Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2776-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 41978-41984

DIE ERSTELLUNG EINER DEUTSCHPRACHIGEN TOURISMUS-WEBSITE ÜBER TONGGING UNTERSUCHUNGSENTWURF

Julia Kristine Putri Pasaribu[1], Hafniati[2]

[1,2]Program Studi Pendidikan Bahasa Jerman, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan

Email: juliapasaribu174@gmail.com

Published: Juli, 2026

AUSZUG

Diese Untersuchung zielt darauf ab, eine deutschsprachige Tourismus-Website über das Dorf Tongging in Nordsumatra zu erstellen, um ausländischen, deutschsprachigen Touristen umfassende Informationen über die lokalen Sehenswürdigkeiten bereitzustellen. Tongging besitzt ein enormes, jedoch im deutschen Sprachraum noch weitgehend unbekanntes touristisches Potenzial. Um diese Lücke zu schließen, wurden in dieser Arbeit relevante Inhalte über vier Hauptattraktionen aufbereitet: den Sipiso-Piso-Wasserfall, die Paepira Lakeside, das Loken Barn Resort und den Hügel Gajah Bobok. Die methodische Entwicklung der Website folgte dem dreiphasigen Erstellungsmodell von Richey und Klein, welches die Schritte Planung, Erstellung und Evaluation umfasst. Im Rahmen der Planung wurden direkte Beobachtungen und Interviews in Tongging durchgeführt. Die eigentliche Erstellung erfolgte über die benutzerfreundliche Plattform Wix, wobei die Inhalte unter der Adresse (https://juliapasaribu123.wixsite.com/tongging-1) veröffentlicht wurden. Schließlich wurde eine qualitative Evaluation durch eine Material- und einen Medienexperten durchgeführt. Die Validierungsergebnisse bestätigten, dass die Website ein qualitativ hochwertiges, interaktives und geeignetes Informations- und Werbemedium darstellt, das zudem erfolgreich als Lernmaterial im Kurs „Deutsch für Tourismus“ eingesetzt werden kann.

Schlüsselwörter: Erstellung, Tourismus, Website, Tongging, Wixsite.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

EINLEITUNG

Indonesien ist ein Land, das reich an natürlicher Schönheit und kultureller Vielfalt ist. Dies stellt eine enorme Attraktion für den weltweiten Tourismus dar. Als größter Archipel der Welt erstreckt sich Indonesien von Sabang bis Merauke mit insgesamt 17.499 Inseln und einer Gesamtfläche von etwa 7,81 Millionen km², wovon 3,25 Millionen km² auf Meeresflächen entfallen. Neben dem maritimen Tourismus besitzt das indonesische Hochland einzigartige landschaftliche Reize. Der Tourismussektor spielt eine entscheidende Rolle für die wirtschaftliche Entwicklung des Landes, da er Devisen einbringt, Arbeitsplätze schafft und die regionale Infrastruktur stärkt. In den letzten Jahren hat die indonesische Regierung verstärkt Anstrengungen unternommen, um nicht nur die weltbekannten Destinationen wie Bali zu fördern, sondern auch das touristische Potenzial anderer Regionen im In- und Ausland sichtbar zu machen.

Eine der herausragendsten touristischen Schönheiten im Hochland von Nordsumatra ist das Dorf Tongging. Es liegt im Unterbezirk Merek im Regierungsbezirk Karo auf einer Höhe von etwa

926 Metern über dem Meeresspiegel, was dem Ort ein kühles und angenehmes Klima verleiht. Gelegen am nördlichen Rand des weltberühmten Toba-Sees, bietet Tongging atemberaubende Panoramen, eine reiche Kultur und eine wachsende Zahl an Attraktionen wie die Paepira Lakeside, das Loken Barn Resort, den Sipiso-Piso-Wasserfall und den Gajah Bobok Hügel. Die Fahrtzeit von der Provinzhauptstadt Medan nach Tongging beträgt mit dem Auto je nach Verkehrslage etwa 3,5 bis 4 Stunden. Das Dorf Tongging verfügt über ein immenses natürliches Potenzial, das von malerischen Hügellandschaften bis hin zu landwirtschaftlichen Attraktionen reicht. Diese geografischen Vorzüge machen Tongging zu einem idealen Ziel für Ökotourismus, Erholungsurlaub und Abenteuertourismus.

