

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DISBUDPAR PEMKO MEDAN MEMPERKENALKAN MASJID RAYA AL-OSMANI SEBAGAI DESTINASI WISATA RELIGI PADA MILENIAL

Ridwan Nasution¹

Sri Alfridayanti²

¹Dosen Ilmu Komunikasi FISIP UISU

²Alumni Ilmu Komunikasi FISIP UISU

eMail: ridwan.nasution@fisip.uisu.ac.id

Abstrak

Artikel ini menyajikan hasil penelitian mengenai tingkat efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Medan dalam memperkenalkan Masjid Raya Al-Osmani sebagai destinasi wisata religi kepada kelompok milenial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, data kepustakaan serta wawancara kepada informan utama yaitu pengunjung yang termasuk dalam kelompok milenial dan informan pendukung Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata Kota Medan, Kepala Sub Koordinator Bidang Cagar Budaya Kota Medan, dan Ketua Badan Kenaziran Masjid Raya Al-Osmani. Hasil penelitian terhadap efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Medan dalam memperkenalkan Masjid Raya Al-Osmani kepada kelompok milenial masih belum efektif dan masih harus ditingkatkan lagi dalam hal promosi serta pengadaan sarana dan prasarana. Hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara yang dilakukan dan observasi penelitian.

Kata Kunci: Efektivitas Komunikasi, Wisata Religi, Milenial.

PENDAHULUAN

Sampai saat ini destinasi wisata yang ada di Indonesia tak hanya terbatas pada wisata alam saja. Perkembangan dunia pariwisata saat ini telah mengalami banyak sekali perubahan baik itu dalam perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan, serta dorongan seseorang untuk melakukan perjalanan. Peradaban Islam yang sejak lama telah mengakar kuat pada masyarakat secara tak langsung membawa pengaruh besar pada aspek kehidupan bangsa baik dari segi pendidikan, politik, seni, maupun ekonomi yang saling mempunyai keterkaitan dan membentuk suatu kebudayaan peradaban Islam. Hal ini bisa dibuktikan melalui beberapa catatan sejarah serta keberadaan kebudayaan dan situs peninggalan

peradaban Islam hingga kini. Jejak-jejak peninggalan peradaban inilah yang kemudian menjadi cikal bakal terciptanya potensi wisata religi. Popularitas wisata religi belakangan ini banyak digunakan sebagai salah satu jalan maupun cara baru dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke suatu daerah. Salah satu peninggalan peradaban Islam yang bisa dijadikan sebagai destinasi wisata religi adalah masjid.

Masjid Raya Al-Osmani merupakan salah satu masjid tua yang ada di kota Medan. Masjid cantik yang juga dikenal dengan nama Masjid Labuhan ini menyimpan banyak cerita sejarah didalamnya. Masjid yang terletak di kawasan Jl. Yos Sudarso KM 19,5 Kecamatan Medan Labuhan ini

merupakan masjid yang dibangun pada tahun 1854 Masehi di bawah kepemimpinan Kesultanan Deli VII yaitu Sultan Osmani Perkasa Alam.

Masjid yang telah ditetapkan sebagai cagar budaya kota Medan berdasarkan Undang-Undang Cagar Budaya Nomor 11 Tahun 2010 dan Perda Kota Medan Nomor 2 Tahun 2012 memiliki pesona yang sangat mengagumkan. Ornamen ukiran yang terdapat pada bagian pintu dan sudut bangunan terlihat begitu indah dan semakin memperjelas aksen peninggalan Melayu.

Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan merupakan perpanjangan tangan dari pemerintah dalam menangani hal-hal yang berkaitan dengan pariwisata maupun segala bentuk kebudayaan yang ada di kota Medan. Kedua dinas ini merupakan lembaga pemerintah yang memiliki peran vital dalam memperkenalkan serta mengembangkan potensi besar yang dimiliki oleh suatu tempat, termasuk salah satunya masjid Raya Al-Osmani ini. Lembaga pemerintah ini menjadi pilar utama dalam menyokong sektor pariwisata dan kebudayaan yang ada di kota Medan. Pemerintah mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang berkaitan dengan kebutuhan pariwisata. Sektor pariwisata sendiri sering dianggap sebagai “*Rahmat Allah Swt.*” serta “*Primadona*” penghasil devisa bagi negara.

