

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Peran Sosial Media Dalam Mempromosikan Daya Tarik Ledok Sambu, yang dilakukan di Dusun Sambu terhadap dua subjek yang berbeda di atas, peneliti dapat menyimpulkan dari hasil temuan yang didapatkan di lapangan bahwa ada beberapa point sebagai berikut:

1. Ledok Sambu sudah sejak lama menggunakan sosial media berbentuk instagram dalam mempromosikan daya tarik wisatanya namun demikian yang masih aktif atau yang paling sering digunakan instagram.
2. Sosial media Ledok Sambu yang mengelola adalah orang-orang yang berkompeten sehingga menyampaikan informasi atau ketika menggambarkan dan memposting gambar-gambar atau video-video yang dijabarkan oleh pengelola, adapun orang-orang khusus yang mengelola sosial media Ledok Sambu ketika mengunduh konten, gambar dan video-video yang bagus dan menarik.
3. Wisatawan yang menjadi subjek penelitian ada 5 orang menyatakan bahwa sosial media yang digunakan oleh Ledok Sambu dalam mempromosikan daya tariknya cukup memikat atau menarik perhatian sehingga Ledok Sambu menjadi terkenal, meningkatkan pengunjung dan wisatawan atau tamu mengatakan bahwa mengenal

Ledok Sambi dari unggahan-unggahan atau konten-konten yang ada di sosial media instagram Ledok Sambi.

Oleh karena itu Ledok Sambi yang berada di dusun sambi menghadirkan ide-ide kreatif dan inovatif dalam membuat konten-konten ada paket wisata yang ditawarkan yaitu paket outbound, tempat persewaan pelatihan, camping, penambahan dengan adanya warung untuk memudahkan wisatawan yang datang.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran untuk pengelolaan Ledok Sambi, yaitu sebagai berikut:

1. Perbanyak konten-konten kreatif, terutama di tiktok seharusnya lebih banyak konten.
2. Sosial Media Instagram masih perlu ditingkatkan kembali dalam pembuatan konten-konten, dan penyajian fitur-fitur terbaru.
3. memperbanyak merekrut anggota untuk mengelola sosial media lebih dari empat orang supaya semua platform sosial media Ledok Sambi semuanya aktif kembali.
4. Kurangnya sumber daya manusia.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Abidin, Zainal. (2007). *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT, Raja Grafindo Persada.

Moleong, J.L. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.

Karyono, J. L. (2012). *Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.

Sugiyono. (2007). *Metode penelitian bisnis*, Bandung, Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kombinasi*, Bandung, Alfabeta.

### Jurnal dan skripsi

Anisa choirul hilda. 2015. Media sosial sebagai sarana promosi dikalangan mahasiswa dalam bisnis online (studi deskriptif kualitatif bisnis *online* melalui aplikasi bbm pada mahasiswa universitas islam Indonesia Yogyakarta). Fakultas ilmu sosial dan humaniora. Universitas islam negeri sunan kalijaga.yogyakarta.

Andharia, Tejal. (2012). *Study of Online Social Media Marketing Tool -Will This Today's Emerging Internet Marketing Tool be an Effective Internet Marketing Tool of Tomorrow*. India : Gujarat Perspective.

Carlson, N. (2010, March 5). *At Last –The Full Story Of How Facebook Was Founded*. *Business Insider*.

Fatimah Nur Arifah, M. Kom.1. Analisis Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Dalam Bisnis *Online*. Prodi Manajemen Informatika, STMIK Bina Patria Magelang jurnal informasi dan pengembangan iptek (STMIK bina patria)

Ratna, (2016), manajemen pemasaran secara *online* di desa wisata kota yogyakarta.skripsi. universitas islam negeri sunan kalijaga.

Suru, F. (2020). *Wisata Halal: Konsep dan Aplikasi*.

Zahrotul umami.2015. jurnal interaksi, volume 4 nomor 2 “sosial strategi pada media sosial untuk promosi pariwisata daerah istimewa Yogyakarta program studi magister ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial politik universitas diponegoro. Semarang.

## **Internet**

<https://www.merdeka.com/jabar/mengenal-pengertian-pariwisata-menurut-para-ahli-berikut-penjasannya-klm.html> (Diakses pada tanggal 15 Januari)

[http://eprints.u\\_ms.ac.id/47635/29/BAB%20II.pdf](http://eprints.u_ms.ac.id/47635/29/BAB%20II.pdf) (Diakses pada tanggal 15 Januari)

<https://123dok.com/document/y9gdwjvq-pemberdayaan-masyarakat-pengelolaan-wisata-pakembinangun-sleman-istimewa-yogyakarta.html> (Diakses pada tanggal 15 Januari)

[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=EEb8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=pariwisata+adalah+&ots=1Meh4phl6f&sig=nd81AhUtEAvgZo\\_USiStjxA\\_XH](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=EEb8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=pariwisata+adalah+&ots=1Meh4phl6f&sig=nd81AhUtEAvgZo_USiStjxA_XH) (Diakses pada tanggal 15 Januari)

[file:///C:/Users/L%20E%20N%20O%20V%20O/Downloads/6951-Article%20Text-17527-1-10-20190102%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/L%20E%20N%20O%20V%20O/Downloads/6951-Article%20Text-17527-1-10-20190102%20(1).pdf) (Diakses pada tanggal 15 Januari)

[https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/6291-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/6291-Full_Text.pdf) (Diakses pada tanggal 15 Januari)

[http://repository.unpas.ac.id/34288/4/BAB%20II\\_Landasan%20Teori%20.pdf](http://repository.unpas.ac.id/34288/4/BAB%20II_Landasan%20Teori%20.pdf) (Diakses pada tanggal 28 Januari)

<http://repository.stie-mce.ac.id/1104/3/BAB%202.pdf> (Diakses pada tanggal 28 Januari)

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : [www.ampta.ac.id](http://www.ampta.ac.id) Email : [info@ampta.ac.id](mailto:info@ampta.ac.id), [ampta@yahoo.co.id](mailto:ampta@yahoo.co.id)

Nomor : 544/Q.AMPTA/IV/2023  
Lampiran : 1 bendel  
Hal : Permohonan Penelitian

03 April 2023

Yth. Pengelola Desa Wisata Ledok Sambu  
Jalan Kaliurang No. 2 Area Sawah, Pakenibinangun, Kecamatan Pakem  
Kabupaten Sleman

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Desa Wisata Ledok Sambu Kabupaten Sleman selama 2 bulan terhitung mulai tanggal 05 April 2023 sampai dengan tanggal 04 Juni 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Enjelin Totononu  
No. Induk Mahasiswa : 519101266  
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul :

**Peran Sosial Media dalam Mempromosikan Daya Tarik Wisata di Desa Wisata Ledok Sambu (proposal penelitian terlampir).**

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Diputus kami,  
Ketua  
  
Drs. Prihatno, M.M

## Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian



### SURAT KETERANGAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Yetti Lutiyan Suprpto, S.K.H, M.Sc.  
Instansi : Ledok Sambu  
Jabatan : Manajer Ledoksambu

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini telah melaksanakan *penelitian/projek tugas akhir* di organisasi kami:

Nama : Enjelin Totononu  
Nomor Induk Mahasiswa : 519101266  
Prodi / Fakultas : Pariwisata  
Universitas : Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta  
Judul penelitian : Peran Sosial Media Dalam Mempromosikan Daya Tarik Wisata di Ledoksambu

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan. Atas perhatian dan Kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 10 april 2023

Manajer Ledoksambu

  
Yetti Lutiyan Suprpto, S.K.H, M.Sc.



### Lampiran 3 Dokumentasi



**Wawancara bersama pengelolaan Ledok Sambi ibu Yeti Lutiyan**





**Wawancara Bersama pengelolaan sosial Media Ledok Sambi mas Adi hermanu**



**Kondisi Teraphy Ikan**



**Kondisi Ledok Sambi**

## **Lampiran 4 Pedoman Wawancara**

### **PEDOMAN WAWANCARA**

#### **Pedoman wawancara kepada pengelola Ledok Sambu**

Narasumber :

Hari/Tanggal :

Lokasi :

Jabatan :

Keterangan : A (Angel), B (pengelola Ledok Sambu)

assalamualaikum, Selamat sore bu, sebelumnya perkenalkan nama saya Angeline Totononu, maksud dan tujuan saya ke sini untuk observasi tentang penelitian skripsi saya yang berlokasi di sini bu,disini saya ada beberapa pertanyaan buat ibu, sebelumnya mohon maaf dengan ibu siapa?

1. Sejak kapan terbentuknya desa wisata Ledok Sambu?
2. Apa ada sejarah tentang Ledok sambu?
3. Apakah Ledok Sambu berdiri sendiri atau bekerja sama dengan perusahaan?
4. Apa saja yang menjadi daya tarik wisata Ledok Sambu?
5. Apakah Ledok Sambu pernah menyelenggarakan event-event wisata? Jika pernah event-event apa saja?
6. Apa saja paket wisata yang ditawarkan untuk tamu/wisatawan?
7. Apa saja potensi wisata yang ada di desa wisata Ledok Sambu?
8. Bagaimana cara pengelola menanggapi adanya wisata serupa yang menawarkan paket wisata yang sama dengan Ledok Sambu?

9. Apakah masyarakat desa sambi mendukung penuh hadirnya wisata Ledok Sambu?
10. Apakah desa wisata Ledok Sambu bekerjasama dengan dinas pariwisata atau instansi lainnya?
11. Apakah adanya diskon atau potongan harga untuk tamu pada hari-hari tertentu? Contohnya lebaran atau hari raya lainnya?

## **PEDOMAN WAWANCARA**

Pedoman wawancara kepada pengelola Ledok Sambu

Narasumber : Mas Adi hermanu

Hari/Tanggal : selasa 11 april 2023

Lokasi : Ledok Sambu

Jabatan : Pengelola sosial media Ledok Sambu

Keterangan : A (Angel), B (Mas Adi Hermanu/ pengelola sosial media Ledok Sambu)

assalamualaikum, Selamat Siang mas adi , sebelumnya perkenalkan nama saya Angeline Totononu, maksud dan tujuan saya ke sini untuk observasi tentang penelitian skripsi saya yang berlokasi di sini mas,disini saya ada beberapa pertanyaan buat mas, sebelumnya mohon maaf dengan mas siapa?

1. Sejak kapan wisata Ledok Sambu memiliki sosial media?
2. Media sosial apa saja yang digunakan untuk mempromosikan daya tarik wisata Ledok Sambu?
3. Apakah semua akun sosial media Ledok Sambu aktif?
4. Menurut mas seberapa pentingnya mempromosi daya tarik wisata Ledok Sambu melalui sosial media?
5. Kegiatan apa saja yang di posting di sosial media?
6. Apakah ada kendala yang dialami saat melakukan promosi di media sosial?
7. siapa-siapa saja yang pegang Ledok Sambu?
8. Media sosial apa saja yang sering digunakan untuk promosi dan mengapa?

