

Pemanfaatan Bahan Daur Ulang dalam Menunjang Kelestarian Wisata Bahari Pulau Madura

Gabriella Natalie¹⁾, Neva Nathania²⁾,
Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra Surabaya
gabriellanatalie@gmail.com, nevanathania@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.21107/budayamadura.2019.11>

Abstrak : Dewasa ini banyak sekali fenomena alam memprihatinkan yang terjadi pada lingkungan kita, khususnya pada pembuangan limbah atau sampah plastik yang sangat mencemari tanah dan perairan Indonesia khususnya di Pulau Madura. Pulau Madura memiliki banyak sekali wisata bahari yang patut dijaga kelestariannya. Di Surabaya terdapat suatu komunitas proyek daur ulang sampah yang mampu mengubah bentuk (transformasi) sampah atau barang bekas menjadi barang yang fungsional. Madura juga membutuhkan komunitas proyek daur ulang yang dapat mendaur ulang sampah plastik menjadi suatu benda yang mengandung unsur seni budaya serta memiliki nilai jual yang mendukung kelestarian wisata bahari Pulau Madura. Limbah plastik berupa botol bekas, kantong plastik, sedotan, bungkus makanan, dll dapat dijadikan suatu cinderamata yang memiliki ciri khas Pulau Madura bagi para wisatawan yang menikmati keindahan wisata bahari di Pulau Madura. Dengan adanya cinderamata khas Pulau Madura, maka secara tidak langsung kearifan Budaya Madura dapat dikenal secara nasional maupun internasional berbasis pada konsep social ecopreneur yang memiliki banyak keuntungan dan value dibanding material lain. Tidak hanya dibentuk ulang, melainkan bahan daur ulang ini diolah kembali menjadi material baru.

kata kunci: *sampah plastik, daur ulang, wisata bahari, Budaya Madura*

1. Pendahuluan

Banyak sekali fenomena alam memprihatinkan yang terjadi pada lingkungan kita, khususnya pada pembuangan limbah atau sampah plastik yang sangat mencemari tanah dan perairan Indonesia khususnya di Pulau Madura. Seperti yang diketahui dalam berbagai media bahwa beberapa pantai di Madura mengalami pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh pembuangan sampah plastik secara sembarangan. Hal tersebut dapat mengurangi keindahan wisata bahari Pulau Madura yang merupakan salah satu daya tarik yang cukup berpotensi bagi wisatawan untuk datang ke Pulau Madura. Contoh kasus yang memprihatinkan dilansir oleh SuaraJatim.id Rabu, 04 September 2019 00:15 WIB | Editor : Abdul Basri "Pantai Camplong Diserbu Sampah, DLH Sampang Kelimpungan" Tumpukan [sampah](#) yang terhampar di sepanjang pantai kawasan Kecamatan Camplong Kabupaten [Sampang](#), Pulau Madura, Jawa Timur menimbulkan bau tak sedap.

Kabid Kebersihan Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Sampang Akhmad Syarifuddin mengakui alami kesulitan dalam menanggulangi persoalan tersebut. "Sampah laut ini tidak diketahui datangnya dari mana, tiba-tiba banyak," katanya seperti dilansir Beritajatim.com-jaringan Suara.com pada Selasa (3/9/2019). Syarifuddin beranggapan menumpuknya sampah tersebut diduga akibat perilaku masyarakat masih banyak yang membuang sampah ke sungai sehingga terbawa ke laut. "Kami akan menyediakan tempat sampah di sekitar sungai dan akan menyediakan angkutan sampah," ucapnya. Selain itu, ia menambahkan pihaknya sudah sering bekerjasama dengan semua pihak untuk melakukan pembersihan sampah laut.

