

STRATEGI PENCILS HUMAS PARIWISATA DALAM PUBLIKASI ONLINE WISATA SUMUR PUTRI DENGAN PENERAPAN PROKES 3M DI BANDAR LAMPUNG

Abstrak. Regulasi pemerintah pusat untuk mengatur kegiatan pariwisata dengan himbauan penerapan protokol kesehatan menjadi perhatian dan mengevaluasi pelaksanaan aktivitas Humas Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung. Upaya promosi desa wisata, Humas melakukan serangkaian kegiatannya melalui strategi Pencils yaitu *Publikasi, Even, News, Community involment, Image, Lobbying, dan Social Responsibility*, merupakan langkah strategis yang berorientasi terhadap peningkatan wisata dan keselamatan bersama. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui aktivitas humas melalui strategi pencils dalam mempromosikan desa wisata dengan prokes 3M secara online. Publikasi online ini diharapkan dapat menciptakan *brand awareness* masyarakat mengenai objek wisata. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian publikasi online aktivitas humas Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung ini efektif menggunakan strategi pencils dalam mempromosikan wisata sumur putri menjadi Desa Wisata Alam dengan prokes 3M di media sosial Instagram. Wisata Sumur Putri memiliki view alam yang indah dan daya tarik historis yang dipercayai masyarakat sebagai air berkhasiat untuk kesehatan. Selain meningkatkan aspek keselamatan, dan lingkungan wisata juga ketersediaan kuliner dan perbaruan spot selfie di area wisata Sumur Putri agar semakin menarik bagi wisatawan

Kata Kunci: Humas, Publisitas, *Online*, Promosi, Strategi pencils

Abstract. The government regulations central to regulate tourism activities with appeals for the application of health protocols are a concern and evaluation of the implementation of the Public Relations activities of the Bandar Lampung City Tourism Office. As an effort to promote tourism, Public Relations carries out a series of activities through the Pencil strategy, there is Publications, Events, News, Community Engagement, Image, Lobbying, and Social Responsibility, which are strategic steps oriented towards increasing tourism and mutual safety. The purpose of this study was to determine public relations activities through the pencil strategy in promoting tourism villages with 3M online prokes. This online publication is expected to create public brand awareness about tourist attractions. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation. The results of the analysis of the online publication of the Public Relations of the Bandar Lampung City Tourism Office are quite effective in promoting women's tourism well into a Nature Tourism Village with 3M prokes on Instagram social media. Sumur Putri Tourism has beautiful natural scenery and historical tours that are trusted by the community as well water that is efficacious for health. In addition to improving the safety and security aspects of the tourist environment, selfie spots were also updated in the Sumur Putri tourist area to attract more tourists.

Keywords: Public Relations, Online, Publicity, Promotion, Strategy pencil

Nanda Utaridah¹, Vito Prasetya², Agung Wibawa³

¹²³Program Studi Diploma Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung
(Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No. 1 Kec. Rajabasa, Bandar Lampung, Lampung 35141)
Email : nanda.utaridah@fisip.ac.id¹

Diterima: 18 Juli 2022

Direvisi: 25 Oktober 2022

Disetujui: 14 Desember 2022

PENDAHULUAN

Menghadapi sebuah tantangan yang luar biasa akibat Covid-19 ini, pemerintah perlu terus berkomunikasi secara efektif untuk mengurangi informasi yang sering muncul ketidakpastian bahkan informasi yang menyesatkan. Maka peran Humas sebagai agen komunikasi menjadi semakin penting. Humas harus terus melakukan komunikasi, memberikan edukasi dan sosialisasi tentang protokol kesehatan yang wajib diterapkan di area publik manapun, terutama objek wisata. Hal ini berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor: HK.01.07/Menkes/382/2020. Dibukanya kembali destinasi wisata harus didasari dengan tanggung jawab yang penuh oleh para pemangku kebijakan ataupun para pelaku wisatanya, termasuk di objek wisatanya. Humas melakukan ini agar masyarakat memiliki *brand awarness* dalam pencegahan penyebaran Covid-19 dengan melaksanakan 3M yaitu selalu menggunakan masker, menjaga jarak, dan mencuci tangan dengan sabun.