9. Mengapa lebih memilih media sosial Instagram agar tamu-tamu tertarik ke Ledok Sambu?
10. Apakah dengan menggunakan media sosial lebih efektif?
11. Dari mana sumber konten-konten untuk mengisi sosial media?
12. Apa alasan pihak Ledok Sambu menggunakan Instagram sebagai salah satu sosial media yang digunakan?
13. Sejak kapan Ledok Sambu menggunakan sosial media Instagram dan media sosial lainnya?
14. Apa kendala yang dialami tim pemegang sosial media Ledok Sambu?
15. Kegiatan apa saja yang biasa di upload di sosial media Ledok Sambu?
16. Bagaimana strategi Instagram, Tiktok, facebook, twitter, dalam menarik kunjungan tamu/wisatawan?

## **PEDOMAN WAWANCARA**

Pedoman wawancara kepada tamu Ledok Sambu

Narasumber :

Hari/Tanggal :

Lokasi :

Keterangan :

assalamualaikum, Selamat Siang mba/mas, sebelumnya perkenalkan nama saya Angeline Totononu, maksud dan tujuan saya ke sini untuk observasi tentang penelitian skripsi saya yang berlokasi di sini mas,disini saya ada beberapa pertanyaan buat mbak/mas, sebelumnya mohon maaf dengan mbak/mas siapa?

1. Apakah mba/mas menggunakan sosial media?
2. Sosial media apa yang digunakan mba/mas?
3. Menurut mba/mas apakah sosial media berperan penting di era digital modern?
4. Sudah berapa kali mbak/mas mengunjungi Ledok Sambu?
5. Dari mana mbak/mas mengetahui Ledok Sambu?
6. Apa yang membuat mba/mas tertarik mengunjungi Ledok Sambu?
7. Apakah mba/mas berkunjung ke Ledok Sambu Bersama rombongan atau sendiri? Jika Bersama rombongan kesan apa yang menarik?
8. Apa yang membuat mba/mas memilih berkunjung ke wisata Ledok Sambu?
9. Bagaimana kesan yang di dapat setelah berkunjung ke Ledok Sambu?



## Lampiran 5 Transkrip Wawancara

### Transkrip Wawancara 1

Nama : Yeti lutiyan  
Hari/Tanggal : 10 senin April 2023  
Waktu : 14:00 sampai selesai  
Lokasi : Ledok Sambu  
Jabatan : Pengelola Ledok Sambu  
Keterangan : A (Angel), B (Ibu yetti lutiyan/ pengelola Ledok sambu)

1. Assalamualaikum, Selamat Sore bu, sebelumnya perkenalkan nama saya Angeline Totononu, maksud dan tujuan saya ke sini untuk observasi tentang penelitian skripsi saya yang berlokasi di sini bu,disini saya ada beberapa pertanyaan buat ibu, sebelumnya mohon maaf dengan ibu siapa?

*“Nama saya yeti lutian sebetulnya kalo kami itu disebut sebagai pengelola Ledok Sambu aja”.*

2. Sejak kapan terbentuknya Ledok Sambu ibu?

*“Ledok Sambu itu udah lama 20 tahun yang lalu ya tahun 2003 tapi kami mulai beroperasi itu tahun 2004 gitu, terus apa lagi sejarahnya?”*

3. Iya ibu sejarahnya nya?

*“Ehhh kalo sejarahnya itu awalnya sebelum ada Ledok Sambu ini dari senior kaminin kan inisiasi senior kami, latar belakang nya itu eh pencita alam dari*

sikologi ugm kebanyakn kemudian juga ada beberapa yang dari uui dan kemudian dari beberapa dari babagama dan uny juga ada kalo sekarang si udah umur nya 50 tahunan semuanya yaitu dulu sudah punya bisnis dulu na konsultan bisnis punya yayasan namanya yayasan gaya nah kebutulan yang bergerak di sekitar sini ya yayasan gaya itu nah anak-anak ah mapala jaman dulu kan lebih apanya di bandingkan sekarangkan mungkin lebih mengenal area lereng merapi baik alam maupun apa namanya masyarakatnya sehingga dari aktifitas namanya yayasan yang ada disekitar sini juga latar belakang pecinta alam itu jadi ketemulah sama masyarakat sini kebetulan waktu itu dusun Sambu ini jadi desa wisata yang salah satu desa wisata yang pertama gitu kemudian ngobrol-ngobrol di tunjukin lah area ini setelah ngobrol terus sepakat dan untuk menambah nilai ya dari desa wista lewat dari area ini gimana akhirnya kami punya kompetensi di bidang pelatihan gitu nah kami menjadikan tempat ini menjadi wisata edukatif/edukasi yang rekreatif lah istilahnya seperti itu jadi kayanya memang waktu itu memang namanya belum di kenal sebagai outbound gitu ya tapi pelatihan outdoor jadi edukasi yang rekreatif atau rekreasi yang edukatif lah haha gitu itu awalnya yang awalnya tamu-tamunya juga tau dari 2004 itu ya dari klaen-klaen konsultan kami bisnis konsultan kami awalnya itu trus mulai karna marketingnya door to door ya awal-awal mulai pake email dan door to door mulaila masuk sekolah dan kemudian perusahaan-perusahaan itu mulai masuk sedikit demi sedikit ya progresnya terus naik si gitu”.

4. Terus Ledok Sambu ini berdiri sendiri atau?

*“Kami jadinya perusahaan jadi awalnya memang didirikan selain untuk menambah value dari desa wisata kami juga untuk mendukung program-program yayasan kami biasanya kalo yayasankan pake proposal ya untuk finding untuk cari dana nah ini kami mandiri kami cari dana sendiri gitu untuk menghidupkan yayasan kami begitu tapi karena Yayasan nya ini sedang terbentur peraturan yang baru kementrian yang baru jadi yayasan nya off kami pindah ke CV adanya gitu jadi bentuknya perusahaan CV”.*

5. Apa saja yang menjadi Daya Tarik Wisata Ledok Sambu?

*“Yang paling utama ya tentu saja sungai ya pertama kali orang tertarik ke Ledok Sambu biasanya sungainya gitu ya di gunung ada sungai yang jernih gitu karena mata airnya kemudian airnya tidak dalem bisa buat mandi anak kecil itukan jarang banget di sini nah kemudian juga karena alamnya juga bagus kemudian kompetensi kami di pelatihan nah perusahaan-perusahaan organisasi jadi tertarik untuk mengadakan pelatihan di sini gitu jadi ada dua ada selain kompetensi kami di bidang pelatihan juga alamnya yang bagus trus baru pandemic ini kami tambah warung nah warung ini punya Daya Tarik tersendiri karena warung ini konsepnya kaya peknik kalo peknik kan makanan nya bawah ya kalo di sini makanan nya beli di warung tapi lesehan nya kaya piknik outdoor nah terus masih kami tambah berbagai macam permainan ada jangan ada panahan, benbon ada naik perahu kaya itu bisa di ambil eceran kemping juga banyak keluarga yang suka kemping*

*“mungkin buat pengenalan ke alam anak-anak nya ya pengalaman seru-seruan bersama di alam terbuka”.*

6. Apakah di Ledok Sambi itu sendiri apa saja event-event yang dilakukan?

*“Event ya kalo event itu jarang ya maksudnya event yang kami selenggarakan sendiri itu dalam rangka marketing aja dan event itu juga tidak besar sebetulnya bisnis kami itu bisnis event dikarenakan setiap tamu yang datang itu kan by reservasi kami mau mengadakan outbond begitukan kaya event-event contohnya kaya sekali nah tapi kalo event-event di Indonesia itu sendiri paling mengundang beberapa teman dan beberapa EO dan tour and travel itu untuk mencoba flying fox dulu waktu pertama kali adanya flying fox gratis ya biar mereka juga bisa menjual itu ke klan-klan mereka itu aja, jadi memang event yang memang khusus inisiatif marketing itu aja”.*

7. Apa saja paket wisata yang ditawarkan untuk wisatawan yang berkunjung?

*“Paket wisata yang nanti ditawarkan bisa lihat di brosur paket wisata ada paket camping outbound sama yang eceran itu sebagai fasilitas warung juga ya kami juga itu ada area eceran ada area group, nah kalo group itu ada paket outbound dan paket camping, kalo area wisata atau area eceran itu kami menyediakan warung juga ada camping eceran ada permainan-permainan eceran disini”.*

8. Kalo permainan eceran itu sudah dibuka sejak kapan bu?

*“Baru dibuka Ketika ada warung jadi flying fox kaya panahan jelga paintball Ketika ada warung baru di buka karena sebelumnya itu kan harus reservasi tidak boleh langsung datang ke sini kalo sekarang kan pengunjung umumnya sudah boleh langsung datang ke sini karena kami sediakan arena nya kalo dulu ga karena kami melayani yang reservasi”.*

9. Kalo potensi wisata yang ada di Ledok Sambu itu apa saja bu?

*“Ya potensinya ya alam trus kami tambahkan dari kompetensi profesional sebagai outdoor trainer trus warung trus awalnya dari alam berangkatnya dari alam trus kami itu isinya apa trus lahirnya produk produk ini, karena kami perusahaan yang bukan desa Wisata jadi perusahaan berupa bisnis yang berada lokasinya di Desa Wisata Sambu”.*

10. Apakah ada sejarah kenapa bisa dinamakan Ledok Sambu?

*“Karena kami berada di dusun sambu kemudian ledok itu namanya lembah Ledok itu Bahasa Jawa Bahasa Indonesia nya lembah jadi memang Lembah Sambu jadinya Ledok Sambu”.*

11. Bagaimana cara pengelolaan menanggapi adanya destinasi serupa yang menawarkan paket wisata yang sama dengan Ledok Sambu bagaimana tanggapan pengelola

*“Tidak apa-apa kalo mereka butuh sering silakan datang kesini kami akan dengan sangat senang untuk sering karena banyak juga yang datang kesini”.*

*tidak dari jogja biasanya si, temanggo, semarang, jawa timur, itu pada ke sini untuk sering kemudian mereka akan adopsi di daerah mereka gitu jadi kalo yang di jogja sebetulnya jogja karena daerah wisata, destinasi wisata jauh lebih mudah untuk didatangi wisatawan dari daerah-daerah lain dan di jogja itu kreatif-kreatif tidak ada yang sama kok, meskipun produk-produknya sama kaya outbond kemudian ada warungnya macam-macam sama isinya ya tapi secara packaging itu berbeda jadi ya santai aja yang penting kita itu perbaikan-perbaikan terus yang bikin orang itu mau datang lagi kesini itu apa dan bikin tamu-tamu itu tidak pergi atau terus-terusan balik lagi ke sini atau retensi pelanggan yaitu apa dan menambah lagi pelanggan apa yang bikin menarik itu aja jadi mengisi kesempatan atau potensi-potensi yang masih terbuka”.*

12. Sebelum itu masyarakat itu mendukung ya dengan adanya Ledok Sambu?

*“Mendukung, jadi pertama kali datang kesini itu ada pertemuan antara masyarakat dengan kita masyarakat butuh sesuatu yang bisa untuk nilai tambah file edit dari desa wisata mereka, kami juga kebetulan kompetensi kami juga pas dan kami juga butuh sesuatu yang memang dan waktu itu memang mencari dana ya jadi untuk inisiatif sekaligus untuk belajar juga karena kami juga termasuk organisasi pembelajar jadi sekalian belajar mengelolah bisnis sekalian mencari dana waktu itu buat mendukung proyek-proyek yayasan kami , na kemudian dari rapat” itu juga sudah disepakati bahwa untuk operasional itu juga sinergi masyarakat dengan kami bentuk bentuk nya macem” ada masyarakat yang juga kerja disini macem-macem*

*dari staf tetap, administrative, sampai ke yang jaga parkir, kemudian staff warung, kemudian fasilitator outbound, operator games, ibu ibu pkk yang masak untuk konsumsi group yang outbond gitu, jadi memang Bersama-sama mengelola meskipun secara manajerial kami yang mengatur abis sinerginya bentuknya seperti itu tapi juga kalo semisalnya ada yang minta kegiatan pertanian kami juga dari masyarakat bajak sawa, tanam padi, pete selada, itu semuanya masyarakat yang memfasilitasinya tinggal kami panggil aja gitu”.*

13. Seberapa penting promosi daya tarik wisata di destinasi Ledok Sambi melalui sosial media?

*“Penting banget eh tapi kami mau luruskan lagi ya jadi bukan desa wisata Ledok Sambi tapi Ledok Sambi yang lokasinya berada di desa wisata sambi, media sosial untuk saat ini penting banget gitu karena memeng corong kita dari situ ya sekarang ini, secara biaya lebih sedikit, secara gaung lebih luas kontennya kita bisa isi apa aja sesuai dengan keinginan kita gitu”.*

14. Sejak kapan Ledok Sambi memiliki sosial media?

*“Sejak tahun 2008 facebook pertama kali ya”.*

15. Sesudah facebook?

*“Sesudah facebook tidak lama twietter 2009 ya, kemudian 2011, menjelang awal 2012 ya ya itu instagram, 2021 kami punya tiktok, tapi belum aktif juga sampai sekarang ya cuman untuk biar bisa disebut aja gitu tapi kami lebih, focus ke Instagram karena kan kami yang kami tunjukan visual lebih ke foto,*

*dan video suasana, ekspresi, pengunjung,serta peserta outbound, ekspresi, pengunjung,serta peserta outbound, terus kegiatan apa-apa aja gitu, kami memutuskan yang lebih cocok memang Instagram”.*

16. Berarti yang digunakan sekarang hanya Instagram aja ya bu?

*“Untuk sekarang ini memang Instagram aja yang kami fokusnya meskipun yang lain masih punya tapi dibiarkan berjalan aja gitu, sama kami sangat mempertimbangkan review di google”.*

17. Kendala apa yang sering dialami saat melakukan promosi di media sosial instagram?

*“Kendala”*

18. Iya kendala apa saja bu?

*“Kalau kendala si ga kayaknya ya, karena itu kan secara teknis itu kan mudah ya, cuman memang kita harus memikirkan konten-kontennya gitu, yang lebih kita, bukan karena kendala tapi kita harus put effort yang lebih besar di content, itu dari pada teknis kalo teknis mudah banget, nah konten yang cocok itu apa sih, dan konten yang menarik untuk target kami itu apa”*

19. Apakah dengan menggunakan media sosial lebih efektif?

*“Jelas hahah, jelas itu niscaya ya kalo sekarang ya, itu dulu itu setiap hari itu sebelum tahun 2010 itu setiap hari bisa berkeliling dor to dor kan ke perusahaan-perusahaan, ke sekolah-sekolah, dan tour and travel, satu hari itu cumin bisa mungkin 10, maksimal itu bisa 10 intens kaya gini ya tapi*



*dengan sosial media ga perlu intens kaya gini lo, kan cukup put foto yang menarik atau video yang menarik orang-orang pasti akan langsung tanya atau memang orang atau kantor yang lagi butuh outbound panitianya pasti nyari gitu outbondnya akan muncul dan mereka akan tanya sendiri kesini, itu bisa ribu-ribu kan ininya engagement nya itu udah ga bisa dibandingin lagi ya ahha, secara paparan bisa menjangkau jumlah yang dijangkau gitu”.*

20. Berarti sumber kontent-kontent bisa dilihat dari youtube ya bu?

*“Youtube ada ya, ya kalau youtube itu hanya dokumentasi yang sudah pernah kami tangani atau produk-produk yang sudah kami punya tapi kalo youtube tapi kalo ruang kita untuk menawarkan sesuatu itu ya di Instagram, jadi masing-masing platform itu memang spesifik-spesifik ya, karenakan pengguna nya juga spesifik, jadi bisanya si kalo dulu kan saya instagram saya linkan ke facebook nah memang facebook itu kan itu yang lebih banyak menggunakan karenakan umur-umur anak-anak muda kan jarang ya, jadi orang-orang kantor yang sekarang ini yang mengurus outbond atau yang menjadi pengambilan keputusan kantor-kantor bukan masih usia-usia yang ada di facebook itu kan masih banyak jadi itu masih efektif, jadi di kantor kepalanya yang ngasih keputusan kita outbound di Ledok Sambi aja dan liat postingan di facebook gitu, nah itu kan di usia-usia tidak mudah nah kalo anak-anak mudah ya di Instagram sama tiktok deh keknya, itu mungkin lebih selain ke outbond juga merambah ke sini warung eceran yang dilihat itu tamu-tamu harian, mbah mungkin kalo datang kesini pas ga puasa itu rame banget”.*

21. Apa perbedaan karakteristik pengguna akun Instagram dan pada akun Ledok Sambi dan akun ledok sambi yang lain nya?

*“Nah itu tadi yang facebook itu tadi jadi facebook usianya biasanya 30 tahun keatas ya dan memang banyak yang menjadi pengambil keputusan kalo di organisasi mereka jadi sehingga memang untuk outbond lumayan efektif gitu terus kalo anak-anak mudah Instagram lebih memang Sukanya indah-indah yakan instagrame jadi kalo misalnya warung itu orang misalnya liat oh ada kopi,ada mendoan, di pinggir kali gitu ya kalo yang family sambi ngopi suami, istri ngobrol, kemudian sambil menunggu anaknya yang main disungai gitu itu kan kualitasnya sangat ya sebuah keluarga mudah umur 20-30 an gitu itu cocok banget, untuk anak-anak mudah juga lagi kumpul bareng minumannya macem-macem ada oreo float ada juga mie, itu juga kan disebut tampilan menarik oh bisa toh kek gini , kaya gitu anak-anak kecil yang lagi main kesungai, atau lagi main tembak-tembak jel, itu kan jadi yang dari anak-anak , anak mudah, keluarga mudah, itu kan melihat kaya gitu kan biasanyakan tergoda oh gini bisa ya, kaya gitu, kalo tiktok kami lebih ke sebetulnya yang lebih menggaungkan tiktok Ledok Sambi lewat tiktok yaitu ya user bukan kami sendiri karena anak-anak mudah yang tiktokan disini dan biasanya mereka ngontennya itu entah joget, ya sekhas tiktok itu lah,tapi paling tidak ledok sambi itu tapi paling tidak bisa terceritakan dari tiktok oh udah ada main outbond, flyngfox, tapi tiktokan efektif juga tapi memang kebutuhan tidak lewat kami tapi lewat user lewat tamu-tamu, anak-anak mudah, anak kecil, main tiktok”.*

22. Jadi kegiatan yang tadi itu yang ibu sebutkan bisa diupload di sosial media?

“Iya, outbound juga bisa di upload di sosial media, dikarenakan juga kepanitiaan yang survey-survey itu kantor-kantor misalnya, panitia outbound kantor A ah itu kan anak-anak mudah biasanya dan mereka cepat nyari tempat outboundnya itu lewat Instagram, lewat tiktok, menyesuaikan pengguna si”.

23. Bagaimana strategi media sosial Instagram dan akun lainnya yang dalam menarik pengunjung di Ledok Sambi?

*“Kalau Instagram jelas kami menonjolkan visualnya dari visual alam sendiri, terus bisa ngapain aja visual dari suasana outbound, biasanya outbound ceria banget nah ni ada visual-visual ini kelihatan kan ekspresinya oh diledok sambu itu bisa naik kaya, wah ekspresi senangnya kelihatan seperti ini juga kaya gini bermain sama teman-teman berani bermain seperti flyfox, seperti inikan lebih istilahnya menguade yang memang mau outbound kalo mau outbound, atau bisa memang oh diledok sambu itu bisa nongkrong, sambil menikmati alam ala-ala peknik bisa camping, gitu-gitukan diliat ada referensinya gitu lo bisa dilihat di gambar atau video oh bisa camping nanti lihat di Instagram ledok sambu ya, jadi itu yang memang nya bisa ngeming-ngeming, disini lo alamnya gini bisa apa aja si disini kaya eming-eming na kalo instagram trus strateginya itu disitu, terus memang paling malah yang banyak inggessmant itu memang foto-foto yang ala peknik yang maksudnya foto sungai, foto pandangan alam, ada tamu yang main disungai, flyfox, gitu-gitu lah banyak inggagement nya gitu, kalo facebook itu aja yang diupload*

*tamu-tamu outbond, upload-upload kegiatan outbond, tiktok ga kami cuman masih punya mungkin dua video aja kami mengupload video-video kaya pengenalan sekilas itu tapi yang beredar itu di tiktok itu banyak youtube juga gitu, kami memang cuman mengupload video-video dokumentasi yang sudah konsul disini,tapi yotuber-yotuber itu banyak atau family-family, yang memang suka jalan-jalan itu suka nya bikin video ala-ala yotuber gitulah, review-review bisa main apa disini banyak banget, jadi kami memang konsentrasinya hanya memang di Instagram aja dulu untuk saat ini”.*

24. Mungkin itu saja bu jika masih ada yang kurang nanti saya kesini lagi bu terima kasih bu.

*“oh iyaa baiklah”*

## Transkrip Wawancara 2

Nama : Adi hermanu  
Hari/Tanggal :11 April selasa 2023  
Waktu :15 :00 sampai selesai  
Lokasi : Ledok Sambu  
Jabatan : Pengelolaan Sosial Media

1. Assalamualaikum, Selamat Sore Mas, Sebelumnya Perkenalkan nama saya Angeline Totononu, maksud dan tujuan saya kesini untuk observasi tentang penelitian skripsi saya yang berlokasi disini bu,disini saya ada beberapa pertanyaan buat mas, sebelumnya mohon maaf dengan mas siapa?

*“Nama saya Ardi”*

2. Sejak kapan mas bergabung dengan Ledok Sambu ini?

*“Saya bergabung itu sejak tahun 2020 sebenarnya itu, maso si ini ikut ke management itu bukan karena Sosial Media tapi dulu itu kan sudah dari 2003 udah lawas banget udah lama bangetlah, tapi di 2020 itu di perlukan perubahan karena waktu itu korona dulu itu bisnis nya ga seperti ini, dulu itu bisnis nya hanya camping sama outbond aja itu hanya berlaku bagi yang reservasi, jadi kalo dulunya itu hanya berlaku yang reservasi dan bedanya itu orang ga bisa masuk sembarang orang masuk karena kita tidak terbuka untuk umum waktu dulu kita hanya terbuka dengan orang-orang yang sudah reservasi dan itu pun partai besar nah karena*

*Covid-19 waktu itu kita perlu tutup dan akhirnya dibutuhkan perubahan nah pada saat perubahan itulah saya masuk jadi manager pengembangan lebih ke pengembangan bisnislah nah dari situlah perubahan ada warung, ada camping partai kecil dan kawan-kawan nah kebutulan kenapa saya yang memega sosial media karena pada saat itu tidak ada orang yang bisa memegang sosial media kebutulan saya sudah punya pengalaman karena dulu udah punya usaha namanya punya usaha itu kan pasti ngurus sosial medianya sendiri karena pengen laku gitukan, nah akhirnya belajar sendiri nah kebutulan waktu itu udah punya besicnya jadi akhirnya sosial media itu jadi saya yang pegang nah tapi baru di 2022 pertengahan kemarin sosial medianya tu sekitar bulan agustus, September, itu kita baru akhirnya ada tim sendiri dulu awalnya tim nya tiga (3) terus satu (1) orang lepas jadi timnya cuman berdua saya sama satu orang lagi kaya gitu jadi kalo ditanyaain sosial media itu 100 % dipengang saya tapi saya ga 100% hanya mengerjain sosial media aja, sama halnya kaya gitu, itu tapi kita cuman pegang Sosial Media Instagram aja kalo sosial media facebook kita hanya crosfose saja jadi kita ga hanya ada khusus facebook kita juga ga pernah pake addc di Instagram atau di google addc kita ga pernah pake, Instagram nya itu sebenarnya udah jalan dari 2020 waktu itu tu awal tahun 2022 itu kita ke hack jadi Instagram kita sempat hilang, waktu itu terakhir kali 22000 an followersnya terus akhirnya kita bikin baru di januari 2022 sampai sekarang itu followersnya kaya 11100 an gitu sekarang, nah itu kita organic jadi maksudnya organic itu kita ga beli followers kita dari awal emang kita*

*mengolah sendiri kaya gitu, kenapa dulu kita benar-benar ngerjain sosial media soalnya dulu kita itukan buka kita istilahnya kaya rubah bentuk bisnisnya nah terus buka Kembali jadi sesuatu yang baru nah pada saat itu kan covid-19 ya satu-satunya jalan, untuk kasih tau ke orang-orang itu dulu cuman sosial media karena mau posting di luarpun misalnya, kaya baliho, koran, apa juga ga yang baca karena dahulukan semua orang pegang hp, nah dari situlah sosial medianya kaya gitu”.*

3. Ada data kunjungan wisata ke Ledok Sambi?

*“Ada data apa?”*

4. Data kunjungan?

*“Kalau data kunjungan, kunjungan apanya ini? Kunjungan ke lokasi?”*

5. Iya

*“Kita ga ada, karena kita kan ga ada tiket, kita kan gratis otomatis kita ga menghitung, kalo tiket kan bisa dihitung dari pemasukan tiket, nah kalo kita kan masuknya gratis, jadi kita ga ada data kunjungan, data kunjungan itu, cuman kita ngambil dari jumlah transaksi, perbulan itu kenapa kita ngitung karena, dinas pariwisata DIY itu juga minta data kunjungan tapi kita juga menjelaskan kan kepada mereka bahwa kita ga pernah mencatat data kunjungan, kita ngatatnya dalam jumlah transaksi, kenapa karena kita gratis jadi kalo misalnya, mbah mau ngitung data kunjungan, nanti bisa minta ke mbah yeti, ambillah salah satu bulan, jangan bulan ini lo ya, dan bulan kemarin, ambillah februari atau bulan januari kaya gitu, jumlah transaksinya*

*berapa, itu bisanya kita akan kali in sekitar tiga(3) orang karena rata-rata orang disinikan ada yang 2 orang, tapi kalo sendiri jarang sekali tapi ada juga yang rame biasanya itu kita kali 3-4 orang dari jumlah transaksi, nah itu juga cuman perkiraan tapi kalo data kunjungan kaya gitu, nanti kalo datanya itu bisa mintanya ke bu yeti bukan di saya”.*

6. Kalo menurut masnya seberapa penting Promosi Daya Tarik Wisata di Ledok Sambi Melalui Sosial Media?

*“Kalo melalui sosial media itu sudah pasti paling penting ya soalnya kita ga, kita itu salah satu pariwisata yang biaya marketingnya rendah, rendah itu maksudnya adalah kita hanya maksimalkan di sosial media kalo ditanyain keluar biayanya gimana, keluar biayanya itu di paling gampangnya adalah marketing yang diprint, apa itu marketing yang di print, misalnya kaya baliho, nah selain itu di luar tempat, cuman ada satu(1) baliho di jalan kaliurang, lainnya hanya penunjuk jalan aja, itu kalo kita ngomongin marketing yang keluar biaya yang diprint nah kalo marketing yang lainnya Ledok Sambi itu masuknya dari apa hanya sosial tepatnya hanya sosial media aja terus sosial media yang kita gunakan itu Instagram dan tiktok, tapi tiktok tidak semasif instagram kita ngerjainya masih belum menjadi agenda utama jadi kalo lagi bagus kita punya stok video kita bikin kita upload di tiktok, tapi tidak yang terplaning dengan baik”.*



7. Terplaning dengan baik itu gimana maksudnya mas?

*“Terplaning dengan baik itu gimana maksudnya kita memang jadi misalnya ini sekarang tanggal 11 april sampai tanggal 11 mei bulan depan, itu apa yang mau di posting itu sudah ada plannya, isinya itu apa, Instagram stories nya juga apa itu udah ada semua”.*

8. Itu dapat ide-ide content itu dari mana mas?

*“dari sendiri saya yang ngerjain, kalo dapat ide-idenya dari mana kebutuhan waktu itu sebelum, kan saya megang ini sendirian sekitar 2 tahun nah sebelum akhirnya punya tim itu saya ngerjainya itu belajar dari digital agensi jadi kalo dijogja itu kan kalo misalnya ni kamu ke sebuah kopi shop misalnya ni kopi shop itu yang ngurus sosial medianya belum tentu mereka, siapa yang ngurus yang ngurus itu adanya yang namanya digital agensi, digital agensi dijogja itu ada banyak banget mayoritas yang megang bahkan pemilik digital agensi itu bisa dibilang generasi ya kelahiran mungkin 90-2000an lah anak mudah semua nah dari situlah saya waktu itu kebutuhan ada beberapa teman bekerja dibagian digital agensi nah saya pada saat itu belajar belajarnya gimana ya cuman tanya tapi begitu tanya saya ngehair ni adanya yang namanya konten planer dan adanya disiner dan saya disitu posisinya sebagai treater dairekter tapi pada saat berjalannya content planner ini ada suatu masalah dan akhirnya harus kelepas nah jadi sekarang kontent planning ini saya pegang, konten planningnya gimana yaitu belajarnya sendiri semuanya mayoritas itukan belajar sendiri karena belum*

banyak yang ngajarin mungkin ada beberapa jurusan yang mengajarkan content planning tapi itu dikit banget biasanya cuma kaya jurnalistik bahan pariwisata UGM pun kayanya ga ngajarin content planning, digital marketing komunikasi mungkin ngajarin dikit tapi ga segitunya, jadi mayoritas itu belajar sendiri kalo content planning nah itu kita semua nah kalo ditanya cara kerjanya gimana, tim saya ini kebetulan udah WFA (work from anywhere) jadi kita udah ga kerja, bukannya anywhere si sebenarnya kalo sebutanya itu work by the man, jadi kita kalo ga ada kerjaan ya kita ga kerja tapi kalo ada kerjaan yaitu harus kerjakan dan harus diselesaikan jadi kita semuanya udah pake system kita pake ada namanya notion itu buat kaya kerja web kerja bareng-bareng tapi disitu secara online jadi kita ga perlu ketemu nah semuanya lewat situ nah dari situ akan dikerjain sama saya yang ngeplan ta masukin ke notion itu sesuai dengan tanggal nya nah terus dikerjain oleh di sinner ini tak perlu ketemu, biasanya kalo work flow nya kita ketemu paling hanya mengerjakan beberapa yang harus diprint kaya baliho kaya gini kan susah kalo ga ketemu beda kalo misalnya kita uploadnya yang di Instagram saya cuma ngasi foto tolong dikasih logo ya, nah gitu gampang jadi tinggal ngasih logo aja udah tapi kalo yang kaya baliho kita harus ketemu, karena gambar ini disini bagian sini ini tulisanya apa, kaya gitu jadi kalo sementara ini satu tim ini ngerjain baliho nah kebetulan karena ledok sambu ini kan CV, yang di pegang oleh CV ga hanya Ledok Sambu, di jogja ada 3(tiga).”

9. Itu siapa-siapa saja yang pegang ledok sambi?

*“Ah bukit paralayang, tau ga yang parangtritis suatu bukit tempat liat sunset itu di situ ada dua warung watu bukit satu sama satu Namanya, café kedai laut yang ada diatas nah tim sosial media ini adalah yang ngerjain tiga brand ini bareng-bareng kami berdua ngerjain tiga brand ini kaya gitu ya kurang lebih kaya kreatif agensi tapi bedanya in house, in house itu gimana si kalo kreatif agensi itu ngerjain brand-brand yang bukan miliknya dia nah kalo kita ada in house ni punya perusahaan sendiri, kerjaan kita ngerjain brand-brand ini mulai dari brandingnya tone of voicenya kita mo ngomong kek gaimana secara sosial media, di sosial media itu kita mo ngomong kek gimana misalnya kamu kalo ngefollow Netflix itu Netflix Indonesia gitu ya nah Netflix Indonesianya disosial medianya ga pernah serius nah itu namanya tone note voicenya, tone not voicenya dia ga pernah serius ya isinya hanya lelucon semua tapi cara nya kenapa kaya gitunya dia dapat pasarnya nah kalo Ledok Sambu gimana, ya karena kita ini pariwisata jadi kita tetap formal tetap serasa teman tapi tetap formal kaya gitu niatnya, itu kalo Ledok Sambu cuman kalo dibilang seberapa penting ya sangat penting karena kita nomor satu nya disitu karena kita ga ada bagedting untuk marketing lain”.*

10. Sejak kapan Ledok Sambu memiliki Sosial Media

*“Kalo ga salah ya sosial medianya tu kalo Instagramnya dulu itu kapan ya, masalahnya Instagram yang lama itu kan udah ke hage kalo ga salah 2008*

*apaya, itu si kalo ga salah, itu mulai dari facebook terus sekitar 2010 mungkin apa ya itu Instagram tapi kalo dulu ya kita cuman mengupload-nguplod aja kaya gitu tapi kalau facebook udah lama page nya itu kaya nya sudah lama sekali dari 2008 mungkin ya kalo ga salah di situ si sekarang ga terlalu aktif kita cuman mengupdate fitur-fitur yang kalo ngepost di Instagram ya ke post ke facebook juga gitu aja si.”*

11. Jadi selama ini yang paling sering aktif Instagram doang?

*“Hmm iya kita yang paling aktif sebenarnya Instagram yang kedua itu tiktok, tiktok itu tapi belum seramai Instagram ya kalo di bandingin Instagram followersnya 11ribu tiktoknya paling cuman 100 an aja ya tapi kita berusaha untuk, cuman kalo itu mungkin salah satunya kenapa tiktok belum ramai karena sumber daya manusianya ga ada yang punya waktu dan punya skill untuk di tiktok belum ada karena kan itu aga beda ya kalo mau ngusu perusahaan atau mau branding di instagram sama di tiktok kaya argurement nya beda dan kita kaya sumber daya manusia yang kita bisa ngelakuin belum ada yang uda paham kaya gitu kita belum ada tapi kalo semisalnya kita maunya juga kalo di tiktok juga aktif selain itu twitter kita juga ada, facebook kita hanya page doang apa ya yang lain, kayanya itu aja de kita cuman itu, paling kalo akses utama itu bukan sosial media tapi lebih ke wa si wa itu kan akses utama buat kalo marketingnya jadi kalo dari instagram kita selalu lari ke wa, kita coba kasi link ke wa kaya gitu-gitu jadi kalo Instagram itu biasanya lebih ke informasi fisik, nah nanti kalo lebih detail itu kita selalu arahin ke wa jadi kita ga pernah benar-benar kalo*

*dilihat di Instagram Ledok Sambu itu kita ga pernah hardselling kita ga pernah benar-benar jual kita punya paket ini itu semua info semua ga pernah pasti yang kita tampilkan itu kita lebih ke softselling, softselling tu kita cuman ngasi gambar kita kasih tau keseruannya outbond kita kasih tau kesenangan apa camping kita juga tujuin suasananya tapi kita jarang sekali benar-benar ngasi tau kita jualan ini lo harganya segini kalo beli segini harganya segini dan diskon segini ga ada tapi kalo misalnya nanti ada yang reservasi atau apa ada diskonya kalo semisalnya 100 orang lebih atau beberapa pasti ada diskonya cuman kita ga pernah ngasi tau itu soalnya cara kita ke sini jadi misalnya ni coba bandingin sama apaya, contohnya heha atau gembiraloka gitu pasti semuanya nampilin harga tiket masuk harga foto, paket ini paket itu yang di joljolin pasti itu itu aja na kita mala ga paling itu sekali sebulan lah ada posting kaya gitu tapi dikit karena memang menekankan gratisnya dan menekankan murahnya di sini nah itu juga kalo di sosial media kita emang caranya kaya gitu, gitu sih.”*

12. Kalo promosi itunya mas kan pake media sosialnya itu pake jasa influencer gitu atau kalo ada missal iktoker atau ada yang udah banyak ni feetnya Instagram nah dia mau pinjam tempat buat pake ngevlog atau ap aitu dari Ledok Sambu itu ngebolehkan atau pernah ngebayar orang untuk mempromosikan Ledok Sambu?

*“Kita belum pernah bayar 3 tahun sosial medianya mulai jalan dengan baik itu kita belum pernah bayar karena waktu itu kamerin ketika kita membuka ini itu bukan semua ekonomi lagi turun ya termasuk arus khas kita juga*

terbatas jadi waktu itu ga mungkin itu udah kek auto jeboks kita ga akan nah sampai sekarang itu banyak sekali yang bikin video disini influencer, tiktok, content creator, bahkan yang paling sering itu keluarga-keluarga yang buat youtube yang punya youtube channel kecil-kecilan nah itu kita ga pernah ngecas biaya karena apa bedanya sama, misalnya kalian main kesini terus foto-foto di upload di Instagram masa harus bayak ke kita meskipun kita tau mereka juga nyari uang dari situ biasanya yang kita arahin itu kalo mereka mau endorse barang lain tapi disini misalnya ada mba-mba yang di endorse produk jilbab terus dia mau foto-foto produk di sini atau bikin video atau di endorse makanan, minuman nah itu kita selalu pesankan harus ngomong dulu ke kita karenakan ini mengendorse brand lain tapi di sini gitu lo kalo di tanyain biayanya apa biasanya kita ga yang penting tetap jajan karena kita kan masuk udah gratis biasanya yang kaya gitu bisa-bisa ga jajan apa-apa nah kita paling kita cuman nyaranin kalo bisa tetap beli makanan, minuman di warung kaya gitu tapi kalo bayar kita ga pernah influencer kaya gitu banyak yang sering kesini artis pun banyak yang sering ke sini tapi kalo artis itu biasanya dia ngedm terus minta wa biasanya dia pengen bayar ada ga jasa yang bisa di kasih tau semua temanin semua permainannya tapia da yang nemanin gitu lo ada fasilitatornya lah dari kami itu ada beberapa tapi ada juga yang sama sekali yang ga mau ketauan artis tengku wisnu sama keluarganya dulu pernah ke sini dia pernah update-update tapi dia ga pernah ngomong ini di mana karena dia tau bagi dia Ketika dia udah ngomong itu harusnya berbayar jadi dia ga pernah ngomong tapi ada juga yang dulu

pernah datang itu aku lupa siapa dia malah datang benar-benar kaya sepuluh stories gitu isinya itu Ledok Sambu itu ada juga yang tiba-tiba datang kaya gitu karena dia saking senangnya di sini sama keluarganya sama anaknya terus ada juga dulu penulis buku apa gitu aku lupa bukunya juga terkenal dia datang kesini pengen outbond kecil-kecilan karena kita kan outbond minimal 20 orang sedangkan dia satu keluarga cuman 12 orang apa 15 orang gitu outbond kecil-kecilan dia bisa dia bayar ga nego abis itu dia juga tiba-tiba update bisa banyak banget tentang Ledok Sambu jadi kita berusaha seperti itu aja kita ga ngecas tapi ya pasti nanti akan banyak orang yang karena mereka memang senang dengan pelayanan kita mereka pasti akan suka dengan sadar ga sadar pasti akan ngeshare ke temannya kaya gitu kita lebih fokusin yang kek gitu aja jadi kalo bayar kek gitu belum pernah karena kita mikirnya pariwisata itu apalagi kalo gratis murah dan kita bisa memberikan pelayanan bagus sebenarnya itu gampang ga perluh bayar dan itu kan pengeluaran yang ga perluh kaya gitu biasanya beda mungkin kalo misalnya itu kaya produk atau baju itu beda jadi kita mikirnya ya ini kita ngasi tau aja orang yang butuhnya itu informasi dan informasinya itu kita kasih ngasi tau itu di situ kaya gitu tapi kalo informasi yang lebih lanjut yang rebet bahan yang gini-gini aku pengen outbond yang kaya gini-gini tapi tamu ku kelompok orang-orang tua 30-50 an gitu nanti pasti ke marketing ga lewat dm semuanya langsung ke wa telpon kaya gitu nah jadi gambarnya media sosial di situ itu di anggap kaya petunjuk jalan jadi kalo orang liat tau harus ngara kemana nah nanti tergantung ngaranya kemana si dia mau main mau

*camping, atau dia mau mesan teman mau untuk kegiatan untuk outbond kaya gitu itu si tapi kalo memang kita fokusnya di Instagram itu aja ga ada alasan lain karena sumber daya manusia belum ada kalo ada pasti kita ngurus semuanya pasti kita ngurus sampe twetter, tiktok itu pasti tapi sementara belum ada.”*

13. Apakah ada kendala yang dialami saat melakukan promosi di media sosial?

*“Hmm, kalo kendala itu maksudnya lebih kek gini ya aaaah, media sosial itu kan dua arah ya jadi tamu juga itu bisa koment atau tamu juga bisa membalas sudah bisa replay sudah bisa ngedm dan biasanya masalah yang terjadi disitu itu ga di selesain di sini tiba-tiba ngomongnya di Instagram paling kendalanya itu aja si, dan itu harus langsung kita urus misalnya gampangannya aja aku pernah ni ngaupload sata foto salah satu waeiter kita kami siap melayani anda kaya gitu dia bawah apa terus di upload terus ada yang comment “ah kemaren masnya yang ini judes banget di ajak omong ga ada senyumnya” kaya gitu nah itu kan sebenarnya sesuatu yang bisa langsung di urus saat itu juga misalnya tamu ini ngomong aja langsung ke manager kita “mas ini maaf tadi saya di layani judes banget” tapi ini mereka ga ngomonng, ngomongnya di sosial media makanya karena itu mungkin satu dari berapa ratus kejadian dan kita tuh ga kaya gitu karenakan maksudnya yang namanya manusia ya waeiter mungkin itu lagi cape atau apa ga dengar atau apa bisa terjadi gitu lo tapi kitakan ya kita langsung tegas kita bales kita bilang “maaf kakami balas didm ya kaya gitu kita bling minta maaf kita kasih tau kita udah evaluasi orangnya pun kita kita crosek*