Sampah plastik sendiri dapat di daur ulang dalam berbagai cara. Saat ini setiap negara sedang berlomba-lomba untuk menciptakan manajemen dan pengolahan sampah yang efektif dan efisien untuk menanggulangi sampah. Cara dasar pengolahan sampah seperti 3R yaitu reduce, reuse, recycle selalu digaungkan. Setiap metode pengolahan memiliki hasil output yang berbeda-beda sesuai konsep produk yang diinginkan. Konsep produk yang akan dihasilkan nantinya berasal dari pengumpulan sampah plastik yang akan melalui proses peleburan, pemanasan, pencetakan hingga perakitan sebelum akhirnya menjadi suatu produk. Alat atau mesin teknologi yang digunakan dalam proses pembuatan adalah oven, cetakan (acrylic; besi; keramik), alat pendingin & pengering. Output penelitian kami adalah produk di bidang cinderamata khas Madura dimana produk yang dihasilkan memiliki unsur estetika yang diangkat dari budaya maupun kesenian Madura dalam segi visualnya. Produk recycle sendiri di Indonesia masih

jarang sehingga komunitas pemanfaatan bahan daur ulang memiliki peluang yang cukup besar untuk dikembangkan menjadi wadah yang berguna bagi ekonomi masyarakat dan penunjang kelestarian wisata bahari Pulau Madura. Dengan adanya produk ciri khas cinderamata Madura dapat menjadi suatu produk penguat wisatawan nasional maupun internasional akan keindahan Pulau Madura.

2. Metode

A. Metode Penelitian

Metode penelitian kualitatif merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang berkaitan dengan data berupa narasi yang bersumber dari aktivitas pengamatan dan penggalan dokumen.

B. Metode Perancangan

(George Kembel, 2009)

Empathize

Tahap dimana perancang menganalisa masalah yang ada di mengobservasi fenomena yang terjadi secara nyata dan data yang telah tersedia sebagai dasar dari perumusan masalah.

Define

Merupakan tahap menentukan rumusan masalah dan solusinya berdasarkan hasil temuan observasi sebelumnya. Data yang diperlukan akan dikelompokkan menjadi beberapa bagian menurut sumber data dan proses pengumpulan data, di antaranya data lapangan, data pembanding yang diperoleh dari hasil survey objek sejenis dan data literatur. Data yang diperoleh tersebut diolah dengan metode kualitatif. Hasil sintesa kemudian menjadi dasar dari konsep awal objek perancangan produk.

Ideate

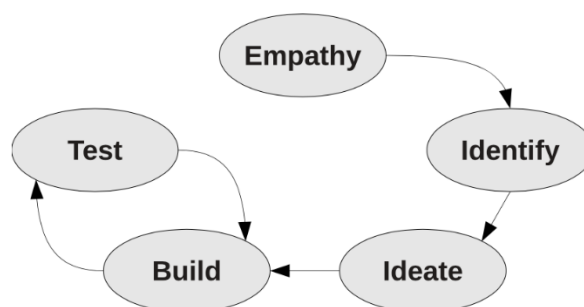
Tahap mencoba mencari konsep awal mengenai objek yang dirancang berdasarkan data dan analisis yang sudah disusun pada tahap sebelumnya, lalu menggabungkan material daur ulang sampah plastik tersebut dengan sentuhan budaya Madura.

Prototype

Mewujudkan salah satu hasil desain yang dianggap paling tepat dalam skala 1:1. Dari *prototype* tersebut akan dapat diketahui kelebihan dan kelemahannya yang kemudian menjadi evaluasi.

Test

Produk *prototype* diuji coba sesuai dengan fungsinya sebagai cinderamata, untuk mengetahui apakah produk tersebut menjawab permasalahan yang ada. Aspek-aspek yang akan diuji coba yaitu mencakup daya tarik wisatawan terhadap produk, kekuatan produk, fungsi, dan estetika.



3. Hasil dan Pembahasan

A. Analisis Terhadap Permasalahan

Permasalahan yang ada pada beberapa data yang telah kami kumpulkan adalah penumpukan sampah plastik banyak dijumpai di tempat wisata bahari di Pulau Madura. Hal tersebut dapat menyebabkan munculnya efek-efek negatif seperti pencemaran lingkungan di sekitar tempat wisata, rusaknya keindahan tempat wisata hingga menurunnya jumlah wisatawan yang hendak berkunjung ke tempat-tempat wisata bahari di Pulau Madura. Efek-efek negatif dari sampah plastik dapat diminimalisir dengan menerapkan konsep 3R yaitu (*reduce, reuse, recycle*). Permasalahan lain yang harus dihadapi adalah adanya stigma negatif yang dimiliki masyarakat terhadap produk yang menggunakan material daur ulang, dan juga tidak familarnya masyarakat mengenai sistem dan tata cara daur ulang. Maka kualitas produk juga harus ditingkatkan agar stigma masyarakat terhadap

