

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NOMOR SKRIPSI
6972/KOM-D/SD-S1/2024

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* SEBAGAI MEDIA
PROMOSI OBJEK WISATA PUNCAK PATO KABUPATEN
TANAH DATAR PROVINSI SUMATERA BARAT**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah & Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Serjana Strata (SI) Ilmu Komunikasi

Oleh :

SELLY DWICAHYA ANDONI
NIM. 12040323436

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024**



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Selly Dwicahya Andoni
NIM : 12040323436
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Objek Wisata Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatera Barat

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 25 September 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 25 September 2024



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP.19831118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Toni Hartono, S.Ag., M.Si
NIP.19780605 200701 1 024

Penguji III,

Dr. Sudianto, M. I.Kom
NIP. 19801230 200604 1 001

Sekretaris/ Penguji II,

Rohayati, M. I.Kom
NIP. 19880801 202012 2 018

Penguji IV,

Yudhi Martha Nugraha, S.Sn., M. Ds
NIK. 19790326 200912 1 002



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA PUNCAK PATO KABUPATEN TANAH DATAR

Disusun oleh :

Selly Dwicahya Andoni
NIM. 12040323436

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 29 Agustus 2024

Pembimbing,

Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc. Sc
NIP. 19761212 200312 1 004

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Selly Dwicahya Andoni
Nim : 12040323436
Tempat/Tanggal Lahir : Balai Tangah, 20 Agustus 2002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi
Objek Wisata Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *bodynote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 12 September 2024

Yang membuat pernyataan,



Selly Dwicahya Andoni

NIM. 12040323436



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Selly Dwicahya Andoni
NIM : 12040323436
Judul : Strategi Komunikasi Pengembangan Objek Wisata Puncak Pato di Kabupaten Tanah Datar Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pnengunjung

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 3 April 2024

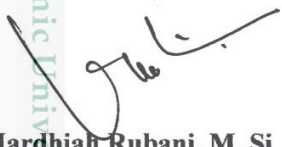
Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 3 April 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,


Mardhiah Rubani, M. Si
NIP. 19790302 20070012 023


Suardi, M. Kom
NIP. 19780912 201411 1 003



Pekanbaru, 29 Agustus 2024

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Selly Dwicahya Andoni
NIM : 12040323436
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Objek Wisata Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing

Firdaus El Hadi, M.Soc.SC, Ph.D.
NIP.19761212 200312 1004

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

ABSTRAK

Nama : Selly Dwicahya Andoni
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Media Promosi Objek Wisata Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar provinsi Sumatera Barat**

Penelitian ini berjudul "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Objek Wisata Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatera Barat" yang bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, dalam promosi wisata. Instagram dipilih sebagai media promosi karena kemampuannya dalam menyebarkan informasi visual yang menarik melalui fitur-fitur foto dan video, yang efektif dalam menarik minat wisatawan. Latar belakang penelitian ini menyoroti pentingnya memanfaatkan Instagram sebagai media promosi efektif untuk memperkenalkan Puncak Pato sebagai tujuan wisata unggulan yang menggabungkan keindahan alam dengan nilai sejarah, mendukung pembangunan ekonomi lokal, serta pelestarian budaya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Lokasi penelitian di Jorong Pato, Nagari Batu Bulek, Kecamatan Lintau Buo Utara, Kabupaten Tanah Datar. Data dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran signifikan sebagai media promosi Puncak Pato, meningkatkan ketertarikan pengunjung melalui konten yang menggabungkan keindahan alam dan sejarah lokal. Instagram terbukti bermanfaat dalam meningkatkan profil Puncak Pato sebagai destinasi wisata, mendukung distribusi konten secara luas yang diharapkan menarik kunjungan lebih lanjut.

Kata Kunci : Instagram, media sosial, promosi wisata, Puncak Pato, Kabupaten Tanah Datar

ABSTRACT

Name : Selly Dwicahya Andoni
Study Program : Communication Sciences
Title : *Utilization of Using Instagram Social Media as a Promotional Media for Puncak Pato Tourism Object in Tanah Datar Regency*

This study is entitled "Utilization of Instagram Social Media as a Promotional Media for Puncak Pato Tourism Objects in Tanah Datar Regency, West Sumatra Province" which aims to describe the utilization of social media, especially Instagram, in tourism promotion. Instagram was chosen as a promotional media because of its ability to disseminate interesting visual information through photo and video features, which are effective in attracting tourists. The background of this study highlights the importance of utilizing Instagram as an effective promotional media to introduce Puncak Pato as a leading tourist destination that combines natural beauty with historical value, supports local economic development, and cultural preservation. The research method used is descriptive qualitative, with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The research location is in Jorong Pato, Nagari Batu Bulek, Lintau Buo Utara District, Tanah Datar Regency. Data were analyzed through the process of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study indicate that Instagram has a significant role as a promotional media for Puncak Pato, increasing visitor interest through content that combines natural beauty and local history. Instagram has proven to be useful in increasing the profile of Puncak Pato as a tourist destination, supporting the distribution of content widely which is expected to attract further visits.

Keywords: *Instagram, social media, tourism promotion, Puncak Pato, Tanah Datar Regency*

UIN SUSKA RIAU



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya Skripsi dengan judul “ pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Media Promosi Objek Wisata Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatera Barat”, dapat diselesaikan dengan baik. Selanjutnya semoga sholawat dan salam tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammadd SAW yang dengan sunnahnya penulis tetap berusaha menjaga hak hak Allah SWT selama pelaksanaan skripsi ini.

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi SI Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Selama menyelesaikan Skripsi ini penulis banyak menerima petunjuk, saran, bimbingan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan tersebut penulis mengucapkan rasa terimaakasih kepada :

1. Teristimewa untuk kedua orang tua penulis yang sangat dicintai yaitu Ayah Don Doni dan Mama Ani Darlis, serta saudara kandung penulis Elsa Aprilia Andoni dan seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan motivasi, doa dan dukungan dana sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan baik dan lancar.
2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag sebagai rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya
3. Bapak Prof. Dr Imron Rosidi, MA Selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sutan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Dr Masduki M.Ag Sebagai Wakil Dekan Bidang Akademik Dan Pengembanagn Kelembagaan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sutan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Muhammad Badri, M. Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi, Perencanaan dan Keuangan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si. selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom, selaku sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
9. Bapak yantos, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan nasehat, motivasi serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Bapak Firdaus El Hadi, S.Sos, M. Sos.Sc selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu begitu banyak serta memberikan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
11. Seluruh Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan serta berbagai pengalaman kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
12. Karyawan/I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan dengan baik dan kemudahan dalam administrasi.
13. Kepada pengelola objek wisata Puncak Pato
14. Kepada seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan, doa dan harapannya.
15. Kepada teman satu atap yang selalu menjadi partner penulis dalam setiap kegiatan dan kepada seluruh teman teman yang telah mau menjadi tempat penulis berkeluh kesah dengan selalu memberikan nasehat dan dorongannya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan, oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa/I Ilmu Komunikasi serta bagi semua pihak yang berkepentingan.

Pekanbaru, Juli 2024

Penulis

SELLY DWICAHYA ANDONI

NIM. 12040323436



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Penegasan Istilah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian Atau Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	15
2.3 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.3 Sumber Data Penelitian	27
3.4 Informan Penelitian.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6 Validasi Data.....	29
3.7 Teknik Analisis Data	31
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	33
4.1 Gambaran Mengenai Kawasan Wisata Puncak Pato	33
4.2 Visi dan Misi Objek Wisata Puncak Pato	37
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
5.1 Hasil Penelitian.....	38
5.2 Pembahasan	50
BAB VI PENUTUP.....	56
6.1 Kesimpulan	56
6.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tempat Wisata Tanah Datar	4
Tabel 3. 1 Data Informan Penelitian	28



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Peneliti	25
Gambar 4. 1 Pintu masuk menuju objek wisata Puncak Pato	33
Gambar 4. 2 Artefak tungku tigo sajarangan	34
Gambar 4. 3 Perjanjian “sumpah sati marapalam”	35
Gambar 4. 4 Foto Profil <i>instagram</i> @puncak_pato_	36
Gambar 5. 1 Wawancara dengan informan.....	41
Gambar 5. 2 Wawancara dengan informan.....	43
Gambar 5. 3 Wawancara dengan informan.....	45
Gambar 5. 4 Wawancara dengan informan.....	46
Gambar 5. 5 Wawancara dengan informan.....	48

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 - Data Informan
- Lampiran 2 - Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 3 - Dokumentasi Wawancara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi menjadikan jejaring sosial sebagai cara utama yang diminati oleh public di era modern. Jejaring sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkolaborasi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk koneksi sosial secara virtual. Perkembangan komunikasi modern pada saat ini teknologi semakin canggih dengan pesat. Mulai adanya aplikasi yang dapat berkomunikasi jarak jauh, tanpa harus bertatap muka. Dari beberapa aplikasi itu selalu berkembang dan update dengan fitur terbaru yang dimiliki aplikasi tersebut. Dari fitur itulah semakin menarik komunikasi lewat jejaring media sosial ini.

Di era globalisasi sekarang ini, kemajuan di bidang pariwisata sangatlah pesat. Pariwisata sudah diakui sebagai industri terbesar abad ini, dilihat dari berbagai indikator perkembangan dunia, di tahun-tahun mendatang peranan pariwisata akan semakin meningkat. Oleh karena itu, banyak yang harus dilakukan untuk mengembangkan potensi-potensi wisata khususnya di Indonesia. Indonesia merupakan Negara kaya memiliki sumber daya alam yang terdiri dari lautan, pantai dan daratan yang dikelola dengan benar dapat memberikan keuntungan besar bagi Negara. Salah satu kegunaannya adalah dengan menciptakan daerah tersebut menjadi destinasi wisata. Kita tahu bahwa sektor pariwisata sangat berperan dalam pembangunan nasional, sebagai tambahan sumber penghasil devisa, meratakan dan meningkatkan kesempatan kerja serta pendapatan masyarakat .

Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor ekonomi yang penting di Indonesia. Pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditas minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Berdasarkan data tahun 2016, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 11.525.963 juta lebih atau tumbuh sebesar 10,79% dibandingkan tahun sebelumnya. Karakteristik Indonesia yakni negara kepulauan yang memiliki potensi pariwisata yang sangat besar seperti kekayaan alam, keragaman budaya, keragaman suku, keragaman jenis makanan, keragaman jenis kerajinan tangan, dan sebagainya. Perkembangan dari sektor pariwisata juga menjanjikan dan memberikan manfaat bagi banyak pihak mulai dari pemerintah, masyarakat maupun pihak swasta yang mengelola tempat wisata. Oleh karena itu banyak daerah yang ingin membangun tempat pariwisata di daerahnya masing-masing .

Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang terus meningkat membuat jumlah pengguna internet juga semakin tinggi setiap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

tahunnya. Pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 ini mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5% atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 lalu. Total jumlah penduduk Indonesia sendiri saat ini adalah 274,9 juta jiwa. Ini artinya, penetrasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7%. Hal tersebut dimuat dalam laporan terbaru yang dirilis oleh layanan manajemen konten *HootSuite*, dan agensi pemasaran media sosial *We Are Social* dalam laporan bertajuk "*Digital 2021*". (Larita et al., 2020).

Tidak dapat disangkal bahwa manfaat media sosial telah memudahkan aktivitas bersosialisasi secara online. Kehadiran internet dan media sosial memungkinkan masyarakat awam untuk leluasa mengikuti kompetisi menyebarkan informasi dan peristiwa ke lingkungan sekitarnya. Media sosial merupakan media online yang memungkinkan pengguna mengakses, mengikuti, dan berbagi konten dengan mudah. Media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan komunikasi dan digunakan oleh pemerintah dan lembaga sosial. Kehadiran media sosial juga memudahkan aktivitas manusia di segala bidang, termasuk komunikasi.

Jumlah pengguna internet yang tinggi menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial untuk kegiatan bisnis secara *online*. Selain *facebook*, *twitter*, *whatsapp* dan *youtube* yang menjadi media sosial favorit adalah *instagram*. Di Indonesia, jumlah pengguna *instagram* hingga Juli 2021 sebesar 91,77 juta pengguna. Pengguna terbesar terdapat di kelompok usia 18– 24 tahun yaitu 36,4%. *Instagram* berada di urutan ketiga sebagai *platform* media sosial yang paling sering digunakan, setelah *youtube* dan *whatsapp*. *Instagram* menjadi media sosial yang sangat populer di berbagai belahan dunia karena memungkinkan penggunanya untuk berbagi konten fotografi serta mengikuti kehidupan para pesohor favorit (Dian Mafulla, Sudiah Hestianah, 2021).

Pengguna *instagram* di Indonesia sebanyak 79% dari jumlah, yakni 63 juta jiwa, dengan jumlah pengguna perempuan sebanyak 50,8% dan laki-laki 49,2%. Berdasarkan laporan digital tahun 2020-2021 pada triwulan III 2020 *instagram* naik ke peringkat ketiga melampaui *facebook*, hal ini menunjukkan *instagram* merupakan salah satu media sosial yang banyak diminati. Oleh karena itu, Kementerian Pariwisata RI sendiri menggunakan media *instagram* sebagai media promosi yang dianggap cukup efektif. Kemenpar RI memaksimalkan promosi melalui *instagaram* untuk meningkatkan jumlah wisatawan baik skala nasional maupun internasional (Wijayanti, 2021).

