

## DAFTAR PUSTAKA

- Kuswandi, A. (2020). Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pembangunan Pariwisata Di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Agregasi : Aksi Reformasi Government Dalam Demokrasi*, 8(2), 90–113. <https://doi.org/10.34010/agregasi.v8i2.3817>
- UNWTO World Tourism Barometer - Barometre OMT du tourisme mondial UN  
Journal World Tourism Organisation (WTO)  
<https://doi.org/10.18111/wtobarometerfra>
- Usman, U., Hakim, L., & Malik, I. (2012). Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Agrowisata Di Kabupaten Bantaeng. *Otoritas : Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 2(2), 191–200. <https://doi.org/10.26618/ojip.v2i2.52>
- wiwik fitrianingsih. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN PARIWISATA TANJUNG BIRA PADA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN BULUKUMBA. *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Magfira Ladupu, & Falimu. (2022). Strategi Promosi Wisata Goa Lia Balano Berbasis Media Online Pemerintah Desa Lauwon Kecamatan Luwuk Timur Kabupaten Banggai. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 30–35. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i1.196>
- Prof.Dr J Sulusu M.A (2003) Pengambilan Keputusan Stratejik *Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Penerbit PT Grasindo Jl.Kembangan Selatan 22-28.
- Noviyanti, D. (2018). *STRATEGI PROMOSI WISATA RELIGI MAKAM SYEKH SURGI MUFTI Devi Noviyanti UIN Antasari Banjarmasin*. 17(34), 90–118.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI(Studi Deskriptif pada Happy Go LuckyHous )*. 3.
- Dwi, E., & Watie, S. (2011). *Komunikasi dan Media Sosial ( Communications and Social Media )*. III, 69–75.
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1)76–83. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/130/85>

- Putu Henny Puspawati, D., & Ristanto, R. (2018). Strategi Promosi Digital Untuk Pengembangan Pariwisata Kota Magelang. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 1(2), 1–20. <https://doi.org/10.56354/jendelainovasi.v1i2.1>
- Sakir, S., Walinegoro, B. G., & Putri, S. A. G. (2022). Pengembangan Potensi Kalurahan Banyurejo sebagai Desa Wisata Melalui Strategi Branding Media Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(1), 341–348. <https://doi.org/10.54082/jamsi.238>
- Tasruddin, Ramsiah. “Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif”. *Jurnal Al-Khitabah*. Vol.2. No.1, 2015.
- Rangkuti, Freddy. 2010. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated*. Jakarta: Media Komputindo.
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary. 2014. *Dasar-Dasar Pemasaran*, edisi ke sembilan jilid 2. Jakarta: PT Indeks
- Fandi Tjiptono. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Sistaningrum. 2002. *Manajemen Promosi Pemasaran*. Jakarta: PT Index.
- Sandra, Mariarty, dkk. 2011. *Advertising*. Jakarta: Kencana Shimp.
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017).

## LAMPIRAN

### Foto Penelitian di Dinas Pariwisata





## Surat Izin Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN BULUKUMBA  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU  
SATU PINTU**

Jl. Kenari No. 13 Telp. (0413) 84241 Fax. (0413) 85060 Bulukumba 92511

**SURAT IZIN PENELITIAN  
NOMOR : 298/DPMPSTSP/IP/VI/2024**

Berdasarkan Surat Rekomendasi Teknis dari BAKESBANGPOL dengan Nomor: 074/0313/Bakesbangpol/VI/2024 tanggal 5 Juni 2024, Perihal Rekomendasi Izin Penelitian maka yang tersebut dibawah ini :

Nama Lengkap : **IHSA MAHENDRA**  
Nomor Pokok : **A012231010**  
Program Studi : **MAGISTER MANAJEMEN**  
Jenjang : **S2**  
Institusi : **UNIVERSITAS HASANUDDIN**  
Tempat/Tanggal Lahir : **BULUKUMBA / 1998-05-28**  
Alamat : **BTN II B.13 NO.3**

Jenis Penelitian : **KUALITATIF DESKRIPTIF**  
Judul Penelitian : **STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA MELALUI MEDIA SOSIAL STUDI KASUS PADA OBJEK WISATA DI KABUPATEN BULUKUMBA**