Banyak cara yang bisa dilakukan pemerintah untuk memperkenalkan suatu tempat sebagai sebuah destinasi wisata, salah satunya melalui komunikasi. Komunikasi yang bisa digunakan untuk memperkenalkan suatu tempat sebagai destinasi wisata religi yaitu melalui kegiatan komunikasi pemasaran

pariwisata, kegiatan public relation serta kegiatan e-tourism baik itu promosi yang dapat dilakukan melalui media massa, media cetak, media elektronik, hingga sosial media.

Media sosial memiliki kekuatan yang paling efektif dalam memperkenalkan dan memasarkan suatu objek wisata agar dikenal oleh masyarakat secara luas. Salah satu sasarannya yakni kelompok milenial. Kelompok milenial menjadi sasaran promosi objek wisata dikarenakan kelompok milenial merupakan kelompok yang paling banyak aktif dalam pemanfaatan dan penggunaan media sosial. Milenial adalah kelompok generasi yang sangat akrab dengan teknologi, sehingga hari-hari dan pekerjaannya selalu tidak pernah jauh dari kecanggihan teknologi. Kelompok milenial inilah yang biasanya paling melek teknologi. Mereka cenderung lebih suka memanfaatkan teknologi untuk mempermudah segala aktivitas termasuk dalam kegiatan berwisata.

Melihat ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai sejauh mana tingkat efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Medan dalam memperkenalkan Masjid Raya Al-Osmani ini sebagai sebuah tempat yang bisa dijadikan destinasi wisata. Bagi peneliti hal ini sangat menarik mengingat sejarah yang dimiliki Masjid Raya Al-Osmani sendiri yang bisa menjadi potensi dalam memancing daya tarik wisatawan untuk datang ke kota Medan.

Untuk melihat bagaimana efektifitas komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Medan dalam memperkenalkan masjid Raya Al-Osmani ini sebagai destinasi wisata religi terutama pada kelompok milenial, maka dari itu peneliti

memilih penelitian ini dengan judul “Efektivitas Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Medan dalam Memperkenalkan Masjid Raya Al-Osmani Sebagai Destinasi Wisata Religi Pada Kelompok Milenial”

METODE

Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi sebagai mekanisme penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, baik itu tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati oleh peneliti. Metode yang digunakan didalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Merujuk kepada Stauss dan Corbin dalam buku metodologi penelitian kualitatif yang di tulis oleh Salim dan Syahrudin mendefinisikan penelitian kualitatif adalah suatu jenis penelitian yang prosedur penemuan yang dilakukan tidak menggunakan prosedur statistik atau kuantifikasi.

Metode analisis deskriptif adalah metode analisis yang digunakan untuk menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat. Metode ini peneliti gunakan untuk mendeskripsikan tentang bagaimana efektivitas komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Dinas Pariwisata Kota Medan dalam memperkenalkan Masjid Raya Al-Osmani sebagai destinasi wisata religi.

Informan pada penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dalam penelitian ini mengandalkan pengamatan, wawancara yang sebelumnya peneliti sudah menyiapkan catatan-catatan yang berisikan pokok-pokok isi pembicaraan.dengan

menggunakan teknnik *indepth interview*, dan dokumentasi yang diguakan untuk catatan-catatan resmi atau penting yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, sehingga diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.

Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif model interaktif dari *Miles dan Huberman* yang terdiri dari: reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Dimana prosesnya berlangsung secara sirkuler selama penelitian berlangsung. Pada tahap awal pengumpulan data, fokus penelitian masih melebar dan belum tampak jelas, sedangkan observasi masih bersifat umum dan luas. Setelah fokus semakin jelas maka peneliti menggunakan observasi data yang lebih spesifik.