produk bermaterial daur ulang sampah plastik tidak berkualitas dapat terpatokkan. Produk *recycle* kebanyakan masih diragukan oleh pengguna atau masyarakat dari segi fungsi dan kualitasnya karena takut rusak, atau ragu dengan wujud estetikanya karena selama ini produk *recycle* kebanyakan masih nampak seperti barang bekas dan kurang memiliki atau mengandung nilai estetika dan visual yang baik, sehingga banyak orang masih enggan untuk menggunakan dan membelinya. Maka dari itu, produk dengan variasi bermaterial daur ulang perlu diolah sedemikian rupa agar berkualitas dan memiliki estetika yang lebih baik dan dapat lebih diingat oleh wisatawan nasional maupun internasional melalui cinderamata yang mengandung unsur ciri khas Madura.

B. Teknik Daur Ulang Sampah Plastik Yang Diterapkan

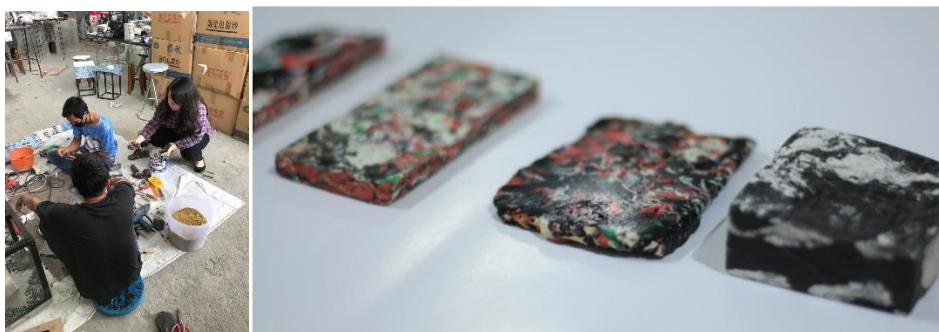
Proses produksi sampah plastik yang digunakan untuk menjadi produk cinderamata dalam mendaur ulang sampah plastik yaitu :

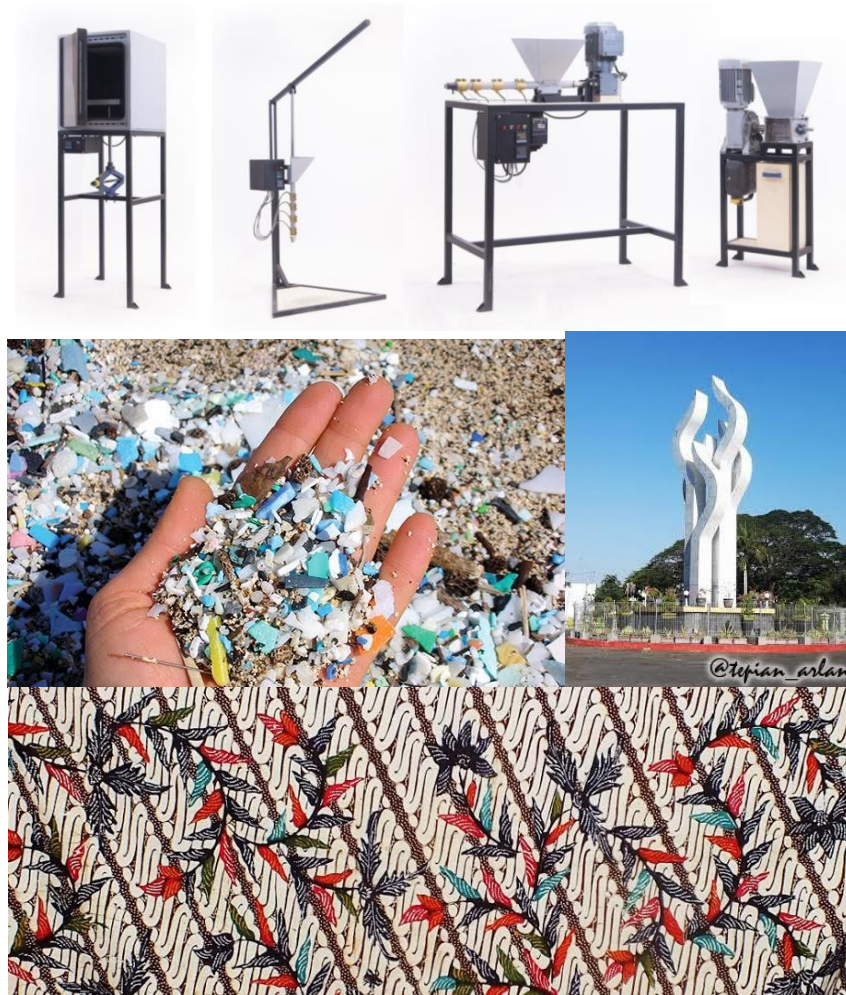
- Melting* : sampah plastik dilelehkan dengan menggunakan heatgun / oven.
- Mixing* : pengadukan beberapa sampah plastik berbeda warna agar penyebaran warna rata lalu digabungkan dengan aksesoris atau unsur ciri khas kesenian Madura
- Molding* : pencetakan adonan sampah plastik yang sudah dilelehkan lalu dicampurkan
- Compressing* : pemberian tekanan pada adonan sampah plastik, agar adonan sampah plastik dapat menyebar lebih merata
- Cutting* : cetakan adonan sampah plastik dipotong sesuai dengan bentuk yang diinginkan
- Finishing* : proses finishing lempengan plastik dengan cara di amplas, lalu di beri coating bening

C. Proses Produksi Cinderamata

Metode produksi cinderamata yang kami terapkan yaitu 3R (*reduce, reuse, recycle*) berikut adalah tahapan proses produksi produk:

1. Analisis permasalahan sampah plastik melalui data yang ada
2. Brainstorming ide & material yang akan di daur ulang
3. Pengumpulan data yang memiliki ciri khas kesenian Madura
4. Penggabungan dan pengaplikasian ide, material dan unsur ciri khas kesenian Madura
5. Proses percobaan pembuatan prototype dengan menggunakan cetakan berbahan besi/acrylic/keramik lalu menggabungkan dengan unsur ciri khas kesenian Madura
6. Melakukan uji coba berdasarkan aspek-aspek yang mencakup daya tarik wisatawan terhadap produk, kekuatan produk, fungsi, dan estetika.
7. Melaksanakan revisi bila masih ada kelemahan atau kekurangan pada produk
8. Menetapkan hasil revisi akhir menjadi desain dan ide akhir yang hendak diusulkan menjadi produk cinderamata wisata bahari Pulau Madura





bentukan cinderamata diadaptasi pattern batik madura atau tugu ciri khas madura

4. Kesimpulan

Sampah plastik di lingkungan sekitar wisata bahari Pulau Madura bila dibiarkan berserakan dapat menyebabkan banyak dampak negatif diantaranya adalah pencemaran lingkungan di sekitar tempat wisata, rusaknya keindahan tempat wisata hingga menurunnya jumlah wisatawan yang hendak berkunjung ke tempat-tempat wisata bahari di Pulau Madura. Dampak negatif dari sampah plastik tersebut dapat diminimalisir dengan menerapkan konsep 3R yaitu (*reduce, reuse, recycle*). dimana sampah plastik ini ditransformasi menjadi sesuatu yang fungsional dan memiliki nilai jual dan nilai estetis khas Pulau Madura.