Promosi adalah suatu bentuk koordinasi antara berbagai pihak yang dilakukan untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi dengan tujuan menjual barang atau jasa atau memperkenalkan ide. Oleh karena itu, promosi pariwisata merupakan upaya perusahaan untuk memperkenalkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

destinasi wisata melalui saluran informasi, menjalin hubungan dengan wisatawan, dan memberikan informasi. Melakukan kegiatan promosi di berbagai media baik cetak maupun digital yang dianggap efektif dalam menjangkau target pasar. (Mahardika, 2019).

Efektivitas promosi dapat diartikan sebagai keberhasilan dan kinerja yang dapat dilihat dari segi tercapai tidaknya sebuah tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya oleh pelaku bisnis. Salah satu model yang digunakan agar dapat mengetahui efektivitas iklan atau promosi sebuah produk atau jasa, yang menyatakan bahwa efektivitas media sosial dapat dilihat dari frekuensi kunjungan pelanggan (dalam hal ini konsumen atau *followers*) terhadap akun media sosial, jumlah *followers*, *like*, *comment* pada *instagram* (Ramadan & Fatchiya, 2021).

Sumatera Barat merupakan salah satu tujuan daerah wisata di Indonesia, karena daerah ini terdapat berbagai wisata, baik objek wisata alam, budaya maupun sejarah. Mulai dari laut, pegunungan, danau, air terjun dan lainnya. Hal ini cukup sulit ditemukan di daerah lain, karena anugerah geografis inilah kita bisa menikmati keindahan alam di beberapa daerah di Sumatera Barat sebagai daerah tujuan wisata, maka Dinas Pariwisata Sumatera Barat (1996) telah mencoba mensosialisasikannya ke daerah-daerah tingkat dua, agar pemerintahan setempat berupaya mengelola berbagai hal yang mengenai objek wisata di daerah masing-masing, baik wisata alam, budaya maupun sejarah yang di suguhkan secara memuaskan kepada wisatawan .

Kabupaten Tanah Datar adalah sebuah Kabupaten di Provinsi Sumatera Barat, Indonesia, yang beribukota di Batu Sangkar. Kabupaten Tanah Datar terletak di tengah Sumatera Barat. Kabupaten Tanah Datar berbatasan langsung dengan beberapa kotamadya di Sumatera Barat, antara lain Kabupaten Agam, Kabupaten Lima puluh Kota, Kabupaten Sijunjung, Kota Padang Panjang, dan Kota Sawahlunto. Kabupaten Tanah Datar dikenal juga dengan nama Luhak Nan Tuo karena merupakan pusat kerajaan Minangkabau kuno. Hal ini berdampak signifikan terhadap potensi wisata Kabupaten Tanah Datar. Kabupaten Tanah Datar merupakan pusat kebudayaan dan pariwisata Sumatera Barat.

Tabel 1.1 Tempat Wisata Tanah Datar

No	Nama Objek Wisata	Alamat
1.	Istana basa pagaruyung	Jl. Sutan Alam Badadarsyah, Pagaruyung
2.	Panorama Tabek Patah	Jl. Raya Batusangkar, Tabek Patah, Tanjung Baru
3.	Ngalau Pangian Lintau Buo	Kecamatan Lintau Buo
4.	Cagar Budaya Batu Batikam	Lima Kaum
5.	Air Terjun Lembah Anai	X Koto
6.	Pariangan Desa Terindah di Dunia	Kecamatan Pariangan
7.	Batu Basurek	Saruaso
8.	Batu Angkek-Angkek	Kecamatan Sungayang
9.	Even Wisata Pacu Jawi	Rambatan
10.	Panorama Puncak Pato	Nagari Batu Bulek

Puncak Pato merupakan salah satu tempat wisata bersejarah yang ada di Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat. Puncak Pato merupakan sebuah jorong kecil yang terletak di kenagarian Batu Bulek, Kecamatan Lintau Buo Utara, Kabupaten Tanah Datar. Untuk menuju ke Puncak Pato dibutuhkan selama 30 menit perjalanan dengan melewati Nagari Sungayang. Sepanjang perjalanan kita akan menikmati jejeran rumah gadang yang masih tetap terpelihara dengan kokohnya. Saat sekarang kawasan Puncak Pato dikelola oleh sekelompok pemuda yang tergabung kedalam kelompok sadar wisata (pokdarwis) Mayang Taurai, kelompok sadar wisata ini akan membantu para pengunjung untuk menikmati minuman khas Puncak Pato yaitu niro talua (nira telur). Masyarakat Puncak Pato pada umumnya bermata pencarian sebagai petani tebu dan nira (gula aren), selain itu pengunjung juga bisa berpetualang di kawasan Puncak Pato dengan menikmati atau melihat langsung proses pengambilan air nira dari pohon aren sampai proses pembuatan gula aren yang masih di olah secara tradisional. (Eliza et al., 2023)

Panorama Puncak Pato merupakan objek wisata dari sejumlah pesona keindahan alam Sumatera Barat dengan karakteristiknya sendiri dan tercatat pula sebagai tempat terjadinya peristiwa bersejarah dalam perjalanan masyarakat adat Minangkabau yang terkenal dengan Sumpah Sati Bukik Marapalam. Puncak Pato sebenarnya sebuah lokasi di ketinggian (puncak bukit) Bukit Marapalam, dimana dapat melihat keindahan alam yang sangat bagus dari ketinggian. Lukisan alam yang luar biasa terbentang sejauh mata memandang membuat hati dan pikiran jadi tenang. Udara sejuk dan angin yang berembus diantara puncak-puncak itu membuat rasa tak ingin beranjak (Nagari Batu Bulek).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Objek Wisata Panorama Puncak Pato sangat potensi untuk dikembangkan menjadi objek wisata, selain sudah ada transtruktur penunjang, objek wisata ini dapat dikembangkan dengan sistem kerja sama dengan pemilik lahan. Dari Puncak Pato jika pandangan di arahkan kebelahan barat, maka akan terlihat hamparan perkampungan penduduk kenagarian Sungayang. Dalam sela-sela pohon pinus tampak pula hamparan kebun tebu. Kebun-kebun tebu di sekitar Puncak Pato diolah masyarakat Puncak Pato menjadi gula tebu (saka). Selain dapat menyaksikan pengelolaan gula tebu (saka) orang yang berkunjung ke Puncak Pato dapat pula menikmati air aren (niro) di Nagari Andaleh Baruh Bukik jalan menuju Puncak Pato (Nagari Batu Bulek). Sejauh ini sudah ada terdapat sejumlah promosi tentang destinasi wisata Puncak Pato namun belum ada kajian yang mendalam tentang efektivitas penggunaan media sosial sebagai promosi Wisata Puncak Pato, sehingga penulis tertarik untuk menganalisis dan mengkajinya lebih dalam lagi mengenai Objek Wisata Puncak Pato ini.

1.2 Penegasan Istilah

a) Pemanfaatan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia pemanfaatan merupakan turunan dari kata manfaat yakni suatu penghadapan yang semata mata menunjukkan kegiatan menerima. Kemudian mendapatkan imbuhan pe – an yang berarti proses, cara, pembuatan, pemanfaatan. Dengan demikian pemanfaatan dapat diartikan suatu aktifitas, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan sesuatu yang berguna. Bila dikaitkan dengan penelitian ini, maka pemanfaatan disini menggunakan atau memakai suatu benda yang berguna untuk promosi dan wisata, dalam penelitian ini penulis memanfaatkan media sosial instagram sebagai media promosi objke wisata Puncak Pato Kabupaten tanah Datar.

b) Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. *Blog*, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakant eknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”. Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *Facebook, Instagram, dan Twitter*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

c) Instagram

Instagram merupakan sebuah media sosial berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara *online*. *Instagram* memungkinkan penggunaanya untuk mengunggah foto dan video kedalam feed yang dapat diedit dengan berbagai filter dan menambahkan informasi lokasi. Sejak diluncurkan pada tahun 2010, *Instagram* dengan cepat mendapatkan popularitas di dunia dan Indonesia.

d) Promosi

Promosi merupakan bagian dalam pemasaran agar informasi tentang produk dapat dikomunikasikan ke konsumen untuk mempengaruhi supaya dapat melakukan pembelian (Sinaga et al., 2024). Tujuan promosi dilakukan untuk mengkomunikasikan kelebihan-kelebihan produk atau layanan (Hubner et al., 2022).

Promosi juga merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produk maupun jasa, kegiatan promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen namun juga sebagai alat dalam mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan (Afandi, 2019). Adapun tiga indikator dari promosi yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012) yaitu: a) *Advertising* yang merupakan suatu kegiatan dengan bertujuan untuk mencapai suatu tujuan melalui periklanan b) *Direct marketing* merupakan penjualan yang dilakukan secara langsung menggunakan surat, telepon, *facsimile*, *e-mail* atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan meminta pendapat atau dialog dari pelanggan dan prospek tertentu c) *Personal selling* merupakan interaksi yang dilakukan secara tatap muka terhadap satu atau lebih dengan tujuan untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan akan suatu produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

e) Objek Wisata Puncak Pato

Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi kunjungan pengunjung karena mempunyai sumber daya, baik alami maupun buatan manusia. Kabupaten Tanah Datar merupakan tingkat II di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki objek wisata yang sangat menarik dan memiliki potensi yang menjanjikan untuk dikembangkan sebagai daerah objek wisata, salah satu contoh objek wisata yang menarik di Kabupaten Tanah Datar yaitu Objek Wisata Puncak Pato.

Puncak Pato merupakan salah satu wisata bersejarah dengan pemandangan yang sangat indah, yang berlokasi di Kecamatan Lintau Buo Utara, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat. Puncak Pato ini pengunjung bisa menikmati dua wisata sekaligus, yaitu wisata alam dan wisata sejarah. Untuk menuju lokasi hanya perlu 30 menit saja dari kota Batusangkar dan sekitar 3 jam perjalanan dari Kota Padang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis jelaskan, maka penulis merumuskan masalah pada penelitian ini Bagaimana pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai media promosi Objek Wisata Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar provinsi Sumatera Barat?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai media promosi Objek Wisata Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar provinsi Sumatera Barat.

1.5 Kegunaan Penelitian Atau Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

1. Dapat bermanfaat bagi pengetahuan dan wawasan penulis, sekaligus sebagai salah satu syarat menyelesaikan perkuliahan pada program sarjana strata satu (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan perbandingan antara teori dan amta kuliah yang didapat dibangku perkuliahan dengan fakta yang didapat dilapangan, selanjutnya dalam rangka penelitian ilmiah di bidang Ilmu Komunikasi.
3. Untuk dapat menjadi bahan peneliti selanjutnya mengenai pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai media promosi Objek Wisata Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatera Barat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

b. Manfaat praktis

1. Memahami seberapa efektif penggunaan media sosial *instagram* sebagai media promosi objek wisata.
2. Sebagai sumbangan pemikiran dan masukan bagi pengelola Objek Wisata Puncak Pato agar dapat menumbuhkan inovasi – inovasi baru dalam mempromosikan objek wisata dengan media sosial selain *instagram*.
3. Memberikan gagasan dan juga ide kepada siapa saja yang ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai media promosi objek wisata objek wisata Puncak Pato Kabupaten tanah Datar Provinsi Sumatera Barat.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan untuk memudahkan memahami. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan menjelaskan berupa latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

Kajian teori dan kerangka berpikir menjelaskan hal yang sangat penting, kajian konsep, kajian terdahulu, dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini bahwa sahnya tentang jenis pendekatan penelitian, lokasi, dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan gambaran umum dan subjek penelitian

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil penulisan dan pembahasan

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Dalam penyusunan proposal ini, peneliti mencari sumber penelitian untuk referensi dan refleksi sebagai acuan lahirnya ide penelitian ini, sehingga peneliti dapat memahami dari penelitian ini fokus penelitian selanjutnya dan penelitian atau penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian penulis:

1. **Kajian oleh Firari Giannindra pada tahun 2019 berjudul “pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pariwisata Kota Bandung”.** Tujuan penelitian ini untuk mengetahui potensi yang belum terekspos seluruhnya dari wisata kota bandung ini, dengan berkembangnya teknologi bisa bermanfaat untuk promosi wisata yang lebih efektif. Kota bandung memiliki berbagai potensi yang dapat menjadi daya tarik wisatanya. Dinas pariwisata Kota Bandung seharusnya dapat lebih memperhatikan mediasi objek – objek pariwisata yang terdapat di Kota Bandung dan sekitarnya. Pariwisata memiliki manfaat yang saling terhubung dan hal ini yang akan menjadi potensi untuk mengembangkan pemerataan pembangunan daerah daerah di Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan studi literature dan kuisisioner online. Hasil penelitian ini yaitu Kota Bandung memiliki berbagai potensi yang dapat menjadi daya tarik wisata. Namun, potensi ini belum terekspos seluruhnya karena kurangnya mediasi mengenai tempat tempat wisata tersebut. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, pertukaran informs menjadi semakin cepat. Hal tersebut seharusnya dapat dimanfaatkan untuk mediasi yang lebih efektif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu tempat wisata yang diteliti dan metode yang digunakan dalam penelitian ini, persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama sama menggunakan media sosial instagram untuk mempromosikan objek wisata. (Giannindra, 2019).
2. **Kajian oleh Ratu Nadira Elfandari, Imam Nuraryo pada tahun 2023 berjudul “ Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Banten”.** Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana manfaat *instagram* untuk promosi wisata yang ada di Banten. Media sosial *instagram* memberikan berbagai kemudahan dan pemanfaatan yang berguna untuk pelaksanaan promosi khususnya pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten melalui akunnya @visitbanten.id. Promosi wisata melalui *instagram* memiliki manfaat sebagai media informasi wisata agar destinasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

wisata lebih dikenal luas di masyarakat juga sebagai media untuk mengajak masyarakat berwisata. Strategi komunikasi pemasaran yang yang efektif pada akun @visitbanten.id dilakukan untuk menjadikan destinasi wisata Banten menjadi puncak pikiran masyarakat saat ingin berwisata. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan latar belakang ilmiah yang bertujuan untuk mendeskripsikan manfaat dan resiko yang dibahas dalam penelitian ini. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu pengelolaan akun @visitbanten.id yang memberikan informasi wisata banten terkini, tren, kolaborasi dengan *figure public* dan konten berkaitan dengan wisata Banten lainnya membantu membangun kepercayaan masyarakat dalam hal ini calon wisatawan untuk tetap menaruh destinasi wisata Banten dalam puncak pikirannya untuk berwisata ke Banten. (Elfandari & Nuraryo, 2023).

