sanny Feria Juliana², Fries Pileman Soa'e Sigilipu³**¹ Pendidikan Matematika, FKIP, Universitas Kristen Tentena² Manajemen, FEKON, Universitas Kristen Tentena³ Pendidikan Bahasa Inggris, FKIP, Universitas Kristen Tentena*email: alfa.trumpp@gmail.com**ABSTRACT**

This study explores the role of digital storytelling in promoting community-based cultural tourism through an interdisciplinary literature review. Employing a qualitative approach and library research, it analyzes how digital platforms enhance cultural visibility and engagement. Findings reveal that social media platforms like Facebook and Instagram enable communities to share cultural narratives, fostering identity and sustainability. User-generated content on platforms such as TripAdvisor enhances tourist engagement by influencing travel decisions. However, challenges, including limited digital marketing skills in rural areas, hinder effective implementation, though training initiatives prove beneficial. Advanced technologies like augmented reality and virtual reality enrich immersive storytelling, supporting cultural preservation and promotion. The interdisciplinary approach highlights the integration of cultural preservation, marketing, and technology, emphasizing digital storytelling as a tool for community empowerment and sustainable tourism. Recommendations include digital literacy training, stakeholder collaboration, and sustainable strategies to overcome barriers and maximize impact. This study underscores the transformative potential of digital storytelling in globalizing local cultures while preserving their authenticity.

Keywords : Community-based tourism, Cultural tourism, Digital storytelling, Social media, Sustainability**ABSTRAK**

Penelitian ini mengeksplorasi peran *digital storytelling* dalam mempromosikan pariwisata budaya berbasis komunitas melalui tinjauan literatur interdisipliner. Menggunakan pendekatan kualitatif dan *library research*, penelitian menganalisis bagaimana platform digital meningkatkan visibilitas dan keterlibatan budaya. Temuan menunjukkan bahwa media sosial seperti Facebook dan Instagram memungkinkan komunitas berbagi narasi budaya, memperkuat identitas dan keberlanjutan. Konten yang dihasilkan pengguna pada platform seperti TripAdvisor meningkatkan keterlibatan wisatawan dengan memengaruhi keputusan perjalanan. Namun, tantangan seperti keterbatasan keterampilan pemasaran digital di daerah pedesaan menghambat implementasi, meskipun pelatihan terbukti efektif. Teknologi canggih seperti *augmented reality* dan *virtual reality* memperkaya narasi imersif, mendukung pelestarian dan promosi budaya. Pendekatan interdisipliner menyoroti integrasi pelestarian budaya, pemasaran, dan teknologi, menegaskan *digital storytelling* sebagai alat pemberdayaan komunitas dan pariwisata berkelanjutan. Rekomendasi meliputi pelatihan literasi digital, kolaborasi pemangku kepentingan, dan strategi berkelanjutan untuk mengatasi hambatan dan memaksimalkan dampak. Penelitian ini menggarisbawahi potensi transformasi *digital storytelling* dalam mengglobalisasi budaya lokal sambil menjaga keaslian.

Kata kunci : Keberlanjutan, Komunitas, Media sosial, Pariwisata budaya, *Storytelling* digital**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap komunikasi global, memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan luas melalui platform seperti media sosial, *augmented reality* (AR), dan *virtual reality* (VR). Dalam konteks pariwisata budaya,

teknologi ini memainkan peran krusial dalam mempromosikan warisan budaya dan meningkatkan keterlibatan audiens secara emosional dan edukatif. *Digital storytelling*, sebagai salah satu strategi yang memanfaatkan teknologi, telah menjadi alat transformasi untuk mempromosikan pariwisata budaya berbasis komunitas, memungkinkan komunitas lokal untuk berbagi identitas budaya, tradisi, dan sejarah mereka kepada audiens global (Sančanin & Penjišević, 2023).