Daftar Pustaka

- Gestwicki, P., McNely, B., 2012. A Case Study Of A Five-Step Design Thinking Process In Educational Museum Game Design
- Dewi, M., Wibowo, M., 2019. Eksplorasi Produk Interior Dari Material Plastik Daur Ulang dan Sisa Serbuk Kayu. Universitas Kristen Petra.
- Wahidmurni M.Pd., 2017. Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Media Sosial sebagai Sarana Promosi Wisata Bahari Madura

Giovanni Rachelina Wijaya¹⁾, Emanuela Greta Hartandyo²⁾

Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra Surabaya

Email: 23giovannirachelina@gmail.com , emanuelagh98@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.21107/budayamadura.2019.12>

Abstrak

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak sekali kepulauan, terdapat 17.504 pulau yang termasuk dalam wilayah Indonesia. Salah satunya adalah pulau Madura, banyak sekali keindahan alam yang terdapat di 4 kabupaten yaitu, Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep. Walaupun banyak sekali keindahan alam yang terdapat di Madura, banyak orang yang tidak mengetahui atau tidak berani untuk mengunjungi tempat tersebut karena masyarakat Madura yang terkenal dengan gaya bicara yang blak-blakan. Namun disisi lain, masyarakat Madura juga dikenal hemat, disiplin, dan rajin bekerja keras. Harga diri, juga paling penting dalam kehidupan masyarakat Madura, sifat yang seperti inilah yang melahirkan tradisi carok pada sebagian masyarakat Madura. Untuk mengubah sudut pandang masyarakat luar terhadap hal itu dapat menggunakan keindahan alam yang ada pada Madura dengan cara mengekspos keindahan alam melalui media sosial. Dengan menggunakan media sosial diharapkan kedepannya semakin banyak orang yang mengetahui keindahan alam yang terdapat pada pulau Madura, serta mengubah pandangan masyarakat luar terhadap masyarakat Madura.

Kata Kunci: pulau Madura, keindahan alam, media sosial.

1. Pendahuluan

Madura adalah nama pulau yang terletak di sebelah timur laut Jawa Timur. Pulau Madura besarnya kurang lebih 5.168 km², dengan penduduk hampir 4 juta jiwa. Pulau Madura didiami oleh suku Madura yang merupakan salah satu etnis suku dengan populasi besar di Indonesia dengan jumlah sekitar 20 juta jiwa. Mereka berasal dari pulau Madura dan pulau-pulau sekitarnya, seperti Gili Raja, Sapudi, Raas, dan Kangean. Selain itu, orang Madura banyak tinggal di bagian timur Jawa Timur biasa disebut wilayah Tapal Kuda, dari Pasuruan sampai utara Banyuwangi. Orang Madura yang berada di Situbondo dan Bondowoso, serta timur Probolinggo, Jember, jumlahnya paling banyak dan jarang yang bisa berbahasa Jawa, juga termasuk Surabaya Utara, serta sebagian Malang.

Banyak orang yang masih belum mengetahui keindahan alam yang terdapat pada pulau Madura. Meskipun banyak sekali wisata alam yang dapat dikunjungi, banyak masyarakat yang tidak berani datang karena rumor yang beranggapan masyarakat Madura yang terkenal akan kekerasannya terhadap satu sama lain. Namun, untuk mengubah cara pandang masyarakat luar untuk dapat tertarik dengan wisata alam yang ada di Madura bisa dengan cara menggunakan media sosial sebagai platform publikasi keindahan alam itu sendiri. Semakin banyak orang yang sudah merasakan atau mencoba untuk membuang rasa takut untuk mengunjungi wisata alam Madura semakin banyak juga masyarakat yang akan tertarik untuk datang mengunjungi wisata alam tersebut.

Masyarakat Indonesia menikmati penggunaan internet sejak tahun 1990-an, dan semakin meningkat dengan adanya *gadget* atau *smartphone* yang semakin canggih saat ini. Sekitar 798 juta *user* menggunakan platform berbasis Android, 294 juta *user* menggunakan platform berbasis *iOS Apple*, dan sekitar 45 juta *user* menggunakan platform berbasis *Windows Phone* (ABI, 2015). Berdasarkan data tersebut, banyaknya pengguna media sosial tidak dapat dipungkiri lagi mengingat peningkatan penggunaan *smartphone* yang tentu berbanding lurus dengan presentase penggunaan internet.

Dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang menggunakan media sosial, kesempatan ini ingin penulis manfaatkan sebagai media promosi juga. Khususnya aplikasi *Instagram* yang mana saat ini menjadi aplikasi dengan jumlah angka pengguna yang tinggi. Komunitas *instagram* juga bertambah lebih dari dua kali lipat selama dua tahun terakhir (2015-2016) dan dari siaran Pers yang di terima CNNIndonesia.com, 22 juta pengguna aktif *instagram* merupakan warga Indonesia (Fajrina, 2016).

Instagram merupakan sebuah aplikasi sosial media dengan fitur yang mengkhususkan untuk

memposting sebuah gambar atau video. Proses Visualisasi dalam sosial media mampu menimbulkan sebuah persepsi bagi pengguna yang melihatnya dan akan menimbulkan sebuah citra baik dan buruk bergantung pada karakteristik gambar yang diterima (Kertamukti, 2015). Oleh karena itu, penulis ingin membangun citra yang baik untuk Madura, melalui wisata bahari yang terdapat di Madura.

2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang berusaha memecahkan suatu masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subyek dan obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang terjadi pada objek penelitian, serta disajikan apa adanya (Nawawi, 2005).

Peneliti mengumpulkan beberapa data dari jurnal penelitian tentang pemanfaatan media sosial sebagai media promosi untuk menarik wisatawan. Data jurnal yang akan dibahas menggunakan metode penelitian yang sama, yaitu metode deskriptif kualitatif, namun dengan cara pengumpulan berupa wawancara. Promosi secara tidak langsung melalui sosial media ini, merupakan cara yang banyak digunakan oleh wisata lain untuk menarik wisatawan datang.

Banyak wisata yang telah membuat akun tentang tempat wisatanya, namun beberapa akun dibuat oleh warga yang secara sukarela dan dengan keinginan untuk mengenalkan keindahan daerah / kabupaten / kota mereka. Sistem pemasaran ini tergolong mudah dan tidak membutuhkan banyak biaya. Hanya dengan daftar akun baru, lalu mencantumkan informasi seperti lokasi (*maps*), alamat lengkap, dan nomor kontak. Kemudian mulai memposting beberapa foto yang diambil dari tempat wisata tersebut, maka perlahan-lahan masyarakat akan mengetahui banyaknya wisata bahari di Madura yang indah.

Pada mulanya akun sosial media tersebut hanya memiliki beberapa pengikut. Dan yang melihat hanyalah sedikit, namun jika pemegang akun tetap rajin memposting serta membagikan beberapa kegiatan, perlahan masyarakat akan membagikan foto wisata kepada teman dan kerabatnya untuk mengajak berkunjung dan berlibur pada wisata tersebut. Secara tidak langsung, masyarakat yang melihat juga mendapat pengetahuan akan adanya wisata bahari di Madura. Masyarakat yang berwisata juga dapat berinteraksi dengan masyarakat Madura dan secara perlahan dapat mengubah pandangan wisatawan menjadi lebih baik.

3. Hasil dan Pembahasan

Pemasaran wisata alam Madura melalui media sosial

Media sosial merupakan sebuah media berbasis kecanggihan teknologi yang diklasifikasikan dari berbagai bentuk, seperti majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, siniar, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Media sosial saat ini sangatlah populer di kalangan masyarakat, tidak ada batasan usia. Pada generasi / abad / zaman / jaman sekarang, media sosial sudah mampu melingkupi media-media yang sudah ada terlebih dahulu, seperti media cetak, radio, dan media lainnya. Peranan media cetak maupun radio sudah tergantikan dengan media sosial, beberapa surat kabar atau koran-pun menjadi aplikasi koran harian yang sudah dapat diakses secara instan melalui telepon genggam masing-masing. Banyak sekali media sosial yang menggantikan media-media yang ada, karena fungsinya yang lebih instan daripada pendahulunya media sosial sangat membawa banyak sekali keuntungan pada kehidupan sehari-hari.