3. **Kajian oleh Dwi Fitri Ani pada tahun 2020 berjudul “ Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Potensi Wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman “.** Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui tujuan pemanfaatan instagram sebagai media promosi potensi wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dan mendeskripsikan pemanfaatan instagramn sebagai media promsoi potensi wisata Dinas Pariwisata kabupaten Sleman. Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pemanfaatan instagram sebagai media promosi potensi wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman mengenalkan potensi wisatakabupaten Sleman, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, instagram sebagai alat periklanan kegiatan kepariwisataan, promosi penjualan kegiatan kepariwisataan dilakukan dengan adanya paket khusus menginap di hotel, publikasi untuk menginformasikan suatu kegiatan pariwisata dan interaksi dengan calon wisatawan melalui fitur *comment* dan *direct messages*.Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu pada media promosi yang digunakan yaitu media sosial instagram. (Ani & Suranto, 2020)
4. **Kajian oleh Fuji Soleha, Neila Susanti, Muhammad Jailani pada tahun 2023 berjudul “ Pemanfaatan Instagram Sebagai Medi Promosi Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Danau Toba“.** Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh pihak Bukit Indah Simarjarunjung dalam promosi wisatanya. Strategi promosi yang dilakukan dengan pemanfaatan *instagram* disini dilakukan dengan merepost postingan para pengunjung disosial media *instagram* yang sudah menggunakan *hastag* Bukit Indah Simarjarunjung supaya akun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

media juga update dengan pengunjung yang baru. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pihak Bukit Indah Simarjarunjung dalam memanfaatkan instgaram sebagai media promosi dengan cara mengupload dan mengunggah foto dan video terbaru yang diolah secara *Instagramable* agar yang melihat postingan tersebut tertarik untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Pihak Bukit Indah Simarjarunjung melakukan promosi melalui media sosial *instagram* dikatakan berhasil dengan meningkatnya jumlah pengunjung dan meningkatnya jumlah pengikut pada akun *Instagram* Bukit Indah Simarjarunjung. (Soleha et al., 2023).

5. **Kajian oleh Imam Sunarto, Deni Saputra, Aqiea Fadia Haya pada tahun 2023 berjudul “Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Puncak Rembangan Kemuning Lor Arjasa Kabupaten Jember”.** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan pemanfaatan media sosial *instagram* dalam mempromosikan Wisata Puncak Rembangan Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember. Pemilihan *instagram* sebagai media promosi Puncak Rembangan adalah karena *instagram* terus berkembang dan berinovasi melalui fitur-fitur yang dapat membuat minat pengunjung serta memiliki jangkauan yang luas untuk hadirnya sebuah konten. Disamping itu pengguna instgaram tidak terbatas usianya dan terus aktif sebagai pengguna yang membutuhkan kehidupan sosial dunia maya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu promosi Objek Wisata Rembangan melalui media sosial saat ini hanya sebatas perorangan, kelompok dalam suatu komunitas tertentu atau yang disebut kelompok virtual. Selain itu promosi pariwisata rembangan masih banyak melalui *luring* dengan media brosur dan *pamphlet*. Oleh karena itu upaya untuk mempromosikan Objek Wisata Puncak Rembangan melalui akun @rembangan sudah dilakukan dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di *instagram* seperti foto, video pendek dll, dengan adanya promosi wisata melalui media sosial *instagram* dapat memudahkan wisatawan untuk mengetahui informasi terkait Objek Wisata Puncak Rembangan dan mampu meningkatkan minat pengunjung terhadap objek wisata ini. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan juga menggunakan media sosial untuk mempromosikan wisatanya. (Imam Sunarto, Deni Saputra, 2023).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

6. **Kajian oleh Ita Hubner, Jessica Virgiana Wijaya, Kharis Dwi Nugraha pada tahun 2022 berjudul “ Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Flash Coffee Di Jabodetabek “.** Tujuan dari melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bahwa sosial media *instagram* berguna sebagai media promosi yang efektif untuk produk *flash coffee*. Kopi menjadi salah satu minuman yang trend dan diminati oleh banyak orang, dengan meningkatnya *demand* akan kopi maka semakin berkembang upaya bisnis di bidang penjualan kopi. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh para pebisnis dalam melakukan promosi, diantaranya adalah promosi melalui *daring* yang diakui sangat efektif dalam meningkatkan *branding* dan pengenalan produk yang akan dijual kepada masyarakat. Salah satu media promosi yang digunakan secara daring adalah media sosial *Instagram*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan pengumpulan data sekunder. Hasil dari penelitian ini bahwa media sosial *instagram* sangat efektif bagi *Flash Coffe* dalam meningkatkan *brand awareness*, memanfaatkan mention sebagai *natural influencer*, *instagram* juga memiliki fitur yang sangat bermanfaat bagi upaya meningkat jika konten yang dikembangkan juga mengikuti trend pasar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu tujuan dari penelitian untuk mengetahui bahwa media sosial *instagram* berguna sebagai media promosi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu tentang objek yang diteliti, penulis lebih berfokus kepada objek wisata dan penelitian ini tentang produk *flash coffe*. (Hubner et al., 2022).
7. **Kajian oleh Fitri Ardianti, Djuara P Lubis pada tahun 2020 berjudul “ Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata Malasari, Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor“.** Bertujuan untuk mendeskripsikan efektivitas *instagram* sebagai media promosi Desa Wisata Malasari, menganalisis hubungan karakteristik pengunjung dan keterdedahan media sebagai efektivitas *instagram*, serta menganalisis hubungan efektivitas *instagram* tindakan setelah pengunjung berkunjung ke Desa Wisata Malasari. Indikator daya tarik, keterlibatan diri, dan persuasi mampu membuat *instagram @desawisatamalasari* menjadi media promosi dengan kategori sedang. Efektivitas *instagram* pada indikator keterlibatan diri dan persuasi berhubungan sangat nyata dengan tindakan setelah berkunjung pada indikator rekomendasi kepada orang lain. Informasi yang disajikan sesuai dengan keperluan pengunjung dan proses rekomendasi dipermudah dengan menggunakan *fitur mention, share, repost* dan *hashtag* untuk menyebarluaskan konten yang ada di akun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@desawisatamalasari. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey menggunakan kuisioner. Hasil dari penelitian ini adalah, terdapat hubungan antara karakteristik individu pada indikator usia dan keterdedahan media *instagram* dengan efektivitas *instagram* dan terdapat hubungan antara (daya tarik, pemahaman) dengan minat berkunjung kembali, serta terdapat hubungan antara (daya tarik, pemahaman, keterlibatan diri, dan persuasi) dengan rekomendasi kepada orang lain. (Ardianti et al., 2020).

8. **Kajian oleh Eko Budi Santoso, Arwanto, R. Nina Karina, Agil Rivaldo Hazmi, Annisa Rahmadanita pada tahun 2023 berjudul “Pengembangan Obyek Wisata Nagari Tuo Pariangan Dikabupaten Tanah Datar : Pembelajaran Kearifan Local Sebagai Atraksi Wisata Dunia “.** Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengembangan Objek Wisata Nagari Tuo Pariangan Di Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatera Barat. Desa pariangan menjadi salah satu desa yang membanggakan karena pesonanya yang luar biasa sebagaimana terungkap dalam media pariwisata dari New York, Amerika, (TRAVEL Budget, 2012) menjadikan Nagari Pariangan sebagai desa terindah di dunia. Nagari Pariangan mempertahankan adat instiadat dan budaya Minangkabau dengan keindahan alam yang asri, rumah gadang yang kokoh, dan masyarakat yang ramah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan konsep/teori pengembangan pariwisata. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa berkaitan dengan promosi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga telah terbantu oleh Travel Budget dan promosi dilakukan melalui media sosial, brosur wisata dan pengenalan kepada psra pejabat Negara yang datang ke Kabupaten Tanah Datar. Pengembangan objek wisata Nagari Tuo Pariangan masih belum cukup baik dikelola. Hal ini dapat dilihat dari enam dimensi yaitu promosi, aksesibilitas, kawasan pariwisata produk wisata, sumber daya manusia, dan kampanye nasional sadar wisata. (Santoso et al., 2023).
9. **Kajian oleh Febryola Indra, Cheryl Jocelyn, Felicia Andyny Harijanto, Feroma Aitana Iwantoro pada tahun 2023 berjudul “ Etika Profesi Pariwisata : Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Destinasi Pariwisata”.** Tujuan dari penelitian ini yaitu tentang penggunaan media sosial sebagai sarana promosi destinasi suatu objek wisata. Media sosial merupakan salah satu cara yang efektif dalam melakukan kegiatan promosi destinasi wisata. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin canggih, dimana hampir seluruh masyarakat menggunakan media dalam kehidupan sehari hari. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu metode yang menekankan pada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penafsiran makna dari sebuah objek untuk melakukan analisis terhadap fenomena tersebut. Hasil dari penelitian ini dengan penyampaian pesan pemasaran yang tepat masyarakat lebih mudah terpicat dengan destinasi wisata yang dipersembahkan oleh pihak pariwisata. Kemudian, etika dalam melakukan promosi juga harus diperhatikan dengan baik karena etika merupakan faktor penting dalam kegiatan pemasaran. Lalu hal yang diutamakan oleh masyarakat adalah kemudahannya untuk mengakses segala macam informasi mengenai destinasi wisata. Segala pihak pariwisata diharapkan untuk mengikuti kode etik yang benar dan mengaplikasikan dalam kegiatan promosi destinasi wisata sehingga tidak terjadi konflik yang merugikan masyarakat, pemerintah, maupun pihak pariwisata itu sendiri. (Febryola Indra, Cheryl Jocelyn, Felicia Andyny Harijanto, 2023).

10. **Kajian oleh Christifera Noventa, Iin Soraya, Arina Muntazah pada tahun 2023 berjudul “ Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini”.** Tujuan dari penelitian ini untuk mengerahui pemanfaatan media sosial instagram buddyku sebagai sarana informasi terkini. Untuk mencari informasi, biasanya BuddyKu menjadikan perusahaan portal media untuk bahan acuan membuat berita. BuddyKu menganalisis berita apa saja yang sedang trending di sosial media dan ditambahkan caption yang menerangkan secara detail tentang materi yang diposting tersebut. Tidak hanya memposting berita yang viral saja di sosial media, tapi BuddyKu melakukan riset tentang kebenaran berita terlebih dahulu, lalu mengolahnya untuk menjadi sebuah konten. Lalu ada tim kurator yang bertugas untuk mengecek kebenaran data dan informasi, lalu jika beritanya valid, BuddyKu akan mengolahnya untuk menjadi sebuah konten. Penelitian ini menggunakan teori New Media dimana peneliti menggunakan teori ini sebagai alat ukur atau pendukung dalam penelitian ini karenamedia sosial hadir sebagai media baru ini. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mencari informasi, mengumpulkan informasi terkait di segala bidang. BuddyKu juga menganalisis berita apa saja yang sedang trending di sosial media. BuddyKu mengolah konten dengan desain yang menarik dan headkine yang simple. BuddyKu fokus ke inti pembahasan dan ada ilustrasi agar kontennya lebih mudah dimengerti oleh audiens. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu sama sama menggunakan teori new media. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu memiliki promosi yang berbeda karena penelitian ini lebih mengarah kepada sosial media

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

instagram BuddyKu sebagai sarana informasi terkini, kalau penelitian peneliti lebih berfokus pada promosi objek wisata. (Noventa et al., 2023).

2.2 Landasan Teori

1. TEORI NEW MEDIA

a. Pengertian

Teori New Media adalah sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Teori ini menjelaskan tentang perkembangan media. New Media adalah media *online* yang berbasis teknologi, bersifat fleksibel serta interaktif, berfungsi secara publik maupun privat dengan menggunakan internet (Feroza & Misnawati, 2021). New Media merupakan alat komunikasi yang digunakan untuk bertukar informasi, berinteraksi, berpendapat, memperoleh berita melalui jaringan internet dengan informasi terbaru yang didapatkan secara cepat dan efisien yang diinformasikan kepada khalayak. New Media memiliki perbedaan yang jauh dengan media konvensional seperti media cetak, media massa, televisi, radio, dan lainnya.

Terdapat dua pandangan dalam teori media baru, yang pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy berpendapat World Wide Web (WWW) merupakan sebuah lingkungan informasi yang fleksibel serta dinamis, terbuka, serta memungkinkan manusia untuk mengembangkan pengetahuan baru serta terlibat pada dunia demokratis mengenai pemberian kuasa serta mutual berdasarkan masyarakat dan lebih interaktif. Sedangkan pendekatan kedua yaitu Pandangan integrasi sosial, media diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan memiliki nilai yang lebih besar dari penggunaan media itu sendiri, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.

b. Ciri ciri media baru

Martin Lister, dalam bukunya berjudul *new media : a critical introduction* menjelaskan ciri ciri media baru, (Listen, 2009 : 11). Berikut adalah ciri – cirinya :

- 1) Bentuk pengalaman baru dalam teks, hiburan, kesenangan, dan pola dari konsumsi media (permainan komputer, simulasi, efek khusus film).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Cara baru dalam mempresentasikan dunia, penggunaan media yang menawarkan kemungkinan representasional baru.
- 3) Bentuk hubungan baru antara pengguna, konsumen, dengan teknologi media.
- 4) Bentuk pengalaman baru dari identitas diri maupun komunitas dalam berinteraksi.
- 5) Bentuk konsepsi baru dari hubungan manusia secara biologis dengan teknologi media.

c. Karakteristik media baru

Ada beberapa karakteristik dari media baru yang disuguhkan oleh Martin Lister, yaitu: Digital, interaktif, hypertextual, virtual, networked, dan tersimulasikan.