Trotz dieses enormen Potenzials zeigt sich in der Praxis ein erhebliches Defizit im Bereich der internationalen Vermarktung und der Bereitstellung von Informationen für ausländische Besucher. Während indonesische Touristen durch soziale Medien und lokale Blogs leicht Zugang zu Informationen über Tongging finden, stehen ausländische Gäste – insbesondere aus dem deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz) – vor großen Barrieren. Umfassende, strukturierte und verlässliche Informationen über die Sehenswürdigkeiten, Anfahrtswege, Eintrittspreise und die vorhandene Infrastruktur in Tongging sind im Internet in deutscher Sprache kaum vorhanden. Im Zeitalter der Digitalisierung ist eine professionelle und gut strukturierte Webpräsenz jedoch unerlässlich, um das Vertrauen internationaler Reisender zu gewinnen und das Image eines Reiseziels nachhaltig zu stärken. Das Fehlen solcher digitalen Informationsmedien führt dazu, dass potenzielle europäische Touristen diese Region bei ihrer Reiseplanung oft nicht berücksichtigen.

Neben den Herausforderungen im Bereich des regionalen Tourismusmarketings besteht auch im akademischen Bereich ein konkreter Handlungsbedarf. Im Studiengang Deutschpädagogik an der Staatlichen Universität Medan (UNIMED) wird der Kurs „Deutsch für Tourismus“ angeboten. Dieser Kurs soll Studierende darauf vorbereiten, ihre Sprachkenntnisse in der Tourismusbranche anzuwenden. Eine im Rahmen dieser Forschung durchgeführte Bedarfsanalyse und Umfrage unter den Studierenden zeigte jedoch, dass ein starker Mangel an praxisorientierten, modernen und interaktiven Lehrmaterialien vorliegt. Die Studierenden äußerten den dringenden Wunsch, im Unterricht mit digitalen Medien und realen Fallstudien aus der Region Nordsumatra zu arbeiten, um sich optimal auf die Anforderungen der modernen Arbeitswelt vorzubereiten. Die Entwicklung eines webbasierten Mediums bietet hierbei die perfekte Brücke, um theoretische Sprachkenntnisse mit praktischer Medienkompetenz und regionalem Tourismuswissen zu verknüpfen.

Aus diesem doppelten Bedarf heraus der Förderung des internationalen Tourismus in Tongging und der Modernisierung der universitären Lehre entstand die Idee zu diesem Projekt. Die Plattform Wix wurde als technologisches Werkzeug gewählt, da sie eine flexible, visuell ansprechende und benutzerfreundliche Erstellung von Websites ermöglicht, ohne dass komplexe Programmierkenntnisse erforderlich sind. Durch die Kombination von fundierter Feldforschung vor Ort, präziser übersetzerischer Arbeit und modernem Webdesign soll ein Informationsmedium geschaffen werden, das sowohl globalen Qualitätsstandards entspricht als auch lokal verankert ist.

Diese Untersuchung widmet sich daher der systematischen Planung, Erstellung und qualitativen Evaluation einer deutschsprachigen Tourismus-Website über das Dorf Tongging. Das Projekt verfolgt das Ziel, die Sichtbarkeit der Region für deutschsprachige Touristen signifikant zu erhöhen und gleichzeitig ein innovatives, validiertes Lehr- und Lernmaterial für den akademischen Einsatz an der Staatlichen Universität Medan bereitzustellen. Auf diese Weise leistet die Arbeit einen praktischen Beitrag zur Digitalisierung des regionalen Tourismus und zur Qualitätssteigerung der fremdsprachlichen Ausbildung.