Lokasi Penelitian : **Jl. Lanto Dg. Pasewang No.31, Caile, Kec. Ujung Bulu, Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan 92517**

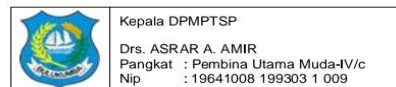
Pendamping/Pembimbing : **PROF. DR. H. ABD. RAHMAN KADIR, SE., M.Si., CIPM DAN DR. H. MUHAMMAD TOAHA., SE., MBA**

Instansi Penelitian : **DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA**  
Lama Penelitian : **tanggal 10 JUNI 2024 s/d 28 JUNI 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami mengizinkan yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan tersebut dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Mematuhi semua Peraturan Perundang - Undangan yang berlaku dan mengindahkan adat - istiadat yang berlaku pada masyarakat setempat;
2. Tidak mengganggu keamanan/ketertiban masyarakat setempat
3. Melaporkan hasil pelaksanaan penelitian/pengambilan data serta menyerahkan 1(satu) eksamplar hasilnya kepada Bupati Bulukumba Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab.Bulukumba;
4. Surat izin ini akan dicabut atau dianggap tidak berlaku apabila yang bersangkutan tidak memenuhi ketentuan sebagaimana tersebut di atas, atau sampai dengan batas waktu yang telah ditentukan kegiatan penelitian/pengumpulan data dimaksud belum selesai.

Dikeluarkan di : Bulukumba  
Pada Tanggal : 05 Juni 2024



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
PROGRAM PASCASARJANA  
**MAGISTER MANAJEMEN**

Jalan Kande'a Kampus Unhas Baraya No. 100 Makassar Telp. (0411) 325 342 - 334 013 Fax. (0411) 327 697  
Kode Pos 90153 Email : [mmunhaskandea@yahoo.com](mailto:mmunhaskandea@yahoo.com)

Nomor : 1698/UN4.4.8/PT.01.04/2024  
Lamp. : -  
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Makassar, 04 Juni 2024

Kepada Yth

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

Di-

Tempat.

Dengan hormat, disampaikan bahwa dalam rangka penyelesaian tugas akhir (penyusunan Tesis) Mahasiswa yang tercantum di bawah ini :

Nama : Ihsa Mahendra  
Nim : A012231010  
Prodi : Magister Manajemen

Akan mengadakan penelitian guna mendukung penulisan tesis yang berjudul :

**" STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA MELALUI MEDIA SOCIAL STUDI**

**KASUS PADA OBJEK WISATA DI KABUPATEN BULUKUMBA"**

Sehubungan dengan hal tersebut, di mohon kiranya dapat mengizinkan kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk mengadakan penelitian di Kantor Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Ketua Program Studi,



Dr. H. M. Sobarsyah, SE., M.Si  
Nip. 19680629 199403 1 002

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (sebagai laporan)
2. Peringgal



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS HASANUDDIN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**MAGISTER MANAJEMEN**

Jalan Kandeas Kampus Unhas Baraya No. 100 Makassar Telp. (0411) 325 342 - 334 013 Fax. (0411) 327 697  
Kode Pos 90153 Email : [mmunhaskandea@yahoo.com](mailto:mmunhaskandea@yahoo.com)

Nomor : 1698/UN4.4.8/PT.01.04/2024  
Lamp. : -  
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Makassar, 04 Juni 2024

Kepada Yth

**Kepala Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga**

Di-

Tempat.