- 1) Langkah reduksi data melibatkan beberapa tahap. Tahap pertama, melibatkan langkah-langkah editing, pengelompokan, dan meringkas data. Tahap kedua, peneliti menyusun kode-kode dan catatan-catatan (memo) mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan aktivitas serta proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema, kelompok-kelompok dan pola-pola data.
- 2) Komponen yang kedua yaitu penyajian data, melibatkan berbagai langkah dalam mengorganisasikan data, yakni menjalin kelompok data yang satu dengan kelompok data yang lain, sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan karena dalam pnelitian kualitataif data biasanya beraneka ragam

perspektif dan terasa bertumpuk, maka penyajian data pada umumnya diyakini sangat membantu proses analisis.

- 3) Komponen yang ketiga yakni penarikan kesimpulan, peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada atau kecenderungan dari display data yang ada yang telah dibuat. Ada kalanya kesimpulan tergambar sejak awal, namun kesimpulan final tidak pernah dapat dirumuskan secara memadai tanpa peneliti menyelesaikan analisis seluruh data yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Umum Pesona Masjid Raya Al-Osmani

Masjid Raya Al-Osmani merupakan salah satu masjid tua yang ada di kota Medan. Masjid yang dibangun oleh Sultan Deli VIII yaitu Sultan Osmani Perkasa Alam pada tahun 19854 ini, menyimpan banyak cerita sejarah didalamnya. Masjid ini juga di kenal dengan sebutan Masjid Labuhan karena lokasinya yang berada di kecamatan Medan Labuhan. Masjid ini terletak di Jl. K.L. Yos Sudarso Kel. Pekan Labuhan sekitar 20 kilometer sebelah utara Kota Medan. Kemegahan dan pesona dari masjid ini memang sangat mengagumkan. Masjid yang telah ditetapkan sebagai cagar budaya kota Medan berdasarkan Undang-Undang Cagar Budaya Nomor 11 Tahun 2010 dan Perda Kota Medan Nomor 2 Tahun 2012 sengaja didominasi dengan warna kuning serta bagian dalamnya berwarna keemasan. Warna ini merupakan simbol

kejayaan Kesultanan Melayu pada masa itu. Ornamen ukiran yang ada di bagian pintu dan sudut bangunan terlihat begitu indah dan semakin memperjelas aksentuasi peninggalan Melayu. Pada pintu masjid terdapat ornamen Tiongkok, dengan ukiran bangunan bernuansa India, dan arsitektur bernuansa Eropa, serta ornamen-ornamennya bernuansa Timur Tengah. Masjid yang telah ditetapkan sebagai cagar budaya kota Medan berdasarkan Undang-Undang Cagar Budaya Nomor 11 Tahun 2010 dan Perda Kota Medan Nomor 2 Tahun 2012 memiliki pesona yang sangat mengagumkan.

b. Hasil Observasi

Observasi yang peneliti lakukan ialah sebelum melakukan penelitian dan pada saat berlangsungnya penelitian. Pada saat peneliti melakukan observasi yang peneliti lakukan, peneliti menemukan bahwa sedikitnya jumlah wisatawan yang hadir ke Masjid Raya Al-Osmani. Untuk fasilitas yang tersedia hanya sebatas fasilitas masjid pada umumnya. Para pengunjung yang hadir kebanyakan memiliki kisaran usia 50-60 tahunan. Hanya sedikit pengunjung yang masuk kategori milenial yang mengetahui keberadaan masjid Raya Al-Osmani. Kegiatan yang mereka lakukan hanya sekedar sholat di masjid, ziarah makam, dan berfoto di depan masjid Raya Al-Osmani.

c. Upaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Dinas pariwisata dan Dinas Kebudayaan merupakan perpanjangan tangan pemerintah kota Medan dalam hal yang berkaitan dengan segala bidang pariwisata dan kebudayaan yang ada di kota Medan. Sebagai masjid tertua di kota

Medan, pemerintah tentunya diharuskan mampu dan siap bersaing baik itu secara nasional maupun internasional dalam memperkenalkan wisata yang ada di daerahnya. Dibawah tangan Dinas pariwisata dan Dinas Kebudayaan kota Medan, Masjid Raya Al-Osmani yang merupakan bangunan cagar budaya tentunya akan mampu diperkenalkan kepadaberbagai kalangan terutama masyarakat milenial.

