

REPRESENTASI PARIWISATA DI KABUPATEN TOJO UNA-UNA, SULAWESI TENGAH PADA MAJALAH DESTINASI INDONESIA

¹Mita Anggraeni, ²Mulharnetti Syas

^{1,2}Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jakarta

Jl.Raya Lenteng Agung 32 Jakarta Selatan

¹mita.anggraeni390@gmail.com, ²mulharnetti@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang representasi pariwisata di Kabupaten Tojo Una-Una, Sulawesi Tengah yang digambarkan oleh Majalah Destinasi Indonesia. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, dengan metode analisis semiotika sosial M.A.K. Halliday. Hasil Penelitian: Pada elemen field of discourse (medan wacana), Majalah Destinasi Indonesia menggambarkan semua unsur pariwisata yang terdapat pada Kabupaten Tojo Una-Una, Sulawesi Tengah. Pada elemen tenor of discourse (pelibat wacana), Majalah Destinasi Indonesia hanya mencantumkan satu narasumber untuk setiap feature. Pada elemen mode of discourse (sarana wacana) Majalah Destinasi Indonesia menggunakan ragam bahasa sastra, gaya bahasa dengan majas penegasan dan majas perbandingan, serta penggunaan istilah asing dan bahasa daerah setempat. Kesimpulan: Majalah Destinasi Indonesia menggambarkan keindahan, keunikan, kekayaan budaya, kelengkapan fasilitas, dan kesiapan masyarakat lokal Kabupaten Tojo Una-Una, Sulawesi Tengah sebagai destinasi wisata yang patut dikunjungi oleh calon wisatawan. Saran: Redaksi Majalah Destinasi Indonesia sebaiknya menambah narasumber pada setiap feature yang disajikan.

Kata Kunci: Feature Perjalanan, Majalah Destinasi Indonesia, Representasi Pariwisata,

ABSTRACT

This study aims to examine the representation of tourism in Tojo Una-Una District, Central Sulawesi, which was described by the Indonesian Magazine Magazine. This research uses a qualitative research methodology, with the method of social analysis of semiotics M.A.K. Halliday Research Results: In the field of discourse element, the Indonesian Destination Magazine describes all elements of tourism found in Tojo Una-Una Regency, Central Sulawesi. In the tenor of discourse element, Destination Magazine Indonesia only included one resource for each feature. In the element of mode of discourse (Indonesia Discourse Magazine) Destination uses a variety of literary languages, style of language with affirmative and comparative forms, as well as the use of foreign terms and local regional languages. Conclusion: Indonesian Destination Magazine illustrates the beauty, uniqueness, cultural richness, completeness of facilities, and readiness of the local community of Tojo Una-Una Regency, Central Sulawesi as a tourist destination that is worthy of being visited by potential tourists. Suggestion: Editor of Destination Indonesia Magazine should add resource to each feature presented.

Keywords: Indonesia Destination Magazine, Tourism Representation, Travel Features,

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara kepulauan yang memiliki kekayaan alam yang melimpah serta beragam suku bangsa, menyimpan potensi pariwisata yang besar untuk dikembangkan. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan

besarnya potensi wisata tersebut. Nilai pariwisata Indonesia masih kalah jauh dibandingkan dengan negara lain, baik dari segi jumlah wisatawan maupun pendapatan.

Melihat fenomena tersebut, Bungin (2015) dan Prakoso (2015) mengatakan,

sejatinya media massa memiliki peran penting dalam mempromosikan pariwisata suatu daerah, khususnya Indonesia.

Dalam UU RI No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Bab 1 Pasal 1, disebutkan” Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.” Sementara, kegiatan wisata adalah “kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.”

Mengenai media massa, Yunus (2010:27) mengatakan, media massa merupakan segala bentuk media atau sarana komunikasi untuk menyalurkan dan mempublikasikan berita kepada publik atau masyarakat.

Media massa berperan sebagai alat representasi, dalam hal ini merepresentasikan pariwisata suatu daerah. Eriyanto (2011:13) mengatakan, “Representasi menunjuk pada bagaimana seseorang, satu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam pemberitaan kepada khalayak. Representasi tersebut ditampilkan dengan kata, kalimat, aksentuasi, atau bantuan foto”.