- 1) Digital: proses digitalisasi membuat media baru berbeda dari media sebelumnya. Dalam proses ini, data yang sudah didapat (suara, teks, gambar) diubah menjadi kode biner, yang nantinya akan diolah dengan cara tertentu oleh komputer.
- 2) Interaktif: khalayak ikut berperan aktif dalam mengubah atau membuat ulang teks, gambar, maupun suara yang di dapat. Dalam hal ini khalayak tidak hanya diposisikan sebagai konsumen yang hanya dapat menerima, namun juga sebagai produsen atau pengguna.
- 3) Hypertextual : dalam hal ini pengguna dapat menggunakan bahasan atau karya orang lain, yang dapat disematkan pada karyanya sendiri berupa sebuah link.
- 4) Virtual: dalam hal ini informasi yang dikonsumsi dapat tampak lebih nyata. Hal tersebut membuat pengguna akan merasa seperti ditempatkan suatu kejadian terjadi Contoh seperti teknologi VR (Virtual Reality).
- 5) Networked: hal ini memungkinkan pengguna untuk berhubungan dengan orang lain, dimanapun orang tersebut berada. Dengan kata lain tidak ada batasan yang menghalangi pengguna untuk berkomunikasi dengan pengguna lainnya.
- 6) Tersimulasikan: hal ini seperti pada karakteristik virtual. Apa yang pengguna dapatkan pada virtual hanyalah sebuah simulasi dari kejadian aslinya. Dapat dikatakan bahwa kejadian pada ranah virtual merupakan kejadian semu. (Lister, 2009:13-14) Penggunaan istilah media baru sejatinya tidak hanya terlepas dari perkara teknis, namun juga sampai ke ranah perubahan sosial budaya, dan ekonomi. Dalam istilah tersebut terdapat perubahan besar yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terjadi pada masyarakat yang menimbulkan fenomena-fenomena tertentu.

2. Media Sosial

a. Pengertian media sosial

Media sosial merupakan platform yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan dirinya dengan berbagi, berinteraksi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan menggunakan Internet secara virtual untuk membentuk koneksi sosial (Andlika, 2019). Sebagai bentuk media baru yang penting, media sosial telah berkomitmen untuk mewadahi interaksi sosial, termasuk didalamnya terdapat blog, Weibo, Facebook, *Instagram*, Twitter, Wiki, podcast, dll. Menurut Nasrullah, mendefinisikan bahwa media sosial adalah media berbasis internet yang dapat mempermudah para pengguna untuk berinteraksi, mendaoatkan informasi, berkomunikasi dan juga membentuk komunitas sosial (Wedanta et al., 2021).

Pada dasarnya media sosial merupakan produk pengembangan terbaru dari teknologi berbasis internet, perkembangan teknologi ini memudahkan setiap individu untuk melakukan proses komunikasi, partisipasi, bagi dan membentuk jaringan secara daring sehingga individu dapat menyebarkan konten komunikasinya. Media sosial memiliki keunikannya yang berbeda dari perantara komunikasi lainnya, yaitu pesan dapat disampaikan ke banyak orang, tidak hanya kepada satu individu lain. Kemudian, pesan di media sosial dapat diteruskan dengan bebas tanpa melalui gatekeeper. Selain itu, kecepatan penyampaian pesan di media sosial seringkali lebih cepat daripada media lain, dan penerima pesan di media sosial itulah yang menentukan waktu interaksi. Media sosial biasanya memiliki beragam peran dan fungsi bagi penggunanya, sebagai media komunikasi, dan lainnya. Salah satu contoh penggunaannya adalah individu dapat menyampaikan pesan dengan cepat, kepada jangkauan yang luas untuk promosi bisnis. Media sosial dapat berperan dalam membantu menyediakan dan memperoleh informasi, menemukan peluang dan serta mendapatkan informasi terkini dari berbagai sumber.

b. Fungsi media sosial

Media sosial yang banyak digunakan oleh banyak orang dan kalangan seperti saat ini, mampu memberikan kemudahan untuk berkomunikasi serta memberikan kemudahan untuk berkomunikasi serta memberikan informasi kepada sesama pengguna dengan mudah. Hadirnya media sosial memberikan fungsi tertentu bagi semua

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penggunanya (Purbohastuti, 2017), diantara fungsi media sosial sebagai berikut :

- 1) Media sosial merupakan media untuk memperluas jaringan sosial sesama manusia untuk berinteraksi dalam sebuah jaringan internet.
 - 2) Media sosial dapat merubah sebuah komunikasi ke segala arah dan banyak audiens atau pendengar informasi. Lebih mudahnya informasi lebih mudah dan cepat tersampaikan dengan adanya media sosial.
 - 3) Media sosial dapat bertransfortasi dari sebelumnya sebagai pengguna isi pesan sekarang dapat menjadi sebuah pesan.
 - 4) Media sosial memberikan kemudahan kepada pengguna untuk membangun komunitas sosial yang masuk ke dalam suatu komunitas tertentu sesuai keinginan yang dimiliki oleh pengguna media sosial.
3. *Instagram*
- a. Pengertian *instagram*

Instagram adalah sebuah aplikasi jejaring media sosial dengan berbagi foto.Yang menjadi salah satu ciri menarik dari *Instagram* adalah bahwa ada batas foto ke bentu persegi, mirip dengan gambar Kodak Instamatic dan Polaroid, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel (Imam Sunarto, Deni Saputra, 2023) dalam (Pradiatiningtyas, 2016). Aplikasi ini dibentuk oleh perusahaan Burn INC, perusahaan Burn INC merupakan perusahaan yang mempunyai visi dan misi dalam membuat aplikasi di gadget. Pada awal mula terbentuknya, Perusahaan itu hanya banyak melakukan pembuatan aplikasi untuk gadget. *Instagram* juga berawal dari Programmer dan sekaligus CEO nya yaitu Mike Krieger dan Kevin Systrom, mereka merupakan bagian terpenting di dalam berdirinya *instagram*. Jika tidak ada mereka, maka *instagram* pun tidak ada. *Instagram* didirikan bersama Burb INC di awal tahun 2010 sekitar bulan Januari.
 - b. Fitur fitur yang ada di *instagram*

Instagram dapat mengambil, mengelola, mengedit, memberi efek filter dan membagikan foto dan video tersebut kesemua orang yang mengikuti akunnya di *instagram*.

Beberapa fitur – fitur yang ada di *instagram* adalah:

 - 1) Kamera

Fitur kamera memberi kebebasan pengguna yakni bisa memilih foto atau video langsung dari galeri. Tetapi dapat juga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membidik atau merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi caption baru membagikannya.

2) Instastory

Pengguna membuat snapchat kemudian diunggah yang dimana unggahan tersebut hanya akan bertahan selama satu hari. Hal ini memberikan kesempatan bagi pengelola akun @puncakpato untuk berbagi konten yang lebih spontan dan tidak formal, seperti behind the scenes, promo acara khusus, atau update singkat tentang kondisi terkini di Puncak Pato. Instastory juga memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan pengikut mereka melalui fitur polling, Tanya jawab, dan lainnya.

3) Tag & Hashtag

Fitur ini memberikan fungsi yang sama sebagaimana jejaring sosial pada umumnya yaitu berfungsi untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label. Tag digunakan untuk memperkenalkan atau mengidentifikasi orang lain yang terlibat dalam konten, seperti saat ada pengunjung yang berpose di Tuhu sumpah satie bukit marapalam. Sementara hashtag digunakan untuk meningkatkan viabilitas postingan, memungkinkan konten dari @puncakpato untuk lebih mudah ditemukan oleh orang-orang yang sedang mencari informasi terkait objek wisata di tanah datar atau Sumatera Barat secara umum.

4) Caption

Caption berfungsi layaknya deskripsi, di sinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua kata soal foto yang diunggah. Di sini, pengelola akun @puncakpato dapat mengungkapkan cerita atau informasi tambahan tentang lokasi, aktivitas, atau pesan special yang ingin disampaikan kepada pengikut mereka. Caption yang menarik dan informatif dapat membantu menarik perhatian pengguna dan meningkatkan keterlibatan dengan konten yang dibagikan.

5) Editor

Editor merupakan fitur yang dapat digunakan pengguna aplikasi ini dalam memoles foto, terdapat beberapa tool dalam editor ini seperti : penyesuaian, kecerahan, kontras, struktur, kehangatan, saturasi, warna, sorotan, pudar, bayangan, vinyet, iniatue, pertajam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Manfaat *instagram*

Instagram dapat menjadi tempat untuk menemukan bermacam-macam informasi dari berita, hiburan, promosi produk, hingga kegiatan sehari-hari orang lain. *Instagram* juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya. Selain itu, *Instagram* merupakan media sosial yang dinilai paling efektif sebagai sarana promosi oleh pengelola industri di dunia. Pentingnya *Instagram* sebagai sarana promosi dapat dilihat dari sebagian besar pengelola yang menempatkan personil khusus untuk mengelola *Instagram*. Dengan cara memposting foto dan video agar bisa dilihat teman ataupun orang baru. Dapat digunakan juga sebagai media dakwah, berdagang, promosi wisata atau hanya membagikan foto pribadi. Dengan semua potensi ini, *Instagram* tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk berinteraksi sosial, tetapi juga sebagai platform yang kuat untuk mempengaruhi opini, mempromosikan produk, membangun merek, dan menginspirasi pengguna di seluruh dunia.

d. Kelebihan *instagram*

Kelebihan – kelebihan *instagram*

- 1) Informasi yang ditampilkan di setiap postingan gambar rinci dan jelas, seperti lokasi, waktu, dan bahkan pengguna juga dapat mengisi bio atau biografi, yaitu informasi mengenai akun pengguna tersebut.
- 2) *Instagram* memiliki kemampuan untuk memahami kebutuhan, kebiasaan, dan preferensi masing – masing pengguna berdasarkan aktivitas mereka di platform. Dengan analisis ini, pengelola akun @puncakpato dapat lebih fokus dalam menyesuaikan konten promosi mereka untuk mencapai audiens yang tepat, yang tertarik dengan alam, kegiatan outdoor, atau eksplorasi tempat-tempat baru.
- 3) *Instagram* dapat diakses kapan saja selama terhubung dengan internet. Hal ini memungkinkan pengguna dari berbagai belahan dunia untuk mengakses informasi tentang Puncak Pato tanpa batasan waktu atau geografis.
- 4) Tampilan mudah dipahami untuk semua pengguna ponsel. Tampilan *instagram* dirancang agar mudah dipahami oleh pengguna ponsel dari berbagai latar belakang dan tingkat keahlian teknologi. Postingan yang menggunakan gambar dan video sebagai konten utama juga memberikan pengalaman visual yang menarik dan langsung terasa bagi pengguna.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5) Terjalannya komunikasi melalui banyak fitur yaitu komentar, hastag (#), mentions, berbagi, kesukaan, dan bahkan pesan pribadi. Fitur-fitur ini memfasilitasi interaksi antara pengelola akun dan pengunjung, serta antara pengunjung satu dengan lainnya. Ini membuka peluang untuk pertukaran informasi, umpan balik, serta promosi yang lebih personal dan terarah.

e. *Instagram* sebagai media promosi

Media sosial *instagram* sebagai salah satu sarana dalam melakukan promosi penjualan mudah dan efektif untuk menampilkan produk dengan deskripsi visual. Dilihat dari pengguna layanan statistik, terdapat 500 juta pengguna aktif harian. Setiap hari rata – rata pengguna *instagram* mengunggah 100+ juta foto, dengan posting rata - rata di *instagram* memiliki tagar 10,7 dengan basis pengguna *instargam* telah berkembang lebih dari 300 persen selama beberapa tahun terakhir. Dari hal ini bisa disimpulkan bahwa *instargam* dianggap menjadi media sosial yang paling populer untuk berbagi foto dan juga dapat digunakan untuk berinteraksi dengan teman dan pengguna lainnya.

Keunggulan *instagram* dari media sosial lainnya dalam promosi

- a. Kekuatan visual : *Instagram* adalah platform yang sangat visual, menjadikannya ideal untuk promosi produk dan layanan yang memerlukan tampilan estetik, seperti fashion, makanan, travel, dan kecantikan. Konten visual yang menarik lebih mudah diingat dan bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- b. Penggunaan hastag untuk jangkauan yang lebih luas : Penggunaan hashtag yang tepat dapat memperluas jangkauan postingan secara signifikan. Hashtag populer dan spesifik memungkinkan konten brand dilihat oleh audiens yang belum menjadi pengikut akun.
- c. *Instagram ads* yang efektif : Platform ini menawarkan fitur iklan berbayar yang sangat efektif. *Instagram Ads* bisa berupa gambar, video, carousel (banyak gambar), atau story ads, yang memungkinkan brand menjangkau audiens lebih luas dengan targeting yang sangat spesifik berdasarkan demografi, minat, perilaku, hingga lokasi.
- d. Reels untuk meningkatkan visibilitas : Fitur Reels memungkinkan brand membuat video pendek dan menarik yang bisa menjadi viral. Reels sering kali ditampilkan kepada pengguna yang belum mengikuti akun tersebut, sehingga memberikan potensi besar untuk memperluas audiens secara organik.