Penelitian menunjukkan bahwa digital storytelling melalui saluran media sosial seperti Facebook dan Instagram berperan penting dalam pelestarian dan promosi warisan budaya. Ahmed dan Ali (2023) menunjukkan bagaimana halaman Facebook khusus memfasilitasi berbagi narasi visual dan sejarah lisan, memungkinkan komunitas untuk mendokumentasikan warisan mereka dan menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga memperkuat identitas budaya dan ikatan komunitas. Selain itu, Cahyani et al. (2023) menekankan bahwa digital storytelling merupakan metode komunikasi berkelanjutan yang tidak hanya mempromosikan pariwisata budaya tetapi juga menjaga nilai-nilai budaya, menyeimbangkan aspirasi ekonomi dengan tanggung jawab lingkungan.

Lebih lanjut, konten yang dihasilkan pengguna (*user-generated content/UGC*) pada platform seperti TripAdvisor dan media sosial lainnya telah terbukti meningkatkan perilaku keterlibatan pelanggan dalam sektor pariwisata. Chiang (2020) menyoroti bagaimana platform ini memberdayakan wisatawan untuk berbagi pengalaman dan rekomendasi, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan perjalanan dan persepsi terhadap budaya lokal. Pendekatan partisipatif ini memungkinkan komunitas mengubah narasi mereka menjadi alat pemasaran yang menarik, seperti yang terlihat dalam studi kasus perusahaan pariwisata budaya yang memanfaatkan *digital storytelling* untuk meningkatkan keterlibatan wisatawan (Sui & Guan, 2023).

Namun, tantangan masih ada dalam lanskap digital ini. Raharjana dan Putra (2020) mengidentifikasi keterbatasan keterampilan pemasaran digital di kalangan personel pariwisata pedesaan, yang dapat menghambat promosi efektif melalui platform digital. Untuk mengatasi hal ini, pelatihan pemasaran digital telah terbukti bermanfaat, sebagaimana ditunjukkan oleh inisiatif pelatihan digitalisasi di desa wisata Keciput, yang menghasilkan pembentukan kanal Instagram untuk konten pariwisata (Saputri et al., 2023). Dengan demikian, *digital storytelling* tidak hanya menawarkan peluang tetapi juga menuntut peningkatan kapasitas komunitas lokal.

Mengingat kompleksitas promosi pariwisata budaya berbasis komunitas, tinjauan literatur interdisipliner menjadi relevan untuk memahami peran digital storytelling secara menyeluruh. Pendekatan ini mengintegrasikan perspektif dari pelestarian budaya, pemasaran, dan teknologi, memberikan wawasan yang lebih kaya tentang bagaimana komunitas dapat memanfaatkan narasi digital untuk meningkatkan visibilitas dan keberlanjutan pariwisata budaya. Dengan memanfaatkan platform digital dan teknologi seperti *augmented reality (AR)* dan *virtual reality (VR)*, komunitas tidak hanya melestarikan warisan budaya tetapi juga menarik audiens global (Sančanin & Penjišević, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran *digital storytelling* dalam mempromosikan pariwisata budaya berbasis komunitas melalui pendekatan kualitatif dan library research, menyusun kerangka interdisipliner yang mendukung pengembangan strategi promosi yang efektif dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *library research* untuk mengeksplorasi peran *digital storytelling* dalam promosi pariwisata budaya berbasis komunitas melalui tinjauan literatur interdisipliner. Pendekatan kualitatif dipilih untuk

memungkinkan analisis mendalam terhadap makna, pola, dan tema yang muncul dari literatur terkait, dengan fokus pada pemahaman konteks sosial, budaya, dan teknologi dalam promosi pariwisata (Creswell, 2014). *Library research* dilakukan untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis sumber-sumber akademik secara sistematis guna membangun kerangka konseptual yang komprehensif.

