

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PROMOSI PARIWISATA
BENTENG AMSTERDAM NEGERI HILA KECAMATAN LEIHITU**

SKRIPSI



**Nursia Ollong
150204063**

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
KONSENTRASI JURNALISTIK
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) AMBON
2021**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul: " Pemanfaatan Media Sosial Dalam Promosi Pariwisata Benteng Amsterdam Negeri Hila Kecamatan Leihitu " oleh Saudari Nursia Ollong NIM 150204063 Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Konsentrasi Jurnalistik Institut Agama Islam Negeri Ambon, yang telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang dilaksanakan pada hari Senin tanggal 26 April 2021 M. Bertepatan dengan 14 Ramadhan 1442 H. dan dinyatakan dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dengan perbaikan.

Ambon, 26 April 2021 M
14 Ramadhan 1442 H

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dr. Ye Husen Assagaf, M.Fil.I	(.....)
Sekretaris	: Sariyah Ipaenin, M.Sos	(.....)
Munaqisy I	: Baiti Ren'el, M.Sos.I	(.....)
Munaqisy II	: Andi Fitriyani, M.Si	(.....)
Pembimbing I	: Dra. Gamar Assagaf, M.Fil.I	(.....)
Pembimbing II	: Sariyah Ipaenin, M.Sos	(.....)



Diketahui Oleh:
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
IAIN Ambon

Dr. Ye Husen Assagaf, M.Fil.I
NIP.197002232000031002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Nursia Ollong**

Nim : **150204063**

Program Studi : **Pemanfaatan Media Sosial Dalam Promosi Pariwisata Benteng Amsterdam Negeri Hila Kecamatan Leihitu**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ambon, 07 Januari 2021

Yang Menyatakan,


Nursia Ollong

150204063



Abstrak

Nur Sia Ollong, 2021, Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mempromosikan Benteng Amsterdam Negeri Hila Kecamatan Leihitu, Pembimbing I Dra Gamar Assegaf, M. Fil.I, Pembimbing II, Sariyah Ipaenin, M. Sos. Program Studi Jurnalistik Islam.

Benteng Amsterdam merupakan destinasi wisata sejarah yang belum terpublikasi secara maksimal, benteng peninggalan Belanda yang letaknya di perbatasan antara Negeri Hila dan Negeri Kaitetu, Kecamatan Leihitu, Kabupaten Maluku Tengah, sekitar 42 km dari kota Ambon. Letak benteng ini tepat di samping pantai Negeri Hila, Pengelola Benteng Amsterdam berupaya mempromosikan pariwisata benteng amsterdam melalui media sosial.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif, yaitu suatu tipe penelitian yang bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Dalam penelitian ini telah diuraikan mengenai "Pemanfaatan Media Sosial dalam mempromosikan Wisata Benteng Amsterdam Negeri Hila Kecamatan Leihitu.

Hasil penelitian menunjukkan : Dunia yang terpengaruh arus globalisasi sudah menimbulkan banyak peluang baru. Pariwisata adalah salah satunya. Pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan tempat wisata Benteng Amsterdam yang berada di Negeri Hila sangat Efektif, karena melalui media sosial, *Facebook, Intagram, Twitter* dapat menarik wisatawan domestik maupun internasional untuk berkunjung ke Benteng Amsterdam, karena sebagian penduduk bumi adalah pengguna sosial media yang aktif sehingga pesan dan informasi tersampaikan dengan cepat, Media Internet atau media sosial memang memiliki peran yang penting dalam meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan.

Kata Kunci: *Media Sosil, Promosi, Benteng Amsterdam*

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah Tuhan Seluruh Alam Semesta yang mana dengan petunjuk serta pertolongannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Akhirul zaman Muhammad Rasulullah SAW serta keluarga dan sahabat-sahabatnya yang setia, yang telah menuntut umat manusia kepada cahaya iman, islam dan ilmu.