Provinsi Lampung merupakan daerah yang memiliki potensi pariwisata yang besar, selain wisata alam yang indah dalam dimensi pegunungan dan lautam atau pantai sebagai daya tariknya. Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung juga memberikan perhatian untuk mendukung masyarakat yang memiliki potensi wisata di sekitarnya menjadi desa binaan. Salah satunya adalah desa sumur putri yang di promosikan menjadi wisata alam sumur putri. Promosi wisata tidak terlepas dari media internet, Adanya internet yang melahirkan media sosial yang beragam ini sangat membantu kerja Humas. Mulai dari *Facebook, Instagram, Blog*, hingga *Youtube* dapat dimanfaatkan untuk publikasi. Fungsi media online ini sebagai sarana promosi yang dapat membangun *support* dan reputasi terhadap objek-objek wisata yang menerapkan protokol kesehatan pada wisatwan serta membangun kepercayaan dari masyarakat terhadap aktivitas Humas.

Aktivitas Humas Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung dengan strategi Pencils menjadi signifikan karena aktivitas tersebut terdiri dari *Publikasi, Event, News, Community involment, Image, Lobbying Negotiting, dan Social Responsibility (PENCILS)*. Ini merupakan langkah strategis yang berorientasi terhadap peningkatan wisata dan keselamatan bersama, terutama dalam mengembangkan partisipasi masyarakat dan dukungan dari para pemangku kebijakan mendorong iklim yang kondusif dalam menstabilkan kembali pembangunan pariwisata di Lampung. Oleh karena itu tujuan penelitian ini menganalisis aktivitas Humas Dispar Bandar Lampung ke dalam strategi pencils, untuk mempromosikan wisatanya dengan penerapan protokol kesehatan 3M melalui media sosial, dengan harapan dapat membangun brand yang positif pada citra pemerintah dan desa-desa wisata yang menyenangkan serta aman bagi masyarakat.

METODE

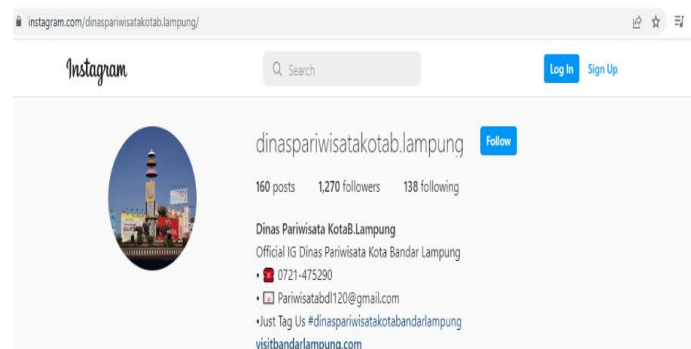
Jenis penelitian ini ialah penelitian lapangan (*field research*), karena itu peneliti melakukan teknik observasi dan wawancara pada informan. Metode penelitian ini bersifat deskriptif analisis dengan data kualitatif. Sumber data penelitian ini terdiri dari dua yaitu primer dan sekunder. Sumber data primer adalah hasil observasi data pada setiap publikasi humas dispar Kota Bandar Lampung dan hasil wawancara secara mendalam pada pejabat structural di Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung. Kemudian sumber data sekundernya merupakan kumpulan dari hasil penelitian, baik berupa buku, jurnal dan lain sebagainya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Humas Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung memiliki media sosial yang aktif yaitu Instagram, sedangkan website dan media sosial lainnya tidak dikelola dengan baik, bahkan cenderung pasif/off. Publikasi kegiatan Dispar Kota Bandar Lampung ini cukup *update* selama 3 tahun di media instagram, dan terhenti sejak ada pandemi Covid-19 di tahun 2020, namun posting informasi pencegahan Covid-19 dengan menerapkan protokol kesehatan 3M tetap dilakukan.

Upaya Humas untuk menciptakan *brand awareness* masyarakat pasca pandemi ini terhadap pariwisata tidak hanya mengandalkan media sosial saja, tapi diperlukan strategi humas untuk melengkapi kegiatan-kegiatan humas agar masyarakat mempunyai opini yang baik, bahwa pemerintah bekerja dengan aktif, memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat sekitar dan juga melakukan kegiatan-kegiatan yang positif (Azlina. 2021). Strategi PENCILS ini tepat digunakan humas untuk mempromosikan wisata alam sumur putri yang merupakan desa binaan dispar kota Bandar Lampung dengan menerapkan prokes 3M. Penjelasan aktivitas dinas pariwisata Kota Bandar Lampung sebagai berikut:

Publication: Publikasi *online* milik akun Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung yang sering digunakan adalah media sosial *Instagram*. Media sosial instagram Dispar Kota Bandar Lampung dengan nama akun *pariwisatabdl120@gmail.com*, dibuat tahun 2017, Memiliki *hashtag* *#dinaspariwisatakotabandarlampung*, Postingan sebanyak 160 *post*, dengan *followers* sebanyak 1.270 orang. Dispar Kota Bandar Lampung juga melakukan sosialisasi dan promosi di Media Radio Republik Indonesia tentang wisata alam sumur putri dengan menerapkan prokes. Kemudian radio bertransformasi menjadi siaran podcast yang bersifat individu dan bisa dicari melalui *streaming*. Visualisasi Instagram humas dispar bandar lampung di bawah ini



Gambar 1 : Instagram [@pariwisatabdl120@gmail.com](https://www.instagram.com/pariwisatabdl120@gmail.com) Sumber : www.instagram.com

Event : Tujuan melakukan *event* ini yaitu untuk membangun *brand awareness* masyarakat terhadap berwisata dengan prokes 3M. Objek wisata saat ini menjadi pilihan masyarakat di kondisi *new normal* karena telah lama berdiam di rumah, merindukan suasana yang menyenangkan, nyaman sekaligus aman. Berdasarkan wawancara dengan dispar, ada *event* kepariwisataan terbaru di Bandar Lampung diantaranya adalah *launching* atau peresmian Desa Wista Alam Sumur Putri yang diresmikan pada 5 November 2021 oleh Eva Dwiana walikota Kota Bandar Lampung. Promosi wisata alam Sumur Putri sebagai salah satu objek wisata yang ramah anak, lingkungan wisata yang bersih dan menyediakan sarana prokes. Namun terus melakukan perbaikan, seperti penataan spot dan pembuatan infrastruktur guna mendongkrak pariwisata. Dibawah ini ada informasi mengenai event launching objek wisata.



Gambar 2 : Peresmian Desa Wista Alam Sumur Putri, Sumber: Instagram @lampungsegalow

News : Merupakan pemberitaan Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung atau informasi penting mengenai desa wisata terpilih dari 3 desa binaan yang disiapkan dengan tujuan untuk mempromosikan sebagai desa wisata, diantaranya ialah Sumur Putri, Pulau Pasaran, dan Sumber Agung. Salah satu desa sebagai perdana adalah Desa Wisata Alam Sumur Putri. Wisata alam Sumur Putri beralamatkan di Jalan Raden Imba Kusuma, Kelurahan Sumur Putri, Kecamatan Teluk Betung Selatan, Bandar Lampung. Berdasarkan wawancara dikatakan bahwa Wisata Sumur Putri adalah sebuah destinasi wisata dengan view aliran sungai dan bendungan kecil dan nantinya akan semakin dilengkapi dengan berbagai kuliner dan fasilitas-fasilitas pendukung. Konon, ada legenda tentang sumur putri ini, dimana dulu tempat tersebut merupakan pemandian “Putri Raja”. Sehingga dinamakan ‘Sumur Putri’. Banyak yang memercayai air panasnya bisa menyembuhkan penyakit dan membuat awet muda. Daya tarik lain adalah ‘Jembatan Merah’ yang dibangun menjadi *spot* foto menarik dengan latar belakang bendungan.



Gambar 3 : Desa Wista Alam Sumur Putri. Sumber: <https://kumparan.com/lampunggeh>

Community Involvement : Humas Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung melakukan kerjasama dengan komunitas yang berkaitan dengan pariwisata, sehingga keterlibatan mereka menjadi penting untuk membangun kesadaran wisata pada masyarakat. Baru-baru ini Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung mengajak komunitas Mural untuk berkontribusi dengan menyalurkan pesan kreatifitasnya pada masyarakat desa wisata sumur putri, yang akhirnya memperoleh penghargaan Rekor Muri di Bandar Lampung.



Gambar 4. Komunitas Mural Bersama Pelajar. Sumber: Instagram
@pariwisatabdl120@gmail.com

Inform or Image : Humas Dispar konsisten dalam memberikan informasi atau pesan pada masyarakat terutama penerapan protokol kesehatan 3M di area wisata. leaflet atau selebaran dibuat untuk wisatawan sebagai informasi kesehatan yang harus di patuhi dengan menjalankan protokol kesehatan agar dapat menikmati perjalanan wisatanya dengan aman, nyaman dan menyenangkan. Tindakan yang informatif dapat mengkomunikasikan sebuah citra positif, baik terhadap pemerintah dan objek wisatanya.