Majalah Destinasi Indonesia sebagai salah satu media massa cetak di Indonesia dengan *tagline*: “Panduan Jelajah Indonesia”,
Anggraeni, Syas, Representasi Pariwisata di...

<https://doi.org/10.35760/mkm.2019.v3i2.2338>

setiap edisi selalu mengulas tentang destinasi wisata di Indonesia. Pada edisi 45 (Juni-Juli 2018), khususnya pada Rubrik Destinasi, Majalah Destinasi Indonesia mengulas mengenai potensi wisata Kabupaten Tojo Una-Una, Sulawesi Tengah. Penulis tertarik mengkaji, bagaimana media massa, khususnya Majalah Destinasi Indonesia, menjadi alat representasi pariwisata di Indonesia. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis wacana semiotika sosial model M.A.K. Halliday.

Berdasarkan latar belakang masalah, dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: 1) Bagaimana Majalah Destinasi Indonesia merangkum informasi ke dalam tanda atau lambang pada teks *feature* di rubrik destinasi?; 2) Bagaimana makna teks pada *feature* tentang Kabupaten Tojo Una-Una di Majalah Destinasi Indonesia?; 3) Bagaimana unsur-unsur atau komponen penunjang pariwisata di Kabupaten Tojo Una-Una digambarkan pada Majalah Destinasi Indonesia?; 4) Bagaimana kaitan antara ilmu pariwisata dengan makna teks pada *feature* di Majalah Destinasi Indonesia? Rumusan masalah pokok penelitian ini adalah, **“Bagaimana representasi pariwisata di Kabupaten Tojo Una-Una, Sulawesi Tengah pada Majalah Destinasi Indonesia?”**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji representasi pariwisata di Kabupaten Tojo Una-Una, Sulawesi Tengah yang digambarkan oleh Majalah Destinasi Indonesia.

Secara teoritis, penelitian ini dimaksudkan untuk mengaplikasikan teori dan model komunikasi yang terkait dengan representasi pariwisata di media massa.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada Redaksi Majalah Destinasi Indonesia khususnya dan media massa umumnya.

METODE PENELITIAN

Bogdan dan Taylor dalam Gunawan (2015:82) menyebutkan, “penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh).”

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif karena bermaksud untuk menggali makna yang ditampilkan dalam *feature* di Majalah Destinasi Indonesia.

Metode penelitian, menurut Afrizal (2015:12), diartikan sebagai “cara yang dipakai oleh para peneliti untuk memecahkan masalah dan mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian. Sementara itu, metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai “jenis penelitian yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya”

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian

kualitatif dalam bentuk analisis semiotika model sosial model M.A.K Halliday. Dalam semiotika sosial, ada tiga unsur yang menjadi pusat perhatian penafsiran teks secara kontekstual (Sobur, 2015:148), yaitu medan wacana (*field of discourse*), pelibat wacana (*tenor of discourse*), dan sarana wacana (*mode of discourse*).

Dalam penelitian ini, yang akan diteliti adalah apa yang dijadikan wacana oleh Majalah Destinasi Indonesia, siapa saja orang-orang yang dirujuk dan digambarkan sifat, kedudukan, dan peranan, serta bagaimana bahasa yang digunakan untuk menggambarkan medan dalam mengkaji representasi pariwisata di Kabupaten Tojo Una-Una pada Majalah Destinasi Indonesia.

Penelitian ini bersifat deskriptif. Kriyantono (2010:66) menjelaskan, jenis penelitian deskriptif bertujuan “membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu.”

Bahan penelitian yang digunakan adalah *feature* perjalanan pada Rubrik Destinasi di Majalah Destinasi Indonesia.

Tentang unit analisis, Pujileksono (2015:12) menjelaskan “unit analisis adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian. Unit analisis dapat diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan fokus/komponen yang diteliti. Unit analisis suatu penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda,

wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus permasalahannya.”