Dengan hormat, disampaikan bahwa dalam rangka penyelesaian tugas akhir (penyusunan Tesis) Mahasiswa yang tercantum di bawah ini :

Nama : Ihsa Mahendra  
Nim : A012231010  
Prodi : Magister Manajemen

Akan mengadakan penelitian guna mendukung penulisan tesis yang berjudul :

**" STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA MELALUI MEDIA SOCIAL STUDI**

**KASUS PADA OBJEK WISATA DI KABUPATEN BULUKUMBA"**

Sehubungan dengan hal tersebut, di mohon kiranya dapat mengizinkan kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk mengadakan penelitian di **Kantor Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga**. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Ketua Program Studi,

**Dr. H. M. Sobarsyah, SE., M.Si**  
Nip. 19680629 199403 1 002

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (sebagai laporan)
2. Peringgal

## Periklanan Media Sosial Facebook Dinas Pariwisata Sebelum Berbayar April 2024

The image shows two screenshots from the Facebook Professional app. The left screenshot displays the 'Dasbor profesional' (Professional Dashboard) with various performance metrics and progress indicators. The right screenshot shows the 'Promosikan postingan' (Promote post) settings, including targeting options and ad categories.

**Dasbor profesional**

**Langkah berikutnya** [Lihat semua \(8\)](#)

- Progres tantangan mingguan**  
65% tersisa
- Anda memenuhi syarat untuk mulai menghasilkan pendapatan dengan Langganan**  
Siapkan Langganan untuk mulai memperoleh uang.

**Kinerja**

Pengikut: 1.125  
90 hari terakhir

Metric	Value	Change
Jangkauan	103.9 rb	+2 rb%
Konten diterbitkan	77	+38%
Interaksi	6.7 rb	+495%
Pengikut netto	51	+2 rb%

[Lihat insight lainnya](#)

**Postingan terbaru**

Postingan · 20i ·

\*Kememparekraf Gelar Rakornis Bahas Pengembangan Potensi Pariwisata Indon...

**Promosikan postingan**

**Insight postingan**

Orang dijangkau	Interaksi postingan	Klik tautan
67	--	--

**Lihat insight lainnya**

**Target**  
Hasil apa yang Anda inginkan dari iklan ini?

- Otomatis**  
Izinkan Facebook memilih tujuan yang paling relevan berdasarkan pengaturan Anda.
- Mendapatkan lebih banyak pesan**  
Tampilkan iklan kepada orang yang kemungkinan akan mengirim Anda pesan di Facebook, WhatsApp, atau Instagram.
- Mendapatkan lebih banyak tayangan video**  
Tampilkan iklan kepada orang yang kemungkinan akan menonton video Anda.

**Materi iklan Advantage+**

Manfaatkan data Facebook untuk menayangkan berbagai materi iklan secara otomatis ke **orang** jika kemungkinan meningkatkan kinerja.

**Pesan Sambutan**  
Tinjau atau edit pengalaman sambutan yang dilihat orang di Messenger setelah mengklik iklan Anda. [Selengkapnya](#) **Lihat**

**Kategori iklan khusus**

Iklan tentang kredit, pekerjaan, perumahan, atau isu sosial, pemilu, atau politik  
[Apa yang kami anggap sebagai iklan ketenagakerjaan](#)

Berdasarkan kategori halaman Anda, sebaiknya pilih Pekerjaan sebagai Kategori Iklan Khusus untuk membantu mencegah penolakan iklan.



## Periklanan Media Sosial Facebook Dinas Pariwisata Setelah Berbayar April 2024

The image shows a mobile app interface for Facebook Professional. The left side displays the 'Dasbor profesional' (Professional Dashboard) with various performance metrics and a 'Postingan terbaru' (Latest Posts) section. The right side shows 'Insight total' (Total Insights) and two specific ad campaign insights for 'Dipromosikan pada 3 Apr 2024' (Promoted on 3 Apr 2024).

**Dasbor profesional**

**Langkah berikutnya** [Lihat semua \(3\)](#)

- Progres tantangan mingguan**  
38% tersisa
- Promosikan konten di cerita Anda**  
Dorong traffic ke reel dan video yang ada.

**Kinerja**

Pengikut: 1.198  
90 hari terakhir

Metric	Value	Change
Jangkauan	171 rb	+80% dari 90 hari sebelumnya
Konten diterbitkan	70	+30% dari 90 hari sebelumnya
Interaksi	4.957	+17% dari 90 hari sebelumnya
Pengikut netto	98	+292% dari 90 hari sebelumnya

[Lihat insight lainnya](#)

**Postingan terbaru**

Postingan · 19i · INFO WARGA BULUK...  
Hallo Sobat Wisata!!!  
...