UNTERSUCHUNGSMETHODOLOGIE

Die Untersuchungsmethode (Partisipan & Design)

Diese Studie ist als Erstellungsuntersuchung (Research and Development) konzipiert und folgt dem etablierten, dreiphasigen Entwicklungsmodell von Richey und Klein. Dieses Modell gliedert

sich systematisch in die Phasen der Planung (Problemidentifikation und Bedarfsanalyse), der praktischen Erstellung (technische Umsetzung und Design) sowie der abschließenden Evaluation (Qualitätssicherung). Durch diesen strukturierten Ansatz wird sichergestellt, dass das entwickelte Endprodukt sowohl den theoretischen wissenschaftlichen Ansprüchen als auch den praktischen Anforderungen der Zielgruppe gerecht wird.

Die Organisation der Untersuchung (Ort & Datensammlung)

Die empirische Datenerhebung fand direkt vor Ort im Dorf Tongging (Nordsumatra) statt, um authentische Informationen über die Infrastruktur und die touristischen Gegebenheiten zu sammeln. Die anschließende translatorische Bearbeitung, die systematische Übersetzung der Inhalte ins Deutsche sowie die medientechnische Ausarbeitung wurden im Sprachlabor der Staatlichen Universität von Medan durchgeführt. Die Datensammlung erfolgte über eine Triangulation aus direkter Beobachtung der Sehenswürdigkeiten, strukturierten Interviews mit lokalen Akteuren sowie einer umfassenden Fotodokumentation zur visuellen Gestaltung der Webpräsenz.

Die Analyse der Untersuchung (Datenverarbeitung & Validierung)

Die gesammelten Primärdaten wurden qualitativ ausgewertet, gefiltert und präzise ins Deutsche übersetzt, um sie für die Veröffentlichung auf der Wix-Plattform aufzubereiten. Um die wissenschaftliche und praktische Qualität des Endprodukts zu garantieren, wurde die fertige Website einer zweifachen Expertenvalidierung unterzogen. Hierbei prüfte eine Dozentin des Deutschprogramms die sprachliche Richtigkeit und didaktische Eignung der Inhalte (Materialvalidierung), während ein IT-Spezialist das Webdesign, die Navigation und die technische Funktionalität der Plattform bewertete und optimierte (Medienvalidierung).

ERGEBNIS UND DISKUSSION

Der Prozess der Erstellung einer deutschsprachigen Tourismus-Website über "Tongging"

Der Erstellungsprozess dieser Tourismus-Website basiert auf dem systematischen und bewährten Modell von Richey und Klein, welches eine klare Unterteilung in drei aufeinanderfolgende Phasen vorschreibt: Planung (Planning), Erstellung (Development) und Evaluation (Evaluation). Jede dieser Phasen wurde sorgfältig durchlaufen, um ein Produkt zu schaffen, das sowohl wissenschaftlich fundiert als auch praktisch nutzbar ist.

1. Planung

Die Planungsphase legte das theoretische und empirische Fundament für das gesamte Projekt. Sie begann mit einer tiefgehenden Bedarfsanalyse, die sich in zwei Richtungen bewegte: einerseits die touristische Praxis vor Ort in Tongging und andererseits die didaktischen Erfordernisse im akademischen Lehrbetrieb der Staatlichen Universität von Medan.

Im touristischen Bereich wurde durch Vorrecherchen und erste Gespräche mit Akteuren des Tourismussektors in Nordsumatra deutlich, dass deutschsprachige Reisende (aus Deutschland, Österreich und der Schweiz) eine bedeutende Zielgruppe für den indonesischen Ökotourismus darstellen. Diese Zielgruppe zeichnet sich durch ein hohes Interesse an unberührter Natur, authentischer Kultur und nachhaltigem Reisen aus. Während der Toba-See als globale Destination bekannt ist, bleibt das am nördlichen Ufer gelegene Dorf Tongging im deutschsprachigen Internet weitgehend unsichtbar. Es existieren kaum verlässliche Reiseberichte, Anfahrtsbeschreibungen oder Detailinformationen in deutscher Sprache.

Um diese Lücke mit präzisen Primärdaten zu füllen, wurde eine Feldforschung direkt in Tongging durchgeführt. Während dieses Aufenthalts wurden die vier Hauptattraktionen – der Sipiso-Piso-Wasserfall, die Paepira Lakeside, das Loken Barn Resort und der Gajah Bobok Hügel – intensiv untersucht. Durch direkte Beobachtungen wurden Informationen über die Straßenverhältnisse, Eintrittspreise, Sicherheitsaspekte und die physische Zugänglichkeit gesammelt. Gleichzeitig wurden Interviews mit lokalen Betreibern und Managern geführt, um deren Perspektiven und Erwartungen an eine internationale Vermarktung zu verstehen. Eine umfangreiche Fotodokumentation diente dazu, hochauflösendes Bildmaterial für die visuelle Gestaltung der Website zu sichern.