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kata, kalimat, dan paragraf pada teks *feature* perjalanan di Rubrik Destinasi, Majalah Destinasi Indonesia. Mengenai populasi penelitian, menurut Eriyanto (2011) dan Kriyantono (2010), populasi adalah keseluruhan anggota dari objek atau fenomena yang diriset atau yang ingin kita ketahui isinya. Kriyantono (2010) menjelaskan bahwa populasi adalah

kumpulan objek riset bisa berupa orang-orang, organisasi, kata-kata dan kalimat, simbol-simbol nonverbal, surat kabar, radio, televisi, iklan, dan lainnya.

Populasi penelitian ini adalah seluruh *feature* perjalanan pada Rubrik Destinasi, Majalah Destinasi Indonesia Edisi 45 (Juni-Juli 2018), yang berjumlah sebelas *feature* yang terdiri atas tujuh topik.

Sampel penelitian, menurut Kriyantono (2010:153) adalah “sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati.”

Tabel 1. Populasi Penelitian

No.	Edisi, Halaman	Judul	Topik
1	No. 45, Vol. 5 (Juni-Juli 2018), Halaman 6-11	Ada Cinta di Kepulauan Togean	Objek Wisata
2	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 12-14	Merentang Waktu di Pulau Papan	Akomodasi
3	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 15-17	Suku Bajo & Kacamata Kayu	Kehidupan Masyarakat Suku Bajo
4	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 18-19	Perjalanan Panjang Setangkup Gula Aren	Kuliner
5	No. 45, Vol. 5 (Juni-Juli 2018), Halaman 20-21	Objek Wisata Lain	Objek Wisata
6	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 22-23	Kenikmatan yang Bikin Lupa Daratan	Kuliner
7	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 24	Oleh-oleh	Oleh-oleh
8	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 25	Tips	Tips Berwisata
9	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 26	Akses & Budget	Aksesibilitas Wisata
10	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 27	Akomodasi	Akomodasi
11	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 27	Makan	Kuliner

Sumber: Peneliti (2019)

Moleong (2011:223-224) menjelaskan, pada penelitian kualitatif digunakan sampel bertujuan (*purposive sampling*). *Purposive*

sampling digunakan untuk menyesuaikan dengan tujuan penelitian.

Teknik *sampling* yang digunakan pada

penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sampel dipilih sesuai dengan tujuan penelian.

Berdasarkan jumlah topiknya, sampel yang dipilih ada 7 *feature*.

Tabel 2. Sampel Penelitian

No.	Edisi, Halaman	Judul	Topik
1	No. 45, Vol. 5 (Juni-Juli 2018), Halaman 6-11	Ada Cinta di Kepulauan Togean	Objek Wisata
2	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 12-14	Merentang Waktu di Pulau Papan	Akomodasi
3	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 15-17	Suku Bajo & Kacamata Kayu	Kehidupan Masyarakat Suku Bajo
4	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 22-23	Kenikmatan yang Bikin Lupa Daratan	Kuliner
5	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 24	Oleh-oleh	Oleh-oleh
6	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 25	Tips	Tips Berwisata
7	No. 45, Vol. 5, (Juni-Juli 2018), Halaman 26	Akses & Budget	Aksesibilitas Wisata

Mengenai informan, Afrizal (2015:139) mengatakan, “informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya ataupun orang lain atas suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara.”

Dalam penelitian ini, penulis memilih Pemimpin Redaksi Majalah Destinasi Indonesia, yaitu Lintang Rowe, sebagai *informan* karena merupakan orang yang bertanggung jawab serta terlibat langsung dalam penulisan *feature* pada Majalah Destinasi Indonesia.

Data yang dikumpulkan dalam sebuah penelitian terbagi menjadi dua, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Menurut Sugiyono (2011:225), “sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber

yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang atau lewat dokumen.”