Berbagai upaya telah dilakukan oleh Dinas pariwisata dan Dinas Kebudayaan Kota Medan dalam memperkenalkan pesona yang dimiliki oleh Masjid Raya Al-Osmani kepada kelompok masyarakat milenial baik itu dalam bentuk promosi maupun melalui media sosial yang dipercaya mampu memberikan dampak baik terhadap bangunan cagar budaya yang ada di kota Medan termasuk salah satunya yakni Masjid Raya Al-Osmani kepada masyarakat milenial. Namun tentunya kedua dinas ini, harus berbagi tugas dan tanggung jawab dalam memperkenalkan masjid Raya Al-Osmani kepada masyarakat milenial.

Berbagai upaya itu dilakukan melalui promosi dan berbagai bentuk dan upaya komunikasi lainnya yang diharapkan mampu membuat Masjid Raya Al-Osmani bisa dikenal oleh masyarakat luas khususnya milenial baik itu dalam lingkup area domestik maupun internasional.

Pemanfaatan sosial media seperti facebook dan instagram Dinas Pariwisata Kota Medan hingga platform youtube juga bisa menjadi salah satu pendukung keberhasilan dari upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Medan dalam memperkenalkan Masjid Raya Al-Osmani kepada masyarakat milenial. Hal ini tentunya

disebabkan karena kelompok milenial merupakan kelompok masyarakat yang bisa dikatakan paling melek teknologi.

Selain itu, terdapat upaya lainnya yang dilakukan oleh Dinas pariwisata kota medan dalam memperkenalkan Masjid Raya Al-Osmani kepada masyarakat milenial. Upaya lainnya itu adalah melakukan suatu kegiatan yang dinamai dengan “*Fam Trip*” yang dilakukan dengan mengundang beberapa travel atau penyedia jasa pariwisata yang berasal dari luar kota Medan untuk dapat hadir dan mengikuti kegiatan “*Fam Trip*” yang bertujuan untuk memperkenalkan wisata-wisata yang ada di Kota Medan salah satu diantaranya yakni Masjid Raya Al-Osmani.

Selain upaya promosi yang dilakukan, upaya pelestarian dan pemeliharaan juga menjadi hal yang perlu diperhatikan. Sebagai situs cagar budaya, pemeliharaan terhadap suatu cagar budaya sangat menentukan kelestarian dari tiap cagar budaya yang ada. Upaya pemeliharaan dan pelestarian terhadap Masjid Raya Al-Osmani berada dibawah tanggung jawab Dinas Kebudayaan yang merupakan lembaga pemerintah yang menaungi berbagai situs cagar budaya yang berada di kota Medan. Berbagai upaya telah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan kota Medan dalam memelihara dan melestarikan Masjid Raya Al-Osmani agar tetap terjaga kelestariannya.

Faktor Penghambat :

Pandemi virus covid-19 yang telah melanda dunia sejak akhir tahun 2019 lalu telah membawa banyak dampak di berbagai bidang kehidupan. Salah satunya pada sektor pariwisata. Bagi Dinas Pariwisata kota Medan sendiri, tentunya hal ini membuat upaya yang dilakukan dalam memperkenalkan Masjid Raya Al-

Osmani kepada masyarakat milenial menjadi kurang optimal. Sebagai lembaga yang menaungi bidang pariwisata yang ada di kota Medan, tentunya mengharuskan Dinas Pariwisata kota Medan mengambil langkah cepat dalam mengatasi kekurangan optimalitas tersebut.

Keterbatasan akses dan jarak menjadikan suatu destinasi atau tempat kurang diminati oleh masyarakat. Hal ini juga berlaku untuk Masjid Raya Al-Osmani. Jauhnya jarak tempuh yang dibutuhkan dari pusat kota Medan menuju Masjid Raya Osmani membuat kurangnya ketertarikan masyarakat untuk berkunjung.

Selain keterbatasan akses, kelengkapan sarana dan prasarana pendukung juga menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan. Ketersediaan sarana menjadi pendorong keinginan para wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Kelengkapan sarana ini dapat berupa lahan parkir, tempat wudhu, kursi-kursi yang bisa digunakan untuk duduk oleh pengunjung serta daerah-daerah atau tempat-tempat yang bisa menjadi spot photo yang bagus. Hal ini yang akhirnya menjadi keluhan para wisatawan yang berkunjung. Kurangnya sarana dan prasarana yang ada menjadikan mereka untuk berfikir untuk kembali mengunjungi Masjid Raya Al-Osmani.