*benar apakah benar kamu kaya gini kaya gitu sama tamu” cuman emang kendalanya si mayoritas kita harus benar-benar apaya, apa yang kita post itu harus jaga gitu lo kek maksudnya contohnya bulan puasa yakan logikanyakan aku harus nunjukin tentang suasana berbuka otomatis ada makanan, minumakan, makanan dan minuman itu kan kalo orang-orangan sebenarnya dipostkan juga gapapa gitukan cuman aku selalu ngepostnya sore karena bisa saja yang tersinggung ketika sebuah Instagram itu baru belum waktunya buka udah ngepost makanan nah itu artinya aku jaga-jaga aja sore kenapa, karena juga itu tu Ledok Sambu itu tamunya itu karena kita gratis dan murah tamunya itu mulai dari mengah kebawah sampai menegah keatas yang itu demografinya beda-beda dan wataknya beda-beda misalnya kenapa sosial media Ledok Sambu jaga-jaga karena kita dapat review itu bintang satu di google orangnya itu protes Ledok Sambu ga cocok buat warga muslim di bulan puasa karena banyak yang bermain air dan makan kalo misalnya di logikan kan kita memang wisata air dan kita punya restoran tap ikan kita ga bisa ngelogika orang-orang yang kaya gitu gitu lo orang-orang yang aga merasa tersinggung karena itu padahalkan yang namanya la kalo ga main air dan ga jajan kamu ngapain ke Ledok Sambu gitukan cuman kita harus jaga-jaga kaya gitu karena ya karena tamu kita itu sangat luas jadi wataknya bebeda-beda jadi caranya ngomong di sosial media juga harus hati-hati ya sama halnya lihatlah sebuah hotel, hotel bintang limah sama hotel bintang tiga hotel bintang lima itu mungkin sangat jarang sekali ngomong pake Bahasa Indonesia kalo posting sedangkan hotel bintang tiga*

*pasti sangat banyak sekali ngomong pake Bahasa Indonesia kenapa karena hotel bintang lima mau nunjukin mereka mewah tamu mereka semuanya bisa Bahasa Inggris jadi pahami lah apa yang di kasih tau kaya gitu nah sama kaya Ledok Sambi juga kita sangat jarang sekali pake Bahasa Inggris karena kita tau gitu lo kalo kita post pake Bahasa Inggris orang juga ga akan mengerti jadi kita juga kalo di tanya itu dari ap akita harus benar-benar hati-hati untuk ngepetain yang buka Instagram kita itu siapa karena kontennya juga hati-hati itu sesimple bahkan misalnya kalo ada foto orang yang main di sungai itu biasanya hanya beberapa yang ta posting yang keliatan mukanya karena misalnya ada orang yang ga mau mukanya keliatan atau yang kalo sekarang yang paling penting itu kalo anak kecil ga mau kalo mukanya di tampilin di sosial media banyak juga yang edit jadi foto-foto itu kita bisanya kita pastiin dulu setelah foto ta tanyain “boleh ga kalo misalnya di post di sosial media Ledok Sambi, ya sama kalo misalnya foto-foto outbond kan kalo fotonya naik flyfox jelas keliatan mukanya ekspresinya lagi ketawa, takut kek gitu y aitu biasanya ketika foto ini ada yang ku pake buat Instagram aku minta margin untuk hubungin balik ke tamunya “fotonya yang ini boleh di pake apa ga” kaya gitu karena kita jaga-jaga karena bisa jadi ada yang protes “kok ini fotoku dipake ga ada izin” gitu misalnya kaya gitu padahal di lain sis ikan kita memang harus itu kan produk kita, kita juga harus nunjukin gitu lo kaya gimana kita kaya gitu paling yang paling bahaya yaitu si karena bisa jadi bikin kita lebih baik atau bisa bikin kita lebih buruk ya kaya gitu apalagi di tiktok, di tiktok itu lebih sembarangan ngomongnya kalo di tiktok*

*di bandingin Instagram jadi misalnya ada café pelayanan buruk gitu ya semuanya di omongin di tiktok apalagi lebih banyak anak-anak mudanya mungkin yang pake main main di tiktok jadi kalo kita benar-benar harus menjaga pelayanan karena itu nanti itu juga akan di tiktok juga rame gitu padahal kita itu di tiktok ngepost itu baru bebrapa video tapi kalo kamu nyari hastag Ledok Sambu itu udah 40rb an yang ngetag hastag Ledok Sambu dan itu waktu itu bahkan tiktok Ledok Sambu itu belum ada berarti logikanya kan udah banyak orang yang ngomongin Ledok Sambu di tiktok dan kita belum tau sama sekali bahkan kita akun aja ga punya gitu jadi sulitnya itu kita harus benar-benar paham orang-orang itu kek gimana karena ya tamu kita luas luas banget dan itu banyak yang terjadi misalnya jadi balik ke kita gitu lo misalnya kita pasang foto yang kurang ok bahkan kalo misalnya ada yang main disungai gitu foto terus ada yang berjilbab udah pastikan dia ga pake sepatu kan naikin gitu celananya biasanya ta blur kakinya aku minta izin ta blur kakinya “di blur aja biar ga kelihatan semuanya ketutupan air” nah kita bikin ketutupan air karenakan ga sempat tanya kan terus mau ga mau ya semuanya ga kelihatan ya kita blur aja dari pada nanti ada yang protes biasanya kaya gitu si karena ya sekrang orang-orang yang pake sosial media udah mulai aneh-aneh lah itu bisa harusnya bukan kesalahan di buat jadi kesalahan kaya gitulah belum foto-foto atau video gitu si paling problem paling besar kalo sekarang karena kebetulan kita kalo masalah operasional fotonya dapat dari mana apa gitu kita udah punya foto-foto sendiri kita desainer juga udah punya sendiri kalo masalah budget kita juga aman kalo*

*problem ga ada si cuman mungkin problemnya hanya yang ngurus baru berdua saja dan memang harus anak mudah si kalo misalnya yang 30 tahun ke atas belum tentu bisa soalnya dan itu juga dulu jalannya di Ledok Sambi karena ga ada yang ngurus aja terus kebetulan ta pegang terus akhirnya difasilitasi sama management terus dikasih budget untuk mengurus dan bikin tim dan akhirnya kita bisa lebih baik kaya gitu kalo dulu kita paling cuman repost-repost doang karena kita ga pernah bikin video kita ga pernah bikin content yang bagus tapi kamunya malah bikin content yang bagus-bagus jadi kita biasanya kita DM izin boleh ga kita repost di akun Ledok Sambi apalagi mereka yang followersnya banyak karenakan mungkin aja belum tentu maukan di repost jadi kita selalu tanya boleh ga di repost kalo boleh kita repost kaya gitu.”*

14. Kegiatan apa saja yang di posting di sosial media?

*“Kalo kegiatan hampir semua ya soalnya kita itukan pemasukan kita itukan ada banyak cuman ada banyak pintu cuman bisnis kita yang besar itu cuman gambar, warung ini, outbond, camping, sama persewaan tempat persewaan tempat itu persewaan lahan ya buat compeny gatering buat seminar kaya gitu-gitu kita punya nah 4 ini kita selalu berkisar pada empat-empat ini sama stu lagi paling kita hanya kegiatan-kegiatan orang yang di sungai orang main air kaya gitu-situ aja sama lebih ke vabes nya gitu lo keadaan suasana sekarang kek gimana tapi kalo kegiatan kita berkisaran empat itu aja jadi di luar itu si jarang ya karena mungkin juga keterbatasan tim nya juga ga banyak jadi masudnya mikir juga dua orang jadi mungkin kita belum bisa*

*benar-benar seluas sampe semuanya kita bahas itu belum tentu karena misalnya kaya ada beberapa yang belum di bahas banyak yang ga di bahas itu yang di belakang panggung maksudnya di belakang layar gitu jadi kaya kita itu 80% yang kerja di sini itu yang karyawannya itu warga sini tapi kita malah kaya belum pernah nyeritain tu di sosial media terus kaya kita itu punya pesanan prasmanan nah prasmanan itu 100% kita dari ibu PKK nah itu juga kita malah belum pernah nyeritain ke sosial media meskipun kita swasta tapi kita itu kerja sama dengan warga dusun sambi gitu lonah itu mala kita minesnya kit aitu kita belum nyeritain gitu kalo di tanya kenapa karena kita sendiri juga bingung gimana si caranya nyeritain tanpa keliatan songgong gitu karena banyak juga perusahaan yang kaya gitu tu malah di jadiin senjata buat marketing biar kaya kasian gitu lo oh kita itu kerja sama sama warga oh kita tu gini-gini nah tapi cara ngasi tau cara marketingnya itu supaya ga terlihat songgong itu susah jadi kita sementara belum cuman kalo ada yang tanya kita akan ceritaain ajalah kaya gitu mungkin salah satu yang kurang si masih di situ ya kalo kegiatan-kegiatan yang belum kita certain karena banyak sekali kegiatan yang kita tu kerja sama sama warga di sini emang di situ tu basic kita itu pemberdayaan masyarakat juga itu banyak sekali sebenarnya kegiatannya cuman yaitu kita malah belum meceritakan tentang itu karena ya antara sebenarnya lebih ke bingung gimana caranya nyeritain karena itu akan lebih ke kaya dokumenter jurnalistik gitu ya jadi itu kaya susah juga si bagi kita untuk nyeritainnya gimana ga gampang kalo ada orang yang tanya terus kita certain gitu paling kegiatan yang ga pernah*

*diceritakan yaitu kegiatan di belakang layarnya padahal kan mungkin kalau wisata-wisata lain paling udah banyak yang bahas bahwa kami kerja sama dengan warga bahwa kami memberdayakan masyarakat sekitar gitu paling itu aja si tapi kalo yang di tampilkan apa berkisar pada empat itu warung, outbond, camping, persewaan lahan”.*

15. Mungkin sekiranya itu saja dulu mas, nanti kalo masih ada yang kurang nanti kesini lagi.

*“Ohh itu aja ya mbah.”*

## **Transkrip Wawancara kepada Wisatawan**

Narasumber : Fitri  
Hari/Tanggal : Rabu 12 April 2023  
Waktu : 12:00 Sampai Selesai  
Lokasi : Ledok Sambu  
Sebagai : Wisatawan

### **Keterangan**

**Assalamualaikum mbah izin mewawancarai mbanya dikarenakan saya saat ini akan melakukan penelitian skripsi saya jika berkenan apakah saya bisa mewawancarai mbanya Angel (1) mbak fitri (2)**

1. Sudah berapa kali mba mengunjungi Ledok Sambu?

*Jawaban: “saya mengunjungi Ledok Sambu baru dua kali ya mba”*

2. Dari mana Bapak/Ibu mengetahui Ledok Sambu?

*Jawaban: “oh iya saya mengetahui wisata Ledok Sambu dari teman kemudian saya mencari tau di Instagram”*