Ein wesentlicher Teil der Planung bestand zudem in der linguistischen und kulturellen Vorbereitung. Die Übersetzung indonesischer und lokaler Batak-Karo-Begriffe in ein natürliches, ansprechendes Deutsch stellte eine translatorische Herausforderung dar. Kulturelle Konzepte, geologische Besonderheiten der Toba-Caldera und die poetische Namensgebung lokaler Orte mussten so übertragen werden, dass sie für deutschsprachige Leser verständlich und gleichzeitig einladend wirken, ohne ihren authentischen Kern zu verlieren.

2. Erstellung

Die Erstellungsphase umfasste die technische Umsetzung und die inhaltliche Ausgestaltung der Website auf der cloudbasierten Plattform Wix. Diese Plattform wurde gewählt, weil sie eine hohe Flexibilität im Design, eine hervorragende Mobiloptimierung und eine stabile Hosting-Infrastruktur bietet.

Die gestalterische Philosophie der Website orientierte sich an den Prinzipien moderner Webästhetik (User Interface/User Experience Design). Als visuelles Farbschema wurden die Farben Weiß, Schwarz und ein tiefes Naturgrün gewählt. Diese Farben symbolisieren die Reinheit der Natur, die vulkanische Erde der Karo-Hochebene und die dichten Wälder, die Tongging umgeben. Das Design wurde bewusst minimalistisch gehalten, um die großformatigen Landschaftsaufnahmen in den Vordergrund zu rücken.

Die Struktur der Website wurde in logische, leicht navigierbare Menüpunkte unterteilt, um den Informationsfluss für den Benutzer zu optimieren:

- Startseite (Home): Die Startseite empfängt den Besucher mit einer emotional ansprechenden Begrüßung und dem zentralen Slogan: „Entdecke die natürliche Schönheit des Dorfes Tongging“. Sie bietet einen kurzen, atmosphärischen Überblick über das Reiseziel und führt den Nutzer direkt zu den verschiedenen Unterseiten. Ein integriertes Menü am oberen Bildschirmrand ermöglicht eine intuitive Navigation.
- Die vier Hauptattraktionen: Dieser Kernbereich der Website widmet sich der detaillierten Beschreibung der ausgewählten Destinationen:
    1) Sipiso-Piso Wasserfall: Hier wird der 120 Meter hohe Wasserfall beschrieben, der aus einem unterirdischen Fluss entspringt und majestätisch in die Schlucht stürzt. Der Text erklärt die etymologische Herkunft des Namens (Batak-Karo für „wie ein Messer“) und gibt praktische Tipps für den steilen Abstieg über die hunderten von Stufen, inklusive Hinweisen zu Aussichtsplattformen und Sicherheitsvorkehrungen.
    2) Paepira Lakeside: Diese Sektion beschreibt die ruhige und friedliche Atmosphäre direkt am Ufer des Toba-Sees. Sie fokussiert sich auf Entspannungsmöglichkeiten, die lokale Fischerkultur, die traditionellen schwimmenden Fischgehege (Keramba) und Aktivitäten wie Kanufahren, die dem Besucher eine tiefere Verbindung mit der Natur ermöglichen.
    3) Loken Barn Resort: Das Resort wird als gelungene Synthese aus europäischer Architekturästhetik und nordsumatrischer Naturkulisse vorgestellt. Die Beschreibung hebt die charakteristischen Windmühlen und die bunten Holzhäuser hervor, die an niederländische Landschaften erinnern, und positioniert das Resort als erstklassigen Fotospot und Erholungsort direkt über dem See.
    4) Gajah Bobok (Schlafender Elefant): Dieser Hügel wird als Paradies für Abenteurer, Wanderer und Camper beschrieben. Der Text erläutert, warum die Silhouette des Berges an einen liegenden Elefanten erinnert, und liefert detaillierte Informationen über die Camping-Infrastruktur, die atemberaubenden Sonnenaufgänge über dem Toba-See und die Eignung des Ortes für Paragliding-Aktivitäten.
- Galerie und Kontakt: Die Galerie bietet eine kuratierte Auswahl an visuellen Medien, während die Kontaktseite ein interaktives Feedback-Formular und grundlegende Informationen zur Autorin und dem wissenschaftlichen Hintergrund des Projekts bereithält.