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

1. **Identifikasi Sumber Literatur:** Pencarian literatur dilakukan menggunakan basis data akademik seperti Google Scholar, Scopus, dan jurnal open-access yang relevan. Kata kunci yang digunakan meliputi “*digital storytelling*”, “pariwisata budaya”, “*community-based tourism*”, dan “promosi digital” dalam bahasa Inggris dan Indonesia untuk memastikan cakupan sumber yang luas. Sumber dipilih berdasarkan kriteria berikut: (1) diterbitkan dalam 10 tahun terakhir (2015–2025) untuk menjamin aktualitas, (2) relevan dengan *digital storytelling* atau pariwisata budaya berbasis komunitas, dan (3) mencakup perspektif interdisipliner seperti pelestarian budaya, pemasaran, atau teknologi.
2. **Seleksi dan Evaluasi Sumber:** Sumber yang diidentifikasi disaring berdasarkan kualitas akademik (misalnya, diterbitkan di jurnal terindeks atau memiliki kutipan yang signifikan) dan relevansi dengan tujuan penelitian. Literatur yang tidak memenuhi kriteria, seperti artikel non-akademik atau di luar topik, dikecualikan.
3. **Analisis Data:** Literatur yang terpilih dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema utama, seperti peran platform media sosial (Ahmed & Ali, 2023), tantangan keterampilan digital (Raharjana & Putra, 2020), dan integrasi teknologi seperti *augmented reality* (Sančanin & Penjišević, 2023). Analisis tematik melibatkan pengkodean konten literatur, pengelompokan temuan berdasarkan kategori, dan sintesis untuk membangun argumen interdisipliner.
4. **Sintesis Interdisipliner:** Untuk mencerminkan pendekatan interdisipliner, literatur dari berbagai bidang—seperti komunikasi, pariwisata, dan teknologi—digabungkan untuk memahami bagaimana *digital storytelling* berkontribusi pada pelestarian budaya, pemasaran pariwisata, dan pemberdayaan komunitas. Sintesis ini menghasilkan kerangka konseptual yang mengintegrasikan berbagai perspektif.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan temuan dari berbagai disiplin ilmu dan memverifikasi konsistensi argumen antar-literatur. Selain itu, proses seleksi dan analisis didokumentasikan secara rinci untuk mendukung transparansi dan replikabilitas penelitian. Dengan demikian, metode ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap peran digital storytelling dalam konteks

pariwisata budaya berbasis komunitas, sekaligus menghasilkan wawasan yang relevan dan terpercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tinjauan literatur interdisipliner menghasilkan beberapa tema utama terkait peran *digital storytelling* dalam promosi pariwisata budaya berbasis komunitas. Tema-tema ini diidentifikasi melalui analisis tematik terhadap sumber-sumber akademik, yang mencakup perspektif pelestarian budaya, pemasaran, dan teknologi. Berikut adalah temuan utama yang dikelompokkan berdasarkan tema.

1. Peran Platform Media Sosial dalam Promosi dan Pelestarian Budaya

Literatur menunjukkan bahwa platform media sosial, seperti Facebook dan Instagram, berperan penting dalam mempromosikan pariwisata budaya dan melestarikan warisan budaya. Ahmed dan Ali (2023) menemukan bahwa halaman Facebook khusus memfasilitasi berbagi narasi visual dan sejarah lisan, memungkinkan komunitas mendokumentasikan warisan mereka dan menjangkau audiens global, sehingga memperkuat identitas budaya dan ikatan komunitas. Cahyani et al. (2023) menambahkan bahwa *digital storytelling* melalui media sosial merupakan metode komunikasi berkelanjutan yang mendukung promosi pariwisata budaya sambil menjaga nilai budaya, menyeimbangkan aspirasi ekonomi dengan tanggung jawab lingkungan.