Instagram menawarkan berbagai alat promosi yang kuat, baik dari segi visual, fitur interaktif, hingga kemampuan menjangkau audiens yang lebih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

luas melalui iklan dan influencer. Dengan tingkat engagement yang tinggi dan fitur-fitur seperti Stories, Reels, serta Instagram Shopping, Instagram merupakan platform yang sangat efektif untuk promosi, terutama bagi brand yang menekankan konten visual dan storytelling.

4. Promosi

a. Pengertian promosi

Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk atau jasa agar mendorong konsumen untuk membeli produk dan menggunakan jasa yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dapat digunakan agar mencapai keberhasilan dalam penjualan. Promosi merupakan bagian dalam pemasaran agar informasi tentang produk dapat dikomunikasikan ke konsumen untuk mempengaruhi supaya dapat melakukan pembelian (Firmansyah, 2020). Tujuan promosi dilakukan untuk mengkomunikasikan kelebihan-kelebihan produk atau layanan (Wijaya, 2019).

Promosi didefinisikan sebagai kegiatan dalam memberikan informasi, khususnya kepada konsumen dalam memengaruhi, dan memberikan himbauan kepada promosi lebih memfokuskan sebagai upaya meningkatkan penjualan jasa dan produk pariwisata. Kegiatan promosi potensi pariwisata dilaksanakan untuk meningkatkan target pengunjung dan merupakan faktor pendorong bagi investor untuk melakukan investasi dan kerjasama yang baik untuk bisa mencapai tujuan bersama.

b. Fungsi promosi

Adapun fungsi dari promosi yang dikemukakan oleh (Tunggala & Saadjad, 2019)

- 1) Memberikan informasi promosi dapat menambah nilai suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen. Promosi dapat memberikan informasi baik tentang barangnya, harganya, ataupun informasi lain yang mempunyai kegunaan kepada konsumen. Tanpa adanya informasi seperti itu orang tidak akan mengetahui banyak tentang suatu barang.
- 2) Membujuk dan mempengaruhi. Promosi selain bersifat memberitahu juga bersifat untuk membujuk bahwa suatu produk adalah lebih baik dari pada produk yang lainnya.
- 3) Menciptakan kesan promosi dapat memberikan kesan tersendiri bagi calon konsumen untuk produk yang diiklankan, sehingga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemasar menciptakan promosi sebaik baiknya misalnya untuk promosi periklanan dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk atau layout yang menarik.

- 4) Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan. Promosi dapat digunakan untuk mencapai tujuan, yaitu untuk menciptakan pertukaran yang menguntungkan melalui komunikasi, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi. Dalam hal ini komunikasi dapat menunjukkan cara cara untuk mengadakan pertukaran yang saling memuaskan.

c. Tujuan promosi

Tujuan utama dari promosi ialah memberi informasi, menarik perhatian, dan selanjutnya memberi pengaruh guna untuk meningkatkan daya tarik. Ada beberapa tujuan yang terdapat dalam promosi:

- 1) Informant yaitu memberitahukan informasi selengkap-lengkapya kepada calon pembeli tentang barang dan jasa yang ditawarkan, siapa penjualnya, siapa pembuatnya, dimana memperolehnya, harganya dan sebagainya. Informasi yang digunakan dapat diberikan melalui tulisan, gambar, kata-kata dan sebagainya, yang disesuaikan dengan keadaan.
- 2) Persuading yaitu membujuk calon konsumen agar mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Membujuk bukan berarti memaksa calon konsumen sehingga keputusan yang diambil mungkin justru keputusan yang negative.
- 3) Reminding yaitu mengingatkan konsumen tentang adanya barang atau jasa tertentu, yang dibuat dan dijual perusahaan tertentu, ditempat tertentu dengan harga yang tertentu pula. Konsumen kadang-kadang memang perlu diingatkan, karena mereka tidak ingin bersusah payah untuk selalu mencari barang apa yang dibutuhkan dan dimana mendapatkannya.
- 4) Adding Value (Menaikkan Nilai) yaitu fitur tambahan atau nilai ekonomi yang ditambahkan perusahaan pada produk dan layanan sebelum ditawarkan kepada pelanggan. Menambah nilai pada produk atau layanan membantu perusahaan menarik lebih banyak pelanggan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan. (Aryani & Murtiariyati, 2022).

5. Objek Wisata

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara objek wisata merupakan tempat yang menjadi pusat daya tarik dan dapat memberikan kepuasan khususnya pengunjung (Harahap, 2019).

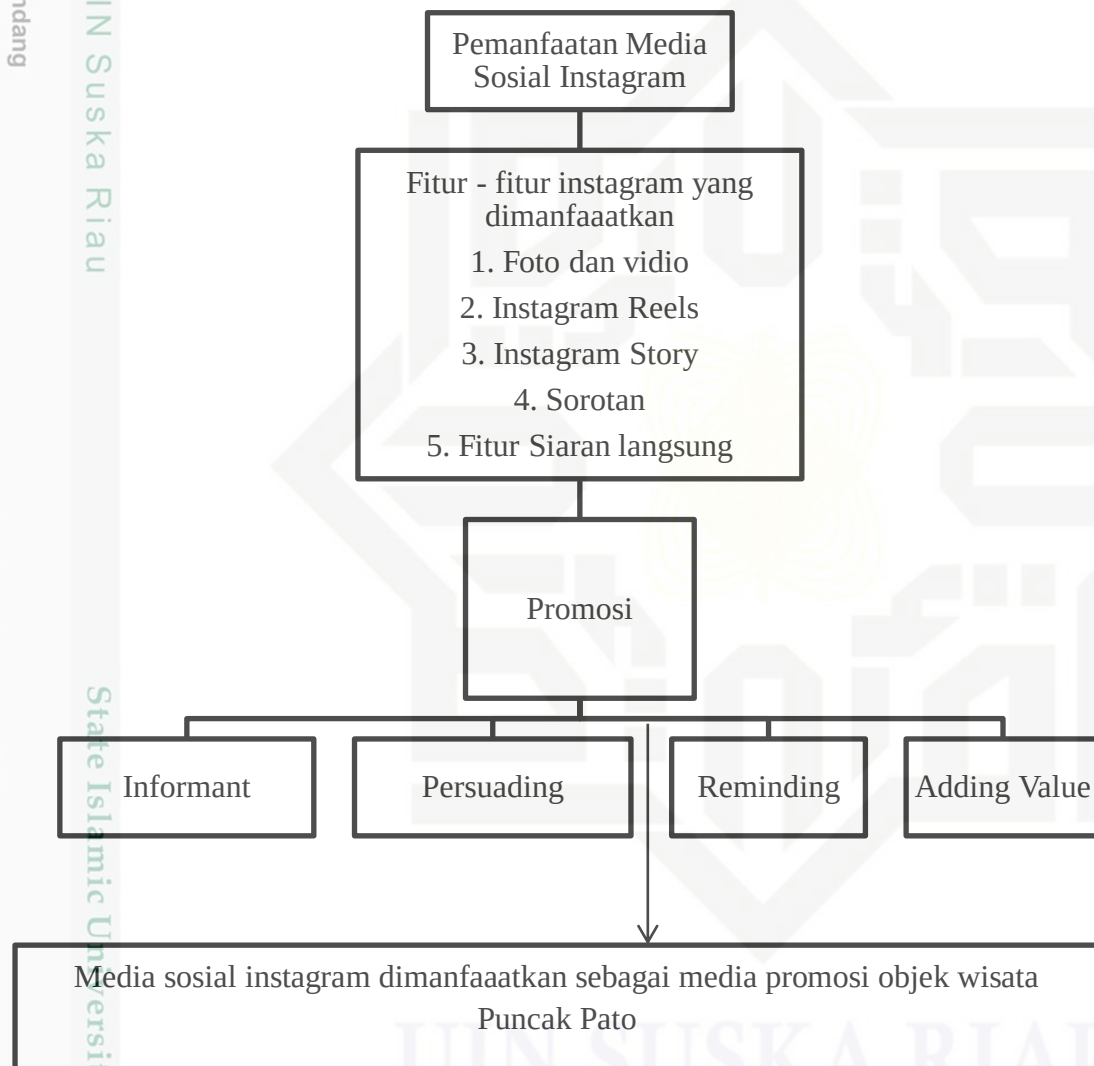
Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi kunjungan pengunjung karena mempunyai sumberdaya, baik alami maupun buatan manusia, seperti keindahan alam atau pegunungan, pantai flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah, monumen-monumen, candi-candi, tari-tarian, atraksidan kebudayaan khas lainnya (Ananto, 2018). Menurut (Hubner et al., 2022) objek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata, objek wisata sangat erat hubungannya dengan daya tarik wisata. Daerah yang merupakan objek wisata harus memiliki keunikan yang menjadi sasaran utama apabila berkunjung ke daerah wisata tersebut. Keunikan suatu daerah wisata dapat dilihat dari budaya setempat, alam dan flora fauna, kemajuan teknologi dan unsur spiritual.

Budaya setempat bisa berupa adat istiadat, tradisi, dan seni yang unik dan berbeda dari daerah lain. Alam dan flora fauna menawarkan panorama dan keanekaragaman hayati yang mempesona. Kemajuan teknologi dapat dilihat dari fasilitas modern yang disediakan untuk kenyamanan wisatawan. Sementara unsur spiritual bisa berupa tempat-tempat ibadah atau situs-situs religi yang sakral dan penuh makna. Secara keseluruhan, objek wisata adalah kombinasi dari berbagai elemen yang bersama-sama menciptakan pengalaman yang unik dan tak terlupakan bagi para pengunjung. Keberadaan objek wisata tidak hanya memberikan hiburan dan rekreasi, tetapi juga bisa menjadi sarana edukasi dan pelestarian budaya serta alam. Oleh karena itu, pengelolaan dan pengembangan objek wisata harus dilakukan dengan bijak dan berkelanjutan agar dapat terus dinikmati oleh generasi mendatang.

Kualitas objek wisata tidak hanya dapat dinilai dari kondisi objek wisata itu sendiri, namun dilihat juga dari fasilitas, pelayanan, jasa, pemasaran, dan aksesibilitas yang mendukung objek wisata tersebut. Penilaian pengunjung terhadap objek wisata yang ada dapat digunakan sebagai acuan untuk pengembangan objek wisata dimasa yang akan datang. Dalam pengembangan pariwisata hendaknya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengunjung agar pengunjung merasa puas dengan apa yang diberikan dan membuat pengunjung lebih lama bertahan ditempat tersebut dan juga ingin berkunjung kembali ketempat tersebut (Indonesia, n.d.) Suatu objek wisata harus meningkatkan kualitas objek menjadi lebih baik guna mendapatkan persepsi positif. Karena persepsi terhadap kualitas objek wisata yang dapat menjadi tolok ukur untuk melihat

tingkat mutu suatu objek wisata. Kualitas objek wisata merupakan salah satu unsur penentu dalam menarik pengunjung berkunjung. Suatu objek wisata memiliki ketergantungan antara atraksi, fasilitas, infrastruktur, transportasi dan layanan.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Peneliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian (*research design*) merupakan rencana dan struktur penyelidikan yang dibuat sedemikian rupa agar diperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian. Desain penelitian merupakan tahapan dalam proses penelitian yang biasanya ditentukan oleh seorang peneliti agar mencapai tujuan dari penelitian yang dilakukan. Penentuan tahapan penelitian ini menjadi begitu penting bagi peneliti karena apabila tahapan dari desain penelitian tersebut tidak dilalui akan mempengaruhi pelaksanaan dari penelitian. Hal ini tentu akan berdampak terhadap tujuan penelitian yang ingin dicapai.

Dalam penelitian ini peneliti ingin mendeskripsikan latar dan interaksi partisipan, melakukan eksplorasi untuk mengidentifikasi informasi baru. Serta memahami keadaan yang terbatas dan ingin mengetahui secara mendalam dan rinci. Dengan keadaan tersebut, pemilihan metode kualitatif sangat tepat untuk digunakan sebagai metode penelitian.

Penelitian dengan metode kualitatif ini meliputi pengamatan (observasi), wawancara, dan penelaahan dokumen - dokumen tertulis ataupun online, yang nantinya akan dibandingkan keseluruhan datanya. Penelitian ini memberikan jawaban atas Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Media Promosi Objek Wisata Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang hasilnya berupa pemaparan suatu situasi atau peristiwa. Peneliti tidak mencari atau menjelaskan hubungan variabel, tidak menguji hipotesis ataupun membuat prediksi.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Objek wisata Puncak Pato, Kabupaten Tanah Datar. Peneliti melakukan penelitian di Objek wisata Puncak Pato karena memiliki pesona keindahan alamnya. Di puncak itu, kita akan menikmati suguhan pemandangan alam dari ketinggian. Tiupan angin yang berhembus di antara pohon pinus semakin menyejukkan suasana. Di puncak ini juga menyimpan peristiwa sejarah yang cukup mempengaruhi budaya di Minangkabau saat ini. Peristiwa ini dikenal dengan “Sumpah Sati Bukik Marapalam”, yang berisi kesepakatan antara kaum adat minangkabau dan kaum agama.

2. Waktu penelitian

Penelitian dilakukan selama 3 bulan.

