

SKRIPSI
PERAN SOSIAL MEDIA DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI
WISATA LEDOK SAMBI, PAKEM, SLEMAN YOGYAKARTA



OLEH
ENJELIN TOTONONU
519101266

PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2023

HALAMAN JUDUL

SKRIPSI

**PERAN SOSIAL MEDIA DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI
WISATA LEDOK SAMBI, PAKEM, SLEMAN YOGYAKARTA**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Derajat Sarjana
Pariwisata Di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

OLEH

ENJELIN TOTONONU

519101266

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PERAN SOSIAL MEDIA DALAM MEMPROMOSIKAN DESTNASI

WISATA LEDOK SAMBI, PAKEM, SLEMAN YOGYAKARTA



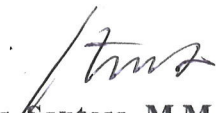
OLEH

ENJELIN TOTONONU

519101266

Telah disetujui Oleh :

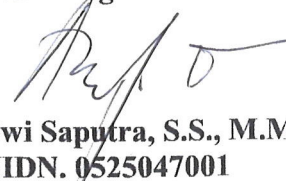
Pembimbing I


Drs. Santosa, M.M
NIDN. 0519045901

Pembimbing II


Hermawan Prasetyanto, S.Sos., S.ST., M.M
NIDN. 0516057102

Mengetahui
Ketua Program Studi


Arif Dwi Saputra, S.S., M.M
NIDN. 0525047001

BERITA ACARA UJIAN
PERAN SOSIAL MEDIA DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI
WISATA LEDOK SAMBI, PAKEM, SLEMAN YOGYAKARTA
SKRIPSI

OLEH
ENJELIN TONONU
519101266

Telah di Pertahankan Di depan Tim Penguji
dan Dinyatakan **LULUS**
Pada Tanggal: **15 Juni 2023**

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Fian Damasdino, S.IP., M.Sc
NIDN. 0509118801



Pembimbing I : Drs. Santosa, M.M
NIDN. 0519045901



Pembimbing II : Hermawan Prasetyanto, S.Sos., S.ST., M.M
NIDN. 0525047001



Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini, mahasiswa Jurusan
Kepariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta:

Nama : Enjelin Totononu

NIM : 519101266

Program Studi : Pariwisata

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **“Peran Sosial Media Dalam Mempromosikan Destinasi Wisata Ledok Sambu, Pakem, Sleman Yogyakarta”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian dari bulan Maret-Juni 2023.
2. Skripsi ini bukan merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang timbul jika pernyataan ini tidak benar.

Yogyakarta, Juni 2023



Enjelin Totononu
NIM: 519101266

HALAMAN MOTTO

Jangan menilai saya dari kesuksesan, tetapi nilai saya dari seberapa sering saya jatuh dan berhasil bangkit kembali. Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kusembahkan kepadaMu ya Tuhan, Tuhan Yang Maha Esa dan Maha Kuasa. Atas atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku, dalam meraih cita-cita.

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk, ayah dan ibu...

Terima kasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar ini. Lalu teruntuk Ibu, terima kasih juga atas limpahan doa yang tak berkesudahan. Serta segala hal yang telah ibu lakukan, semua yang terbaik.

Terima kasih juga yang tak terhingga untuk para dosen pembimbing, teman-teman terdekat Efiyana, Dian, Selin, Zelda, Regina, Yuyu, Wilny dan seluruh teman-teman studi lanjut yang memberikan semangat dan motivasi kepada saya. Terima kasih juga untuk semua pihak yang mendukung keberhasilan skripsi saya yang tidak bisa saya sebut satu per satu.

KATA PENGANTAR

Penguji mengucapkan Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya, dengan usaha sepenuh hati dari awal penulisan hingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Sosial Media Dalam Mempromosikan Destinasi Wisata Ledok Sambu”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa penting peran sosial media untuk mempromosikan destinasi wisata.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan secara langsung maupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Drs. Santosa, M.M. selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dengan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Hermawan Prasetyanto, S. Sos., S.T., M.M. selaku Pembimbing II yang dengan sabar dan bijaksana memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Fian Damasdino, SIP., M.Sc selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi ini secara keseluruhan.

4. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak Arif Dwi Saputra. S.S., M.M. selaku Ketua Jurusan Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah berkenan menyetujui judul skripsi yang penulis ajukan.
6. Ucapan terakhir kepada pihak yang telah memberikan dorongan doa dan semangat yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis sangat menghargai dan mengharapkan setiap kritik dan saran yang menjadi motivasi penulis untuk menjadi lebih baik. Penulis juga mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, juni 2023

Penulis
Enjelin Totononu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka	6
1. Destinasi Wisata	6
2. Sosial Media	7
3. Promosi	11
4. Bauran Promosi	13
5. Fungsi Promosi	15
6. Tujuan Promosi	16
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Pemikiran	21

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Desain Penelitian	22
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	22
C. Teknik Cuplikan Atau Subjek Penelitian	23
D. Sumber Data	23
E. Teknik Pengumpulan Data	23
F. Keabsahan Data	26
G. Metode Analisis Data	27
H. Alur Penelitian	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian	30
1. Gambaran Umum Wisata Ledok Sambu	30
2. Sejarah Ledok Sambu	31
3. Pengembangan Wisata Ledok Sambu	34
4. Jejaring Kerja Sama	36
5. Visi Dan Misi Ledok Sambu	37
6. Struktur Organisasi	38
7. Atraksi Wisata di Ledok Sambu	38
8. Fasilitas di Ledok Sambu	40
B. Hasil Pembahasan	41
1. 3A (Attraction, Amenity, Accessibility)	41
2. Sosial Media, Promosi, Destinasi	45
3. Promosi	53
4. Destinasi.....	54

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	56
B. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Data Subyek Wawancara	25
Tabel 4. 1 Fasilitas Ledok Sambu	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 Dena Ledok Sambu	31
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Ledok Sambu	38
Gambar 4.3 Suasana Sungai.....	42
Gambar 4.4 View Gunung Merapi.....	43
Gambar 4.5 Instagram Ledok Sambu	48
Gambar 4.6 Tiktok Ledok Sambu.....	50
Gambar 4.7 Facebook Ledok Sambu	51
Gambar 4. 8 Twitter Ledok Sambu.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 3 Dokumentasi

Lampiran 4 Pedoman Wawancara

Lampiran 5 Transkrip Wawancara

Lampiran 6 Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan destinasi wisata di media sosial seperti instagram, tiktok, yang sudah lama digunakan sebagai sarana meningkatkan wisatawan, mengetahui tingkat keberhasilan menarik minat kunjungan wisatawan dalam melakukan promosi wisata Ledok Sambu dengan menggunakan media promosi yang berbentuk instagram.

Penelitian ini yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang diolah merupakan ringkasan yang mempengaruhi sosial media terhadap destinasi wisata Ledok Sambu, yang didapatkan dari hasil wawancara dari pengelola sosial media dan pengelola Ledok Sambu. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi sedangkan teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini melakukan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa Ledok Sambu sudah lama menggunakan sosial media berbentuk instagram, yang sekarang lebih di kenal oleh wisatawan atau pengunjung yang datang ke Ledok Sambu.

Kata kunci: Sosial Media, Instagram, Ledok Sambu.

ABSTRACT

This research aims to promote tourist attractions on social media such as Instagram, tiktok, which has long been used as a means to increase tourists, knowing the success rate of attracting tourist visits in promoting Ledok Sambu tourism by using promotional media in the form of Instagram.

This research used is a qualitative research method with a descriptive approach. The data processed is a summary that affects social media to the tourist attraction of Ledok Sambu, which was obtained from the results of interviews from social media managers and managers of Ledok Sambu. The data collection techniques carried out in this study are interview, observation, and documentation techniques while the data analysis techniques carried out in this study carry out data reduction, data presentation, and draw conclusions.

The results of this research found that Ledok Sambu has been using social media in the form of Instagram for a long time, which is now better known by tourists or visitors who come to Ledok Sambu.

Keywords: Social Media, Instagram, Ledok Sambu.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan destinasi wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Menurut UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Pariwisata dalam pasal 1 ayat 3, pariwisata adalah segala jenis aktivitas wisata dan didukung dengan segala fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, maupun pemerintah daerah.

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 menyatakan bahwa destinasi wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan (Setyorini, Farida, & Kristiyana, 2018). Destinasi wisata merupakan keaslian dalam menentukan kriteria kualitas destinasi wisata, baik dari segi orisinalitas, maupun otentisitas nya. (Hermawan & Ghani, 2018).