Demikian pula, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama kepada:

1. Dr. Zainal Rahawarin, M.Fil.I. selaku Rektor, beserta Wakil-wakil Rektor IAIN Ambon.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Dr. Ye Husen Assegaf, M.Fil.I, para Wakil Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah serta Civitas Akademika.
3. Dra. Gamar Assegaf, M.Fil.I selaku Pembimbing I dan dan Sariyah Ipaenin, M. Sos. Selaku Pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi petunjuk kepada penulis sampai dengan selesainya skripsi ini.
4. Andi Fitriyani, M.Si selaku Ketua Program Studi Jurnalistik Islam dan Nia Novida , M,Si selaku sekretaris Program Studi Jurnalistik Islam yang selalu memberikan dorongan dan semangat kepada penulis

5. Seluruh Dosen pada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Ambon
6. Dan teruntuk kedua orang tua Ibunda tersayang Rabea Tomu dan ayahanda Marwan Ollong, dan saudara-saudara tercinta Lmi Kulsum Ollong, Hasbi Samual, Jainab Ollong yang selalu memberikan dorongan dan semangat agar selesainya skripsi ini
7. Dan yang spesial untuk suami tercinta Jakaria S. Masuku, S.P yang selalu memberikan dukungan baik materil maupun imateril sampai selesainya skripsi ini.

Penulis tak akan mampu membalas semua budi baik yang telah diberikan, penulis hanya mendoakan semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat pahala disisi Allah SWT. Akhirnya atas segala kekhilafan kepada semua pihak baik di sengaja maupun tidak, maka penulis memohon ketulusan hati untuk dimaafkan. Semoga bantuan, bimbingan dan petunjuk yang diberikan oleh berbagai pihak tersebut, insya Allah akan memperoleh imbalan yang setimpal dari Allah SWT.

Billahi Taufiq Walhidayah

Wassalamu alaikum Wr. Wb.

Penulis


Nursia Ollong
150204063

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

**Tidak ada kekayaan yang melebihi akal,
Dan tidak ada kemelaratan yang melebihi kebodohan
Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk
hari tua.**

Hanya kebodohan meremehkan pendidikan.

PERSEMBAHAN

**KUPERSEMBAHKAN SKRIPSI INI SEBAGAI DARMA BAKTIKU KEPADA KELUARGA
TERCINTA DAN KELUARGA SERTA ALMAMARETKU TERCINTA LAIN AMBON**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
LAMPIRAN-LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Konsep	6
1. Komunikasi.....	6
2. Promosi.....	10
3. Bauran Promosi	13
4. Pariwisata	21
5. Teknik-Teknik Pariwisata	25
6. Sosial Media	31
B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	32

C. Landasan Teori	33
1. <i>Seeking Information Theory</i>	33
2. Teori Uses and Gratification.	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian.....	36
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	36
C. Informan Penelitian	36
D. Jenis Data dan Sumber Data	37
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Teknik Analisis Data	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	41
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	41
2. Promosi Wisata Benteng Amsterdam Negeri Hila	49
3. Kendala Dalam Promosi Benteng Amsterdam Negeri Hila ..	62
B. Pembahasan	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

DOKUMENTASI

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Media merupakan salah satu unsur dari komunikasi yang digunakan sebagai sebuah sarana memproduksi, reproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Dapat dikatakan secara sederhana, sebuah media komunikasi adalah sebuah perantara dalam menyampaikan sebuah informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan agar efisien dalam menyebarkan informasi atau pesan.

Seiring berkembangnya internet dan teknologi maka media dalam komunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat, salah satunya adalah *new media* atau media baru yang bersifat digital salah satunya adalah munculnya media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, *youtube* dan lainnya. Internet merupakan medium yang mampu mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk terdahulu, yang berfokus pada proses komunikasi.

Bila dikaitkan dengan perkembangan media baru berguna untuk menjelaskan kemunculan media yang bersifat digital, berjaringan, dan terkomputerisasi yang merupakan efek dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.¹ *New media* merupakan media yang dapat meningkatkan interaksi sosial antara manusia contohnya kita dengan mudah berkomunikasi dengan yang terhalang dengan jarak dengan mudah

¹ Kurnia, Septiawan S, *Jurnalisme Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), hlm. 10.

melalui beberapa jejaring sosial seperti *facebook, instagram youtube, twitter* dan lain sebagainya.

Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Ini membuktikan bahwa penggunaan sosial media di Indonesia menjadi salah satu yang paling melekat di masyarakat.