3. Die Evaluation

In der Evaluationsphase wurde die Website einer strengen, zweistufigen Expertenvalidierung unterzogen, um sicherzustellen, dass sie sowohl fachdidaktischen als auch medientechnischen Qualitätsstandards entspricht.

Die erste Stufe war die Materialvalidierung, durchgeführt von Frau Nurhanifah Lubis, S.Pd., M.Si., einer Dozentin des Deutschprogramms der UNIMED. Der Fokus dieser Validierung lag auf der sprachlichen Korrektheit, dem akademischen und werblichen Niveau der deutschen Texte sowie der didaktischen Eignung für den Einsatz im Kurs „Deutsch für Tourismus". Die Expertin bewertete die syntaktische Struktur, die Wahl des Fachvokabulars und die kulturelle Adäquatheit der Übersetzungen. Wertvolle Hinweise betrafen die Verfeinerung bestimmter grammatikalischer Konstruktionen (insbesondere bei Präpositionalgefügen und der Anpassung lokaler Eigennamen) und die stärkere Hervorhebung touristischer Kernbegriffe, was in der finalen Textversion präzise umgesetzt wurde.

Die zweite Stufe war die Medienvalidierung, durchgeführt von Herrn Febriando Sitorus, S.Kom., einem IT- und Medienspezialisten. Hierbei standen die technische Funktionalität, das Responsive Design (die fehlerfreie Darstellung auf Smartphones, Tablets und Desktop-PCs), die Ladegeschwindigkeiten der integrierten Medien sowie die Benutzerfreundlichkeit (Usability) im Vordergrund. Der Experte prüfte die Navigationspfade auf logische Brüche und bewertete die Lesbarkeit der Schriftarten unter verschiedenen Lichtverhältnissen. Auf seine Empfehlung hin wurden die Ladezeiten durch die Komprimierung hochauflösender Bilddateien optimiert und die Schriftgrößen auf mobilen Endgeräten angepasst, um eine barrierefreie Nutzung zu gewährleisten.

Das Ergebnis der Erstellung einer deutschsprachigen Tourismus-Website über Tongging

Das finale Ergebnis dieser Forschungs- und Entwicklungsarbeit ist eine vollständig einsatzbereite, öffentlich zugängliche Tourismus-Website unter der Adresse (https://juliapasaribu123.wixsite.com/tongging-1). Sie repräsentiert eine innovative Verbindung aus angewandter Linguistik, Tourismuswissenschaft und digitaler Mediengestaltung.

Aus technologischer Sicht zeichnet sich das Endprodukt durch eine intuitive Benutzerführung aus. Der Übergang zwischen den einzelnen Unterseiten erfolgt fließend und ohne Verzögerungen. Die Strukturierung der Texte ermöglicht es dem Nutzer, sowohl schnelle Fakten (wie Eintrittspreise oder Wegbeschreibungen) zu erfassen als auch tiefere Einblicke in die kulturelle und geologische Geschichte der einzelnen Attraktionen zu gewinnen.

Ein wesentliches Ergebnis ist die hohe didaktische Relevanz des Produkts. Die Website dient nicht nur als externes Informationsmedium für Reisende, sondern wurde erfolgreich als praxisorientiertes Lehrmaterial in den universitären Unterricht an der UNIMED integriert. Im Fach „Deutsch für Tourismus" können Studierende die Website nutzen, um reale Übersetzungsprozesse zu analysieren, Fachvokabular im Bereich Tourismusmarketing zu erlernen und die Mechanismen digitaler Destinationswerbung zu verstehen. Damit schließt das Ergebnis eine signifikante Lücke in der Verfügbarkeit moderner, regional verankerter digitaler Lernmedien im Germanistikstudium in Indonesien.

