

TUGAS AKHIR

**PROSES PEMBUATAN VIDEO PROMOSI OBJEK
WISATA AIR TERJUN GEMBLENG SEBAGAI
SARANA MEDIA SOSIAL *FACEBOOK*
PADA DINAS PARIWISATA PROVINSI BALI**



Defrin Zakiyah Insani

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

TUGAS AKHIR

**PROSES PEMBUATAN VIDEO PROMOSI OBJEK WISATA
AIR TERJUN GEMBLENG SEBAGAI SARANA MEDIA
SOSIAL *FACEBOOK*
PADA DINAS PARIWISATA PROVINSI BALI**



**Oleh:
Defrin Zakiyah Insani
NIM 2015813060**

**POGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

**PROSES PEMBUATAN VIDEO PROMOSI OBJEK WISATA AIR
TERJUN GEMBLENG SEBAGAI SARANA MEDIA SOSIAL *FACEBOOK*
PADA DINAS PARIWISATA PROVINSI BALI**

Oleh

Defrin Zakiyah Insani

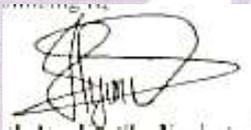
NIM 2015813060

Tugas Akhir ini Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III pada Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Drs. I Dewa Gede Ari Pelayun, M.Si.

**Ni Luh Ayu Kartika Yuniastari Sarja,
S.T.,M.T.**

NIP 196410161990031003

NIP 198606232019032016

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Disahkan oleh
Jurusan Pariwisata
Ketua,



Prof. Ni Made Ernawati MATM, Ph.D.
NIP 196208071990031001



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI BALI JURUSAN
PARIWISATA**

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364
Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128 Laman: www.pnb.ac.id
Email: noltek@pnb.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Defrin Zakiyah Insani
NIM : 2015813060
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Pariwisata Politeknik
Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang berjudul:

**“PROSES PEMBUATAN VIDEO PROMOSI OBJEK WISATA AIR
TERJUN GEMBLENG SEBAGAI SARANA MEDIA SOSIAL *FACEBOOK*
PADA DINAS PARIWISATA PROVINSI BALI”**

benar bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 11 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Nama : Defrin Zakiyah Insani

NIM : 2015813060

PS : Usaha Perjalanan wisata
Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Proses Pembuatan Video Promosi Objek Wisata Air Terjun Gembleng Sebagai Sarana Media Sosial *Facebook* Pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali” dengan baik dan tepat pada waktunya. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan pendidikan diploma III pada Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapat kendala, hambatan dan kesulitan. Akan tetapi, berkat bantuan dan dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak, kendala tersebut dapat ditangani. Untuk itu melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan bimbingan selama proses penulisan tugas akhir. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. I Nyoman Abdi, SE., M.eCom. selaku direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Program Studi D III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.
2. Prof Ni Made Ernawati MATM, Ph.D. selaku Ketua Jurusan Pariwisata yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Bali.

3. Drs. I Gede Ginaya. M. Si. selaku Sekertaris Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
4. Drs. I Made Budiasa, M.Par selaku Kaprodi D III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di dan memberikan bimbingan serta motivasi di dalam penulisan Tugas Akhir.
5. Drs. I Dewa Gede Ari Pelayun, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan motivasi di dalam penulisan Tugas Akhir.
6. Ni Luh Ayu Kartika Yuniastari Sarja, S.T.,M.T. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan motivasi di dalam penulisan Tugas Akhir.
7. Tjok Bagus Pelayun selaku Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Bali yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan di Dinas Pariwisata Provinsi Bali.
8. I Ketut Yadnya Winarta, SS.,M.Par selaku Kepala Seksi Promosi Pariwisata yang telah banyak membantu dan memberikan informasi untuk mendukung penulisan Tugas Akhir ini.
9. Seluruh *staff* Dinas Pariwisata Provinsi Bali, khususnya *staff* Sub. Koordinator Unit Substansi Promosi yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, pengetahuan, dan pembelajaran lebih detail mengenai kegiatan pemasaran, selama penulis menyusun Tugas Akhir ini.