Sebagai lembaga yang menjadi perpanjangan tangan pemerintah dalam bidang pariwisata di kota Medan, Dinas Pariwisata maupun Dinas Kebudayaan kota Medan memegang andil yang sangat penting di dalamnya. Setiap cagar budaya yang akan diperkenalkan baik itu melalui promosi maupun segala bentuk komunikasi lainnya tentunya tidak akan terlepas dengan pembiayaan yang harus dianggarkan terlebih dahulu. Hal ini

tentunya menjadi salah satu hambatan yang harus dihadapi oleh Dinas Pariwisata maupun Dinas Kebudayaan kota Medan.

Salah satu faktor pendukung dalam memperkenalkan suatu destinasi wisata kepada masyarakat ialah adanya event-event maupun kegiatan besar yang bisa dilakukan di area destinasi tersebut. Namun, keterbatasan area lapangan yang dimiliki tentunya akan menjadi penghambat dari keoptimalitas upaya yang dilakukan itu.

Keterbatasan lainnya yang dialami oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Medan dalam memperkenalkan Masjid Raya Al-Osmani ialah karena pada dasarnya bangunan wisata religi tidak bisa digunakan untuk kegiatan diluar dari kegiatan yang biasanya dilakukan pada tempat religi umumnya.

d. Respon Masyarakat Terhadap Upaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Medan

Sejalan dengan upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Medan dalam memperkenalkan Masjid Raya Al-Osmani ini kepada masyarakat milenial, tentunya yang merasakan dampak ini ialah masyarakat milenial itu sendiri.

Dalam implementasinya, upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan kota Medan masih belum tergolong berhasil dalam memperkenalkan Masjid Raya Al-Osmani kepada masyarakat milenial yang disebabkan oleh beberapa faktor yang menjadi penghambat salah satunya ketidaktahuan para wisatawan terhadap segala bentuk upaya komunikasi yang dilakukan oleh lembaga pemerintah yakni Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam memperkenalkan suatu destinasi wisata.

Adanya event-event maupun kegiatan khusus yang diadakan di Masjid

Raya Al-Osmani juga menjadi salah satu faktor pendukung wisatawan untuk berkunjung maupun kembali berkunjung ke Masjid Raya Al-Asmani.

Tingkat keberhasilan dari berbagai upaya yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Medan dalam memperkenalkan Masjid Raya Al-Osmani kepada masyarakat milenial tergantung seberapa banyak masyarakat milenial yang mengetahui Masjid Raya Al-Osmani. Semakin banyak masyarakat milenial yang mengenal Masjid Raya Al-Osmani melalui berbagai upaya yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan, maka dapat dikatakan bahwa upaya tersebut berhasil. Namun sebaliknya, jika masyarakat masih tetap sedikit yang mengenal Masjid Raya Al-Osmani walaupun berbagai upaya komunikasi telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Medan dalam memperkenalkan Masjid Raya Al-Osmani kepada masyarakat milenial, maka tingkat keberhasilan dari upaya itu masih sedikit.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dari penelitian ini adalah menemukan fakta bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Medan sebagai perpanjangan tangan pemerintah kota Medan yang menangani urusan yang berkaitan dengan pariwisata dan kebudayaan yang ada di kota Medan tentunya telah melakukan berbagai upaya komunikasi dalam memperkenalkan Masjid Raya Al-Osmani sebagai destinasi wisata religi kepada masyarakat milenial. Berbagai upaya itu dilakukan melalui kegiatan promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan penggunaan media sosial, menggunakan jasa selebgram serta vlogger-vlogger, hingga mengadakan event "Fam Trip" dengan mengundang berbagai