Dalam penelitian ini, pengumpulan data primer dilakukan dengan cara studi dokumen, yaitu dengan mengumpulkan teks, pengamatan secara menyeluruh dari semua isi teks. Penulis mengumpulkan seluruh teks *feature* pada Rubrik Destinasi, Majalah Destinasi Indonesia Edisi 45 (Juni-Juli 2018). Data sekunder didapatkan dengan wawancara mendalam dengan Pemimpin Redaksi Majalah Destinasi Indonesia.

Mengenai analisis data, menurut Spradley dalam Afrizal (2015:174-175), “Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah pengujian sistematis terhadap data; yang dimaksud dengan pengujian sistematis terhadap data yang telah dikumpulkan adalah: 1) menentukan bagian-bagian dari data yang

telah dikumpulkan; dan 2) menemukan hubungan di antara bagian-bagian data yang telah dikumpulkan dan hubungan antara bagian-bagian data tersebut dengan keseluruhan data.”

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis semiotika sosial M.A.K. Halliday untuk menganalisis unsur teks pada *feature* di Majalah Destinasi Indonesia. Ada tiga unsur yang menjadi pusat perhatian penafsiran teks secara kontekstual, yaitu: medan wacana, pelibat wacana, dan sarana wacana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis pada semua sampel penelitian, dapat dikemukakan sesuai dengan elemen analisis. Pertama, medan wacana. Berdasarkan hasil analisis teks pada *feature* di Rubrik Destinasi, Majalah Destinasi Indonesia menggambarkan semua unsur pariwisata yang terdapat pada Kabupaten Tojo Una-Una, Sulawesi Tengah. Dalam *feature* tersebut digambarkan dengan rinci tentang objek wisata yang dapat dinikmati oleh para wisatawan, baik objek wisata alam, maupun budaya. Selain itu, dalam *feature* juga dipaparkan tentang kuliner, akomodasi, transportasi, fasilitas lainnya, serta oleh-oleh yang dapat dibawa pulang oleh para wisatawan. Selain itu, Majalah Destinasi Indonesia juga memberikan panduan berwisata yang bermanfaat bagi para wisatawan.

Jika ditarik benang merah dari semua sampel penelitian, medan wacana yang diangkat oleh Majalah Destinasi Indonesia seluruhnya merupakan komponen utama dalam pengembangan pariwisata menurut Cooper, dkk dalam Sunaryo (2013: 159). Komponen objek atau daya tarik wisata (*attractions*), baik alam maupun budaya, digambarkan pada *feature* sampel 1, sampel 2, dan sampel 3. Komponen amenitas (*amenity*) berupa fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi akomodasi, rumah makan dan toko cenderamata, diulas pada *feature* sampel 2, sampel 4, dan sampel 5. Komponen aksesibilitas (*accessibility*) menuju ke tempat wisata, meliputi rute atau jalur transportasi, atau moda transportasi lain, digambarkan dalam *feature* sampel 7. Lalu, komponen kelembagaan (*institutions*) digambarkan pada hampir seluruh sampel, terutama pada *feature* sampel 1, sampel 2, dan sampel 6. Namun demikian, komponen fasilitas pendukung (*ancillary services*) seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit, dan sebagainya tidak disajikan dalam *feature* di Rubrik Destinasi, Majalah Destinasi Indonesia.

Kedua, pelibat wacana. Berdasarkan hasil analisis teks pada semua sampel penelitian, dapat dikemukakan bahwa narasumber yang dicantumkan dalam setiap *feature* di Rubrik Destinasi Majalah Destinasi Indonesia, hanya satu orang. Narasumber itu pun digambarkan sebagai pihak ketiga yang

diamati oleh penulis *feature*, tidak dikutip ucapannya di dalam *feature*. Hal tersebut menurut Pemimpin Redaksi Majalah Destinasi Indonesia Lintang Rowe adalah karena “berbeda dengan *hardnews*. *Feature* pada laporan utama tersebut ditulis sebagai laporan pandangan mata, berdasarkan observasi, dan apa yang dialami sendiri oleh reporter (penulis *feature*)”.