**Insight total**  
Lihat detail selengkapnya tentang postingan Anda yang dipromosikan.

Metric	Value
Orang dijangkau	151051
Interaksi postingan	-

**Dipromosikan pada 3 Apr 2024**  
Status: Selesai · Dipromosikan oleh: Meryam PutriMohta  
Anggaran: Rp530.000 sepanjang masa promosi · Durasi: 27 hari

Metric	Value
Orang dijangkau	146826
Interaksi postingan	108259

**Dipromosikan pada 3 Apr 2024**  
Status: Selesai · Dipromosikan oleh: Meryam PutriMohta  
Anggaran: Rp20.000 sepanjang masa promosi · Durasi: 1 hari

Metric	Value
Orang dijangkau	0
Interaksi postingan	0

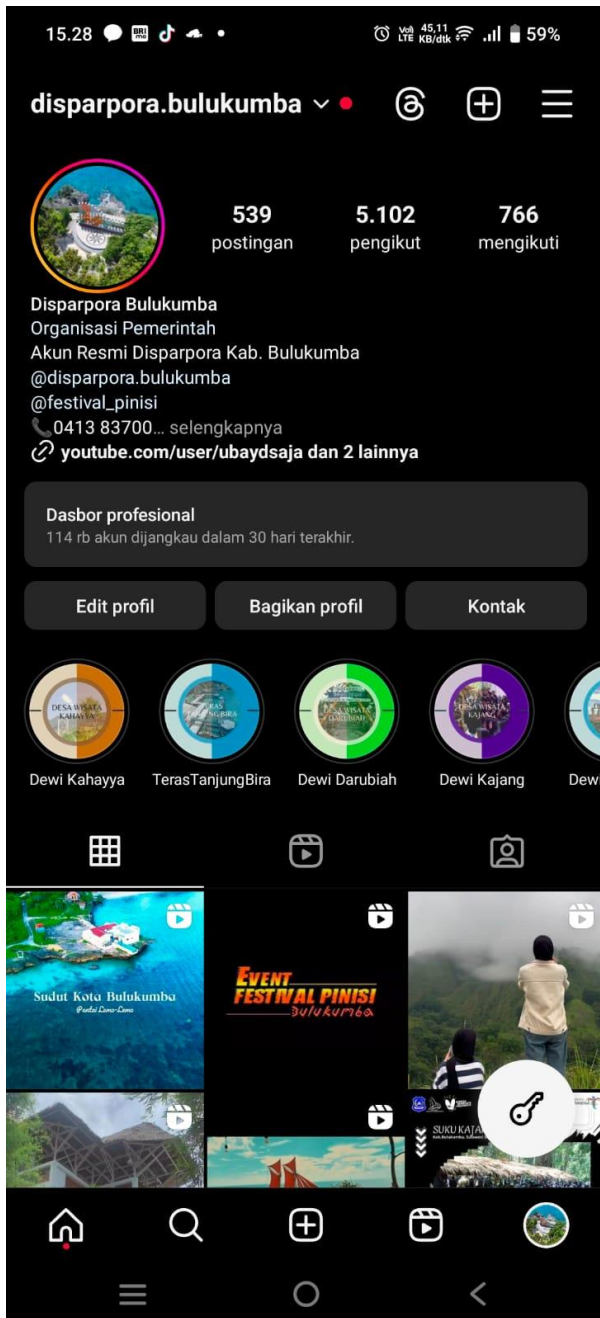
**Tetap promosikan untuk menumbuhkan pemirsa Anda**  
Disarpora Bulukumba bisa menjangkau 14040 lebih banyak orang setiap Rp49.536 yang Anda belanjakan.

Jangkauan aktual mungkin lebih tinggi atau lebih rendah dari perkiraan ini.

[Lihat dasbor](#)

[Promosikan lagi](#)

## Periklanan Media Sosial Instagram Dinas Pariwisata Sebelum Berbayar Tahun 2024



## Periklanan Media Sosial Instagram Dinas Pariwisata Setelah Berbayar Tahun 2024