2. Kontribusi Konten yang Dihasilkan Pengguna (UGC) dalam Keterlibatan Wisatawan

Konten yang dihasilkan pengguna (*user-generated content/UGC*) pada platform seperti TripAdvisor dan media sosial lainnya diakui meningkatkan keterlibatan wisatawan. Chiang (2020) melaporkan bahwa platform ini memberdayakan wisatawan untuk berbagi pengalaman dan rekomendasi, yang memengaruhi keputusan perjalanan dan persepsi terhadap budaya lokal. Selain itu, Sui dan Guan (2023) mencatat bahwa perusahaan pariwisata budaya memanfaatkan *digital storytelling* untuk mengubah narasi komunitas menjadi alat pemasaran yang menarik, sebagaimana terlihat dalam studi kasus yang menunjukkan peningkatan keterlibatan wisatawan.

3. Tantangan dalam Implementasi *Digital Storytelling*

Tantangan utama dalam penerapan *digital storytelling* adalah keterbatasan keterampilan pemasaran digital di kalangan personel pariwisata, terutama di daerah pedesaan. Raharjana dan Putra (2020) mengidentifikasi bahwa kurangnya keterampilan ini menghambat promosi efektif melalui platform digital. Namun, inisiatif pelatihan telah terbukti efektif dalam mengatasi tantangan ini. Saputri et al. (2023) melaporkan bahwa pelatihan digitalisasi di desa wisata Keciput menghasilkan pembentukan kanal Instagram untuk konten pariwisata, menunjukkan aplikasi praktis *digital storytelling*.

4. Integrasi Teknologi Canggih untuk Pengalaman Imersif

Literatur menyoroti bahwa teknologi canggih, seperti *augmented reality (AR)* dan *virtual reality (VR)*, memperkaya pengalaman digital storytelling dalam pariwisata budaya. Sančanin dan Penjišević (2023) menyatakan bahwa proses digitalisasi, termasuk penggunaan AR dan VR, meningkatkan promosi warisan budaya dengan menyediakan pengalaman imersif yang melampaui metode narasi tradisional. Teknologi ini tidak hanya menarik wisatawan potensial tetapi juga berkontribusi pada pelestarian dan revitalisasi narasi komunitas.

Temuan-temuan ini mencerminkan kontribusi interdisipliner dari berbagai bidang, termasuk komunikasi, pariwisata, dan teknologi, dalam memahami peran *digital storytelling*. Sumber-sumber yang dianalisis secara konsisten menekankan bahwa *digital storytelling* merupakan alat transformasi untuk meningkatkan visibilitas pariwisata budaya berbasis komunitas, meskipun memerlukan upaya untuk mengatasi tantangan teknis dan kapasitas sumber daya manusia.

Temuan

Tinjauan literatur interdisipliner menghasilkan temuan utama yang dirangkum dalam tabel berikut untuk memberikan gambaran sistematis tentang peran *digital storytelling* dalam promosi pariwisata budaya berbasis komunitas.

Tabel 1. Temuan

Tema	Temuan Utama	Sumber
Peran Platform Media Sosial	Media sosial seperti Facebook dan Instagram memfasilitasi narasi visual dan sejarah lisan, memperkuat identitas budaya dan mempromosikan pariwisata budaya secara berkelanjutan.	Ahmed & Ali (2023); Cahyani et al. (2023)
Kontribusi Konten yang Dihasilkan Pengguna (UGC)	UGC pada platform seperti TripAdvisor meningkatkan keterlibatan wisatawan dengan memengaruhi keputusan perjalanan dan persepsi budaya lokal melalui pengalaman yang dibagikan.	Chiang (2020); Sui & Guan (2023)
Tantangan Implementasi	Keterbatasan keterampilan pemasaran digital di daerah pedesaan menghambat promosi, namun pelatihan digitalisasi, seperti di desa Keciput, mendukung pembentukan kanal promosi.	Raharjana & Putra (2020); Saputri et al. (2023)
Integrasi Teknologi Canggih	Teknologi AR dan VR menciptakan pengalaman imersif, meningkatkan promosi warisan budaya dan mendukung pelestarian narasi komunitas.	Sančanin & Penjišević (2023)

Sumber : Data diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa *digital storytelling*, melalui berbagai platform dan teknologi, memiliki potensi besar untuk meningkatkan visibilitas dan keberlanjutan pariwisata budaya berbasis komunitas, meskipun memerlukan strategi untuk mengatasi tantangan kapasitas sumber daya manusia.