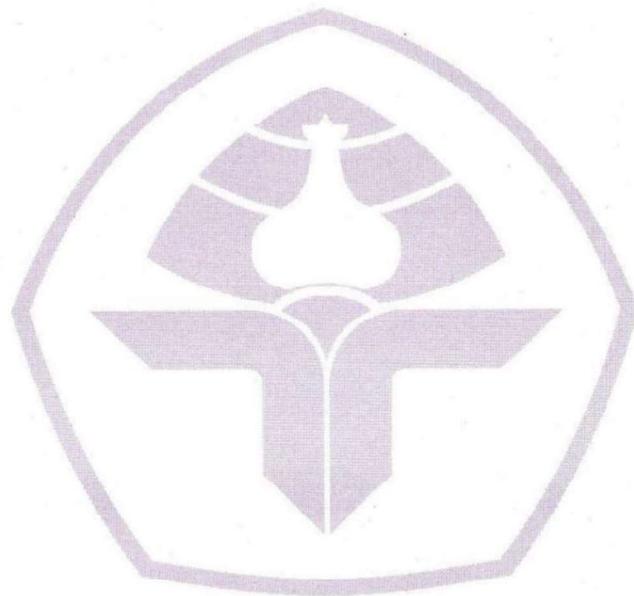
10. Bambang Saronto dan Siti Umrotul Lailiyah selaku orang tua penulis yang telah memberikan motivasi, semangat, dan doa selama penulisan Tugas Akhir ini.
11. Teman-teman seluruh UPW, khususnya kelas C yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis selama proses perkuliahan hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
12. Teman-teman Sumber Dosa (Popy, Aisyah, Chavita, dan Eka) yang telah membantu dan memberikan saran dan semangat kepada penulis selama proses penulisan Tugas Akhir ini.
13. Jeslyn atau yang biasa dipanggil Jeje/Ney yang telah memberikan semangat dan saran kepada penulis selama proses penulisan Tugas Akhir ini.
14. EXO, Treasure, NCT Dream, The Boyz, dan Enhypen yang telah menemani dan memberikan semangat serta inspirasi melalui bakat bermusiknya sehingga Tugas Akhir dapat terselesaikan tepat waktu.
15. *Last but not least*, terima kasih kepada diri sendiri karena sudah bertahan dan berjuang sampai di titik terbaik menurut Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih ada kekurangan baik dari segi materi, sistematika, maupun bahasa karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak untuk menjadikan tugas akhir ini kearah yang lebih sempurna.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan berharap kepada Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, dan semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pembacanya.

Badung,

Penulis



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

Isi	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusah Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan.....	7
1. Tujuan Penulisan.....	7
2. Kegunaan Penulisan.....	7
D. Metodologi Penelitian	8
1. Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	8
2. Metode dan Teknik Analisis Data.....	10
3. Metode dan Teknik Penyajian Hasil Analisis Data	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Pengertian Pariwisata.....	11
B. Objek Wisata.....	12
1. Pengertian Objek Wisata.....	12
2. Macam-Macam Objek Wisata	13
C. Pengertian Pembuatan.....	14
D. Video Promosi	15
1. Pengertian Video Promosi	15
2. Jenis Video Promosi	15

E. Media Sosial.....	18
1. Pengertian Media Sosial	18
2. Fungsi Media Sosial.....	19
3. Macam-Macam Sosial Media	20
F. <i>Facebook</i>	22
1. Pengertian <i>Facebook</i>	22
2. Fungsi <i>Facebook</i> Sebagai Media Promosi	23
3. Kelebihan Promosi Melalui Media Sosial	23
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	25
A. Lokasi dan Sejarah Perusahaan.....	25
1. Lokasi Dinas Pariwisata Provinsi Bali.....	25
2. Sejarah Dinas Pariwisata Provinsi Bali.....	26
B. Bidang Usaha dan Fasilitas Dinas Pariwisata Provinsi Bali	28
1. Bidang Usaha	28
C. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Provinsi Bali	33
BAB IV PEMBAHASAN.....	38
A. Proses Pembuatan Video Promosi Objek Wisata Air Terjun Gembleng Sebagai Sarana Media Sosial <i>Facebook</i> Pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali	38
1. Tahap Persiapan	40
2. Tahap Pelaksanaan.....	42
3. Tahap Akhir	55
B. Kendala-kendala yang Dihadapi Dalam Proses Pembuatan Video Promosi Objek Wisata Air Terjun Gembleng Sebagai Sarana Media Sosial <i>Facebook</i> pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali dan Cara Penyelesaiannya.....	58
1. Penuhnya Ruang Penyimpanan pada Ponsel	58
2. Cuaca yang Tidak Menentu atau Musim Pancaroba.....	58
3. Tertimbunnya Unggahan dengan Unggahan lain Dari Pihak Kompetitor	59
4. Lebih Banyak Iklan yang Terdapat Pada <i>Facebook</i>	59
5. Jaringan Internet yang Terbatas	59
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan	61