3. Apa yang membuat Bapak/Ibu tertarik mengunjungi Ledok Sambu?

*Jawaban: “ kenapa saya tertarik wisata ledok sambu yang pertama tama wisata ledok sambu memiliki keindahan alam yang asri dan tempatnya sangat nyaman untuk berekreasi Bersama keluarga dan teman-teman tidak hanya itu, wisata ledok sambu juga menawarkan outbound dengan harga yang terjangkau dan ledok sambu juga bukan hanya sekedar tempat wisata alam tapi ledok sambu juga menyediakan tempat untuk berkemah dan memiliki fasilitas seperti warung, terapi ikan, flying fox, arum jeram,dan*

*menurut saya fasilitas sangat memadai dan atraksi yang disediakan sangat memuaskan bagi saya ya mbah”*

4. Apakah mba berkunjung Bersama rombongan atau sendiri? Jika Bersama rombongan kesan apa yang menarik?

*Jawaban: “karena saya seorang mahasiswa jadi saya biasanya memilih untuk pergi sendiri dan Bersama teman-teman,”*

**a. Jika pergi sendiri kesan pertama kaki mbh nya apa?**

*Jawaban: “Kesan yang saya rasakan pada saat mengunjungi wisata ledok sambi sendirian saya merasakan aman dan nyaman karena pada saat saya berada di ledok sambi merasakan ketenangan dan kepuasan tersendiri.”*

5. Apa yang membuat mba memilih berkunjung ke Destinasi Wisata Ledok Sambu?

*Jawaban: “hmmm oh yaitu tadi dari keindahan alamnya yang asri dan letaknya juga yang berada disekitar desa dan membuat ledok sambu ini memiliki view yang bagus dan indah ya dan bukan hanya itu saja saya tertarik ke ledok sambu juga karena wisata ini menyediakan atraksi pendukung yang saya sukai contohnya seperti camping, flying fox, dan di ledok sambu juga juga kita bisa terapi ikan, bermain air jeram, main panahan, dan di ledok sambu juga menyediakan fasilitas seperti warung , toilet, tempat parker, mushola, gazebo, sehingga kita sebagai wisatawan merasa dimudahkan.”*



6. Bagaimana kesan yang di dapat setelah mengunjungi destinasi Wisata Ledok Sambi?

**Jawaban:** *“Kesan saya pada saat saya mengunjungi ledok sambi sesuai ekspektasi saya dan saya merasa puas dan senang menikmati keindahan alam dan atraksi tambahan yang disediakan oleh ledok sambi.”*

7. Apakah bapak/ibu menggunakan sosial media?

**Jawaban:** *“iya jaman sekarang ya kita pasti menggunakan sosial media”*

8. Sosial media apa saja yang mbah gunakan?

**Jawaban:** *“Saya menggunakan Instagram dan tiktok”*

9. Mengapa mbah hanya menggunakan Instagram dan tiktok?

**Jawaban:** *“Eh karena zaman sekarang yang paling banyak di gunakan itu kan Instagram dan tiktok, karena instagram memiliki fitur yang menarik instagramable, sedangkan tiktok kita bisa memposting video dan bisa menjadi konten kreator melalui media sosial tiktok karena tiktok memiliki fitur-fitur yang menarik”.*

10. Menurut mba apakah sosial media berperan penting di era digital modern?

**Jabawan:** *“oh menurut saya itu sangat-sangat penting karena jaman sekarang apa-apa itu harus menggunakan digital kenapa begitu karena dapat memudahkan kita yam bah, dan bukan hanya itu digital modern ini sangat membantu kita, contohnya ya mbah mempromosikan produk jualan kita, atau mempromosikan barang dan jasa, dan manfaatnya banyak sekali yam bah menurut saya”*

11. contoh produk apa saja yang mbah promosikan?

**Jawaban:** *“Kalo untuk produk saya tidak memiliki contoh produknya seperti apa, tapi saya juga bisa mempromosikan foto-foto saat saya berkunjung di ledok sambi ini, ke Instagram maupun di tiktok”*

12. Apakah dengan menggunakan media sosial mba mendapatkan informasi tentang Ledok Sambu?

**Jawaban:** *“eh betul sekali mbah jadi manfaat kita menggunakan sosial media ini kita bisa mencari tempat wisata yang menarik untuk kita kunjungi dan di sosial media juga bukan hanya lokasi saja yang dapat dilihat tapi kita juga bisa melihat tempat dan kondisi tempat wisata yang akan kita kunjungi. Nah contohnya seperti ledok sambu ini sekarang”.*

13. apakah setelah mbah berkunjung ke ledok sambu tersebut apakah mba merasa puas atas pelayanan yang ada di ledok sambu yang ditawarkan?

**Jawaban:** *“untuk pelayanan yang diberikan ledok sambu saya sangat merasa puas karena pelayanannya sangat rama, sopan, dan cepat tanggap saat wisatawan membutuhkan sesuatu yang mereka butuhkan”.*

14. Bagaimana pandangan bapak/ibu tentang postingan-postingan yang ada di media sosial Ledok Sambu?

**Jawaban:** *“kalo untuk media sosial Instagram yang saya lihat, media sosial ledok sambu ini sangat menarik dan postingannya sesuai dengan ekspektasi saya saat berkunjung ke ledok sambu ini. Bukan hanya itu sosial media ledok sambu juga postinganmu sangat menarik, dan banyak informasi-informasi yang terupdate dan sedangkan untuk media sosial tiktok ledok sambu konten*

*yang diberikan oleh pengelola sosial medianya sangat kreatif dalam mempromosikan ledok sambi namun yang menjadi ledok sambi ini jadi viral dan terkenal karena banyak wisatawan yang mempostingkan video yang tidak kalah jauh menarik dari content pengelola ledok sambi itu sendiri, malahan yang dari wisatawan lebih kreatif dalam membuat konten -konten tersebut dan di hastag ledok sambi yang membuat ledok sambi lebih terkenal.”*

15. Menurut Bapak/Ibu apakah sosial media Instagram dan lainnya bisa menarik minat kunjungan pengunjung datang ke desa wisata Ledok Sambu?

**Jawaban:** *“menurut saya sangat bisa karena kebanyakan wisatawan sekarang lebih memilih mengecek di sosial media terlebih dahulu terkait tempat wisata yang ingin dikunjungi, apakah tempat tersebut sesuai harapan mereka, dan juga pastinya saya melihat review dari wisatawan yang pernah mengunjungi tempat wisata ledok sambu itu sendiri. Namun ada juga tempat wisata yang sosial medianya mereka menampilkan objek wisatanya sangat menarik tapi pada saat kita mengunjungi tempat wisata tersebut tidak sesuai ekspektasi yang ada di di sosial media.”*

## **Transkrip Wawancara Kepada Wisatawan**

Narasumber : marselin  
Hari/Tanggal : Rabu 13 April 2023  
Waktu : 11:00 Sampai Selesai  
Lokasi : Ledok Sambu  
Sebagai : Wisatawan

### **Keterangan**

1. Sudah berapa kali mba mengunjungi Ledok Sambu?

*Jawaban: "Baru sekali kunjungan"*

2. Dari mana mba mengetahui Ledok Sambu?

*Jawaban: "Dari ig ledok sambu dn dari rekan"*

3. Apa yang membuat mba tertarik mengunjungi Ledok Sambu?

*Jawaban: "Tempatnya yang sejuk dan alami"*

4. Apakah mba berkunjung Bersama rombongan atau sendiri? Jika Bersama rombongan kesan apa yang menarik?

*Jawaban: "Melakukan kunjungan dengan kerabat atau berdua saja, oh saya ke Ledok Sambu Bersama seorang teman tidak dengan rombongan"*

5. Apa yang membuat mba memilih berkunjung ke Destinasi Wisata Ledok Sambu?

*Jawaban: "Karena daya tarik wisata alamnya yang alami, tempat yang tenang, harganya yang murah, cocok sekali untung healing"*

6. Bagaimana kesan yang di dapat setelah mengunjungi destinasi Wisata Ledok Sambu?

**Jawaban:** *“Kesan nya sangat puas dengan experience yang saya dapatkan dan pelayanannya juga sangat ramah dan saya sangat terkesan mungkin nanti saya akan kembali lagi berkunjung Bersama gerombolan karena saya ingin merasakan sesuatu yang baru jika mengikuti paket yang ditawarkan”*

7. Apakah mba menggunakan sosial media?

**Jawaban:** *“Iyaa saya menggunakan sosial media”*

8. Media sosial apa yang digunakan mba?

**Jawaban:** *“saya menggunakan sosial media Instagram”*

9. Menurut mba apakah sosial media berperan penting di era digital modern?

**Jawaban:** *“Sangat berperan di dalam kehidupan sekarang ini, dan sangat memberikan dampak positif dalam banyak hal”*

10. Apakah dengan menggunakan media sosial mendapatkan informasi tentang Ledok Sambi?

**Jawaban:** *“Iyaa, melalui ig saya dapat mengetahui daya tarik apa saja yg ada di ledok sambi sehingga saya memiliki gambaran awal mengenai destinasi tersebut”*

11. Bagaimana pandangan tentang postingan-postingan yang ada di media sosial Ledok Sambi?

**Jawaban:** *“Postingan sesuai dengan keadaan nyata di lapangan sehingga ekspektasi dan realita sangat balance dalam hal ini akan mengurangi kekecewaan wisatawan karena sudah sesuai antara postingan dengan keadaan nyata yg ada”*

12. Menurut apakah sosial media Instagram dan lainnya bisa menarik minat kunjungan pengunjung datang ke desa wisata Ledok Sambu?

**Jawaban:** *“Ya menurut saya, melalui ig ledok sambu akan mudah di jangkau banyak orang dan proses transfer informasi seputar ledok sambu lebih mudah sehingga akan memberikan pengaruh yg besar kepada minat kunjungan wisatawan”.*

## **Transkrip Wawancara Kepada Wisatawan**

Pedoman wawancara kepada tamu Ledok Sambu

Narasumber : Zelda

Hari/Tanggal : Kamis 13 April 2023

Lokasi : Ledok Sambu

Keterangan : pertanyaan dan jawaban

assalamualaikum, Selamat Siang mba sebelumnya perkenalkan nama saya Angeline Totononu, maksud dan tujuan saya ke sini untuk observasi tentang penelitian skripsi saya yang berlokasi di sini mba ,disini saya ada beberapa pertanyaan buat mba.