3.3 Sumber Data Penelitian

Dalam sumber data akan di bagikan menjadi 2 data sumber, yakni :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dalam penelitian secara langsung terhadap objek yang diteliti melalui hasil wawancara yang berkaitan dengan topik penelitian ini. Data primer didapatkan oleh peneliti secara langsung dengan cara wawancara, survey, eksperimen, dan sebagainya. Data primer biasanya akan tersedia dalam bentuk yang benar benar mentah dan perlu diolah kembali. Namun, peneliti bisa lebih spesifik mendapatkan data yang dibutuhkan karena akan mencarinya dari sumber utama. Oleh karena itu, peneliti bisa menyesuaikan dalam pemilihan narasumber agar bisa mendapatkan data yang dibutuhkan.

Data atau informasi yang didapat langsung oleh peneliti ketika berada di lapangan, peneliti mengumpulkan seluruh data mengenai tanggapan informan tentang informasi yang diperlukan. Data tersebut berupa wawancara untuk menanyakan perihal objek penelitian yang dilakukan secara langsung dengan informan penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber literatur, dokumentasi, dan informasi dari pihak terkait yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen - dokumen tentang Objek Wisata Puncak Pato baik berupa cetak maupun online (*website* dari *instagram*) yang berkaitan dengan penelitian.

3.4 Informan Penelitian

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah orang yang benar benar tahu atau pelaku yang terlibat yang langsung dengan permasalahan penelitian. Informan ini harus banyak pengalaman tentang penelitian, serta dapat memberikan pandangannya tentang nilai - nilai, sikap, proses dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian setempat. Adapun informan yang dimaksud adalah informan kunci, yaitu orang yang memahami permasalahan yang diteliti. Informan kunci umumnya adalah seorang ahli di bidang tertentu atau seorang narasumber yang dapat menjelaskan tentang kondisi maupun informan mengenai permasalahan utama peneliti sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

Peneliti memilih untuk menggunakan dua tipe informan, yaitu informan kunci dan informan pendukung. Informan kunci adalah informan yang mengetahui secara mendalam permasalahan yang sedang diteliti, sedangkan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informan pendukung adalah informan yang ditentukan dengan dasar pertimbangan memiliki pengetahuan dan juga pernah berhubungan baik secara formal maupun informal dengan para informan kunci. Informan dalam penulisan ini yaitu pengelola Objek Wisata Puncak Pato, Pengelola akun *Instagram* sebagai informan kunci, pengunjung sebagai informan pendukung.

Tabel 3.2 Data Informan Penelitian

No	Informan	Keterangan	Keterangan Informan
1	Ismail	Pengelola objek wisata Puncak Pato	Informan kunci
2	Rahmad zaldi	Pengelola akun <i>Instagram</i> wisata @puncakpato	Informan pendukung
3	Firdaus	Pengunjung wisata Puncak Pato	Informan pendukung
4	Dhea Adrian	Pengunjung Wisata Puncak Pato	Informan pendukung
5	Wirdawati	UMKM	Informan Pendukung

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah – langkah untuk memperoleh dan mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan pengindraan (Zhurofa & Surahmadi, 2020). Kegiatan observasi pada hakekatnya merupakan aktivitas pengamatan dengan menggunakan pancaindra untuk mendapatkan informasi. Pengamatan dan pencatatan dilakukan terhadap objek penelitian, tentang perilaku alamiah, dinamika yang tampak, gambaran perilaku sesuai dengan situasi yang ada dan sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti terlibat langsung dalam observasi ini. Subjek maupun objek dapat dilihat secara langsung dan juga dapat menambahkan data sekunder maupun data primer melalui observasi ini. Observasi dilakukan dengan mengunjungi lokasi Objek Wisata Puncak Pato untuk melihat keadaan wisata dan untuk melakukan wawancara dengan pihak pengelola.

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi, sehingga dapat dikonstruksikan dalam sebuah makna yang mengacu pada suatu topic tertentu, wawancara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan untuk ditanyakan dan dijawab secara lisan. Metode wawancara yang digunakan penulis bertujuan untuk memahami informasi yang mendalam mengenai subjek penelitian yang diterapkan pada setiap informan yang akan diwawancarai. Dengan menggunakan teknik wawancara, partisipan juga lebih bisa menyampaikan informasi secara langsung sehingga peneliti mampu mendapatkan jawaban lebih rinci dari pertanyaan – pertanyaan yang diajukan peneliti kepada partisipan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara mengumpulkan informasi baik secara visual, verbal maupun tulisan. Dokumentasi merupakan cara menyimpulkan data melalui peninggalan tertulis seperti arsip, termasuk juga buku serta teori, pendapat, dalil atau hukum dan lain lain yang berhubungan dengan masalah penelitian. Jadi dokumen dapat dijadikan sebagai sebuah catatan aktivitas , kegiatan maupun peristiwa yang telah berlalu yang dicatatkan, dikumpulkan menjadi sebuah arsip. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara (Sugiyono, 2014). Tujuannya untuk lebih memantapkan bahwa yang diambil benar benar ada, jelas dan konkrit.

3.6 Validasi Data

Validasi data adalah proses pengujian kebenaran dari data atau bahan yang akan dijadikan dasar kajian dalam penelitian. Pengujian kebenaran berhubungan erat dengan teknik pengumpulan data saat peneliti mencari dan mengumpulkan informasi yang digunakan untuk menganalisa masalah atau menganalisa data. Penelitian ini bersifat kualitatif maka penerapan yang digunakan harus valid dan reabilitas pada penelitian kualitatif disebut juga keabsahan data sehingga instrument atau alat ukur yang akurat dan terpercaya. Peneliti dalam penelitian kualitatif harus berusaha mendapatkan data yang valid, untuk itu sebagai alat analisis data perlu menggunakan triangulasi data.

Triangulasi suatu pendekatan analisa data yang mensistesa data dari berbagai sumber. Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Memotret fenomena tunggal dari sudut pandang yang berbedabeda akan memungkinkan diperoleh tingkat kebenaran yang handal. Karena itu, triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.

Triangulasi dalam perisetan dapat ditujukan untuk menguji daya dapat dipercaya yang berarti data diperiksa dan dicek dari berbagai sumber data dengan cara yang beragam, dan waktu yang berbeda (Margono, 2010). Triangulasi juga digunakan untuk mematangkan konsistensi metode silang, seperti observasi lapangan atau pengamatan dan wawancara atau dengan penggunaan metode yang sama , seperti beberapa informan diwawancarai dalam kurun waktu tertentu (Djam'an Satori & Komariah, 2011b). Sehingga membagi triangulasi menjadi triangulasi sumber, teknik dan waktu.

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber berarti menguji data dari berbagai sumber informan yang akan diambil datanya. Triangulasi sumber dapat mempertajam daya dapat dipercaya data jika dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh selama perisetan melalui beberapa sumber atau informan (Sugiyono, 2017, 2016). Melalui teknik triangulasi sumber, peneliti berusaha membandingkan data hasil dari wawancara yang diperoleh dari setiap sumber atau informan penelitian sebagai bentuk perbandingan untuk mencari dan menggali informasi yang telah didapatkan. Dengan kata lain, triangulasi sumber adalah data dengan membandingkan fakta dari satu sumber dengan sumber yang lain

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji daya dapat dipercaya sebuah data yang dilakukan dengan cara mencari tahu dan mencari kebenaran data terhadap sumber yang sama melalui teknik yang berbeda. Maksudnya peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda. Maksudnya peneliti menggunakan teknik pengumpulan data beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Dalam hal ini, peneliti dapat menyilangkan teknik observasi , wawancara dan dokumentasi yang kemudian digabungkan menjadi satu untuk mendapatkan sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2013b).

Triangulasi teknik, berarti menggunakan pengumpulan data yang berbeda beda untuk mendapatkan data dari sumber data yang sama. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak (Sugiyono, 2013b).

3. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu ialah bahwa seringkali waktu turut mempengaruhi daya dapat dipercaya data. Misalnya, data yang dikumpulkan di pagi hari dengan teknik wawancara dimana saat itu

narasumber masih segar dan belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Maka dari itu, dalam hal pengujian daya dapat dipercaya data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan melakukan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya (Sugiyono, 2013b).

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Bodgan dan Biklen, Analisis data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. (Moleong, 2010). Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini akan melalui beberapa tahapan analisis, yang mana diuraikan sebagai berikut.

1. Reduksi data

Merupakan proses seleksi data, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi data kasar yang ada dalam catatan lapangan. Reduksi data ini akan berlangsung terus selama pelaksanaan penelitian dan dalam kegiatan ini data yang tidak berguna atau tidak diperlukan untuk kepentingan kegiatan analisis akan dibuang. Peneliti dalam kegiatan analisisnya akan selalu melakukan reduksi data dilapangan sampai proses verifikasi selesai dan tidak membutuhkan data baru lagi.

2. Penyajian data

Merupakan bagian dari teknik analisis data kualitatif. Sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, gambaran dalam bentuk narasi lengkap yang untuk selanjutnya memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sajian data disusun berdasarkan pokok pokok yang terdapat dalam reduksi data, dan disajikan dengan menggunakan kalimat dan bahasa peneliti yang merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga bila dibaca akan mudah dipahami. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian bagian tertentu dari gambaran keseluruhan.

3. Proses penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan ialah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan. Penarikan kesimpulan merupakan komponen analisis yang memberikan penjelasan secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan. Simpulan yang diperoleh dari penyajian data bersifat sementara sebab masih terus berkembang sejalan dengan penemuan data baru. Hal ini penting untuk mendapatkan simpulan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akhir yang tepat. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penulisan dengan makna yang terkandung dengan konsep konsep dasar dalam penulisan tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Gambaran Mengenai Kawasan Wisata Puncak Pato

1. Profil Kawasan Wisata Puncak Pato



Gambar 4.1 Pintu masuk menuju objek wisata Puncak Pato

Nama	: Panorama Puncak Pato
Alamat	: Jorong Pato, Nagari Batu Bulek, Kecamatan Lintau Buo Utara, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat
Tim Pengelola	: Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)
Jadwal Buka	: 08.00 – 18.00
Tiket masuk	: Dewasa = Rp.7000 dan Anak-anak Rp.4.000
Tiket mobil & motor	: Rp.5000 & Rp.3000

2. Sejarah Wisata Puncak Pato

Puncak Pato merupakan Objek Wisata yang terletak di Jorong Pato, Nagari Batu Bulek, Kecamatan Lintau Buo Utara, Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatera Barat. Pesona keindahan alam Bukik Marapalam tercatat sebagai tempat terjadinya peristiwa bersejarah dalam perjalanan masyarakat adat Minangkabau yang disebut dengan Sumpah Sati Bukik Marapalam. Bukik Marapalam memegang peran penting sebagai bagian dalam sejarah perang Paderi di Nagari Batu bulek. Dimana perang tersebut terjadi karena adanya pertentangan antara kaum adat dan kaum Agama. Pembaharuan terhadap pelaksanaan ajaran Islam, dibawa dan dikembangkan oleh Kaum Agama dibawah pimpinan Tuanku Lintau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Diketahui kebiasaan Kaum Adat dalam kesehariannya dekat dengan judi, sabung ayam, dan minuman keras, hal yang demikian membuat kaum agama dibawah pimpinan Tuanku Lintau merasa marah, karena sebelumnya kedua belah kaum sudah melakukan perundingan dan musyawarah perihal tindakan mereka (kaum adat) yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Namun hasil dari perundingan yang terjadi tidak menemukan kata sepakat. Hal demikian yang melatarbelakangi meletusnya perang padri pada tahun 1803. Selama periode gencatan senjata inilah Tuanku Imam Bonjol mencoba memulihkan kekuatan dan merangkul kembali Kaum Adat. Sehingga akhirnya muncul suatu kesepakatan yang dikenal dengan nama "Puncak Pato" di Bukit Marapalam, Kabupaten Tanah Datar (Regional Kompas).

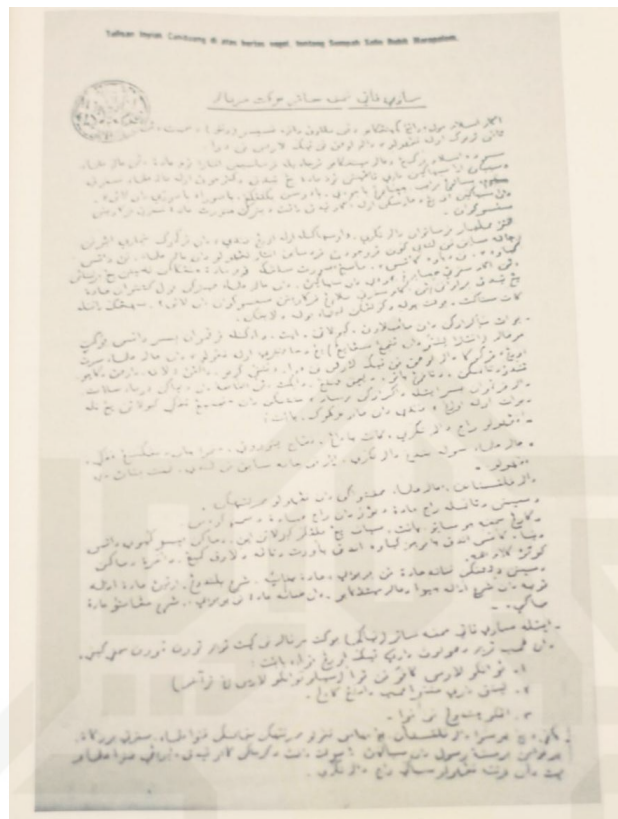


Gambar 4.2 Artefak tungku tigo sajarang

Bersatunya kaum adat dan kaum Agama akhirnya melahirkan perjanjian yang disebut dengan Sumpah Sati Bukik Marapalam, yang berbunyi “ Adat basandi Syara’, Syara’ basandi Kitabullah “ yang berarti syara mangato, adat mamakai. Perjanjian tersebut dicetuskan di Bukik Marapalam disebuah Benteng kaum Paderi yang terletak di Puncak Pato Nagari Batu Bulek Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.3 Perjanjian “sumpah sati marapalam”

Puncak Pato merupakan lokasi yang berada di ketinggian (puncak bukit), dimana dapat melihat keindahan alam yang sangat bagus dari ketinggian. Lukisan alam yang luar biasa terbentang sejauh mata memandang membuat hati dan pikiran jadi tenang. Udara sejuk dan angin yang berembus diantara puncak-puncak pinus membuat rasa tak ingin beranjak dari tempat wisata sejarah ini. Namun banyak dari kalangan masyarakat yang masih kurang bahkan belum memahami tentang sejarah yang terdapat di Puncak Pato. Padahal sejarah disini merupakan sejarah penting dan besar bagi orang Minangkabau. Maka dari itu tidak hanya masyarakat Minangkabau namun masyarakat luas juga perlu mengetahui pentingnya sejarah yang ada di Bukik marapalam ini.

3. Fasilitas – fasilitas

- a. Bangunan tempat ibadah (Mushola) : bangunan ini dirancang untuk menampung banyak jamaah dalam waktu yang bersamaan, menciptakan lingkungan yang nyaman dan kondusif untuk ibadah.
- b. Kamar kecil (WC) : Kamar mandi yang terawat dengan baik sangat penting untuk memberikan kenyamanan kepada pengunjung. Kebersihan dan ketersediaan fasilitas seperti air bersih ini menjadi factor utama bagi tempat wisata.

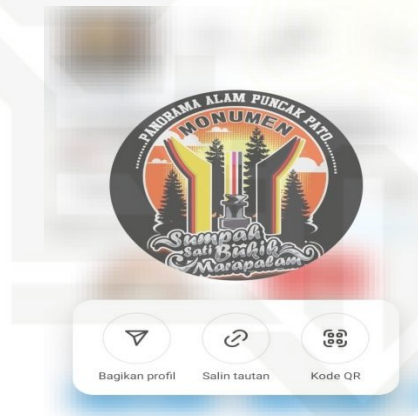
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Lahan parkir yang luas : memiliki lahan parkir yang luas memungkinkan pengunjung untuk memarkirkan kendaraan mereka dengan nyaman, termasuk kendaraan besar seperti bus.
- d. Infrastruktur jalan diperlebar untuk memberikan kenyamanan kepada pengunjung
- e. Tersedia tempat duduk yang diperuntukkan buat pengunjung yang ingin beristirahat atau bersantai sambil menyaksikan pemandangan yang indah
- f. Warung UMKM : kehadiran warung UMKM tidak hanya menyediakan berbagai macam makanan dan minuman untuk pengunjung, tetapi juga mendukung perekonomian local dengan memberdayakan pelaku usaha kecil dan menengah, seperti gula semut dan gula aren.

Fasilitas – fasilitas ini tidak berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dasar pengunjung, tetapi juga untuk meningkatkan pengalaman mereka dalam mengunjungi dan berinteraksi dengan tempat tersebut. Dengan memperhatikan kualitas dan ketersediaan fasilitas, suatu tempat dapat menjadi lebih menarik dan nyaman bagi pengunjung dari berbagai latar belakang dan keperluan.

4. Profil Akun *Instagram* Wisata Puncak Pato



Gambar 4. 4 Foto Profil *instagram* @puncak_pato_

Akun *instagram* resmi kawasan wisata Puncak Pato dibuat oleh Rahmad Zaldi pada februari 2017 yang merupakan salah satu pemuda di jorong pato. Akun *instagram* milik wisata Puncak Pato dapat mudah dicari di halaman pencarian *instagram* yaitu @puncak_pato_. Untuk sekarang ini followers atau pengikutnya mencapai 1.498 dan terdapat 119 postingan termasuk foto dan video.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kawasan Puncak Pato menawarkan banyak spot foto menarik yang menjadi daya tarik utama bagi pengunjung untuk mengabadikan momen atau mengambil gambar. Antara lain, terdapat Tugu Sumpah Satie Bukik Marapalam, panggung terbuka, dan nuansa alami dari pepohonan yang sejuk dan asri. Kombinasi ini menciptakan latar yang ideal untuk menghasilkan gambar-gambar yang memukau dan memancarkan keindahan alam.

Dengan keberadaan akun *Instagram* ini, pengunjung dapat lebih mudah mengakses informasi terkini seputar kegiatan dan potensi wisata yang ditawarkan oleh Kawasan Puncak Pato. Ini juga membantu mempromosikan keunikan dan keindahan alam yang dimiliki, mengundang lebih banyak orang untuk menjelajahi dan menikmati pengalaman di tempat ini.

4.2 Visi dan Misi Objek Wisata Puncak Pato

1. Visi
Menjadikan Puncak Pato sebagai destinasi wisata unggulan yang menawarkan keindahan alam, kekayaan budaya, serta berperan aktif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat local dan pelestarian lingkungan.
2. Misi
 - a. Mengembangkan fasilitas dan infrastruktur yang berkualitas tinggi untuk memastikan kenyamanan dan keamanan pengunjung saat menikmati keindahan Puncak Pato.
 - b. Menciptakan peluang ekonomi dan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar melalui pelibatan aktif dalam pengelolaan dan pelayanan wisata di Puncak Pato
 - c. Melakukan promosi yang efektif dan kreatif untuk menarik wisatawan domestic dan mancanegara, dengan memanfaatkan berbagai saluran media dan teknologi digital.

Dengan visi dan misionis ini, Puncak Pato diharapkan dapat menjadi destinasi wisata yang tidak hanya menawarkan keindahan alam dan pengalaman yang unik, tetapi juga memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat local dan lingkungan sekitarnya.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan masalah penelitian efektivitas penggunaan media sosial *instagram* sebagai media promosi objek wisata Puncak Pato maka dapat ditarik kesimpulan. Pemanfaatan *Instagram* sebagai Media Promosi: *Instagram* terbukti bermanfaat sebagai media promosi objek wisata karena mampu menarik perhatian audiens melalui konten visual yang menarik. Objek wisata Puncak Pato memanfaatkan fitur-fitur yang sudah disediakan oleh *instagram*. Fitur-fitur *instagram* yang dapat mendukung kegiatan promosi Objek wisata Puncak Pato meliputi fitur foto dan video, *instagram reels*, *instagram story*, sorotan, fitur siaran langsung. Penggunaan foto dan video berkualitas tinggi dapat memperkuat citra positif objek wisata dan meningkatkan minat pengunjung. Meskipun bermanfaat, terdapat beberapa kendala dalam penggunaan *Instagram* sebagai media promosi, seperti perubahan algoritma yang bisa mempengaruhi jangkauan konten dan kebutuhan untuk terus menerus membuat konten yang segar dan relevan.

Puncak Pato merupakan sebuah kawasan wisata yang berada di kabupaten tanah datar, sumatera barat. Objek wisata Puncak Pato memiliki wisata alam yang sangat menarik dan juga memiliki sejarah yang melatarbelakanginya. Sarana dan prasarana yang sudah cukup memadai yang dapat digunakan pengunjung. Pengunjung datang dari berbagai daerah dalam dan luar negeri dan destinasi tersebut dinikmati pengunjung segala umur.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti di lapangan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, media sosial *Instagram* bermanfaat sebagai media promosi dalam meningkatkan minat pengunjung. Dibuktikan dengan pernyataan beberapa pengunjung yang banyak mengetahui dan berkunjung (action) ke Objek Wisata Puncak Pato ini melalui gambar atau postingan di akun media sosial *Instagram @puncakpato*. Objek wisata Puncak Pato memanfaatkan fitur – fitur yang sudah disediakan oleh *instagram*. Fitur – fitur *instagram* yang dapat mendukung kegiatan promosi objek wisata Puncak Pato.

Promosi diartikan sebagai upaya yang dilakukan untuk memasarkan suatu produk dan jasa. Promosi pariwisata merupakan komunikasi dalam pemasaran pariwisata. Manfaat dan tujuan dari promosi seperti informant (memberikan informasi), persuading (membujuk), Reminding (mengingatkan), Adding Value (Menaikkan nilai). Terkait dengan kegiatan promosi yang dilakukan objek Wisata Puncak Pato, pengelola akun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan beberapa fitur yang ada di Instagram. Fitur yang digunakan yaitu foto dan video, Instagram reels, Instagram Story, sorotan, Fitur siaran langsung. Selain manfaat promosi yang luas, Instagram juga memberikan tantangan seperti ketergantungan pada perubahan algoritma dan tuntutan untuk menciptakan konten yang segar dan relevan. Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi melalui Instagram membantu meningkatkan jumlah kunjungan ke Puncak Pato dan memperkuat citra destinasi wisata ini di kalangan pengunjung.

6.2 Saran

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran atau referensi tambahan, bagi para akademisi dibidang yang sma yakni ilmu komunikasi mengenai pemanfaatan media sosial *instagram* khususnya bagi mahasiswa komunikasi.
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan atau bahan rujukan bagi pengelola objek wisata Puncak Pato untuk memaksimalkan proses kegiatan promosi menggunakan media sosial khususnya *instagram* dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan terkhusus pada penyediaan fasilitas umum.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi admin *instagram* @puncakpato untuk menerapkan konten yang lebih menarik untuk menarik pengunjung dan memaksimalkan promosi di media sosial *instagram*.

DAFTAR PUSTAKA

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Alfandi, Y. (2019). Gereja dan Pengaruh Teknologi Informasi “Digital Ecclesiology.” *Fidei: Jurnal Teologi Sistematis Dan Praktika*, 1(2), 270–283. <https://doi.org/10.34081/270033>
- Alfiansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Ani, D. F., & Suranto, S. (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Potensi Wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(5). <https://doi.org/10.21831/lektur.v2i5.16368>
- Ardianti, F., Sains, D., Masyarakat, P., & Manusia, F. E. (2020). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata Malasari , Kecamatan Nanggung , Kabupaten Bogor The Effectiveness of Instagram as a Promotion Media of Malasari Tourism Village , Nanggung , Bogor District. 4(6), 796–809.
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466–477. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Dian Mafulla, Sudiah Hestianah, A. K. (2021). Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Online Kawasan Wisata Pacet Mojokerto. 1(2), 1–8.
- Elfandari, R. N., & Nuraryo, I. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Wisata Banten. 3(2), 17–24.
- Eliza, M., Minawati, R., & Syafriandi. (2023). Destinasi Wisata Puncak Pato Sebagai Ikon Wisata Alam dan Wisata Budaya Indonesia. *Melayu Arts and Performance Journal*, 6(1), 81–95. <http://journal.isi-padangpanjang.ac.id/index.php/MAPJ/article/view/3668/pdf>
- Febryola Indra, Cheryl Jocelyn, Felicia Andyny Harijanto, F. A. I. (2023). Etika Profesi Pariwisata : Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Destinasi Pariwisata. 4(2), 351–356.
- Fekoza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Giannindra, F. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Pariwisata Kota Bandung. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kota, 16(2), 26–31. <https://doi.org/10.29313/jpww.v16i2.2433>

- Hubner, I., Wijaya, J. V., Nugraha, K. D., Pariwisata, F., & Harapan, U. P. (2022). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK FLASH COFFEE DI JABODETABEK*. 1(2), 77–83. <https://doi.org/10.56854/jbm.v1i2.94>
- Imam Sunarto, Deni Saputra, A. F. H. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sbagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Puncak Rembangan Kemuning Lor Arjasa Kabupaten Jember*. 315–320.
- Indonesia, J. B. (n.d.). *PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP PENGEMBANGAN Hestara Cahya Murti Sujali Batang Dolphin Center*.
- Larita, S., Halik, A., & Tajibu, K. (2020). Instagram Sebagai Media Promosi Dinas Kebudayaan Dan Kepariwisata Sulawesi Selatan. *Jurnal Washiyah*, 1(1), 54–68. <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/140>
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 626–635. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>
- Ramadan, A., & Fatchiya, A. (2021). *Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Produk “ Rendang Uninam ” The Effectiveness of Instagram as a Promotional Media of Products “ Rendang Uninam .”* 05(01), 64–82.
- Santoso, E. B., Karina, R. N., Hazmi, A. R., Rahmadanita, A., & Minangkabau, T. (2023). *PENGEMBANGAN OBYEK WISATA NAGARI TUO PARIANGAN DI KABUPATEN TANAH DATAR: PEMBELAJARAN KEARIFAN LOKAL SEBAGAI ATRAKSI WISATA DUNIA THE DEVELOPMENT OF NAGARI TUO PARIANGAN TOURISM OBJECT IN TANAH DATAR REGENCY: LEARNING LOCAL WISDOM AS A WORLD TOURIST ATT.* 13(2), 178–199.
- Sinaga, D. L. P., Rossi, F. N., & Firmansyah, R. (2024). Pemanfaatan Platform Instagram @desawisatasayan Sebagai Media Promosi di Desa Wisata Sayan. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 6(1), 75–87. <https://doi.org/10.37253/altasia.v6i1.9011>
- Soleha, F., Susanti, N., Jailani, M., Islam, U., & Sumatera, N. (2023). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Danau Toba*. 2(3), 963–972.
- Tunggala, S., & Saadjad, K. A. (2019). Strategi Komunikasi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 197. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.2714>
- Wijayanti, A. (2021). *Efektivitas Instagram dalam Meningkatkan Minat*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kunjungan Wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta.
<https://doi.org/10.36256/ijtl.v2i1.138>

Zhurofa, H., & Surahmadi. (2020). Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Promosi Pariwisata di Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Cilacap. *Jurnal Sosial Politik Peradaban*, 1(1), 59–71.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

UIN SUSKA RIAU

Lampiran 1 Data Informan

Wawancara 1

Tanggal : 6 juli 2024

Waktu : Pagi hari

A. Identitas Responden

Nama : Rahmad Zaldi
Keterangan : Admin *Instagram* @Puncak_pato_
Umur : 25 tahun
Jenis Kelamin : laki - laki
Pekerjaan : Wirawsasta

B. Pertanyaan Wawancara

1. Sebagai admin *instagram* @puncakpato, sejak kapan memanfaatkan *instagram* sebagai media promosi Puncak Pato dan kenapa lebih memilih *instagram* sebagai media promosi daripada media lainnya?
2. Bagaimana cara admin menarik pengunjung untuk meningkatkan wisatawan agar berkunjung ke Puncak Pato
3. Siapa saja target wisatawan?
4. Apakah yang diposting di *instagram* itu murni hasil jepretan admin *instagram* sendiri?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Wawancara 2

Tanggal : 7 juli 2024

Waktu : Pagi hari

A. Identitas Responden

Nama : Ismail
Keterangan : Pengelola Objek Wisata Puncak Pato
Umur : 25 tahun
Jenis Kelamin : laki laki
Pekerjaan : Wiraswasta

B. Pertanyaan Wawancara

1. Apa tujuan dan siapa saja sasaran dari tempat wisata Puncak Pato ?
2. Bagaimana potensi dari objek wisata Puncak Pato dan apa kelebihanannya dibandingkan dengan tempat wisata daerah lain ?
3. Apakah pengelola objek wisata Puncak Pato langsung dari masyarakat setempat?
4. Apa saja tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh pengelola
5. Apakah pengunjung yang datang ke Puncak Pato selalu mengalami peningkatan?
6. Bagaimana perkembangan dari Puncak Pato untuk sekarang ini?
7. Apakah ada dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan dan mempromosikan Puncak Pato?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara 3

Tanggal : 7 juli 2024

Waktu : Siang hari

A. Identitas Responden

Nama : Dhea Adrian Ningsih
Keterangan : Pengunjung
Umur : 22 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa

B. Pertanyaan Wawancara

1. Darimana tau adanya objek wisata Puncak Pato dan gimana perjalanan kesini apakah ada kesulitan?
2. Kenapa Puncak Pato dijadikan pilihan sebagai tempat tujuan wisata?
3. Bagaimana kenyamanan ,keamanan, fasilitas , kebersihan, tempat parkir dan tarif redistribusi dari tempat wisata Puncak Pato ?
4. Apakah ada pesan atau kesan untuk pengelola objek wisata Puncak Pato?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara 4

Tanggal : 7 juli 2024

Waktu : Siang hari

A. Identitas Responden

Nama : Firdaus

Keterangan : pengunjung

Umur : 23 tahun

Jenis Kelamin : laki laki

Pekerjaan : Mahasiswa

B. Pertanyaan Wawancara

1. Darimana tau adanya objek wisata Puncak Pato dan gimana perjalanan kesini apakah ada kesulitan?
2. Kenapa Puncak Pato dijadikan pilihan sebagai tempat tujuan wisata?
3. Bagaimana kenyamanan ,keamanan, fasilitas , kebersihan, tempat parkir dan tarif redistribusi dari tempat wisata Puncak Pato
4. Apakah ada pesan atau kesan untuk pengelola objek wisata Puncak Pato?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara 5

Tanggal : 8 juli 2024

Waktu : Siang hari

A. Identitas Responden

Nama : Wirdawati
Keterangan :
Umur : 50 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Pedagang

B. Pertanyaan Wawancara

1. Sudah berapa lama ibu berjualan di objek wisata Puncak Pato dan apakah uang sewanya?
2. Sejak berjualan di Puncak Pato, apakah menambah penghasilan untuk keluarga ibu?
3. Berapa penghasilan perbulan rata-rata yang didapatkan? Apakah cukup untuk menghidupi keluarga atau tidak?
4. Selama berjualan disini apakah pengelola pernah mengadakan pembinaan untuk para pedagang?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 2 Pertanyaan Wawancara

No	Nama Informan	Pertanyaan	Jawaban
1.	Rahmad Zaldi	Sebagai admin <i>instagram</i> @puncakpato, sejak kapan memanfaatkan <i>instagram</i> sebagai media promosi Puncak Pato dan kenapa lebih memilih <i>instagram</i> sebagai media promosi daripada media lainnya?	Mulai februari 2017 saya berinisiatif membuat akun <i>instagram</i> Puncak Pato karena saya merasa <i>instagram</i> dizaman yang sekarang ini merupakan media yang cukup efektif mempromosikan dan mengenalkan Puncak Pato kepada semua orang dibandingkan media lain.
		Bagaimana cara admin menarik pengunjung untuk meningkatkan wisatawan agar berkunjung ke Puncak Pato	Caranya yaitu dengan saya sering me-upload di instargam baik itu story <i>instagram</i> ataupun feed, supaya orang-orang tertarik dan berkunjung ke Puncak Pato.
		Siapa saja target wisatawan?	Target untuk wisatawan saat ini masih berfokus ke wisatawan local dan mancanegara, untuk local disini masih dikawasan di tanah datar dan luar kota tanah datar atau diluar sumatera barat.
		Apakah yang diposting di <i>instagram</i> itu murni hasil jepretan admin <i>instagram</i> sendiri?	Tidak, kami kadang juga me-repost punya akun lain yang memang bagus hasilnya dan juga dengan caption yang informative. Kami memberikan apresiasi terhadap akun-akun tersebut yang selalu men-tag foto atau video ke akun @puncakpato

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

©

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.	Ismail	Apa tujuan dan siapa saja sasaran dari tempat wisata Puncak Pato	Tujuan dari tempat wisata Puncak Pato yaitu suatu upaya untuk membangun dan mengembangkan sarana dan prasarana wisata sehingga dapat menarik minat wisatawan dan menjadikan daerah ini sebagai sumber pendapatan, masyarakat sekitar juga dapat menjadi pemasukan bagi pemerintah daerah. Sasaran kami dari pengelola tempat wisata Puncak Pato yaitu semua orang yang berkunjung dengan tujuan berwisata sekaligus agar mengetahui sejarah dari Puncak Pato.
		Bagaimana potensi dari objek wisata Puncak Pato dan apa kelebihanya dibandingkan dengan tempat wisata daerah lain	Menurut saya selaku pengelola, potensi dari objek wisata Puncak Pato sangat besar dan kelebihanya dibandingkan dengan tempat wisata lain, karena Puncak Pato bukan hanya objek wisata alam puncak pada umumnya, tetapi terdapat juga pelajaran sejarah yang bisa kita ketahui, dan ini merupakan ciri khas dari objek wisata Puncak Pato sendiri.
		Apakah pengelola objek wisata Puncak Pato langsung dari masyarakat setempat?	Untuk pengelola objek wisata Puncak Pato yaitu Pokdarwis (kelompok sadar wisata) yang dipilih dari masyarakat nagari batu bulek. Dengan dibawah pengawasan dinas pariwisata dan olahraga (Dispora). Untuk semua pegawai yang ditempatkan di objek wisata Puncak Pato juga merupakan

©

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		masyarakat setempat yang dipilih bergantian.
	Apa saja tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh pengelola	tugas dan tanggung jawab saya selaku pengelola Puncak Pato yaitu bertanggung jawab terhadap kebersihan, kerapian dan keindahan objek wisata Puncak Pato dengan membersihkan seluruh pekarangan yang ada. Selain itu, sebagai pengelola juga bertanggung jawab untuk mengamankan objek wisata Puncak Pato demi keamanan dan kenyamanan pengunjung.
	Apakah pengunjung yang datang ke Puncak Pato selalu mengalami peningkatan?	Untuk jumlah pengunjung setiap bulannya berbeda-beda, pengunjung yang paling banyak itu datang ketika hari libur, contohnya libur hari minggu, libur akhir tahun dan biasanya puncak dari pengunjung yaitu ketika libur lebaran idul fitri.
	Bagaimana perkembangan dari Puncak Pato untuk sekarang ini?	Dengan kinerja dari sumber daya manusia untuk perkembangan wisata Puncak Pato oleh dinas pariwisata sudah membaik dan meningkat, dikarenakan untuk pengelola sendiri sudah melakukan peningkatan untuk sumber daya manusia setiap tahunnya untuk meningkatkan kualitas wisata yang ada di Tanah Datar.
	Apakah ada dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan dan mempromosikan Puncak Pato?	Untuk dinas pariwisata tanah datar sudah melakukan kerja sama dalam meningkatkan Puncak Pato, dengan sarana dan prasarana yang ada di Puncak Pato cukup memadai

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			namun perlu ditingkatkan lagi saat ini pun pemerintah memberikan bantuan untuk pembangunan infrastruktur seperti kios-kios untuk masyarakat sekitar berjualan. Sedangkan untuk promosi Puncak Pato, salah satunya dijadikan konten youtube oleh Dispar tanah datar dan perumda tanah datar. pemasarannya juga dilakukan dengan adanya kerja sama dari politeknik payakumbuh, dispar sumbar, dispar tanah datar dan poltekpar enhai bandung yang mendapatkan rekomendasi dari dispar tanah datar.
3.		Darimana tau adanya objek wisata Puncak Pato dan gimana perjalanan kesini apakah ada kesulitan?	ssaya sudah beberapa kali kesini, karna tidak terlalu jauh dari rumah. Untuk lokasi tidak telalu sulit karna jalan menuju kesini bagus.
	State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Kenapa Puncak Pato dijadikan pilihan sebagai tempat tujuan wisata?	Karena udara disini sejuk dan dingin , suasananya nyaman dan tentram, selain bisa menikmati pemandangan juga bisa bisa sambil belajar sejarah dari objek wisata Puncak Pato. Hal menariknya karena kesini bisa foto-foto dengan pemandangan alam yang sangat bagus. Disini juga terdapat patung yang dijadikan symbol “sumpah sati bukit marapalam” yang bisa juga foto disana.
		Bagaimana kenyamanan, keamanan, fasilitas ,	Untuk kenyamanan dan keamanan dari Puncak Pato sudah terjamin, sedangkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		kebersihan, tempat parkir dan tarif redistribusi dari tempat wisata Puncak Pato	untuk masalah kebersihan masih kurang, walaupun sudah ada tempat sampah di beberapa titik, tapi pengunjung yang lain masih buang sampah sembarangan, Untuk tarif redistribusi yaitu tiket masuk dan parkir masih sangat terjangkau. Dengan tempat parkir yang luas untuk motor ataupun mobil.
		Apakah ada pesan atau kesan untuk pengelola objek wisata Puncak Pato?	Pesan untuk pengelola supaya tetap mempertahankan dan menjaga objek wisata Puncak Pato. Selain itu kalo bisa menambah spot untuk tempat berfoto yang lebih menarik.
4.		Darimana tau adanya objek wisata Puncak Pato dan gimana perjalanan kesini apakah ada kesulitan?	Untuk saya yang baru pertama kali kesini, lokasinya tidak terlalu sulit untuk dijangkau. Saya mengetahui Puncak Pato dari teman-teman saya dan media sosial.
	State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Kenapa Puncak Pato dijadikan pilihan sebagai tempat tujuan wisata?	Disini bisa memanjakan mata dengan pemandangan yang indah, karena dari atas Puncak Pato kita dapat melihat keindahan gunung marapi dan danau singkarak di kejauhan. Suasana yang sangat sejuk cocok untuk membawa keluarga piknik sambil menggelar tikar dibawah naungan pohon pinus
		Bagaimana kenyamanan ,keamanan, fasilitas, kebersihan, tempat parkir dan tarif redistribusi dari tempat	Untuk biaya masuk saya merasa masih murah ya, karna dapat menikmati indahnya pemandangan dari Puncak Pato, dengan fasilitas yang sudah lengkap ya, dengan

		wisata Puncak Pato	adanya juga mushalla dan kamar mandi, jadi tidak perlu khawatir kalau berlama-lama di Puncak Pato.
		Apakah ada pesan atau kesan untuk pengelola objek wisata Puncak Pato?	Agar pengelola tetap menjaga dan merawat objek wisata Puncak Pato dengan selalu membersihkan lokasi agar semua orang yang datang merasa nyaman.
5.		Sudah berapa lama ibu berjualan di objek wisata Puncak Pato dan apakah uang sewanya?	Sudah 8 tahun dari tahun 2016, tidak ada uang sewa.
		Sejak berjualan di Puncak Pato, apakah menambah penghasilan untuk keluarga ibu?	Iya, walaupun kadang-kadang juga sepi tetapi kalau weekend omset naik apalagi kalau libur sekolah atau lebaran idul fitri atau idul adha
		Berapa penghasilan perbulan rata-rata yang didapatkan? Apakah cukup untuk menghidupi keluarga atau tidak?	Kalo lebaran idul fitri atau idul adha untuk perharinya sekitar Rp. 1.500.000. Jika libur sekolah perharinya rata-rata Rp. 200.000. Untuk penghasilan perbulan bisa dibilang cukup, bisa biayain anak sekolah, untuk biaya sehari-hari dan masih bisa menabung
		Selama berjualan disini apakah pengelola pernah mengadakan pembinaan untuk para pedagang?	Ada pembinaan yang diadakan oleh pengelola

Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ivo Y20s

2023.11.09 15:11

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