Seiring berkembangnya internet dan *technology* maka media dalam komunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat salah satunya

new media atau media baru yang bersifat digital salah satunya adalah munculnya media sosial seperti facebook, instagram, twitter, tiktok dan lainnya. Internet merupakan medium yang mampu mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk terdahulu, yang berfokus pada proses komunikasi.

Salah satu Provinsi yang menarik untuk menjadi tujuan wisata adalah Daerah Istimewa Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar merupakan salah satu kota pariwisata yang memiliki berbagai macam objek wisata yang dapat kita temui mulai dari wisata sejarah, wisata budaya, wisata pendidikan wisata buatan serta wisata alam. Salah satunya adalah desa wisata Ledok Sambi yang merupakan kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik tertentu yang kemudian berpotensi dikembangkan untuk menarik pengunjung. Karakteristik desa tersebut diolah dan dikemas lebih menarik guna menjadi tujuan wisata. Ledok Sambi sendiri sangat kaya akan destinasi wisata namun, Ledok Sambi sendiri masih terbilang kurangnya dalam mempromosikan destinasi wisata melalui media sosial dikarenakan kurang aktif atau update. Dengan adanya sosial media Nantinya hasil penelitian dapat menjadikan masukan bagi masyarakat dalam mempromosikan pariwisata. Karena nuansa alam yang masih asri dan indah dimana banyak menyediakan paket wisata yang menarik perhatian pengunjung. Maka masalah utama adalah beberapa akun sosial media Ledok Sambi tidak aktif dan kurangnya sumber daya manusia yang berpartisipasi mengelolah sosial media seperti Twitter,

facebook, Sosial media saat ini menjadi alat yang cukup fenomenal dan banyak digunakan oleh masyarakat. Mengingat mudahnya akses yang digunakan dan bisa dijangkau oleh kalangan umum maka sosial media dijadikan sebagai alat promosi. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana peran sosial media dalam mempromosikan destinasi wisata yang dilakukan pihak pengelola Ledok Sambi khususnya melalui Sosial Media Dalam Mempromosikan Wisata Ledok Sambi ditengah munculnya berbagai tempat wisata yang baru dan wisata lainnya sehingga jumlah kunjungan dan popularitas Ledok Sambi dapat lebih meningkat. Kegiatan pemasaran tersebut tentunya juga menjadi salah satu hal yang sangat diperhatikan oleh pihak pengelola Ledok Sambi agar tetap *eksis* di dunia pariwisata.

B. Fokus Masalah

Pentingnya media promosi, untuk media promosi model sekarang ini menggunakan sosial media, dikarenakan banyak orang yang memerlukan sosial media promosi untuk platform yang digunakan berbentuk media promosi instagram, yang digunakan untuk melakukan promosi. Berdasarkan latar belakang di atas maka fokus masalah yang akan diteliti adalah Bagaimana Peran Sosial Media Dalam Mempromosikan Destinasi Ledok Sambi.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui Peran Sosial Media Dalam Mempromosikan Destinasi Ledok Sambi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan ini dapat dijadikan bahan studi perbandingan selanjutnya serta akan menjadi sumbangsih pemikiran ilmiah untuk melengkapi kajian-kajian yang dapat mengarahkan pada peran sosial media dalam mempromosikan destinasi wisata desa Ledok Sambu, ada beberapa manfaat teoritis sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan bagi peneliti sejenis di masa yang akan datang.
- b. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi bagi dunia Pendidikan dan bagi pengembangan pariwisata.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat diharapkan menjadi salah satu sumbangan pemikiran serta bahan masukan untuk pelaksanaan bagaimana peran sosial media dalam mempromosikan destinasi wisata desa wisata Ledok Sambu, ada beberapa macam manfaat praktis sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti
 - 1) Penelitian ini dapat menjadi sarana memperkaya ilmu pengetahuan dan mengembangkan wawasan peneliti tentang keberadaan Peran Sosial Media Dalam Mempromosikan Destinasi Ledok Sambu.

- 2) Melatih kemampuan penulis untuk melakukan penelitian ini sekaligus menuangkan hasilnya dalam bentuk tulisannya.

b. Bagi Mahasiswa

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber pemikiran kepada pembaca mengenai Peran Sosial Media Ledok Sambi.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan acuan peneliti bagi mahasiswa program studi pariwisata.