Media sosial tidak lagi menjadi media statis, yang memberikan informasi satu arah, namun juga dua arah karena ada interaksi antar pengguna di dalamnya. Seiring semakin berkembangnya penggunaan internet di seluruh dunia, maka arus pertukaran informasi dapat terjadi dalam hitungan yang sangat cepat bahkan dapat dikatakan dalam hitungan detik kita sudah bisa bertukar informasi dari dalam atau luar Negara, mulai dari informasi dari bidang politik, hiburan bahkan informasi mengenai tempat- tempat liburan atau pariwisata.

Mereka berlomba-lomba merekomendasikan berbagai tempat wisata yang indah, unik dan menjadi tempat foto yang keren menjadi nilai utama. Berbicara mengenai media sosial maka akan selalu ada tentang baik dan buruknya, mirisnya penggunaan media sosial sekarang ini banyak yang menyimpang dan digunakan untuk menebar fitnah justru tidak akan membawa manfaat.²

Potensi pariwisata Indonesia dinilai belum tergali maksimal. Salah satu penyebabnya ditengarai akibat minimnya promosi yang dilakukan. Untuk memaksimalkan potensi tersebut, pemerintah diminta terus memaksimalkan peran generasi milenial untuk mendongkrak sektor pariwisata melalui sosial media. Upaya

² <https://jabar.sindonews.com/read/31/1/generasi-milenial-bisa-jadi-ujung-tombak-promosi-pariwisata-1531998436>

mengembangkan sektor pariwisata dapat dilakukan dengan promosi yang tepat. Salah satu cara efektif adalah memaksimalkan medium digital melalui media sosial dan platform online. Mengapa pertumbuhan pariwisata sangat tinggi, karena Indonesia go digital. Dan 50 persen traveler adalah kaum milenial yang search tentang wisata via platform digital,” ujarnya dalam seminar bertajuk ‘Promosi Digital Pariwisata Indonesia Melalui Generasi Pesona Indonesia (GENPI).’³

Dalam pemasaran pariwisata tersebut, generasi millennial diharapkan dapat membantu dengan memaksimalkan penggunaan smartphone melalui promosi media sosial, yaitu dengan cara merekam, mengabadikan segala keindahan dan pesona wisata dan budaya serta kearifan lokal Lambar untuk di unggah di media sosial seperti Instagram, Facebook⁴.

Chris Anderson dalam buku *Socialnomics: How Social Media Transforms The Way We Live and Do Business* ini lebih memudahkan mulai dari biaya yang murah dan tingkat pencarian yang lebih luas.² Perubahan cara mempromosikan sesuatu dengan menggunakan media sosial tentunya memang sudah pantas dilakukan seiring berkembangnya internet dan teknologi.

Efek dari globalisasi ini juga secara tidak langsung memaksa masyarakat untuk mengikuti arus yang berkembang karena dalam hal bisnis melakukan inovasi baru merupakan langkah yang tepat untuk *survive* di bidang masing-masing.

Dengan menggunakan media sosial sebagai sarana promosi pariwisata dinas pariwisata mampu menggunakan beberapa media sosial sebagai sarana tersebut. Sejak lama pariwisata di Negara maju merupakan bagian dari kebutuhan hidup. Sesuai

³ <https://www.jpnn.com/news/generasi-milenial-diminta-manfaat-media-digital-untuk-promosikan-wisata-lokal>

⁴ <https://medialampung.co.id/2019/10/15/peran-generasi-millennial-dalam-promosi-wisata-lambar/>

perkembangannya pariwisata bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat dan juga baik terhadap pertumbuhan ekonomi Negara.

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut. Pariwisata merupakan industri yang terus berkembang di dunia.⁵ Pariwisata merupakan industri yang terus berkembang di dunia. Sejak lama pariwisata bagi negara maju telah merupakan bagian dari kebutuhan hidup.

Kegiatan kepariwisataan bahkan merupakan suatu aktivitas dan permintaan yang wajar. Dinas pariwisata merupakan salah satu lembaga pemerintah yang bertugas untuk mempromosikan dan menjaga wisata Benteng Amsterdam yang terdapat di Negeri Hila Kecamatan Leihitu Maluku Tengah, selain dinas Pariwisata , wisatawan diharapkan lebih aktif dalam mempromosikan wisata Benteng Amsterdam kepada khalayak luas melalui akun-akun media sosial *Facebook* dalam bentuk gambar dan video yang memperlihatkan keindahan dan kokohnya benteng peninggalan belanda tersebut.

Benteng Amsterdam merupakan destinasi wisata sejarah yang belum terpublikasi secara maksimal, benteng peninggalan Belanda yang letaknya di perbatasan antara Negeri Hila dan Negeri Kaitetu, Kecamatan Leihitu, Kabupaten Maluku Tengah, sekitar 42 km dari kota Ambon. Letak benteng ini tepat di samping pantai Negeri Hila,

Upaya mempromosikan pariwisata benteng amsterdam melalui media sosial inilah yang membuat penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “ **Pemanfaatan Media Sosial Dalam Promosi Pariwisata Benteng Amsterdam Negeri Hila Kecamatan Leihitu** ”

⁵ Qualman, E. *Socialnomics, How social media transforms the way we live and do business*, (Canada: John Wiley & Sons, Inc, 2013), hlm. 316.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas menyangkut latar belakang masalah, adapun yang menjadi sub masalah tersebut adalah:

1. Bagaimana -bentuk promosi wisata Benteng Amsterdam Negeri Hila Kecamatan Leihitu melalui Media Sosial ?
2. Apa saja hambatan dalam mempromosikan Wisata Benteng Amsterdam Negeri Hila dengan menggunakan sosial media?

C. Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak melebar dari substansi penelitian maka peneliti membatasi penelitian ini seputar Promosi Wisata Benteng Amsterdam Negeri Hila Kecamatan Leihitu Melalui Media Sosial

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sejauh mana Promosikan Wisata Benteng Amsterdam Negeri Hila Kecamatan Leihitu melauai Media Sosial
2. Untuk mengetahui hambatan dalam mempromosikan Wisata Benteng Amsterdam dengan menggunakan sosial media

E. Manfaat Penelitian

1. Diharapkan penelitian ini dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan tentang Pariwisata Benteng Amsterdam yang berada di Maluku
2. Sebagai masukan bagi para wisatawan untuk meningkatkan promosi dan mengembangkan segala pariwisata yang berada di daerah masing-masing.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif, yaitu suatu tipe penelitian yang bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Dalam penelitian ini telah diuraikan mengenai “Pemanfaatan Media Sosial dalam mempermosikan Wisata Benteng Amsterdam Negeri Hila Kecamatan Leihitu.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan selama satu bulan yaitu setelah proposal ini di seminarkan dan bertempat di Benteng Amsterdam Negeri Hila Kecamatan Leihitu Maluku Tengah

C. Informan Penelitian

Pada penelitian ini, informan yang dipilih oleh peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* menurut dan/atau jabatan. Penentuan informan dalam penelitian ini didasarkan kepada pertimbangan tertentu, yakni dapat dipandang memberikan data yang valid secara maksimal. Informan penelitian ini adalah :

Berikut adalah tabel rincian penentuan informan.

Tabel 3.1 : Daftar Informan Penelitian

NO	Katagori	JABATAN	JUMLAH (orang)
1	Raja/Penjabat Negeri	Pimpinan	1
2.	Penjaga Benteng	Penganggung Jawab	1
3.	Tour Guide	Pendamping Wisatawan	1
4	Wisatawan	Pengunjung	10
Jumlah			13

D. Jenis Data dan Sumber Data

- 1) Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dilapangan yang bersumber dari wawancara dengan informan dan hasil observasi dengan melihat langsung proses
- 2) Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui pembacaan buku-buku referensi, media cetak, media elektronik dan dokumentasi media yang digunakan yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.³⁹

³⁹ Sudiono , *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta : Rajawali Press, 2001, h. 40

E. Teknik Pengumpulan Data

- 1) Observasi yaitu pengenalan wilayah secara langsung dengan melakukan pengamatan, mendengar dan mencatat berbagai masukan dengan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan serta ikut terlibat dalam aktivitas yang pernah dilakukan oleh informan.
- 2) Wawancara bebas dan mendalam (*in-depth interview*) yakni dengan membacakan daftar pertanyaan atau pedoman wawancara kepada informan dengan tujuan untuk mendapatkan keterangan yang sesungguhnya mengenai “Promosi Wisata Benteng Amsterdam Negeri Hila melalui Media Sosial”.
- 3) Studi kepustakaan merupakan teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan pembahasan di atas.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dalam bentuk narasi realisme berdasarkan informasi yang diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dan sumber-sumber lain yang dianggap relevan dengan penelitian. Metode penelitian kualitatif dipandang sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau tulisan dari orang dan perilaku yang diamati.