Die Diskussion

Die Entwicklung dieser deutschsprachigen Tourismus-Website über Tongging wirft mehrere wichtige Aspekte auf, die im wissenschaftlichen Kontext diskutiert werden müssen. Erstens zeigt die Arbeit die wachsende Bedeutung der Digitalisierung im Tourismussektor und die unersetzliche Rolle von Fremdsprachen bei der Erschließung neuer globaler Märkte. Tourismuswerbung ist heute untrennbar mit digitaler Präsenz verbunden. Eine Destination, die im Internet nicht in der Muttersprache der potenziellen Gäste auffindbar ist, existiert für diese Zielgruppe praktisch nicht. Durch die Übersetzung und gezielte Aufbereitung der Informationen über Tongging für den deutschsprachigen Raum wird eine Brücke geschlagen, die es ermöglicht, das wirtschaftliche Potenzial des Dorfes nachhaltig zu steigern, ohne auf teure, traditionelle Werbekampagnen angewiesen zu sein.

Zweitens verdeutlicht das Projekt die Relevanz des forschungsorientierten Lernens an Hochschulen. Die Erstellung der Website war kein rein theoretischer Akt, sondern erforderte von der

Forscherin eine aktive Auseinandersetzung mit realen Problemen vor Ort, interdisziplinäre Zusammenarbeit mit Tourismusmanagern und die Anwendung moderner IT-Werkzeuge. Dies beweist, dass moderne Fremdsprachenstudiengänge weit über das reine Grammatikstudium hinausgehen müssen. Sie müssen Medienkompetenz, interkulturelle Kommunikation und Projektmanagement integrieren, um den Absolventen echte Berufsperspektiven im globalisierten Arbeitsmarkt zu bieten.

Drittens müssen auch die Grenzen dieses Projekts kritisch diskutiert werden. Eine Website ist kein statisches Produkt; sie erfordert kontinuierliche Pflege, technologische Updates und inhaltliche Aktualisierungen, um langfristig relevant zu bleiben. Preisänderungen bei den Eintrittsgeldern, veränderte Öffnungszeiten oder neue Infrastrukturprojekte in Tongging müssen zeitnah eingepflegt werden. Zudem hängt der Erfolg der Website stark von ihrer Auffindbarkeit in Suchmaschinen (Search Engine Optimization – SEO) ab. Zukünftige Forschungen und Kooperationen sollten sich daher darauf konzentrieren, die Website durch gezielte SEO-Maßnahmen und die Verknüpfung mit offiziellen indonesischen Tourismusportalen im deutschsprachigen Raum noch bekannter zu machen.

SCHLUSSFOLGERUNG

Die Erstellung der deutschsprachigen Tourismus-Website über das Dorf Tongging wurde nach dem dreiphasigen Modell von Richey und Klein erfolgreich realisiert. Das online über Wix zugängliche Endprodukt bietet fundierte, verständliche und visuell ansprechende Informationen über die vier Hauptattraktionen der Region: Paepira Lakeside, Loken Barn Resort, Sipiso-Piso-Wasserfall und den Hügel Gajah Bobok. Die zweistufige Expertenvalidierung bestätigte, dass die Website sowohl sprachlich als auch medientechnisch von hoher Qualität ist. Sie eignet sich somit hervorragend als internationales Werbemedium zur Tourismusförderung und als praxisorientiertes Lehrmaterial für den Kurs „Deutsch für Tourismus“ an der Staatlichen Universität von Medan.

VORSCHLÄGE

1. Regelmäßige Aktualisierung: Die Inhalte der Website, insbesondere Eintrittspreise, Kontaktdaten und praktische Reisehinweise, sollten fortlaufend aktualisiert werden, um die Zuverlässigkeit des Mediums langfristig zu sichern.
2. Inhaltliche Erweiterung: Zukünftige studentische oder universitäre Projekte sollten die Website um zusätzliche touristische Aspekte wie lokale Unterkünfte, Transportmöglichkeiten und kulinarische Besonderheiten Tonggings ergänzen.
3. Kooperation mit Tourismusbehörden: Es wird empfohlen, die Website in Zusammenarbeit mit der Tourismusbehörde des Regierungsbezirks Karo offiziell zu verlinken, um die Reichweite und die Sichtbarkeit des Reiseziels im deutschsprachigen Raum nachhaltig zu steigern.