travel yang berada di luar kota Medan. Dengan banyaknya upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan kota Medan, dapat dinilai secara tertulis upaya tersebut dapat dikatakan berhasil. Namun pada implementasinya, menurut para masyarakat milenial upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan masih kurang efektif dan belum berhasil mengenai sasaran sepenuhnya dalam memperkenalkan Masjid Raya Al-Osmani sebagai destinasi wisata religi kepada masyarakat milenial. Hal ini disebabkan karena banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan masjid ini. Berdasarkan informan yang peneliti wawancarai, hampir dari mereka semua mengetahui keberadaan masjid Raya Al-Osmani sebab area dan letak tinggal mereka yang berdekatan dengan area masjid serta kebiasaan mereka yang sering melintasi area masjid Raya Al-Osmani. Bahkan mereka juga tidak mengetahui adanya upaya komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Dinas Pariwisata kota Medan dalam memperkenalkan masjid ini.

Hambatan yang terjadi dalam implementasi keefektifan upaya baik itu komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Medan dalam memperkenalkan masjid Raya Al-Osmani kepada masyarakat milenial antara lain kurangnya minat masyarakat milenial untuk mengunjungi destinasi wisata yang berbasis religi. Selain itu, kurangnya prasarana pendukung yang dibangun di masjid Raya Al-Osmani seperti tempat atau spot photo yang bisa menjadi daya tarik bagi masyarakat terumatom kalangan milenial. Terbatasnya area lahan kosong di Masjid Raya Al-Osmani juga menjadi penyebab

kurang optimalnya upaya yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Medan dalam memperkenalkan masjid secara lebih lanjut.

DAFTAR BACAAN

- Abdurrachman, Oemi. 1995. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Afifah, A. 2019. *Menggali Efektivitas Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Kota Padang Melalui Instagram*. Jurnal Pariwisata Pesona .
- Ali, Hasanuddin. 2017. *Millenial Nusantara*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata. Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta : Pradnya Paramita.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Chaliq. 2011. *Wisata Religius*. Yogyakarta : Ekosiana.
- Damanik, Janianton. 2006. *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta : CV. Andi
- Dwinanda, januariska Bayu. 2018. *Efektivitas Komunikasi Pemasaran Personal Selling pada Agrowisata Kampung 99 Pepohonan*. Bogor : Fakultas Ekologi Manusia Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Teori Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- _____. 1995. *Kamus Komunikasi*. Bandung : Mandar Maju.
- Fahilah, Nur Rizki. 2017. *Efektivitas Komunikasi Pemasaran kampung Budaya Sindangbarangdi Desa Pasir Putih Eurih Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor*. Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Komuniikasi Pemasaran*. Pasuruan : Penerbit Qiara Media.
- Handari, Nawawi dan Martini Handari. 1995. *Instrumen penelitian bidang sosial*. Yogyakarta : Gajah Mad University Press.
- Moeleong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Syahir. 2015. *Efektivitas Pelaksanaan Finger Print di IAIN Raden Fatah Palembang*. Palembang : Idea Press Yogyakarta.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya
- Mulyana, Deddy. 1996. *Komunikasi Jenaka*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Nazir, Moh. 1987. *Efektivitas Dalam Pembinaan Masyarakat Industri*, Makalah. Banda Aceh : MUI
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metedologi Penelitian*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : PT LKIS Pelangi Aksara.
- Poerwodarminto, WJS. 1976. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : PN Balai Pustaka.
- Salim, Syahrums. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Cipta Pustaka Media.

-
- Shihab. 2007. *Pengantin Al-Qur'an*. Jakarta : Lentera Hati.
- Sunarjo, dkk. 1995. *Himpunan Istilah Komunikasi*. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.
- Steers, Richard M. 1999. *Efektivitas Organisasi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Suryono, Agus. 2004. *Paket Wisata Ziarah Umat Islam*. Semarang : Kerjasama Dinas pariwisata Jawa Tengah dan Stiepari Semarang.
- Wardana, Kelvin Kusuma. 2021. *Efektivitas Komunikasi Pemasaran Pemerintah Pada Objek Wisata Telaga Serangan Kabupaten Magetan*. Bandung : Fakultas Komunikasi dan Bisnis.
- Wursanto. 2005. *Dasar-Dasar Ilmu Komunika*s. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Yoeti, Oka A.1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Penerbit Angkasa.
- _____. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.