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Dengan membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan diantara dimensi-dimensi uraian.

Untuk menganalisis data penelitian ini digunakan analisis data model interaktif Miles dan Huberman, yaitu terdapat empat proses yang berlangsung secara interaktif.

Pertama, Pengumpulan data, mengumpulkan data yang sebanyak-banyaknya untuk dapat memberikan jawaban dari permasalahan yang sedang dikaji dalam sebuah penelitian. Data yang diperoleh bersifat kualitatif, yang akhirnya setelah diolah dapat dibuang berbagai informasi yang dianggap tidak perlu.

Kedua, reduksi data, karena data masih bersifat tumpang tindih, maka perlu direduksi dan dirangkum. Dalam proses ini data dipilah-pilah dan disederhanakan pada pokok-pokok permasalahan yang relevan, memfokuskan pada masalah yang penting. Dengan cara seperti ini susunan data lebih sistematis dan memberikan gambaran realita. Sedangkan data yang tidak diperlukan disingkirkan, untuk memberi kemudahan dalam menampilkan, menyajikannya dan menarik kesimpulan sementara.

Ketiga, Penyajian Data, yaitu untuk melihat secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dalam penelitian

data yang telah dipilah-pilah dan disisihkan tersebut telah disusun sesuai kategori yang sejenis untuk ditampilkan selaras dengan permasalahan yang dihadapi.

Keempat, Menarik Kesimpulan, merupakan proses untuk penarikan kesimpulan dari berbagai kategori data yang telah direduksi dan disajikan untuk menuju pada kesimpulan akhir yang mampu menjawab, menerangkan tentang berbagai permasalahan penelitian.⁴⁰

Langkah analisis data bertujuan untuk mencari dan menata data secara sistematis dari catatan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan. Dengan melakukan pengkajian dan penyusunan secara sistematis semua transkrip wawancara, catatan lapangan, bahan-bahan yang telah dihimpun untuk memperoleh deskripsi secara utuh tentang” Promosi

⁴⁰ Burhan Bungin 2007. *Penelitian Kualitatif. Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana Premana Media Group 2007

Wiasata Benteng Amsterdam Negeri Hila Kecamatan Leihitu Maluku Tengah melalui Media Sosil.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Dunia yang terpengaruh arus globalisasi sudah menimbulkan banyak peluang baru. Pariwisata adalah salah satunya. Pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan tempat wisata Benteng Amsterdam yang berada di Negeri Hila sangat Efektif, karena melalui media sosial, Facebook, Intagram, Twitter dapat menarik wisatawan domestik maupun internasional untuk berkunjung ke Benteng Amsterdam, karena sebagian penduduk bumi adalah pengguna sosial media yang aktif sehingga pesan dan informasi tersampaikan dengan cepat, Media Internet atau media sosial memang memiliki peran yang penting dalam meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan.
2. Terdapat beberapa kendala dan hambatan dalam mempromosikan Benteng Amsterdam .minimnya konektivitas internet , minimnya sarana prasarana umum, kurangnya Sumber daya manusia untuk mengelola website resmi wisata Benteng Amsterdam, dan masih kurangnya perawatan Benteng Amsterdam karna kurangnya perhatian pemerintah Daerah padahal pengelola Benteng telah merawat tempat wisata tersebut sesuai petunjuk Kementerian Pendidikan Balai Pelestarian Cagar Budaya.

B. SARAN

1. Agar Pemerintah daerah dan Kementrian Pendidikan Balai Pelestarian Cagar Budaya, memperhatikan situs sejarah tersebut karena merupakan warisan yang harus di jaga, dengan membangun fasilitas yang lebih memadai terutama menyediakan Wi-Fi agar pengelola Benteng dapat dengan mudah memanfaatkan sosial median untuk mempromosi wisata bersejarah tersebut.
2. Diharapkan setahun sekali ada perawatan wisata sejarah tersebut agar bangunannya terjaga dan makin banyak wisatawan yang berkunjung Benteng tersebut.