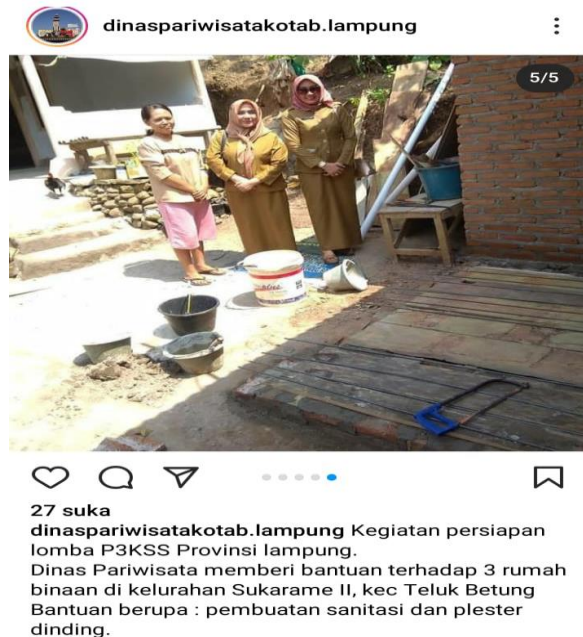
Gambar 5. Pesan Prokes di area wisata. Sumber: Instagram @pariwisatabdl120@gmail.com

Lobbying and Negotiation : Pengembangan wisata sumur putri dengan menciptakan wisata kuliner adalah hasil dari *lobbying dan negotiation* humas dengan para stakeholder (pemangku kepentingan). Kegiatan *soft opening* wisata kuliner sumur putri sekaligus kesepakatan dalam mengelola wisata tersebut. Pelaku usaha setempat, penyandang dana dan Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung membahas aturan dan kerjasama. Peristiwa ini menciptakan opini publik yang positif, karena selama ini masyarakat menganggap obyek wisata di Bandar Lampung tidak di kelola dengan baik. Melalui publikasi online, kegiatan ini dapat memberikan kepercayaan pada masyarakat sehingga kebutuhan wisatawan mendatangi tempat wisata seperti sarana bermain, sarana ibadah, toilet, tempat parkir, fasilitas ketersediaan makanan sekaligus menikmati pemandangan alam yang indah. Tujuan kegiatan ini agar pengunjung Desa Wisata Alam Sumur Putri dapat terpenuhi harapannya dan mendapatkan kepuasan.



Gambar 6. Soft Opening Wisata Kuliner di Desa Wista Sumur Putri. Sumber: Instagram @pariwisatabdl120@gmail.com

Social Responsibility : Aktivitas humas Dispar satu ini melibatkan kebutuhan masyarakat sebagai rasa tanggung jawab Pemerintah. Beberapa aktivitas CSR Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung yaitu memperhatikan kondisi masyarakat di sekitar daerah wisata, baik itu lingkungan atau rumah huni. Memberikan bantuan pada desa binaan sangat diutamakan, karena selain pemberdayaan pada masyarakat juga pembenahan pada sarana kesehatan dan infrastrukturnya. Hal ini dilakukan juga masyarakat sekeliling pariwisata, agar memiliki tujuan untuk memelihara dan menjaga lingkungan bersih dan sehat terutama sebagai warga yang memberikan pelayanan terbaik bagi pengunjung wisata.



Gambar 7. Bedah Rumah Warga di Desa Binaan. Sumber: Instagram
@pariwisatabd1120@gmail.com

PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di Dinas Pariwisata Bandar Lampung, peneliti menyimpulkan pokok – pokok penelitian dari judul Strategi Pencils Humas Pariwisata dalam publikasi online wisata sumur putri dengan penerapan proses 3M cukup berhasil dalam membangun *Brand Awareness*. Hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwa strategi yang digunakan Humas Dispar adalah menggunakan Teori Strategi Humas PENCILS dari Philip Kotler disadur dari buku Ruslan Rosady (Ruslan, 2013)

Aktivitas Humas sangat erat hubungannya dengan **publikasi**, karena itu humas harus dapat mengoptimalkan seluruh media komunikasi yang ada, apakah cetak, elektronik dan media sosial online (Prasetyo, 2021). Di era digital saat ini media sosial lah yang sering digunakan dan diminati masyarakat dalam mencari informasi, dengan cepat juga akan menghasilkan opini atau persepsi dari publik tentang informasi tersebut. Humas Dispar Kota Bandar Lampung memanfaatkan realitas itu dengan memberikan informasi yang dipublikasikan secara online untuk membangun *brand awareness* publik pada pariwisata yang menerapkan protokol Kesehatan 3M. (Rohiim, Lestari : 2019)