Ketiga, sarana wacana. Berdasarkan hasil analisis teks pada semua sampel penelitian, dapat dikemukakan, pada sampel ke-1, ke-2, ke-3, dan ke-4, terdapat dua indikasi yang sama yaitu: 1) menggunakan ragam bahasa sastra; 2) menggunakan gaya bahasa majas penegasan (eksklamasio, elipsis, hiperbola, inversi, retoris) dan majas perbandingan (personifikasi); dan 3) menggunakan bahasa asing.

Namun, pada sampel ke-5, ke-6, dan ke-7, tidak ditemukan penggunaan ragam bahasa sastra. Bahasa yang digunakan lebih informatif dan lugas dalam bentuk poin-poin, karena sampel ke-5, ke-6, dan ke-7 merupakan jenis *feature* petunjuk praktis.

Pada beberapa sampel *feature* juga ditemukan penggunaan bahasa asing seperti *diving*, *snorkeling*, *master dive*, *base camp*, *home stay*, dan *human interest*. Terdapat juga penggunaan bahasa daerah setempat seperti “sinole”, “lokapeso”, “nike duo saus”, “konisa jole”, dan “uta kelor” yang merupakan nama-nama masakan atau kuliner khas daerah setempat.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis menyimpulkan, *feature* di Rubrik Destinasi Majalah Destinasi Indonesia merangkum informasi ke dalam tanda dan lambang pada teks *feature* di Rubrik Destinasi. Hal ini dapat dijelaskan dengan analisis teks dengan metode semiotika sosial yang menggunakan perangkat model M.A.K Halliday, elemen sarana wacana. Majalah Destinasi Indonesia merangkum informasi ke dalam tanda dan lambang dengan menggunakan gaya bahasa tertentu di dalam penulisan *feature*.

Mengenai makna teks pada *feature* tentang Kabupaten Tojo Una-Una di Majalah Destinasi Indonesia dapat dijelaskan melalui perangkat analisis teks semiotika sosial model M.A.K Halliday, elemen medan wacana. Berdasarkan hasil penelitian, makna teks *feature* secara keseluruhan yang dapat diungkap adalah, Majalah Destinasi Indonesia sudah menggambarkan semua unsur pariwisata yang terdapat pada Kabupaten Tojo Una-Una, Sulawesi Tengah, antara lain objek wisata alam dan objek wisata budaya yang dapat dinikmati oleh para wisatawan. Selain itu, digambarkan juga tentang kuliner, akomodasi, transportasi, dan fasilitas lainnya, dan juga oleh-oleh yang dapat dibawa pulang oleh para wisatawan.

Terkait dengan unsur-unsur atau komponen penunjang pariwisata di Kabupaten Tojo Una-Una yang digambarkan pada Majalah Destinasi Indonesia, hasil penelitian

mengungkapkan, seluruh *feature* di Rubrik Destinasi, Majalah Destinasi Indonesia menggambarkan komponen penunjang pariwisata, yaitu: obyek atau daya tarik (*attractions*), aksesibilitas (*accessibility*), amenitas (*amenity*), fasilitas pendukung (*ancillary services*), dan kelembagaan (*institutions*).

Selanjutnya, kaitan antara ilmu pariwisata dengan makna teks pada *feature* di Majalah Destinasi Indonesia, dapat dikemukakan bahwa redaksi Majalah Destinasi Indonesia berusaha menggambarkan dengan lengkap keseluruhan komponen penunjang pariwisata. Hal yang sama dikemukakan oleh Pemimpin Redaksi Majalah Destinasi Indonesia bahwa redaksi sudah mencoba menggambarkan keseluruhan komponen yang terkait dengan pariwisata, sesuai dengan kekhasan masing-masing destinasi wisata.

Dengan demikian, pembaca Majalah Destinasi Indonesia yang berpotensi menjadi calon wisatawan, mendapat gambaran tentang keindahan, keunikan, kekayaan budaya, kelengkapan fasilitas bagi wisatawan, dan kesiapan masyarakat lokal Kabupaten Tojo Una-Una, Sulawesi Tengah, untuk menerima wisatawan. Majalah Destinasi Indonesia menggambarkan bahwa Kabupaten Tojo Una-Una, Sulawesi Tengah, merupakan destinasi wisata yang menarik, layak, dan patut untuk dikunjungi wisatawan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyimpulkan bahwa pada elemen medan wacana, Majalah Destinasi Indonesia menggambarkan semua unsur pariwisata yang terdapat pada Kabupaten Tojo Una-Una, Sulawesi Tengah, yaitu objek wisata alam, objek wisata budaya, kuliner, akomodasi, transportasi, fasilitas, dan oleh-oleh.