1. Sudah berapa kali mba mengunjungi Ledok Sambu?

*Jawaban: "Baru pertama kali ke wisata Ledok Sambu."*

2. Dari mana mba mengetahui Ledok Sambu?

*Jawaban: "saya mengetahui tempat wisata Ledok Sambu itu dari teman saya."*

3. Apa yang membuat mba tertarik mengunjungi Ledok Sambu?

*Jawaban: "tempat nya bagus, sejuk, indah juga ya dan sangat terjangkau untuk setiap menu makanan yang ada disini kemudian disini tidak ada tiket masuknya gratis hanya saja bayar parkir ya"*

4. Apakah mba berkunjung Bersama rombongan atau sendirian? Jika Bersama rombongan kesan apa yang menarik?

*Jawaban: "saya berkunjung hanya dengan teman saya saja tidak dengan rombongan"*

5. Apa yang membuat mba memilih berkunjung ke wisata Ledok Sambu?

**Jawaban:** *“karena tempatnya sangat bagus dan indah dan juga sejuk serta berbau alam itu yang membuat saya tertarik untuk ke Ledok Sambu karena adanya camping, flying fox dan berbagai macam-macam atraksi lain nya.*

6. Bagaimana kesan yang didapat setelah mengunjungi wisata Ledok Sambu?

**Jawaban:** *“kesan saya sangat memuaskan dan sangat senang Ketika berkunjung ke Ledok Sambu, dan mungkin nanti saya kesini lagi dengan rombongan keluarga atau teman-teman mungkin seru ya.*

7. Apakah mba menggunakan sosial media?

**Jawaban:** *“iya saya menggunakan sosial media tapi hanya beberapa saja yang saya gunakan seperti sosial media Instagram, tiktok, facebook, dan whatsapp.*

8. Sosial media apa saja yang digunakan?

**Jawaban:** *“saya menggunakan sosial media tiktok whatsapp, dan juga Instagram.*

9. Menurut mba apakah sosial media berperan penting di era digital modern?

**Jawaban:** *“ya menurut saya sosial media sangatlah berperan penting di era sekarang ini dimana anak-anak mudah semua memakai sosial media untuk membuat konten-konten yang menarik untuk dipromosikan tentang apapun, seperti ada yang membuat konten tentang Ledok Sambu dan dari situ kita bisa tau tentang Ledok Sambu*

10. Apakah dengan menggunakan media sosial mba mendapatkan informasi tentang Ledok Sambu?



***Jawaban:** “iya Sebagian besar selain saya mengetahui wisata Ledok Sambu dari teman saya, saya juga mendapatkan informasi nya dari Instagram dan juga google.*

11. Bagaimana pandangan mba tentang postingan-postingan yang ada di media sosial Ledok Sambu?

***Jawaban:** “sangat menarik postingan-postingan yang saya lihat secara fisik juga saya suka cara mereka mempromosikan produk-produk melalui sosial media dan memberikan informasi yang menarik bagi tamu-tamu untuk datang berkunjung karena dari postingan akun Ledok Sambu sendiri menawarkan makanan minuman yang terjangkau untuk mahasiswa dan masyarakat menengah atas sampai bawah.*

12. Menurut mba apakah sosial media Instagram dan lainnya bisa menarik minat kunjungan pengunjung datang ke Ledok Sambu?

***Jawaban:** “menurut saya sosial media sangat membantu sekali untuk menarik tamu-tamu atau wisatawan agar dapat berkunjung ke wisata Ledok Sambu.*

## **Transkrip Wawancara Kepada Wisatawan**

Pedoman wawancara kepada tamu Ledok Sambu

Narasumber : ibu thea gholes moloku

Hari/Tanggal : kamis 14 april 2023

Lokasi : Ledok Sambu

Keterangan : pertanyaan dan jawaban

assalamualaikum, Selamat Siang ibu sebelumnya perkenalkan nama saya Angeline Totononu, maksud dan tujuan saya ke sini untuk observasi tentang penelitian skripsi saya yang berlokasi di sini mba ,disini saya ada beberapa pertanyaan buat mba.

Pertanyaan dan jawaban:

1. Sudah berapa kali ibu mengunjungi Ledok Sambu?

*Jawaban: "sudah 2 kali saya berkunjung ke Ledok Sambu"*

2. Dari mana ibu mengetahui Ledok Sambu?

*Jawaban: "saya pertama kali mengetahui Ledok Sambu dari kerabat saya yang sudah pernah berkunjung terlebih dahulu."*

3. Apa yang membuat ibu tertarik mengunjungi Ledok Sambu?

*Jawaban: "karena Ledok Sambu itu cocok untuk family time dan memiliki banyak fasilitas untuk digunakan oleh anak-anak seperti outbond terapi ikan."*

4. Apakah ibu berkunjung ke Ledok Sambu Bersama rombongan atau sendirian?

Jika Bersama rombongan kesan apa yang menarik?

*Jawaban: "saya berkunjung ke Ledok Sambu dengan rombongan keluarga, dan kesannya saya dapat mengabadikan banyak moment Bersama keluarga."*

5. Apa yang membuat ibu memilih berkunjung ke Ledok Sambu?

*Jawaban: "karena letak tempatnya tidak jauh dari pusat kota jogja dan dekat dengan tempat-tempat wisata lainnya sehingga memudahkan akses untuk quality time.*

6. Bagaimana kesan yang didapatkan setelah berkunjung ke Ledok Sambu?

*Jawaban: "kesan saya dan keluarga sangat menikmati Ketika berada Ledok Sambu karena tempatnya yang sejuk dan masih sangat alami membuat pikiran tenang dan semakin enjoy, dan ada kesempatan di lain waktu saya ingin mengajak lebih banyak rombongan lainnya seperti teman-teman saya.*

7. Apakah ibu menggunakan sosial media?

*Jawaban: "oh tentu saja saya menggunakan sosial media untuk mengabadikan setiap moment yang kami lewati bersama keluarga, teman atau orang-orang terdekat lainnya.*

8. Sosial media apa saja yang digunakan ibu?

*Jawaban: "saya menggunakan sosial media Instagram, facebook, dan juga tiktok*

9. Menurut bapak/ibu apakah sosial media berperan penting di era digital modern?

*Jawaban: "ya tentu saja karena dari sosial media kita dapat mengetahui berita-berita atau informasi yang sedang gencar atau viral*

10. Apakah dengan menggunakan sosial media bapak/ibu mendapatkan informasi tentang Ledok Sambu?

**Jawaban:** *“awalnya saya mendapatkan informasi Ledok Sambu dari kerabat saya lalu saya mencari tahu melalui media sosial mengenai wisata Ledok Sambu.*

11. Bagaimana pandangan ibu tentang postingan-postingan yang ada di sosial media Ledok Sambu?

**Jawaban:** “ya kalau dilihat dari postingannya sangat menarik banyak kalangan untuk mengunjungi Ledok Sambu tersebut. Dan juga postingan-postingannya sangat real dengan kondisi yang sebenarnya, kalo tempat wisata lainnya di foto bagus tapi di tempat wisatanya ga sesuai yang di foto. Dari situ saya melihat Ledok Sambu sangat berbeda dengan wisata lainnya, sangat berbeda yang maksudnya itu sangat bagus, indah sejuk, dan real alami.

12. Menurut ibu apakah sosial media Instagram dan sosial media lainnya bisa menarik minat kunjungan wisatawan/tamu yang datang ke Ledok Sambu?

**Jawaban:** “menurut saya iya sangat menarik untuk kunjungan wisatawan/tamu-tamu.

# Lampiran 6 Lembar Bimbingan

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA: ENFELIN TOTOMOE  
 NO. MAHASISWA : 51910266  
 JUDUL PENELITIAN : PERAN SOSIAL MEDIA DALAM MEMPERKAYAAN  
DAYA TARIK WISATA DI DESA WISATA LERONG SANGI

NAMA PEMBIMBING I: DIS. SANTOSA, MM

NAMA PEMBIMBING II: HEMAMAH PRASEPTANTO, S.ST., M.M

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	17/1/2023	tolong lebih banyak jelaskan bab tentang k. masalah penelitian	h
		pendulu / profil Peta (mendaftar)	h
	18/2/23	- dasar masalah - daya tarik - promosi - media sosial - kendala pengumpulan data	h
		dua masalah yg umumnya / masalah penelitian	h

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	21/1/23	Dasar haluan Tipe DLT Klasifikasi	h
	22/1/23	teori ahli Tipe kata / kata	h
2	25/02/23	teorinya siapa saja	h
3	29/02/23	Revisi proposal	h

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA: ENFELIN TOTOMOE  
 NO. MAHASISWA : 51910266  
 JUDUL PENELITIAN : PERAN SOSIAL MEDIA DALAM MEMPERKAYAAN  
DAYA TARIK WISATA DI DESA WISATA LERONG SANGI

NAMA PEMBIMBING I: DIS. SANTOSA, MM

NAMA PEMBIMBING II: HEMAMAH PRASEPTANTO, S.SOS., S.ST., M.M

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	17/1/2023	halaman Kelas & buku foto di proposal Taman / wisata / kegiatan / terdapat beberapa informasi cek detail	h
	18/1/2023	halaman wawancara tampilan foto font color	h

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	22/1/23	Revisi BOP	h
	07/02/23	Revisi proposal	h

LEMBAR Bimbingan



NAMA MAHASISWA: ENJELIN TOTONOLU  
 NO. MAHASISWA : 51101256  
 JUDUL PENELITIAN : PERAN SOSIAL MEDIA DALAM MEMPRONOSKAN DATA TRAFIK WISATA DI DESA WISATA LEDUR JAWA

NAMA PEMBIMBING I: Dr. Santosa . M.M

NAMA PEMBIMBING II: HEMAMAN PRASETYANTO

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF	NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	1/7/2023	Review Quarter 1	u.				
		konten					
		konten & wawancara	u.				
		konten & analisis masalah	u.				
	14/7/2023	Agenda					
		1. masalah					
		2. penelitian kualitatif					
		3. wawancara					
	18/7/2023	pendalaman wawancara					
		di pahami & dijabarkan					
		antara penelitian	u.				
		dan masalah					
	20/7/2023	ke penulisan	u.				

LEMBAR Bimbingan



NAMA MAHASISWA: ENJELIN TOTONOLU  
 NO. MAHASISWA : 51101256  
 JUDUL PENELITIAN : PERAN SOSIAL MEDIA DALAM MEMPRONOSKAN DATA TRAFIK WISATA DI DESA WISATA LEDUR JAWA

NAMA PEMBIMBING I: Dr. Santosa . M.M

NAMA PEMBIMBING II: HEMAMAN PRASETYANTO S.Sos.Si.M.M

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF	NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
		penelitian					
		literatur					
	24/7/2023	konten & analisis	u.				
		Facebook					
		grup & survey	u.				
		kegiatan wisata					
	27/7/2023	kegiatan wisata	u.				
		wawancara & masalah					
		ke penulisan					
	30/7/2023	ke penulisan	u.				