B. Saran 62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Isi	Halaman
Gambar 3. 1 Peta Dinas Pariwisata Provinsi Bali	25
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Provinsi Bali.....	34
Gambar 4. 1 Destinasi Wisata Air Terjun Gembleng, Karangasem	43
Gambar 4. 2 Tangkapan Layar Google Drive	44
Gambar 4. 3 Tangkapan Layar Saat Proses Pengeditan.....	45
Gambar 4. 4 Narasi Tentang Air Terjun Gembleng.....	46
Gambar 4. 5 Tangkapan Layar Saat Penggabungan Narasi dengan Video.....	47
Gambar 4. 6 Presentasi Offline Bersama Kepala Seksi	48
Gambar 4. 7 Tangkapan Layar Saat Revisi Konten Video	49
Gambar 4. 8 Tangkapan Layar Ketika Presentasi Online Bersama Kepala Seksi	50
Gambar 4. 9 Tangkapan Layar Halaman Awal Facebook	52
Gambar 4. 10 Tangkapan Layar Ketika Hendak Mengunggah Konten Video	53
Gambar 4. 11 Tangkapan Layar Deskripsi Unggahan pada Air Terjun Gembleng	54
Gambar 4. 12 QR Code Air Terjun Gembleng	55
Gambar 4. 13 Chart Perbandingan Konten Video November 2022-Februari 2023	56
Gambar 4. 14 Chart Perbandingan Konten Video Februari-Juni 2023	56
Gambar 4. 15 Flow Chart Penanganan Promosi Melalui Media Sosial Facebook Destinasi Wisata Air Terjun Gembleng oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali	57

DAFTAR TABEL

Isi..... Halaman

Tabel 1.1 Data Perkembangan Kepariwisata di Bali pada Tahun 2017-2021..... 3



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kolam Batu pada Air Terjun Gembleng

Lampiran 2 : Unggahan Promosi pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali

Lampiran 3 : Banyaknya Wisatawan yang Berkunjung pada Obyek Wisata di Karangasem

Lampiran 4 :Daftar Pertanyaan Wawancara Dengan Kepala Seksi Sub. Koordinator Unit Substansi Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Bali.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan sektor industri pariwisata sekarang lebih mengarah pada paradigma pembangunan yang berbasis pada *green tourism*. Hal ini yang menjadi daya tarik yang sudah ada seperti keanekaragaman budaya Indonesia, atraksi kesenian, dan atraksi alam. Semakin tinggi daya tarik ini akan semakin dinikmati oleh wisatawan, maka akan lebih meningkat jumlah wisatawan yang dapat meningkatkan cadangan devisa negara. Selain itu peningkatan jumlah kunjungan wisatawan praktisnya dapat merangsang pertumbuhan ekonomi, meningkatkan lapangan pekerjaan baru, dan mengurangi kemiskinan (Primadany dkk, 2015:135)

Indonesia termasuk negara kepulauan yang kaya akan budaya dan keindahan alamnya. Usaha pemerintah Indonesia dalam upaya percepatan pertumbuhan ekonomi daerah adalah dengan program Nasional Pemberdayaan Masyarakat salah satunya melalui kegiatan pariwisata. Industri pariwisata banyak berkembang dengan memanfaatkan potensi daerah terutama potensi alam dan potensi budaya yang memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri. Karakteristik geografis di Indonesia yang sangat kaya akan keindahan alamnya yang menjadikan ciri khas masing-masing wilayah untuk dijadikan sebagai industri wisata alam serta kebudayaan yang tidak akan dimiliki oleh negara lain (Widyastuty, 2021:18)