Daftar Pustaka

- A. Simanjuntak Bungaran, Flores Tanjung, dkk, *Sejarah Pariwisata : Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*, (Jakarta : Buku Obor, 2017),
- Andreas M Kaplan,. Michael Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, (Business Horizons, 2010
- Bungin Burhan 2007. *Penelitian Kualitatif. Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana Premana Media Group 2007
- B.Uno Hamzah , *Teori Motivasi dan Pengukurannya: Analisis di Bidang Pendidikan, Benteng Indonesia*. Pusat Dokumentasi Arsitektur. 2008. Retrieved August 26, 2013.
- Bungin Burhan, *Komunikasi Pariwisata*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga Cetakan Pertama* . (Yogyakarta: Andi
- Cangara Hafien *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2011
- _____ *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2011
- _____ *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2011
- Desky M. A., *Manajemen Perjalanan Wisata*, (Yogyakarta: Adicita Karya Nusa, 1991),
- Irawan Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Liberty, 2003)
- Ismayanti, *Pengantar Pariwisata*, (Jakarta: PT Gramedia Widisarana, 2010),
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Kesebelas*. (Jakarta : PT. Prehallindo, 2000)
- M. Romli Asep Syamsul, *Jurnalistik Online*, edisi kedua, 2018
- Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa cet 1*, (Jakarta: Kencana, 2013),
- Muhammad, *Ekonomi Bisnis Islami*. (Yogyakarta: AMP-YKPN, 2004).
- Rahmadi Arif , *Tips Produktif Bersosial Media*, (Jakarta: PT Gramedia, 2016),

Rangkuti Freddi, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2009).

Spillane James J., *Ekonomi Pariwisata : Sejarah dan Prospeknya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1987),

Sakti Hadiwijoyo Suryo, *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat; Sebuah Pendekatan Konsep*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012)

Sulianta Feri, *Keajaiban Sosiaimedia*, (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2015),

Socialnomics Qualman, E., *How social media transforms the way we live and do business*,(Canada: John Wiley & Sons, Inc, 2013),

Sudarsono Heri, *Konsep Ekonomi Islam Edisi Pertama Cetakan Ketiga*.

Sudiono , *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta : Rajawali Press, 2001,

Suryadana, M Liga dan Octavia Vanny, *Pengantar Pemasaran Pariwisata*, (Bandung: Alfab, 2015),

Septiawan S Kurnia, , *Jurnalisme Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005),

Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi 2008)

_____ , *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi 2008),

William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 1996),

Yoeti Oka A., *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi*, (Jakarta : Kompas, 2008),

<https://www.jpnn.com/news/generasi-milenial-diminta-manfaat-media-digital-untuk-promosikan-wisata-lokal>

<http://fithatyho.blogspot.co.id/2012/03/sejarah-negeri-hila.html>

<https://indonesiatraveler.id/mengupas-sejarah-benteng-amsterdam-di-ambon/>

<https://indonesiatraveler.id/mengupas-sejarah-benteng-amsterdam-di-ambon/>

<https://jabar.sindonews.com/read/31/1/generasi-milenial-bisa-jadi-ujung-tombak-promosi-pariwisata-1531998436>

<https://medialampung.co.id/2019/10/15/peran-generasi-millennial-dalam-promosi-wisata-lambar/>

0



Dokumentasi



=098









KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI AMBON
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

Jl. Dr. H. Tarmizi Taher Kebun Cengkeh Batu Merah Atas – Ambon 97128
Telp. (0911) 344816 Fax. (0911) 344315 Email : iain_Ambon07@yahoo.com

Nomor : B-430/In.09/3/3-a/TL.00/09/2020
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Ambon, 09 September 2020

Kepada Yth :
Kepala Badan Kesbangpol
Kabupaten Maluku Tengah
Di
Masohi

Assalamualaikum Wr, Wb.

Dalam rangka proses penyelesaian studi mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Ambon, maka dengan ini kami memohon kepada Bapak/Ibu agar memberikan izin penelitian skripsi kepada :

Nama : Nursia Ollong
NIM : 150402063
Jurusan : Jurnalistik
Semester : XI (Sebelas)
Alamat : Kompleks IAIN Ambon
Judul Skripsi : Promosi Wisata Benteng Amsterdam di Negeri Hila Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah Melalui Media Sosial.
Lokasi : Negeri Hila
Waktu : 14 September – 14 Oktober 2020

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb



Dr. Yusen Assagaf, M.Fil.I
NIP.19700223 200003 1 002

Tembusan :
Rektor IAIN Ambon.