Pada elemen pelibat wacana, Majalah Destinasi Indonesia hanya menyajikan satu narasumber pada setiap *feature*. Tidak digambarkan secara eksplisit sifat, kedudukan, dan peran dari pelibat wacana. Pelibat wacana hanya digambarkan secara implicit melalui hasil pengamatan reporter (penulis *feature*).

Untuk elemen sarana wacana, pada Majalah Destinasi Indonesia terdapat penggunaan ragam bahasa sastra, penggunaan gaya bahasa dengan majas penegasan dan majas perbandingan, serta penggunaan istilah asing dan bahasa daerah setempat.

Majalah Destinasi Indonesia berusaha menggambarkan dengan lengkap keseluruhan komponen penunjang pariwisata di Kabupaten Tojo Una-Una, Sulawesi Tengah. Dengan demikian, calon wisatawan tertarik berkunjung ke sana untuk melihat keindahan, keunikan, kekayaan budaya, kelengkapan fasilitas, dan kesiapan masyarakat lokal sebagai destinasi wisata yang menarik.

Redaksi Majalah Destinasi Indonesia sebaiknya menggunakan narasumber lebih

dari satu orang untuk *feature* di Rubrik Destinasi. Walaupun penulisan *feature* tidak memerlukan kriteria pemilihan narasumber yang ketat seperti pada *hardnews*, namun, supaya penggambaran objek wisata lebih komprehensif, Majalah Destinasi Indonesia dapat mewawancarai wisatawan. Selain itu, Redaksi Majalah Destinasi Indonesia sebaiknya menggunakan bahasa baku. Jika ada bahasa asing atau bahasa daerah, sebaiknya ditulis arti katanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Bungin, Burhan. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Gunawan, Imam. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Inge, Rotua Uly. (2012). "Representasi Budaya Dalam Iklan Pariwisata (Analisis Semiotika pada Video Musik S.E.O.U.L dan Fly to Seoul)." *Skripsi*. Depok: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia.
- Diakses dari <http://lib.ui.ac.id/>, pada 8 September 2018
- Ishwara, Luwi. (2015). *Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas (Kompas Media Nusantara)
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Moleong, Lexy J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi (cetakan kedua puluh Sembilan)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Prakoso, Johannes Randy. (2015). *Media Massa Punya Peran Penting Promosi Pariwisata Indonesia*. Diakses dari <http://travel.detik.com/read/2015/04/14/155804/2887096/1382/media-massa-punya-peran-penting-promosi-pariwisata-indonesia>, pada 30 November 2015
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing
- Sobur, Alex. (2015). *Analisis Teks Media (Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan*

- Analisis Framing, Cetakan ke-6*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, A.S. Haris. (2016). *Jurnalistik Indonesia (Menulis Berita dan Feature): Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sunaryo, Bambang. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media
- Suwena, I Ketut, Widyatmaja, I Gusti Ngurah. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan, bekerja sama dengan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana Denpasar
- Tiede, Rachel M. (2016). *The Importance of Travel Journalism*. Fort Worth: Department of Journalism, Texas Christian University. Diakses dari https://repository.tcu.edu/bitstream/handle/116099117/11434/Tiede__Rachel--Honors_Project.pdf?sequence=1&isAllowed=y, pada 16 November 2018
- Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Vera, Nawiroh. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Wibowo, Wahyu, dan Seto, Indiwani. (2015). *Pengantar Jurnalistik (Teknik Penulisan Berita, Artikel, & Feature)*. Tangerang: PT. Matana Publishing Utama
- Yunus, Syarifudin. (2010). *Jurnalistik Terapan*. Jakarta: Ghalia Indonesia