Bali adalah salah satu tujuan wisata yang paling populer. Banyak wisatawan menyebut Pulau Bali adalah Pulau Dewata yang sangat disukai oleh wisatawan domestik dan internasional. Bahkan, Pulau Bali mendapatkan predikat sebagai tujuan wisata teratas kedua di dunia karena daya tarik atraksi wisata yang menakjubkan, budaya dan tradisi yang unik, dan keindahan alam lainnya, bahkan memiliki julukan sebagai Pulau Seribu Pura, “The Paradise of Island”, dan Bali Dwipa. Sebutan Pulau Dewata memang sangatlah populer di kalangan masyarakat. Sebutan Pulau Dewata berkaitan erat dengan Pulau Seribu Pura karena banyaknya bangunan pura di setiap daerah di Bali. Hal ini dikarenakan karena mayoritas penduduk Pulau Bali beragama Hindu. Pulau Bali memiliki kekayaan alam dan budaya yang menjadi suatu komponen penting. Karunia dari Tuhan Yang Maha Esa yang telah menganugerahi masyarakat Pulau Bali dengan kekayaan berupa sumber daya yang terdiri dari sumber daya alam hayati dan sumber daya alam non-hayati. Hal ini membuat Pulau Bali menjadi sumber daya dan modal pengembangan pariwisata untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Berikut merupakan data Perkembangan Kepariwisata di Bali pada Tahun 2017-2021.

POLITEKNIK NEGERI BALI

NO	DESCRIPTION	2017	2018	2019	2020	2021
1	Direct Foreign Tourist Arrival to Bali	5.697.739	6.070.473	6.275.210	1.069.473	51
2	Number of Passangers to Bali via Ngurah Rai Airport	10.245.800	11.643.139	11.312.189	2.918.682	1.882.404
3	Number of Passangers to Bali via Gilimanuk Harbour	5.292.311	6.364.208	5.565.837	2.710.790	3.088.999
4	Number of Passangers to Bali via Padang Bai Harbour	684.151	639.989	531.949	333.539	254.057
5	Accomodation : Unit	4.290	4.924	5.373	5.610	2.698
	Room	79.525	84.414	87.902	92.708	102.136
a.	Hotel Bintang : Unit	231	248	265	266	406
	Room	32.736	33.636	35.819	36.319	58.706
b.	Hotel Melati : Unit	1.517	1.771	2.005	2.097	1.848
	Room	36.755	39.175	39.719	43.442	39.239
c.	Pondok Wisata : Unit	2.542	2.905	3.103	3.247	444
	Room	10.034	11.603	12.364	12.947	4.191
6	Rumah Makan : Unit	2.251	2.518	2.864	3.233	3.868
	Seat	101.860	106.800	116.695	118.100	144.334
7	Guide	9.740	10.454	5.782	11.101	11.069
8	Travel Agent	446	446	457	457	397

Tabel 1.1 Data Perkembangan Kepariwisata di Bali pada Tahun 2017-2021

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2023

Perkembangan pariwisata di Bali tentunya tidak terlepas dari peran penting pemerintah daerah dan masyarakat setempat. Peran kedua ini dibutuhkan dalam memberikan informasi dan mempromosikan destinasi wisata yang ada. Terlebih Bali menerapkan model pengembangan pariwisata yang disebut dengan pariwisata budaya yang mana menempatkan masyarakat sebagai pemilik budaya itu yang menjadi objek dan subjek segala kegiatan pariwisata. Atas dasar ini, hampir seluruh aktivitas masyarakat dan daerah tempat tinggalnya dapat menjadi objek daya tarik wisata. Secara umum objek wisata ini dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu objek wisata alam dan objek wisata buatan manusia/ kebudayaan. Selain potensi kebudayaan Bali yang sangat beragam juga ditemukan bentangan wisata yang menggunakan alam sebagai daya tarik, seperti air terjun, danau, dan gunung. Hampir seluruh kabupaten di Bali memiliki objek wisata alam, salah satunya adalah Kabupaten Karangasem. Karangasem memiliki banyak wisata alam yang tidak kalah menakjubkan dari wilayah lain di Bali, salah satunya adalah Air Terjun Gembleng yang terletak di Desa Tri Eka Buana, Kecamatan Sidemen, Kabupaten Karangasem. Namun, objek wisata ini cukup tersembunyi dan masih jarang diakses oleh banyak orang.

Air Terjun Gembleng mulai dikembangkan oleh masyarakat setempat pada tahun 2020. Pada awalnya objek wisata ini dipromosikan oleh tiga orang, seiring berjalannya waktu air terjun ini mulai dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Air Terjun Gembleng mulai dibuka atau mulai dikunjungi wisatawan pada tahun 2020. Objek wisata ini memiliki potensi untuk menjadi terkenal. Karena masih termasuk ke dalam *hidden gem* di Bali, air terjun ini masih

sangat jarang diakses oleh wisatawan. Maka dari itu, perlu dilakukan promosi agar meningkatkan jumlah kunjungan para wisatawan.