LITERATURVERZEICHNIS

Arsad, R., & Muare, M. S. (2024). Perancangan sistem informasi JDIH berbasis web dengan metode prototype.

Ginting, N., & Lubis, H. (2020). Perencanaan tata guna lahan dalam mendukung pengembangan desa wisata Tongging yang berkelanjutan. Talenta Conference Series: Energy and Portfolio (EE), 3(1). https://doi.org/10.32734/ee.v3i1.864

Harahap, H. J. P., Aruan, L., & Purba, L. M. (2021). Pengembangan bahan ajar Deutsch für Tourismus berbasis cloud-based web dalam bidang kearifan lokal Sumatera Utara. Universitas Negeri Medan. https://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/52954

Harahap, H. J. P., Harahap, A. B., & Aruan, L. (2024). Pengembangan chatting robot berbasis Natural Language Processing bidang pariwisata berbahasa Jerman. FBS Universitas Negeri Medan.

Hemanda, E. P. (2020). Perancangan pusat wisata kuliner dan belanja di Desa Tongging (Green Architecture) [Skripsi, Universitas Sumatera Utara]. http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/26655

Hutagalung, S. M. (2020). Penggunaan bahasa Jerman dalam bidang pariwisata (Deutsch für Tourismus). Edu-Kata, 6(2), 193–196. https://doi.org/10.52166/kata.v5i2.1785

Lingga, O. H. (2021). Pengembangan potensi wisata kuliner berbasis kearifan lokal di Desa Tongging Kecamatan Merek Kabupaten Karo Sumatera Utara. Jurnal Akademi Pariwisata Medan, 9(1), 37–45. https://doi.org/10.36983/japm.v9i1.103

Narisa, N., Ginting, N., & Marpaung, B. O. (n.d.). Geotourism development for young tourists based on education aspect in Tongging, Karo Regency. International Journal of Education and Social Science Research. http://dx.doi.org/10.37500/IJESSR.2021.4330

Permatasari, S. C., & Ekohariadi, E. (2023). Pengembangan media pembelajaran berbasis website interaktif menggunakan Laravel untuk meningkatkan kompetensi belajar mata pelajaran basis data siswa kelas XI RPL di SMKN 1 Surabaya. IT-Edu: Jurnal Information Technology and Education, 8(2). https://doi.org/10.26740/it-edu.v8i2.56278

Pradana, Y. (2021). Pengembangan website dinamis sebagai pengenalan budaya kuliner Daerah Istimewa Yogyakarta. Jurnal Multi Media dan IT, 5(2). https://doi.org/10.46961/jommit.v5i2.444

Sembiring. (2019). Die Erstellung einer Website Guidline Touring für Tourismus in Serdang Bedagai (Bachelorarbeit, Universitas Negeri Medan).

Surentu, Z. Y., Warouw, D. M. D., & Rembang, M. (2020). Pentingnya website sebagai media informasi destinasi wisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. Acta Diurna Komunikasi, 2(4). https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31117

Suryani, I. (2020). Pengembangan website untuk meningkatkan kualitas layanan online. Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi, 15(2).

Suwantoro, G. (2020). Teori pariwisata. Jurnal Ilmu Pariwisata, 12(1), 45–60.

Tangian, D. (2020). Pengantar pariwisata. Polimdo Press. http://repository.polimdo.ac.id/2146/1/Pengantar%20pariwisata-1.pdf

Wattimena, F. Y., Renyaan, A. S., Koibur, R., Sumanik, E. D., & Nahakleky, T. J. (2022). Pelatihan desain web bagi UMKM menggunakan Google Site, Wix, HTML dan CSS. Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(3), 1466–1472.

Zaki, A. (2009). Kiat jitu membuat website tanpa modal. Elex Media Komputindo. https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/19930/kiat-jitumembuat-website-tanpa-modal.html.