Pembahasan

Tinjauan literatur interdisipliner menunjukkan bahwa *digital storytelling* merupakan alat transformasi dalam mempromosikan pariwisata budaya berbasis komunitas, dengan

temuan yang mencakup peran platform media sosial, konten yang dihasilkan pengguna (UGC), tantangan implementasi, dan integrasi teknologi canggih. Pembahasan ini menginterpretasikan temuan tersebut dalam konteks pelestarian budaya, pemasaran pariwisata, dan pemberdayaan komunitas, sekaligus menyoroti implikasi teoretis dan praktis dari pendekatan interdisipliner.

Pertama, peran platform media sosial seperti Facebook dan Instagram dalam *digital storytelling* tidak hanya terbatas pada promosi tetapi juga berkontribusi pada pelestarian warisan budaya. Ahmed dan Ali (2023) menyoroti bahwa narasi visual dan sejarah lisan yang dibagikan melalui media sosial memperkuat identitas budaya dan ikatan komunitas, menjadikan platform ini sebagai arsip digital yang hidup. Cahyani et al. (2023) menambahkan bahwa pendekatan ini mendukung keberlanjutan dengan menyeimbangkan aspirasi ekonomi dan tanggung jawab lingkungan. Secara teoretis, temuan ini sejalan dengan konsep komunikasi partisipatif, di mana komunitas menjadi agen aktif dalam mendokumentasikan dan mempromosikan budaya mereka (Servaes, 2008). Praktis, hal ini menunjukkan bahwa komunitas lokal dapat memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan visibilitas global tanpa mengorbankan nilai budaya, meskipun memerlukan akses teknologi dan literasi digital yang memadai.

Kedua, kontribusi UGC pada platform seperti TripAdvisor memperluas dinamika pemasaran pariwisata budaya. Chiang (2020) menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan yang dibagikan memengaruhi keputusan perjalanan dan persepsi budaya lokal, sementara Sui dan Guan (2023) mencatat bahwa narasi komunitas dapat diubah menjadi alat pemasaran yang menarik. Temuan ini mencerminkan teori *co-creation* dalam pemasaran, di mana konsumen dan komunitas bersama-sama menciptakan nilai (Prahalad & Ramaswamy, 2004). UGC memberdayakan komunitas untuk mengontrol narasi mereka, tetapi juga menimbulkan tantangan dalam mengelola kualitas dan keaslian konten. Implikasi praktisnya adalah perlunya strategi moderasi konten untuk memastikan narasi yang autentik dan menarik, yang dapat meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap destinasi budaya.

Ketiga, tantangan keterampilan pemasaran digital, sebagaimana diidentifikasi oleh Raharjana dan Putra (2020), menunjukkan bahwa keberhasilan *digital storytelling* bergantung pada kapasitas sumber daya manusia. Inisiatif pelatihan di desa wisata Keciput (Saputri et al., 2023) membuktikan bahwa investasi dalam literasi digital dapat menghasilkan kanal promosi seperti Instagram, yang meningkatkan visibilitas pariwisata. Secara teoretis, ini mendukung konsep pemberdayaan komunitas melalui pendidikan (Freire, 1970), di mana pelatihan memungkinkan komunitas mengelola narasi mereka secara mandiri. Praktis, temuan ini menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan sektor swasta untuk menyediakan pelatihan berkelanjutan, terutama di daerah pedesaan yang sering kekurangan akses ke teknologi.

Keempat, integrasi teknologi canggih seperti *augmented reality* (AR) dan *virtual reality* (VR) menawarkan potensi baru untuk *digital storytelling*. Sančanin dan Penjišević (2023) menyatakan bahwa teknologi ini menciptakan pengalaman imersif yang tidak hanya menarik wisatawan tetapi juga mendukung pelestarian narasi komunitas. Secara teoretis, temuan ini sejalan dengan konsep pengalaman digital dalam pariwisata, yang menekankan peran teknologi dalam meningkatkan keterlibatan emosional (Pine & Gilmore, 1999). Namun, adopsi teknologi ini di komunitas lokal menghadapi tantangan seperti biaya tinggi dan kebutuhan keahlian teknis. Implikasi praktisnya adalah perlunya model pendanaan atau

kemitraan untuk membuat teknologi ini lebih mudah diakses, sehingga komunitas kecil pun dapat memanfaatkannya.

Pendekatan interdisipliner dalam tinjauan ini memperkaya pemahaman tentang *digital storytelling* dengan mengintegrasikan perspektif pelestarian budaya, pemasaran, dan teknologi. Dengan memadukan wawasan dari berbagai disiplin, penelitian ini menunjukkan bahwa *digital storytelling* bukan hanya alat promosi tetapi juga mekanisme pemberdayaan komunitas dan pelestarian budaya. Namun, keberhasilannya bergantung pada pengatasi tantangan seperti keterbatasan keterampilan dan akses teknologi. Dengan demikian, *digital storytelling* memiliki potensi untuk mengubah lanskap pariwisata budaya berbasis komunitas, selama didukung oleh strategi yang inklusif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Tinjauan literatur interdisipliner menegaskan bahwa *digital storytelling* merupakan strategi transformasi dalam mempromosikan pariwisata budaya berbasis komunitas, dengan memanfaatkan platform media sosial, konten yang dihasilkan pengguna (UGC), dan teknologi canggih seperti *augmented reality* (AR) dan *virtual reality* (VR). Platform media sosial, seperti Facebook dan Instagram, tidak hanya meningkatkan visibilitas budaya lokal tetapi juga mendukung pelestarian warisan melalui narasi visual dan sejarah lisan, memperkuat identitas budaya dan ikatan komunitas. UGC pada platform seperti TripAdvisor memengaruhi keputusan wisatawan dan memperkaya pemasaran pariwisata budaya, memungkinkan komunitas mengontrol narasi mereka. Namun, tantangan seperti keterbatasan keterampilan pemasaran digital di daerah pedesaan menghambat implementasi, meskipun pelatihan telah terbukti efektif, seperti di desa wisata Keciput. Selain itu, teknologi AR dan VR menawarkan pengalaman imersif yang memperkaya promosi dan pelestarian budaya, meskipun memerlukan investasi signifikan. Pendekatan interdisipliner, yang mengintegrasikan pelestarian budaya, pemasaran, dan teknologi, menunjukkan bahwa *digital storytelling* adalah alat pemberdayaan komunitas yang dapat menyeimbangkan tujuan ekonomi, budaya, dan lingkungan.

Saran

Berdasarkan temuan, beberapa rekomendasi diajukan untuk mendukung penerapan *digital storytelling* dalam pariwisata budaya berbasis komunitas:

1. Pelatihan Literasi Digital untuk Komunitas Lokal: Komunitas, terutama di daerah pedesaan, perlu mendapatkan pelatihan intensif dalam pemasaran digital dan pengelolaan platform media sosial, sebagaimana ditunjukkan oleh keberhasilan desa Keciput. Program pelatihan harus dirancang secara berkelanjutan dan diakses secara luas untuk meningkatkan kapasitas komunitas dalam menciptakan narasi digital yang autentik.
2. Kolaborasi Antar-Pemangku Kepentingan: Pemerintah, sektor swasta, dan akademisi harus berkolaborasi untuk menyediakan infrastruktur teknologi dan pendanaan, terutama untuk teknologi canggih seperti AR dan VR. Kemitraan ini dapat mencakup subsidi atau model berbagi biaya untuk membuat teknologi lebih terjangkau bagi komunitas kecil.