Fungsi lain media sosial dapat digunakan juga sebagai sarana untuk mempromosikan sebuah tempat. Contohnya tempat pariwisata, tempat makan, tempat yang bersejarah seperti museum dan lain-lain. Banyak sekali tempat pariwisata yang akhirnya menjadi terkenal setelah seseorang mengunggah foto yang berlatar belakang tempat wisata tersebut, cara ini dapat berguna untuk menarik masyarakat yang suka dengan keindahan alam. Madura memiliki banyak sekali keindahan, terutama pantai. Madura sendiri merupakan sebuah pulau sehingga banyak pantai yang tersebar di banyak tempat seperti Pantai Lombang, Pantai Slopeng, Pantai Ponjug, Pantai Badur, Pantai Pasir Putih dan banyak lagi.

Sudah banyak tempat pariwisata, tempat makanan, tempat religi yang menjadi minat para wisatawan setelah melihat beberapa foto yang terdapat pada media sosial, hal ini membuktikan bahwa media sosial dapat memberikan efek pada peningkatan jumlah pengunjung pada suatu tempat ataupun objek wisata. Selain untuk memasarkan tempat, media sosial juga dapat menjadi sarana untuk

mempromosikan suatu promo secara cepat dan global, hal ini sangat berguna jika ada tempat pariwisata yang baru dibuka dan membutuhkan penyebaran informasi secara cepat.

Judul	Oleh	Kota Wisata	Hasil
Social Strategy pada Media Sosial untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta	Sahrotul Umami	Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta	Berpartisipasi aktif media sosial seperti twitter @Libjog, @JogjaUpdate @kulinerjogja dan fanpage di Facebook. Dan dengan pengaruh sosial media ini, wisatawan meningkat.
Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Wisata Kebun Buah Mangunan	Agus Sukoco	Kebun Buah Mangunan Bantul	Akun Facebook resmi, dan ditambahkan akun instagram @kebunbuahmangunanbantul. Dan dari hasil wawancara serta analisis data yang dilakukan, pengunjung dan pendapatan Kebun Buah Mangunan mengalami kenaikan yang lebih tinggi dari tahun - tahun sebelumnya.
Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata di Kabupaten Karang Anyar	Agus Purnomo	Kabupaten Karanganyar	Akun @explorekabkaranganyar sebagai media promosi. Promosi ini berjalan dengan baik dan lancar melalui empat tahap yaitu komunikator, pesan, saluran, komunikan.

Berdasarkan tabel data diatas, banyak tempat pariwisata yang kemudian menjadi ramai wisatawan setelah membuat akun baru dan memulai promosi pada akun instagramnya.

4. Kesimpulan

Dengan mempublikasikan wisata alam yang ada melalui media sosial maka akan menarik masyarakat yang berminat untuk datang ke tempat tersebut. Serta mengalihkan pandangan mereka terhadap perilaku masyarakat madura yang tercipta di awal. Selain memungkinkan untuk menambah jumlah pengunjung dengan cara ini akan memungkinkan untuk memperluas dan mengembangkan wisata alam yang sudah ada pada awalnya. Oleh karena itu dengan menggunakan media sosial sebagai sarana media pemasaran dan promosi sekaligus pengetahuan akan memungkinkan untuk memperbaiki objek wisata yang terdapat pada madura yang selama ini belum diketahui dengan baik.

Daftar Pustaka

- ABI. (2015, August 04). *Mobile's role in Consumer's Media Day:Smartphones and Tablets Enable Seamless Digital Lives*. Retrieved from www.iab.com: <https://www.iab.com/wp-content/uploads/2015/12/IAB-Mobile-Devices-Report-final.pdf>
- Company, I. (2017,12 04). *Our Story*. Retrieved from <http://instagram.com>: <https://instagram-press.com/our-story/>
- Fajrina, H. N. (2016, June 27). *Ada 22 Juta Pengguna Aktif Instagram dari Indonesia*. Retrieved from www.cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/>
- Kertamukti. R. (2015). INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Acoount instagram @basukibtp). *Jurnal Komunikasi Profetik*, 57-65.
- Sukoco, Agus. (2017). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Kebun Buah Mangunan*. Yogyakarta. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Nawawi, Hadari. (2005). *Metode Penelitian Bidang Sosial*.Yogyakarta: Gadjah Mada. University Press.
- Purnomo, Agus. (2018). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata di Kabupaten Karanganyar*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah.
- Umami, Zahrotul. (2015). *Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta*. FISIP UNDIP