Suatu perencanaan yang baik, bahwa Humas dispar Kota Bandar Lampung merancang kegiatan-kegiatan kepariwisataannya melalui strategi *pencils*. Melalui strategi ini, Humas mempublikasikan program pariwisatanya dengan tujuan mempromosikan destinasi wisata baru dengan kebiasaan baru yaitu tetap menjalankan proses, salah satunya humas juga mengelola **event** sebagai daya tarik pada masyarakat. *event launching* atau peresmian desa wisata alam sumur putri menjadi perhatian publik terutama pasca pandemic covid-19, dimana masyarakat sangat membutuhkan hiburan atau tempat wisata yang nyaman, aman dan menyenangkan. Kemudian humas juga harus pandai membuat **news** atau berita yang dapat meningkatkan citra positif pemerintah. Pemberitaan yang baik bersifat transparansi dan berdasarkan fakta yang valid. Sehingga apabila informasi yang kita berikan berdasarkan fakta, maka kepercayaan publik kepada instansi juga akan meningkat. (Hanafi, 2021)

Salah satu strategi yang baik dengan konsep sinergi, yaitu dengan melibatkan komunitas. Adanya **Community involvement** ini dibutuhkan untuk menggandeng komunitas yang berhubungan

dengan program kepariwisataan. Sebagai contoh dinas pariwisata kota Bandar Lampung bersama pokdarwis (kelompok sadar wisata) yang kemudian memperhatikan kebutuhan masyarakat setempat, mewujudkan harapan mereka, serta mendukung dan membuat segala kebijakan yang membangun desa wisata sumur putri lebih berkembang. Komunitas pencinta lingkungan atau komunitas kreatif seperti komunitas mural yang ada di Bandar Lampung dapat memberikan kontribusi pada program wisata. Namun Dinas pariwisata perlu menganalisis kembali komunitas-komunitas seperti apa yang harus dirangkul dan dibangun sesuai dengan tujuan dari program desa binaan menjadi desa wisata budaya.

Pemahaman **Inform or image** ini juga berkaitan erat dengan news, salah satu fungsi humas adalah memberikan suatu informasi kepada publik atau menarik perhatian, membuat bagaimana publik dari yang tidak tahu menjadi tahu, dari yang tidak suka menjadi suka. Tugas humas setiap instansi pemerintah melalui aspek ini adalah dengan mengemas sebuah informasi yang menarik kepada publik sehingga tidak hanya membuat publik untuk menyadari terhadap informasi tersebut melainkan dapat membuat mereka untuk ketahap yang lebih dalam lagi yaitu memahami isi konteks dari informasi yang diberikan tentunya dengan memanfaatkannya segala media yang ada. Contoh yang sudah dilakukan humas dispar kota Bandar Lampung adalah membuat leaflet mengenai aman berwisata dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Sehingga dapat di katakan segala kegiatan humas itu bersifat informatif dan menciptakan citra. Tujuannya adalah perubahan sikap dan mindset masyarakat yang dimulai dengan proses adaptasi, partisipasi, sosialisasi dari pengelola dan pengunjung. (Ningrum 2021)

Lobbying and negotiation adalah suatu keahlian khusus yang harus dikuasai seorang humas, ketika negosiasi dapat berjalan dengan baik, maka sebuah kegiatan atau program yang ingin dijalankan akan mendapatkan dukungan yang besar dari lembaga atau pihak-pihak terkait yang terlibat. Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung diharapkan untuk mampu melihat dan menilai perusahaan atau lembaga seperti apa yang dapat memberikan keuntungan bersama dalam mewujudkan visi dan misi dari pembangunan Desa wisata. Sebagai contoh sebuah Dinas pariwisata akan membuka kawasan kuliner di Desa Wisata Sumur Putri, menggandeng *public figure* yang sedang naik dikalangan masyarakat untuk memberikan awareness seputar kuliner dengan baik dan pemberdayaan sumber daya manusianya. Dengan popularitas serta integritas yang dimiliki public figure tersebut, diharapkan hal ini dapat membawa dan mempengaruhi pengelola wisata dan masyarakat setempat untuk lebih sadar terhadap masalah kebersihan, kehalalan makanan, kemasan makanan pada destinasi wisata.

Terakhir, **Social Responsibility** atau CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh dinas pariwisata dalam berkontribusi untuk berpartisipasi dan ikut berperan aktif baik dalam menjaga lingkungan atau pembangunan sosial. Di era globalisasi saat ini masih banyak terdapat fakta bahwa instansi pemerintah kurang memaksimalkan peran humas dalam membangun informasi publik. Instansi pemerintah hanya memikirkan output semata tanpa mepedulikan lingkungan. Dikaitkan dengan bagaimana humas mengelola strategi CSR ini, setiap instansi dapat menyesuaikan programnya masing-masing terkait dengan jenis instansinya. Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung memberikan bantuan dalam program bedah rumah masyarakat yang kurang mampu dan mengalami keterbatasan di Desa binaanya. Namun dalam CSR ini sangat dianjurkan untuk mengutamakan keadaan di lingkungan sekitar atau yang terdekat terlebih dahulu. Penanaman pohon juga telah dilakukan Dispar kota Bandar Lampung sebagai upaya mendukung program pemerintah sebagai negara yang *go green*.

SIMPULAN

Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung berhasil meresmikan salah satu Desa Wisata pasca pandemic covid-19, Desa wisata ini memiliki keindahan alam dan sumber air yang bersih sebagai potensi alamnya. Wisata alam sumur putri merupakan desa binaan yang rencananya akan dilakukan pendampingan dan pemberdayaan mengenai kelola sadar wisata secara kontinyu. Proses promosi dan publikasi wisata yang menerapkan protokol kesehatan tak lepas dari peran media internet dan media

sosial Instagram. Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung telah merancang aktivitasnya kedalam strategi Pencils yaitu *Publikasi, Event, News, Community Involment, Image or inform, Lobbying* dan negosiasi, dan *Social Responsibility*. Strategi pencils ini dapat menciptakan *brand awareness* masyarakat terhadap sadar wisata yang mengutamakan kesehatan dan keselamatan. Strategi pencils pun dapat meningkatkan citra positif pada instansi pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhrianti, L. (2016). Digitalisasi Public Relations Bagi Penguatan Citra Pemerintah Daerah. Prosiding Seminar Nasional Komunikasi 2016,
- Azlina, yunidyawati. (2021). ANALISIS STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM REPOSITIONING CITRA POSITIF SMK SWASTA DI MASA PANDEMI COVID -19. YAYASAN AKRAB PEKANBARU Jurnal AKRAB JUARA Volume 6 Nomor 2 Edisi Mei 2021 (67-83) Universitas Bina Sarana Informatika
- Hanafi, (2021) Strategi Humas Sekretariat Daerah Maluku Utara Melalui Event Destinasi Batu Angus Naik Kelas. Tesis, Universitas Pasundan
- Ningrum, Dyaloka Puspita. (2021), TATA KELOLA KEBIASAAN BARU DI TAMAN SUNGAI MUDAL YOGYAKARTA (Proses Adaptasi, Sosialisasi, Partisipasi oleh Pengelola dan Pengunjung), Jurnal SCRIPTURA, Vol. 11, No. 2, Desember 2021, 74-84 DOI: 10.9744/scriptura.11.2.74-84 ISSN 1978-385X (Print) / ISSN 2655-4968
- Rohiim, Lestari. (2022). Strategi Hubungan Masyarakat PT. Moisan Menggala Wisata dalam membangun Brand Awareness dalam Analisis Pencils Philip Kotler, jurnal PANTAREI
- Ruslan, R. (2013). Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations. Jakarta: Grafindo Persada.
- Prasetyo, Hendi. (2021) Pemanfaatan Media Sosial Pada Destinasi Wisata di Masa Pandemi Covid-19. Book Capter, STIPAM

Internet

- <https://kelilinglampung.net/2022/01/sumur-putri-di-bandar-lampung/>, diakses pada tanggal 06 Juni 2022, pukul 10.55 WIB
- <https://kelilinglampung.net/2022/01/sumur-putri-di-bandar-lampung/>, diakses pada tanggal 06 Juni 2022, pukul 10.55 WIB
- <https://m.lampost.co/berita-objek-wisata-sumur-putri-bandar-lampungdiresmikan.html>, diakses pada tanggal 06 Juni 2022, pukul 11.13 WIB