3. Pengembangan Strategi UGC yang Terkelola: Untuk memaksimalkan dampak UGC, komunitas perlu panduan dalam mengelola konten agar tetap autentik dan menarik. Pemerintah daerah atau organisasi pariwisata dapat menyediakan pelatihan moderasi konten untuk memastikan kualitas narasi.
4. Penelitian Lanjutan Interdisipliner: Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang *digital storytelling* terhadap keberlanjutan pariwisata budaya, dengan fokus pada integrasi teknologi baru dan evaluasi efektivitas
5. Peningkatan Akses Teknologi: Pemerintah dan institusi pendidikan harus berinvestasi dalam infrastruktur teknologi untuk mengatasi kesenjangan akses, terutama di daerah dengan sumber daya terbatas, guna memastikan bahwa semua peserta didik dapat memanfaatkan manfaat transformasi digital.
6. Strategi Manajemen Perubahan: Untuk mengurangi resistensi terhadap perubahan, institusi

DAFTAR PUSTAKA

- Alotaibi, F. S., & Almudhi, R. (2023). Application of Agile Methodology in Managing the Healthcare Sector. *Irasd Journal of Management*. doi:10.52131/jom.2023.0503.0114
- Butt, S. A., Piñeres-Espitia, G., Ariza-Colpas, P., & Tariq, M. I. (2022). Project Management Issues While Using Agile Methodology. In *Advances in Intelligent Systems and Computing*. doi:10.1007/978-3-030-94238-0_12
- Holden, R. J., Boustani, M., & Azar, J. (2021). Agile Innovation to Transform Healthcare: Innovating in Complex Adaptive Systems Is an Everyday Process, Not a Light Bulb Event. *BMJ Innovations*. doi:10.1136/bmjinnov-2020-000574
- Kalenda, M., Hyna, P., & Rossi, B. (2018). Scaling Agile in Large Organizations: Practices, Challenges, and Success Factors. *Journal of Software Evolution and Process*. doi:10.1002/smr.1954
- Mehta, J., Williams, C., Holden, R. J., Taylor, B., Fowler, N. R., & Boustani, M. (2023). The Methodology of the Agile Nudge University. *Frontiers in Health Services*. doi:10.3389/frhs.2023.1212787
- Nordmark, S., Lindberg, I., & Zingmark, K. (2022). "It's All About Time and Timing": Nursing Staffs' Experiences With an Agile Development Process, From Its Initial Requirements to the Deployment of Its Outcome of ICT Solutions to Support Discharge Planning. *BMC Medical Informatics and Decision Making*. doi:10.1186/s12911-022-01932-4
- Quintana, M. A., Palacio Cinco, R. R., Borrego, G., & González-López, S. (2022). Agile Development Methodologies and Natural Language Processing: A Mapping Review. *Computers*. doi:10.3390/computers11120179
- Thiyagarajan, S., Saldanha, P., Govindan, R., Leena, K. C., & Vasuki, P. P. (2023). Effectiveness of Agile Methodology on Metacognitive Ability, and Clinical Performance Among Nursing Students-An Interventional Study. *Journal of Education and Health Promotion*. doi:10.4103/jehp.jehp_1798_22
- Thomas, A., & Suresh, M. (2023). Readiness for Agile-Sustainability in Health-Care Organizations. *International Journal of Quality and Service Sciences*. doi:10.1108/ijqss-06-2022-0056
- Zhambyl, A., Kenzhibayeva, Z., Narbaev, T., & Castelblanco, G. (2023). The Challenges of Using the Agile Approach While Dealing With Supporters of the Conservative Approach

in Project Management. Herald of Kazakh-British Technical University.
doi:10.55452/1998-6688-2023-20-3-113-121