Pemerintah daerah maupun pemerintah provinsi dan masyarakat setempat berlomba-lomba mempromosikan obyek wisata kepada wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam mengenalkan destinasi wisata di Bali adalah mempromosikannya melalui media sosial *facebook*.

Dalam era digital ini, mendapatkan informasi dari internet sangatlah mudah. Hampir semua masyarakat di Indonesia menggunakan internet dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu media sosial yang digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah *facebook*. Mempromosikan produk atau jasa di platform media sosial facebook tidaklah sulit. Begitu pula yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam mempromosikan objek wisata Air Terjun Gembleng. Pemilihan media sosial *facebook* sebagai sarana promosi dikarenakan mudah untuk diakses dan juga memiliki potensi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Banyaknya wisatawan yang menyukai atraksi alam menjadikan Air Terjun Gembleng masuk ke dalam daftar salah satu air terjun yang harus dikunjungi ketika berlibur ke Bali. Perjalanan ke Air Terjun Gembleng pun menjadi menyenangkan karena para wisatawan dapat menikmati panorama dari sawah yang subur dengan pemandangan bukit-bukit yang sangat menawan. Hal ini membuat masyarakat setempat senang karena dengan adanya wisatawan yang berkunjung, maka

pendapatan masyarakat setempat dapat meningkat. Namun, kurangnya aksesibilitas menuju ke objek wisata yang menjadi halangan wisatawan untuk berkunjung. Fasilitas yang disediakan pada objek wisata tersebut juga masih kurang sehingga perlu pengawasan dari pemerintah.

Peran Dinas Pariwisata Provinsi Bali adalah melakukan penataan tata kelola pariwisata di tiap destinasi wisata dan dibantu oleh Dinas Pariwisata daerah setempat. Sesuai Peraturan Gubernur Bali Nomor 28 Tahun 2020 Tentang Tata Kelola Pariwisata Bali yang mengharuskan daya tarik wisata tersebut sesuai dengan peraturan yang ditetapkan, mengingat kurangnya fasilitas yang disediakan oleh daerah objek wisata tersebut. Maka dari itu, pemerintah perlu melakukan monitoring keamanan dan kenyamanan tiap wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis akan melakukan pembahasan mengenai, **“Proses Pembuatan Video Promosi Objek Wisata Air Terjun Gembleng Sebagai Sarana Media Sosial *Facebook* Pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali”**.

B. Rumusah Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan yaitu:

1. Bagaimana proses pembuatan video promosi objek wisata air terjun gembleng sebagai sarana media sosial *facebook* pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali?

2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses pembuatan video promosi objek wisata air terjun gembleng sebagai sarana media sosial *facebook* pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali?

C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan

1. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui proses pembuatan video promosi objek wisata air terjun gembleng sebagai sarana media sosial *facebook* pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali.
- b. Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi dan cara penyelesaiannya dalam proses pembuatan video promosi objek wisata air terjun gembleng sebagai sarana media sosial *facebook* pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali.

2. Kegunaan Penulisan

Adapun kegunaan dari penulisan berdasarkan rumusan masalah di atas adalah:

- a. Bagi Mahasiswa
 - 1) Sebagai salah satu persyaratan akademis untuk memperoleh ijazah Diploma III pada Jurusan Pariwisata Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bali.
 - 2) Dapat digunakan untuk memperluas perspektif, terutama di bidang yang diteliti, dengan menggabungkan pengetahuan, sikap, dan kemampuan yang

dipelajari di bangku perguruan tinggi dengan realitas pekerjaan yang dilakukan di industri.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

- 1) Laporan Tugas Akhir diharapkan mampu untuk dijadikan referensi bagi mahasiswa Politeknik Negeri Bali, khususnya mahasiswa jurusan pariwisata sehingga nantinya dapat dijadikan contoh dalam penyusunan Tugas Akhir serta dijadikan sebagai bahan pembelajaran.
- 2) Untuk memahami seberapa baik kinerja yang dimiliki dalam proses Praktik Kerja Lapangan, yang membantu mahasiswa mengasah keterampilan mereka sehingga dapat bersaing di dunia kerja atau industri.

c. Bagi Dinas Pariwisata Provinsi Bali

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan tingkat wisatawan ke Bali terutama pada Air Terjun Gembleng agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pelaksanaan kegiatan promosi obyek wisata berikutnya.

D. Metodologi Penelitian

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data, antara lain:

1. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

- a. Metode Observasi

Metode observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan yang disertai dengan adanya berbagai pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Metode observasi juga

dapat diartikan sebagai sebuah aktivitas terhadap suatu proses atau objek yang dimaksud dengan merasakan dan memahami pengetahuan dari fenomena. data dan praktik secara langsung mengenai proses pembuatan video promosi objek wisata Air Terjun Gembleng sebagai sarana media sosial *facebook* pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah metode untuk mengumpulkan data dengan melibatkan pihak-pihak yang terkait mengenai informasi Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam promosi destinasi wisata di Bali yang berhubungan dengan penulisan tugas akhir ini. Dalam metode ini dibantu dengan teknik mencatat jawaban dari narasumber.

Pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara langsung terhadap Kepala Seksi Sub. Koordinator Unit Substansi Promosi yaitu Bapak Yadnya yang dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 10 Maret 2023.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang bersumber dari tulisan, catatan, arsip, dan dokumen lainnya yang berkaitan tentang upaya pembuatan video promosi objek wisata sebagai sarana media sosial pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali.

d. Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan adalah metode pengumpulan data dengan membaca buku-buku serta mengumpulkan data dari sumber-sumber tertulis (buku referensi) yang berkaitan dalam penyusunan Tugas Akhir

2. Metode dan Teknik Analisis Data

Penyusunan Tugas Akhir ini menggunakan metode kualitatif yang berupa analisis deskriptif. Teknik analisis deskriptif yaitu teknik analisis dengan cara menyajikan dan membuat gambaran tentang Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam upaya pembuatan video promosi objek wisata air terjun gembleng yang nantinya dapat diambil kesimpulan.

3. Metode dan Teknik Penyajian Hasil Analisis Data

Penulis dapat menggunakan pendekatan formal dan informal untuk menyajikan hasil analisis. Metode informal melibatkan penggunaan bahasa sehari-hari atau menunjukkan bagaimana wisatawan diperlakukan, sedangkan metode formal melibatkan penggunaan bantuan visual seperti tabel, grafik, dan gambar yang diperoleh dari Air Terjun Gembleng.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan di bab sebelumnya yaitu bab IV dalam proses pembuatan video promosi objek wisata sebagai sarana media sosial *facebook* pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Proses Pembuatan Video Promosi Objek Wisata Air Terjun Gembleng Sebagai Sarana Media Sosial *Facebook* Pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali, meliputi:
 - a. Tahap Persiapan
 - b. Tahap Pelaksanaan
 - c. Tahap Akhir
2. Kendala-kendala yang Dihadapi Dalam Proses Pembuatan Video Promosi Objek Wisata Air Terjun Gembleng Sebagai Sarana Media Sosial *Facebook* Pada Dinas Pariwisata Provinsi Bali dan Cara Penyelesaiannya, meliputi:
 - a. Ukuran *file* yang terlalu besar pada konten video promosi membuat ruang penyimpanan pada ponsel penuh atau menyentuh batas kapasitas. Cara penyelesaiannya dengan memanfaatkan *flashdisk* atau *Google Drive*.
 - b. Curah hujan tinggi yang mengakibatkan konten video yang telah diambil sebelumnya memiliki hasil yang kurang diinginkan. Solusinya adalah menggunakan ponsel teman dan mengambil konten video ketika cuaca kembali cerah

- c. Dalam melakukan promosi melalui media sosial *facebook*, ketika konten video yang diunggah tergolong lama, biasanya lebih dari tujuh hari maka unggahan akan tertimbun dari pihak kompetitor atau konten video lainnya yang *viewers* dan pengikutnya lebih banyak.
- d. Banyaknya iklan yang terdapat pada *facebook* yang membuat masyarakat mulai meninggalkan *facebook*. Cara menghilangkan iklan yang terdapat pada *facebook* adalah dengan membuka halaman *facebook*, kemudian klik garis tiga yang berada di pojok kanan atas halaman. Setelah itu pilih “Kelola Iklan” kemudian klik cari dan ketuk “Iklan”. Di bagian ringkasan terdapat terdapat “Status dan Jeda Iklan”, pilih hapus dan konfirmasi.
- e. Terbatasnya jaringan internet membuat penulis kesulitan dalam menyelesaikan apa yang sedang dikerjakan karena semua pekerjaan berhubungan dengan internet. Solusinya adalah menggunakan data seluler pada saat pengunggahan berlangsung

B. Saran

Adapun saran yang disampaikan kepada Dinas Pariwisata Provinsi Bali sehingga dapat menjadi masukan untuk kedepannya adalah sebagai berikut

1. Untuk membantu pengembangan potensi pariwisata Bali, Dinas Pariwisata Provinsi Bali lebih meningkatkan kerjasama untuk memperkuat hubungan antara pengusaha dan investor di industri ini.
2. Dinas Pariwisata Provinsi Bali diharapkan menyediakan fasilitas yang lebih baik dan lebih canggih untuk mendukung operasi dalam penanganan promosi

media sosial daya tarik wisata maupun pengembangan pariwisata lainnya, serta memberikan kenyamanan bagi masyarakat setempat dan wisatawan yang akan berkunjung ke destinasi wisata Air Terjun Gembleng, Karangasem.

3. Dinas Pariwisata Provinsi Bali diharapkan memperketat sistem *copyright* atau hak cipta pada setiap konten video yang telah dibuat dengan menambahkan logo Dinas Pariwisata Provinsi Bali. Hal ini guna mencegah plagiasi dan pencurian dari beberapa konten video yang telah dibuat.
4. Dinas Pariwisata Provinsi Bali diharapkan lebih meningkatkan *branding* pada setiap konten video yang telah diunggah supaya Dinas Pariwisata Provinsi Bali mendapatkan loyalitas terhadap konten video promosi.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

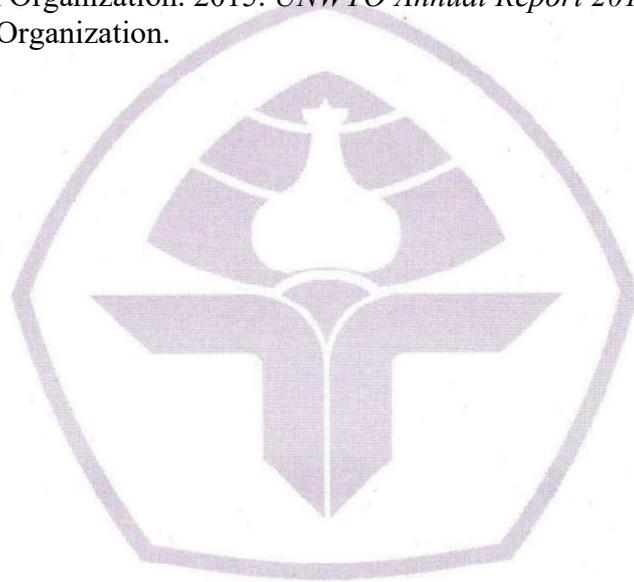
- Ambar (PakarKomunikasi.com). 2017. *20 Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli*. <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>. (11 Maret 2023)
- Badudu, J.S. & Sutan Mohammad Zain. 1994. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Boyd, D. 2014. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Mayers, Koen. 2009. *Pengertian Pariwisata*. Jakarta: UNESCO Office.
- Nabila, Dhifa, dkk. 2020. *Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.0*, hal 5-25. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Primadani, Sefira Ryalita, dkk. 2015. *Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk)*, hal 134-145. Malang: Universitas Brawijaya.
- Qahar, dkk. 2013. *Kamus Istilah Pengetahuan Populer*. Yogyakarta: CV Bintang Pelajar.
- Republik Indonesia. 2009. *Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Ridwan, Mohammad. 2012. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Medan: PT Sofmedia.

Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan dan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Tim dianisa.com. 2023. *Pengertian Facebook beserta Sejarah, Manfaat, Kelebihan, Kekurangan, dll.* <https://dianisa.com/pengertian-facebook/>. (11 Maret 2023)

Widyastuty, Anak Agung Sagung Alit. 2021. *Teori dan Aplikasi Pariwisata Alam dan Budaya*. Surabaya: CV. Revka Prima Media.

World Tourism Organization. 2015. *UNWTO Annual Report 2015*. Madrid: World Tourism Organization.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI