

**STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA HALAL KAMPUNG
AL-MUNAWAR KOTA PALEMBANG DI MASA PANDEMI COVID-19 OLEH
DINAS PARIWISATA KOTA PALEMBANG**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: *Public Relations***



Oleh:

SHEILA RIZKI AMELIA

07031281722106

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN 2021**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPRLHENSII

**"STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA HALAL KAMPUNG
AL-MUNAWAR KOTA PALEMBANG DI MASA PANDEMI COVID-19
OLEH DINAS PARIWISATA KOTA PALEMBANG"**

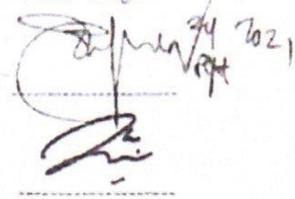
Skripsi
Oleh :
Sheila Rizki Amelia
07031281722106

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 30 Agustus 2021

Pembimbing :

1. Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si
NIP. 197805122002121003
2. Krisna Murti, S.I.Kom., MA.
NIP. 19880725 2019031010

Tanda Tangan



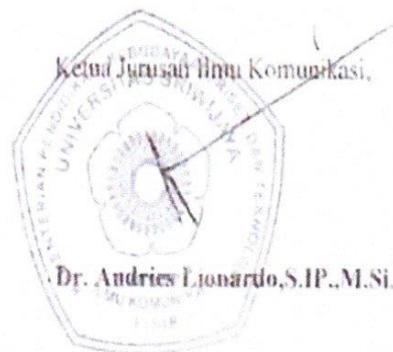
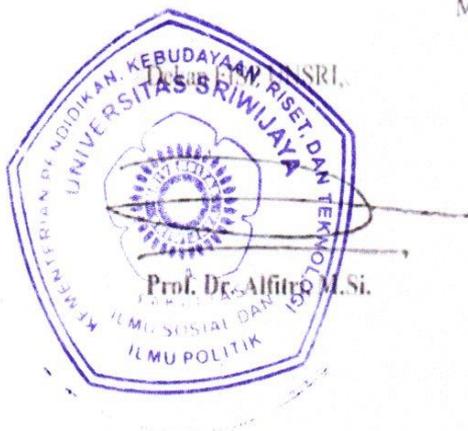
Penguji :

1. Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc.
NIP. 199209132019032015
2. Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 199208222018031001

Tanda Tangan



Mengetahui,



HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA HALAL KAMPUNG
AL-MUNAWAR KOTA PALEMBANG DI MASA PANDEMI COVID-19
OLEH DINAS PARIWISATA KOTA PALEMBANG”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh :

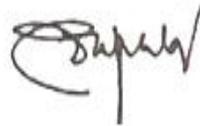
**Sheila Rizki Amelia
07031281722106**

Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Ramasa Putra, M.Si.
NIP.197805122002121003



30 Juli 2021

Pembimbing II

Krisna Murti, S.I.Kom., MA

NIP. 19880725 2019031010



27 Juli 2021

Mengetahui,
Ketua Jurusan,

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
Nip. 197905012002121005

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sheila Rizki Amelia
NIM : 07031281722106
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 25 September 1998
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Promosi Destinasi Wisata Halal Kampung Al-Munawar Kota Palembang Di Masa Pandemi Covid-19 Oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,
Yang membuat pernyataan,



Sheila Rizki Amelia
NIM.07031281722106

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah S.W.T karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata 1 sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Sriwijaya.

Disamping itu rasa syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena telah diberi kelancaran dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA HALAL KAMPUNG AL-MUNAWAR KOTA PALEMBANG DI MASA PANDEMI COVID-19 OLEH DINAS PARIWISATA KOTA PALEMBANG”.

Dalam proses penyusunan skripsi peneliti banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Ir.H.Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Andries Lionardo. S.IP., M.Si. selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk memberikan bimbingan kepada peneliti.
5. Bapak Krisna Murti, S.Ikom., MA selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk memberikan bimbingan kepada peneliti.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

7. Kedua orang tua peneliti Ibu Megaria dan Ayah Mulyadi (Almarhum) yang selalu memberikan dukungan serta doa kepada peneliti.
8. Saudara-saudara serta keluarga besar peneliti, terima kasih atas doa dan dukungannya. Sahabat – sahabat peneliti Nadya,Tania,Deasy,Nisa, Rifka,Elfa,Desmo,Sonia,Febrri,Deny, dan Viki terimakasih untuk inspirasi dan masukan-masukannya.
9. Semua pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini tidak terlepas dari kekurangan. Untuk itu peneliti mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca. Akhirnya peneliti berharap semoga penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan bagi semua pihak.

Wassalamualaikum, wr.wb.

Palembang, 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN ORISINILITAS	iii
MOTTO	iii
DAFTAR ISI.....	vi
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.2 Strategi.....	15
2.3 Strategi Pemasaran.....	16
2.4 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.5. Promosi	19
2.6 Wisata Halal.....	20
2.7 Teori – Teori Strategi Promosi	22
2.7.3 Teori Strategi Promosi	25
2.8 Teori Strategi Promosi yang Digunakan Dalam Penelitian ini.....	26
2.9 Kerangka Teori	27
2.10. Kerangka Pemikiran.....	29
Alur Pemikiran.....	32
2.11. Penelitian Terdahulu	33
BAB III.....	36
3.1 Rancangan Penelitian.....	36
3.2 Definisi Konsep	36
3.3 Fokus Penelitian.....	37
3.4. Unit Analisis Data.....	38
3.5. Informan.....	38
3.6. Data dan Sumber Data	39

3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.8. Teknik Keabsahan Data	41
3.9. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV	43
4.1 Profil Instansi	43
4.2. Logo Instansi.....	44
4.3 Visi dan Misi.....	45
4.3.1 Visi Dinas Pariwisata Kota Palembang	45
4.3.2 Misi Dinas Pariwisata Kota Palembang	46
4.4 Uraian Tugas.....	47
4.6 Profil Informan.....	49
BAB V.....	51
1. Tujuan dan respon komunikasi.....	51
2. Sasaran komunikasi	56
3. Desain komunikasi	57
4. Elemen komunikasi pemasaran	65
5. Anggaran komunikasi pemasaran.....	72
6. Mengukur kinerja komunikasi pemasaran.....	74
BAB VI.....	77
6.1 Kesimpulan	77
6.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN I	90
LAMPIRAN II.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsep Pengembangan Pariwisata Halal Indonesia	4
Gambar 1.2 Target Capaian Pengembangan Pariwisata Halal Indonesia 2019	5
Gambar 1.3 Kampung Al-Munawar.....	7
Gambar 1.4 Paket Wisata Religi Sungai Musi Dan Dermaga Kampung Al-Munawar	8
Gambar 1.5 Promosi Kampung Al-Munawar Melalui Instagram	9
Gambar 1.6 Persentase Kunjungan Wisatawan Asing 2020	10
Gambar 1.7 Pemkot Palembang Kembangkan Wisata Halal	11
Gambar 1.8 Kunjungan Ke Kampung Al-Munawar Mengalami Penurunan	13
Gambar 2.1 <i>Faith Based Service Needs 2.0</i>	21
Gambar Alur Pemikiran	32
Gambar 4.1 Logo <i>Charming Palembang</i>	44
Gambar 5.1 Kampung Al-Munawar Dalam Postingan @Pariwisata.Palembang	54
Gambar 5.2 Pesan Promosi Dinas Pariwisata Kota Palembang	57
Gambar 5.3 <i>Caption</i> Di IG Tentang Kampung Al-Munawar.....	60
Gambar 5.4 Pesan Promosi Kampung Al-Munawar	60
Gambar 5.5 Pesan Promosi Kampung Al-Munawar	62
Gambar 5.6 Igtv Promosi Kampung Al-Munawar Oleh Ratu Dewa	65
Gambar 5.7 Kegiatan Promosi Melalui <i>Charming Palembang</i> Radio Di Instagram	67
Gambar 5.8 Media Sosial Dinas Pariwisata Kota Palembang.....	68
Gambar 5.9 Palembang <i>Tourism Fiesta 2020</i>	70
Gambar 5.10 Promosi " <i>Palembang Tourism Fiesta</i> "	70
Gambar 5.11 Promosi Melalui Media Sosial.....	71
Gambar 5.12 Dana Untuk Bangkitkan Pariwisata Palembang	73
Gambar 5.13 Evaluasi Kegiatan Promosi.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Muslim	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 4.1 Penjabaran Visi Kota Palembang	45
Tabel 5.1 Hubungan Antara Tujuan Komunikasi Dan Respon Komunikasi	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Dokumentasi Penelitian	90
Lampiran II Transkrip Hasil Wawancara Bersama Narasumber 1.....	91
Transkrip Hasil Wawancara Bersama Narasumber 2.....	96
Transkrip Hasil Wawancara Bersama Narasumber 3.....	100
Transkrip Hasil Wawancara Bersama Narasumber 4	102

ABSTRAK

Sejak menyebarnya virus *covid-19* pada awal tahun 2020 hampir semua sektor mengalami penurunan, salah satunya wisata halal. Wisata halal adalah penyediaan fasilitas bagi umat muslim agar tetap dapat menjalankan ibadah sesuai dengan ajaran yang telah dipercayai. Untuk dapat tetap menjalankan wisata ditengah masa pandemi ini maka perlu dilakukan penyesuain tata cara berwisata. Kota Palembang sebagai salah satu daerah pengembang wisata halal di Indonesia melalui Dinas Pariwisata kota Palembang sebagai penanggung jawab sektor pariwisata harus memiliki strategi promosi yang efektif agar destinasi wisata halal khususnya Kampung Al-Munawar tetap dikenal. Penelitian ini melihat bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata kota Palembang dengan menggunakan teori Nurdin Hidayah tentang strategi promosi dalam bukunya Pemasara Destinasi Pariwisata (2019). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi dan studi dokumentasi. Hasil penelitian berupa selama masa pandemi ini tujuan promosi dilakukan untuk memberikan informasi destinasi wisata agar dapat membangun kesadaran bagi sasaran promosi mereka yaitu wisatawan asing seperti Malaysia dan Singapore. Dan juga selama masa pandemi ini kegiatan promosi difokuskan pada media *digital* karena menyesuaikan dana yang mengalami penurunan. Untuk evaluasi kegiatan promosi dilakukan dalam satu bulan sekali dan terkadang memanfaatkan aplikasi *video conference*.

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Promosi, Wisata Halal, Pandemi Covid-19.

Pembimbing I



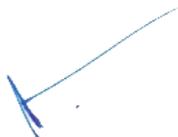
Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si.
NIP.197805122002121003

Pembimbing II



Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP.19880725201931010

Palembang, 30 Agustus 2021
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

Since the spread of the COVID-19 virus in early 2020, Almost every industry has seen a decrease, including halal tourism. Halal tourism refers to the provision of facilities for Muslims so that they can continue to worship in accordance with accepted principles. It will be required to make changes to travel protocols in order to continue to operate tourism in the face of the epidemic. The city of Palembang, as one of the development areas for halal tourism in Indonesia, must have an effective promotion strategy in place, with the Palembang City Tourism Office as the person in charge of the tourism sector, to ensure that halal tourist destinations, particularly Al-Munawar Village, are still known. Using Nurdin Hidayah's notion of promotion techniques in his book Pemasaran Destinasi Wisata (2019) this study examines how the Palembang City Tourism Office implements its promotion plan. This is a descriptive qualitative study using in-depth interviews, observation, and documentation studies as data gathering approaches. According to the findings of the study, the objective of the promotion during this pandemic is to provide information about tourist sites in order to raise awareness of their promotional targets, particularly international tourists in Malaysia and Singapore. Moreover, during this pandemic, promotional activities are centered on digital media in order to compensate for decreased funds. Once a month, promotional activities are evaluated, sometimes using video conferencing applications.

Keywords: *Marketing Communication, Promotion, Halal Tourism, Covid-19 Pandemic.*

Advisor I



Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si.
NIP.197805122002121003

Advisor II



Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP.19880725201931010

*Palembang, 30th of August 2021
Head of Department of Communication Science
Social and Political Science Faculty
Sriwijaya University*



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.
NIP. 197905012002121005

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis untuk mengembangkan dan meningkatkan kesejahteraan dalam masyarakat. Hal ini terjadi karena dengan adanya pariwisata, akan tercipta kesempatan untuk membuka banyak lapangan pekerjaan bagi masyarakat tujuan destinasi pariwisata dan juga ikut andil dalam meningkatkan pendapatan daerah.

Selain peningkatan dalam sektor ekonomi, dengan dijadikannya suatu tempat sebagai destinasi wisata bukan hanya membantu melestarikan budaya ditempat tersebut tetapi juga dapat memperkenalkan budaya setempat ke jenjang yang lebih luas lagi, bukan hanya didalam negeri tetapi juga mancanegara.

Pemerintah Indonesia juga menyebutkan bahwa kepariwisataan merupakan bagian dari pembangunan nasional. Dengan mengembangkan dan memanfaatkan destinasi pariwisata unggul yang dapat menarik minat bagi wisatawan, maka tak menutup kemungkinan untuk pariwisata dapat mendorong terciptanya kesempatan masyarakat Indonesia dengan membuka usaha penunjang kegiatan – kegiatan pariwisata sehingga dapat mengurangi pengangguran karena dapat menyerap banyak tenaga kerja, menaikkan *image* bangsa karena memperkenalkan budaya serta keindahan alam yang ada di Indonesia, menjaga kelestarian alam, lingkungan serta sumber daya lainnya. Sebagaimana hal tersebut disebutkan didalam tujuan pariwisata yang tertuang tertuang di Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan.

Selain destinasi pariwisata seperti destinasi alam, destinasi kuliner, destinasi belanja, terdapat pula konsep destinasi baru yang dapat menarik banyak minat wisatawan yakni destinasi halal. Berbeda dengan dengan destinasi religius yang objek wisatanya memiliki unsur keagamaan dan ketuhanan, destinasi halal berarti pelayanan dari penyedia destinasi pariwisata yang sesuai dengan aturan – aturan islami atau dapat

juga disebut dengan *halal tourism*. Menurut Ikhsan Arby (2015 dalam Luturlean dkk, 2019:147) menyebutkan bahwa destinasi halal adalah pelayanan yang mengedepankan standarisasi halal umat muslim. Standarisasi yang dimaksud ialah dalam hal tersedianya makanan halal, tempat untuk beribadah, dan memberikan informasi tentang masjid terdekat.

Pariwisata halal didalam pasar global masuk kedalam peringkat 3 teratas di dalam buku Pariwisata Halal Perpektif Multidimensi yang ditulis oleh Djakfar (2017) wisatawan muslim mengalami pertumbuhan sebesar 6,3% per tahun, jumlah ini lebih besar dibandingkan jumlah tingkat pertumbuhan wisatawan Tiongkok yang hanya sebesar 3,5% per tahun. Dari jumlah pertumbuhan ini, wisata halal menjadi komoditi baru sektor pariwisata yang banyak digencar-gencarkan oleh negara-negara di dunia.

Bertumbuh pesatnya perkembangan destinasi wisata halal, terjadi di hampir seluruh dunia. Pengembangan ini terjadi bukan hanya di negara mayoritas penduduk dengan penganut islam terbesar, tetapi juga negara – negara minoritas muslim sebut saja Thailand, Jepang, dan Singapore. Hal ini terjadi karena besarnya potensial dari wisatawan muslim dunia.

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Muslim

Tahun	Jumlah Wisatawan
2000	25 Juta Wisatawan
2010	98 Juta Wisatawan
2018	140 Juta Wisatawan

Sumber : (Crescent Rating, 2019)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa jumlah wisatwan muslim dunia meningkat. Kenaikan jumlah wisatawan muslim setiap tahunnya membuat bertambahnya wisata belanja seperti tiket transportasi, hotel atau penginapan dan lain – lainnya. *Crescent Rating* (2019) bahkan memperkirakan wisatawan muslim akan menghabiskan 180 Milyar US Dolar atau apabila dikoversikan ke rupiah sebesar 2,6 Triliyun pada tahun 2026 untuk biaya pembayaran untuk berwisata secara *online* diseluruh penjuru dunia.

Untuk membantu negara-negara baik itu yang mayoritas masyarakatnya tidak beragama muslim ataupun dengan mayoritas masyarakat pemeluk agama islam agar mengetahui kriteria yang tepat, maka dari studi yang dilakukan oleh *Crescent Rating* (*Crescent Rating*, 2019) mengidentifikasi kebutuhan pokok yang dibutuhkan para wisatawan muslim selama mereka berekreasi ialah sebagai berikut :

1. Tersedianya makanan halal.
2. Terdapat tempat beribadah.
3. Pelayanan pada bulan Ramadhan.
4. Kamar mandi yang menyediakan tempat wudhu.
5. Tidak terdapatnya aktivitas non halal.
6. Fasilitas dan pelayanan wisata yang khusus.

Dengan kata lain untuk menjadi destinasi wisata halal, maka para pelaku wisata harus dapat memberikan fasilitas yang memenuhi kebutuhan – kebutuhan tersebut agar dapat menarik minat para wisatawan muslim untuk dapat datang ke tempat wisata karena wisata halal bukan hanya sebatas tentang makanan tetapi tentang bagaimana menciptakan objek wisata yang nyaman, aman dan tetap dapat menjalankan kewajiban agama selama mereka berlibur ke objek wisata tersebut.

Indonesia telah membuat wisata halal sebagai salah satu dari rencana pengembangan utama sejak tahun 2014. Dari data yang didapatkan di *website* Kementerian Pariwisata RI (2019) pada tahun 2018 jumlah wisatawan asing yang berwisata ke destinasi wisata halal Indonesia sebanyak 2,8 juta pengunjung dan menambah pendapatan devisa negara sebesar lebih dari 40 triliun rupiah. Dari jumlah ini jelas terlihat bahwa wisata halal adalah salah satu rencana strategis untuk dapat menambah pendapatan negara melalui sektor pariwisata.

Kementerian Pariwisata Indonesia juga bekerja sama dengan *CrescentRating* yang merupakan badan terkemuka yang menangani destinasi serta pariwisata halal di dunia yang salah satu hasilnya adalah peringkat dari berbagai jenis kebutuhan serta hal – hal yang menyangkut wisata halal. *CrescentRating* membantu Indonesia dengan mengumumkan peringkat- peringkat terkait dengan wisata halal. Semuanya tercantum dalam Indonesia Muslim Travel Index (GMTI) 2019.

Gambar 1.1 Konsep Pengembangan Pariwisata Halal Indonesia



Sumber: (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi RI, 2019)

Dalam mengembangkan wisata halal yang ada di Indonesia, Kementerian Pariwisata yang bertanggung jawab untuk mengembangkan dan memajukan sektor pariwisata di Indonesia menetapkan ide – ide gagasan untuk proses untuk meningkatkan pariwisata halal di Indonesia yang sesuai dengan kebutuhan para wisatawan muslim yang datang berkunjung ke berbagai destinasi wisata halal yang ada di Indonesia. Seperti dengan memberikan fasilitas makanan dan minuman halal di setiap destinasi wisata di Indonesia.

Untuk mewujudkan ini, Kementerian Pariwisata bekerja sama dengan pihak Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Badan Pengelolaan Obat dan Makanan (BPOM) untuk membantu menyortir makanan dan minuman (Satriana & Faridah, 2018). Makanan dan minuman yang beredar di Indonesia terlepas itu karena kebijakan wisata halal atau bukan, harus melalui izin BPOM dan MUI yang ditandai dengan pemberian logo halal di kemasannya. Hal ini dilakukan agar dapat membantu para wisatawan muslim untuk memilih makanan mereka karena telah terdapat keterangan halal pada makanan dan minuman tersebut.

Selain makanan halal dan minuman halal, pengembangan wisata halal Di Indonesia juga mengedepankan tentang fasilitas untuk beribadah baik itu Masjid,

Mushola ataupun tempat sholat lainnya yang bersih dan menyediakan air *wudhu* yang sesuai dengan ketentuan ajaran Islam. Fasilitas untuk beribadah ini, sedang dikembangkan di semua lini pariwisata baik itu di objek wisata, hotel, villa ataupun jenis tempat menginap lainnya serta restoran atau tempat-tempat makan. Maka pihak Kementerian Pariwisata bekerja sama dengan Dewan Syariah Nasional (DSN) untuk ikut membantu mengembangkan dan memperbanyak fasilitas beribadah di tempat – tempat tujuan yang akan didatangi wisatawan. Seperti mengembangkan hotel syariah (Satriana & Faridah, 2018).

Sebagai salah satu negara dengan objek wisata yang beragam dan dengan mayoritas penduduk pemeluk agama islam terbesar didunia dapat dijadikan sebagai dasar untuk membentuk Indonesia sebagai negara tujuan destinasi halal di dunia. Dan hal ini telah dibuktikan dengan hasil ranking yang diterbitkan oleh Global Muslim Travel Index (2019) bahwa Indonesia menduduki peringkat pertama bersama dengan Malaysia sebagai 10 destinasi teratas. Hal ini terjadi karena usaha yang telah dilakukan untuk mengedukasi para pelaku industri pariwisata untuk terus mengembangkan destinasi wisata halal.

**Gambar 1.2 Target Capaian Pengembangan
Pariwisata Halal Indonesia 2019**



Sumber: (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi RI, 2019)

Bukan hanya menduduki peringkat pertama di *Global Muslim Travel Index*, pada tahun 2019 juga Indonesia telah banyak mencapai prestasi yang baik di sektor

wisata halal di Indonesia juga telah menyerap tenaga kerja lebih dari 13 juta orang. Lalu juga melalui wisata halal, Indonesia dapat menambah pendapatan melalui devisa negara sebesar 40 triliun dan menambah produk domestik bruto dengan capaian angka sebesar 928 miliar. Jumlah – jumlah tersebut didapatkan karena kontribusi dari kedatangan wisatawan domestik sebesar 296 juta 258 juta lainnya adalah wisatawan muslim ataupun wisatawan internasional sebesar 20 juta 5 juta diantaranya adalah wisatawan muslim. Angka- angka tersebut didapatkan selama periode tahun 2019 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi RI, 2019).

Karena merupakan negara dengan penduduk pemeluk agama Islam terbanyak didunia, menjadi keuntungan tersendiri bagi Indonesia karena pada dasarnya penetapan hukum islam dalam kehidupan sehari-hari termasuk untuk sektor pariwisata telah menjadi kewajiban tersendiri bahkan telah melekat di kehidupan masyarakat Indonesia dan telah menjadi *lifestyle*. Sehingga untuk menjadi destinasi wisata halal terbaik di dunia, Indonesia telah terdapat sumber daya yang tepat untuk dapat menjadikannya tujuan destinasi terbaik di dunia.

Untuk turut serta dalam mensukseskan dan mempromosikan program wisata halal, maka seluruh daerah di Indonesia harus ikut serta dalam mengembangkan potensi wisata halal yang ada di daerahnya. Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang ikut serta dalam mengembangkan potensi wisata halal. Bahkan pemerintah provinsi Sumatera Selatan akan mendorong para pihak perbankan turut membantu secara finansial untuk membantu mengembangkan wisata halal (Antara News, 2020).

Potensi yang dimiliki provinsi Sumatera Selatan dapat dijadikan peluang untuk mengembangkan wisata halal, sebut saja (Republika, 2017) Bait Al-Qur'an Akbar, Kampung Al-Munawar kemudian Masjid Cheng Ho Sriwijaya yang telah menjadi wisata halal favorit Sumatera Selatan yang ada di kota Palembang.

Sebagai salah satu daerah yang ada di Sumatera Selatan, Kota Palembang juga turut serta dalam mengembangkan wisata halal. Bahkan pihak Dinas Pariwisata Kota Palembang bekerjasama dengan pihak Dinas Provinsi, MUI (Majelis Ulama Indonesia), PHRI (Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia) untuk dapat membantu

mengembangkan dan mewujudkan wisata halal yang ada di Kota Palembang (Assajidin.com, 2019). Dengan memiliki daerah atau kampung yang bernuansa islami memudahkan pihak Dinas Pariwisata sebagai penanggung jawab pengembangan pariwisata yang ada di Sumatera Selatan untuk dapat dijadikan destinasi wisata (Antara News, 2020).

Salah satu kampung dengan potensi wisata yang ada di Kota Palembang adalah Kampung Al-Munawar. Kampung Al-Munawar atau biasa disebut dengan kampung arab adalah salah satu wisata yang ada di Kota Palembang. Letaknya ada di tepian Sungai Musi tepatnya di Jl.Munawar 13 ulu kota Palembang. Kampung ini telah berdiri sejak abad 18. Yang menjadi daya tarik wisata di Kampung Al-Munawar salah satunya adalah bangunan – bangunan rumah kuno yang telah berdiri lebih dari 200-300 tahun yang lalu. Bangunan – bangunan ini merupakan rumah yang diberikan oleh Habib Abdurrahman Al-Munawar untuk kedelapan anaknya. (Dinas Pariwisata Kota Palembang, 2020)

Gambar 1.3 Kampung Al-Munawar



Sumber : (Dinas Pariwisata Kota Palembang, 2020)

Dengan menawarkan budaya arab lokal yang menjadi daya tarik wisatawan muslim bahkan nonmuslim untuk belajar mengenal dan mengetahui adat dan tradisi daerah setempat. Selain itu juga terdapat arsitektur klasik dan elegan serta terdapat juga makanan dan minuman khas disana yang dapat dijadikan tujuan pariwisata. sebut saja makanan nasi minyak beserta lauk pauknya yang khas serta terdapat pula kopi

rempah yang unik dan menarik dan hanya disajikan pada saat acara-acara tertentu saja (Madani, 2018).

Untuk memperkenalkan wisata Kampung Al-Munawar kepada masyarakat dalam dan luar negeri, Dinas Pariwisata Kota Palembang melakukan kegiatan – kegiatan promosi agar dapat menarik minat lebih banyak wisatawan. Promosi yang dilakukan seperti membuat paket wisata religi Sungai Musi dengan menjadikan Kampung Al-Munawar sebagai salah satu destinasi tujuan (Antara News, 2019). Bahkan Dinas Pariwisata Kota Palembang juga mendukung paket wisata ini dengan membuat dermaga wisata Kampung Al-Munawar untuk dapat menambah dan mempermudah akses ke Kampung A-Munawar melalui jalur Sungai Musi serta agar dapat disinggahi para penumpang kapal Segentar Alam dan Puteri Kembang Dadar (Genpi.co, 2019).

Gambar 1.4 Paket Wisata Religi Sungai Musi dan Dermaga Kampung Al-Munawar

Pemkot Palembang siapkan paket wisata religi Sungai Musi

© Jumat, 3 Mei 2019 22:25 WIB



Dermaga di Kampung Wisata Al-Munawar Segera Diresmikan

11 Januari 2019 20:11



Sumber : Antara News (Antara News, 2019), Genpi.co (Genpi.co, 2019)

Selain itu akun *instagram* @Pariwisata.palembang yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang menjadi wadah untuk menyebarluaskan tentang destinasi-destinasi wisata dan informasi pariwisata Kota Palembang. Akun dengan *followers* lebih dari 35 ribu tersebut juga turut aktif mempromosikan Kampung Al-Munawar agar lebih mudah dijangkau semua lapisan masyarakat (@pariwisata.palembang)

**Gambar 1.5 Promosi Kampung Al-Munawar melalui *instagram*
@Pariwisata.Palembang**



Sumber: (@Pariwisata.Palembang, 2020), (@Pariwisata.Palembang, 2021)

Dan juga pihak Dinas Pariwisata Kota Palembang membuat *event* untuk membantu proses kegiatan promosi Kampung Al-Munawar sebut saja seperti “*FamTrip Musi and Beyond 2019*” yang berlangsung pada tanggal 21-24 November 2019. Acara tersebut mengundang penggarap industri pariwisata dari berbagai daerah di Indonesia dan Malaysia untuk dapat memperkenalkan destinasi dan daya tarik tarik Palembang lainnya salah satunya adalah Kampung Al-Munawar (Fakta.co, 2019). *Event* lainnya yang diselenggarakan adalah “*Musi Thematic Festival:Religi @Kampung Al-Munawar*” dimana merupakan acara yang memperkenalkan seni serta budaya yang ada di Kampung Al-Munawar yang diselenggarakan pada tahun 2018 (Antara News, 2018)

Peluang pemerintah untuk lebih mengembangkan dan mengenalkan destinasi wisata di Kota Palembang khususnya Kampung Al-Munawar mengalami kendala di tahun 2020 ini. Hal ini terjadi dengan menyebar luasnya virus *Covid – 19* yang mengharuskan masyarakat untuk berada dirumah sementara waktu untuk memutuskan rantai penuluran virus ini. Semua aspek – aspek yang ada di semua negara didunia seperti ekonomi,sosial budaya serta pariwisata terkena dampaknya. Banyak negara yang menutup daerahnya untuk didatangi turis – turis asing bahkan sekolah, kantor, dan

semua tempat yang berindikasi untuk menjadi tempat berkumpulnya banyak orang ditutup sementara.

Gambar 1.6 Persentase Kunjungan Wisatawan Asing 2020



Sumber : (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2021)

Sektor yang terkena imbas dari meluasnya virus *Covid-19* sejak diumumkan pada 2 Maret 2020 salah satunya adalah pariwisata seperti penurunan jumlah wisatawan, pemesanan kamar hotel dan alat transportasi darat, udara dan laut, padahal pariwisata merupakan salah satu *lead sector* penambah devisa negara. Selama tahun 2020 jumlah kunjungan turis luar negeri yang datang ke Indonesia mengalami penurunan sebesar 75,03% apabila dibandingkan dengan jumlah kunjungan pada tahun 2019 (Badan Pusat Statistik, 2020).

Kendala baru yang dihadapi banyak sektor termasuk pariwisata yang dikarenakan *Covid-19* maka diperlukan strategi –strategi efektif yang tetap dapat dijalankan selama masa pandemi ini untuk dapat mempromosikan kembali pariwisata yang ada di Kota Palembang termasuk Kampung Al-Munawar. Untuk itulah peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul

“Strategi Promosi Destinasi Wisata Halal Kampung Al-Munawar Kota Palembang Di Era Pandemi Covid-19 oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang.

Adapun alasan penulis memutuskan untuk melakukan penelitian yang berjudul strategi promosi Dinas Pariwisata Kota Palembang dalam mempromosikan destinasi wisata halal Kampung Al-Munawar Kota Palembang di masa pandemi *Covid-19* ini adalah sebagai berikut :

1.1.1 Kota Palembang Memprioritaskan Pengembangan Wisata Halal

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, wisata halal di Indonesia bahkan di dunia telah menjadi *trend* dan *lead sector* ekonomi baru. Dimana dari data-data yang telah dilakukan oleh pihak-pihak terkait menunjukkan bahwa wisatawan muslim merupakan wisatawan yang masuk dalam potensi secara ekonomi yang baik. Maka dari itulah banyak negara yang ikut mengembangkan destinasi wisatanya untuk dapat dijadikan wisata halal.

Melihat besarnya potensi wisata halal di dunia, Indonesia juga melakukan pengembangan terhadap wisata halal, ini terbukti dengan dibentuknya Tim Percepatan dan Pengembangan Pariwisata Halal Kementerian Pariwisata (Destiana & Astuti, 2019). Dimana dengan dibentuknya tim tersebut dapat membantu Indonesia dalam proses pengembangan wisata halal.

Gambar 1.7 Pemkot Palembang Kembangkan Wisata Halal



Sumber : (Tribun News, 2018)

Provinsi Sumatera Selatan khususnya Kota Palembang selain mengembangkan wisata kuliner dan budaya juga turut serta dalam pengembangan wisata halal. Hal ini dilakukan untuk menarik minat wisatawan muslim untuk dapat berkunjung ke Kota Palembang. Sehingga nantinya dapat menambah pendapatan daerah di Kota Palembang (Tribun News, 2018). Dalam hal ini Dinas Pariwisata Kota Palembang sebagai pihak

yang bertanggung jawab atas pengembangan pariwisata di Kota Palembang menghrapkan kedepannya wisata halal di Palembang dapat lebih dikembangkan lagi.

1.1.2 Kampung Al-Munawar sebagai Kampung Adat Terpopuler 2018.

Kampung Al-Munawar sebagai desa wisata pertama kali diresmikan pada tahun 2017, yang peresmiannya dilakukan langsung oleh Gubernur Sumatera Selatan Alex Noerdin. Peresmian tersebut juga di hadiri oleh Deputy Pengembangan Pariwisata Mancanegara Kementerian Pariwisata RI Prof.I Gede Pitane, Walikota Palembang Harnojoyo dan berbagai pejabat publik Sumatera Selatan lainnya (Tempo, 2017). Lalu pada tahun berikutnya Palembang menjadi tuan rumah penyelenggaraan ASIAN GAMES 2018. Dengan Kampung Al-Munawar dijadikan salah satu destinasi unggulan pada saat itu. Rumah- rumah tua yang ada disana bahkan dijadikan *homestay* untuk para wisatawan yang berkunjung (Go Muslim, 2017)

Anugerah Pesona Indonesia (API) yang merupakan ajang tahunan penghargaan bagi bidang pariwisata terbesar di Indonesia yang bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang pertama kali dilaksanakan pada 16 September 2016. API memberikan penghargaan kepada para pihak – pihak yang berkontribusi penuh terhadap pengembangan dan peningkatan pariwisata yang ada di Indonesia (Anugerah Pesona Indonesia, 2016).

Pada tahun 2018 API memberikan penghargaan kepada Kampung Al-Munawar sebagai Kampung Adat Terpopuler. Penghargaan tersebut diberikan berdasarkan hasil *voting* melalui *website* Penghargaan tersebut diberikan kepada Wakil Walikota Palembang Fitrianti Agustinda yang diserahkan langsung oleh Deputy I Pemasaran Kementerian Pariwisata RI Masruro (Tribun News, 2018). Dengan memenangkan nominasi tersebut dapat menjadi ajang promosi bagi destiansi wisata serta dapat menambah *value* dari destinasi wisata tersebut.

1.1.3 Penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kampung Al – Munawar

Dengan menawarkan budaya arab lokal, keindahan Sungai Musi dan arsitektur bangunan tua yang tetap terjaga selama ratusan dan semenjak diresmikan pada tahun 2017 lalu, Kampung Al-Munawar yang terletak di 13 Ulu Kota Palembang mengalami penurunan wisatawan yang berkunjung (Fornews , 2019). Dalam sehari jumlah wisatawan yang berkunjung sekitar puluhan orang bahkan terdapat hari dimana wisatawan yang berkunjung hanya satu wisatawan saja (Tribun News, 2019).

Gambar 1.8 Kunjungan ke Kampung Al-Munawar Mengalami Penurunan



Sumber: (Tribun News, Fornews , 2019)

Pada awal peresmiannya Kampung Al-Munawar didatangi banyak wisatawan, tetapi semenjak berakhirnya ajang olahraga ASIAN GAMES 2018 jumlah wisatawan yang berkunjung semakin berkurang (Tribun News, 2019) . Terlebih lagi sekarang sedang terjadi penyebaran *virus covid-19* yang membuat aktivitas yang dilakukan di luar rumah serta aktivitas yang membuat kerumunan masyarakat harus dihindari bahkan diberhentikan. Hal ini juga terjadi pada Kampung Al-Munawar dimana selama masa pandemi *covid-19* untuk menjaga warga, kampung tersebut menghentikan wisatawan untuk datang berkunjung ke sana. (Suara Sumsel.Id, 2021).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang untuk mempromosikan destinasi wisata halal Kampung Al-Munawar selama pandemi *Covid – 19*.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi destinasi wisata halal Kampung Al-Munawar Kota Palembang yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Dapat memberikan referensi pengetahuan dalam ilmu komunikasi, khususnya di bidang *public relations*.
2. Sebagai media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan setelah mempelajari secara teoritis di perkuliahan.
3. Untuk dapat dijadikan bahan sumber informasi untuk penelitian – penelitian selanjutnya yang terkait dengan strategi promosi dan mendorong adanya penelitian lebih lanjut.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Dinas Pariwisata Kota Palembang.
Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu mengukur strategi promosi Dinas Pariwisata Kota Palembang dan juga dapat memberikan masukan dan saran yang bermanfaat agar Dinas Pariwisata Palembang menjadi lebih baik lagi.
2. Bagi Perguruan Tinggi.
Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan acuan mengumpulkan data dan fakta untuk keperluan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku/Jurnal :

- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Al Sukri, S. (2020). *Basic Marketing Strategy : Konsep Marketing Mix dan Ekuitas Merek*. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Azwaja.
- Anggraini, D. (2016). Kebijakan ASEAN dalam Menanggulangi Penyalahgunaan Narkotika dan Obat-Obatan Berbahaya di Asia Tenggara. *Jurnal Analisis Hubungan Internasional Universitas Airlangga* , 37.
- Ardianto, E. (2014). *Handbook Of Public Relations Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Destiana, R., & Astuti, R. S. (2019). Perkembangan Pariwisata Halal Di Indonesia. *Collaborative Governance dalam Pengembangan Pariwisata di Indonesia* , 1, 335.
- Djakfar, M. (2017). *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Fauziah, R., Ratnamulyani, I., & Kusumadinata, A. (2018). Efektivitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial. *Jurnal Komunikasi* , 27-40.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. (2018). *Teori Dan Praktis : Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Ferdiansyah, H., Endayana, C., Rachmat, H., & Khadijah, U. L. (2020). Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism. *Journal of Sustainable Tourism Research* , 1, 3.
- Firmansyah, M. F. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV.Qiara Media.
- Halim, C. (2010). *Tip Praktis Promosi Online untuk Berbagai Event*. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo.
- Hartono M, P. D. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Hasugian, P. S. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara* , 83.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Indriastuty, N. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pengunjung Wisata Budaya Pesta Adat Erau. *Jurnal Manajemen Komunikasi* , 61-80.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Luturlean, B. S., Sukmadi, Kalsum, E. U., Maulina, L., & Arifin, D. (2019). *strategi bisnis pariwisata*. Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Humaniora.
- Moleong, L. J. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muharto. (2020). *Pariwisata Berkelanjutan : Kombinasi Strategi dan Paradigma pembangunan berkelanjutan* . Yogyakarta: Deepublish.
- Mardeli. (2017). Budaya Islam Lokal di Kampung Al-Munawar Palembang. *Jurnal Raden Fatah* , 271-286.
- Narasumber 1, W. (2021, Juli 2). Wawancara Pribadi. (S. R. Amelia, Pewawancara)
- Narasumber 2, W. (2021, Juli 6). Wawancara Pribadi. (S. R. Amelia, Pewawancara)
- Narasumber 3, W. (2021, Juli 15). Wawancara Pribadi. (S. R. Amelia, Pewawancara)
- Narasumber 4, W. (2021, Agustus 12). Wawancara Pribadi. (R. A. Sheila, Pewawancara)
- Nizar, M. (2017). Strategi Promosi Dalam Mengembangkan Pariwisata Halal Di Taman Wisata Religi Gunung Mujur Karangploso Malang. *Jurnal Al- Ghazwah* , 87-102.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Pomosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan* , 13-27.

- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A., et al. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press.
- Pratiwi, A. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KOTA PALEMBANG DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI WISATA DI KOTA PALEMBANG MENJELANG ASIAN GAMES XVII 2018 (studi pada program paket wisata hemat "Palembang Asiik"). *National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development* .
- Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjafirah, N. A. (2018). Strategi Komuniaksi dalam Membangun awareness Wisata Halal di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi* , 78-90.
- Priantana, A. P., & Santoso, E. (2019). Strategi Promosi Objek Wisata Alam Situ Gede Kota Tasikmalaya. *Jurnal Komunikasi Global* , 104-115.
- Rahardjo, M. (2010). Triangulasi dalam penelitian kualitatif. 2.
- Rahmat, P. S. (2019). Strategi Belajar Mengajar. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Ritonga, Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* , 45-53.
- satriana, E. D., & Faridah, H. D. (2018). Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, dan Tantangan. *Journal of Halal Product and Research (JHPR)* , 32-41.
- Satriana, E. D., & Faridah, H. D. (2018). Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, dan Tantangan. *Journal of Halal Product and Reseach* , 32-41.
- Setiawati, R., & Jasmin, A. S. (2020). POSE Strategy As A Media For Tourism Destination Promotion In Batu City, East Java. *Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies* , 33-47.

- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Pt Alfabet.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukoco, S. A. (2018). *NEW Komunikasi Pemasaran : Teori dan Aplikasinya*. Jember: CV.Pustaka Abadi.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Susanti, F. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Klien Dalam Memilih Radio Carano Sebagai Media Promosi Iklan. *Jurnal KBP* , 104-115.
- Thomas, D. G., Sompie, S. R., & Sugiarto, B. A. (2018). Virtual Tour Sebagai Media Promosi Interaktif Penginapan Di Kepulauan Bunaken . *E-Journal Teknik Informatika* , 14-22
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET.
- Wardoyo, B. (2015). *Perkembangan, Paradigma dan Konsep Keamanan Internasional & Relevansinya Untuk Indonesia*. Klaten: Nugra Media.
- Widyastuti, S. (2018). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu Solusi Menembus Hati Pelanggan*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila Press.
- Yulita, H. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Untuk Berkunjung. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata* , 165-183.

Sumber Internet :

- @Charming.Palembang. (t.thn.). Dipetik Juli 24, 2021, dari Profil Instagram @Charming.Palembang:https://instagram.com/charming.palembang?utm_medium=copy_lik

- @Pariwisata.Palembang. (t.thn.). Dipetik Juli 24, 2021, dari Profil Instagram @Pariwisata.Palembang
https://instagram.com/charming.palembang?utm_medium=copy_link
- @Pariwisata.Palembang. (2020, Juni 20). *Kampung Al-Munawar*. Dipetik Juni 15, 2021, dari Instagram Dinas Pariwisata Kota Palembang:
https://www.instagram.com/p/CBpE40igsDL/?utm_medium=copy_link
- @Pariwisata.Palembang. (2021, Mei 11). *Kampung Arab Al-Munawar*. Dipetik Juni 16, 2021, dari Instagram Dinas Pariwisata Kota Palembang:
https://www.instagram.com/p/COuU9erAdGq/?utm_medium=copy_link
- @Pariwisata.Palembang. (2021, 3 Juni). *Membahas Wisata Religi*. Dipetik Juli 14, 2021, dari LIVE : Charming Palembang Radio:
https://www.instagram.com/tv/CPpjgsHggAo/?utm_medium=copy_link
- @Pariwisata.Palembang. (2021, Mei 15). *Ucapan Selamat Hari Raya Idul Fitri 1442 H Oleh Ratu Dewa Di Kampung Al-Munawar*. Dipetik Juli 13, 2021, dari Instagram Pariwisata Palembang:
https://www.instagram.com/tv/CO5PCjrAjq4/?utm_medium=copy_link
- @Pariwisata.Palembang. (2020, Desember 16). *Himbauan Untuk Menjaga Mobilitas melalui Promosi Kampung Al-Munawar*. Dipetik Juli 26, 2021, dari Instagram: @Pariwisata.Palembang:
https://www.instagram.com/p/CI1yi1lAGaA/?utm_medium=copy_link
- @Pariwisata.Palembang. (2020, November 4). *Kampung Al-Munawar* . Dipetik Juli 26, 2021, dari Instagram : @Pariwisata.Palembang:
https://www.instagram.com/p/CHK3PrngFGt/?utm_medium=copy_link
- @Pariwisata.Palembang. (2020, Mei 2). *Pesan Promosi Dinas Pariwisata Kota Palembang*. Dipetik Juli 26, 2021, dari instagram:@Pariwisata.Palembang:
https://www.instagram.com/p/B_qZPcOg_9/?utm_source=ig_web_copy_link
- @Palembang.Pariwisata. (2021, Januari 23). *Kedatangan senja yang menenggelamkan matahari*. Dipetik Juli 26, 2021, dari Instagram : @Pariwisata.Palembang:
https://www.instagram.com/p/CKY91flgAek/?utm_medium=copy_link

- @Pariwisata.Palembang . (2020, Juni 20). *SELAMAT BERAKHIR PEKAN DULUR SAHABAT WISATA PALEMBANG*. Dipetik Juli 26, 2021, dari Instagram : @Palembang.Pariwisata:
https://www.instagram.com/p/CBpE40igsDL/?utm_medium=copy_link
- @Pariwisata.Palembang. (2021, Juli 21). Dipetik Juli 26, 2021, dari Instagram : @Pariwisata.Palembang: https://www.instagram.com/p/CRn8MWogC-7/?utm_medium=copy_link
- @Pariwisata.Palembang. (2020, Desember 16). *Himbauan Untuk Menjaga Mobilitas melalui Promosi Kampung Al-Munawar*. Dipetik Juli 26, 2021, dari Instagram: @Pariwisata.Palembang:
https://www.instagram.com/p/CI1yi11AGaA/?utm_medium=copy_link
- @Pariwisata.Palembang. (2020, November 4). *Kampung Al-Munawar* . Dipetik Juli 26, 2021, dari Instagram : @Pariwisata.Palembang:
https://www.instagram.com/p/CHK3PrngFGt/?utm_medium=copy_link
- @Pariwisata.Palembang. (2020, Mei 2). *Pesan Promosi Dinas Pariwisata Kota Palembang*. Dipetik Juli 26, 2021, dari instagram :@Pariwisata.Palembang:
https://www.instagram.com/p/B_qZPcOg_-9/?utm_source=ig_web_copy_link
- Antara News. (2018, Agustus 20). *"Musi Thematic Festival" meriahkan Asian Games*. Dipetik Juni 16, 2021, dari Berita:AntaraNews:
<https://sumsel.antaranews.com/berita/339578/musi-thematic-festival-meriahkan-asian-games>
- Antara News. (2016, Februari 12). *Kampung Arab Palembang berbenah jelang Asian Games*. Dipetik Mei 29, 2021, dari Antara News:
<https://sumsel.antaranews.com/berita/301022/kampung-arab-palembang-berbenah-jelang-asian-games>
- Antara News. (2020, Agustus 28). *Pemprov Sumsel Dorong Pengembangan wisata Syariah di Kabupaten/Kota*. Dipetik Mei 19, 2021, dari <https://www.antaranews.com/berita/1693674/pemprov-sumsel-dorong-pengembangan-wisata-syariah-di-kabupaten-kota>

- Anugerah Pesona Indonesia. (2016). *About : Anugerah Pesona Indonesia*. Dipetik Juni 01, 2021, dari Anugerah Pesona Indonesia: <https://anugerahpesonaindonesia.com/about/>
- Assajidin.com. (2019, September 4). *Kota Palembang Terus Kembangkan Wisata Halal, ini Potensi dan Lokasi-lokasi Favoritnya*. Dipetik Mei 24, 2021, dari <https://assajidin.com/kota-palembang-terus-kembangkan-wisata-halal-ini-potensi-dan-lokasi-lokasi-favoritnya/>
- Badan Pusat Statistik. (2020, Juni 1). *Jumlah kunjungan wisman ke Indonesia Mei 2020 mencapai 163,65 ribu kunjungan*. Dipetik Desember 6, 2020, dari bps.go.id: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/07/01/1716/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-mei-2020-mencapai-163-65-ribu-kunjungan-.html>
- Charming Palembang . (t.thn.). Dipetik Juli 24, 2021, dari Profil Facebook Charming Palembang: https://m.facebook.com/charming.palembang/?__tn__=%7E%7E
- Crescent Rating. (2019). *Report&Publications : GMTI 2019*. Dipetik Maret 14, 2021, dari Crescent Rating: <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2019.html>
- CrescentRating. (2019). *Reports&Publications:Indonesia Muslim Travel Index 2019*. Dipetik Maret 24, 2021, dari CrescentRating.com: <https://www.crescentrating.com/reports/indonesia-muslim-travel-index-2019.html>
- Deklarasi News. (2020, November 6). *Palembang Tourism Fiesta Digelar di Mall Boemi Kedaton Lampung*. Dipetik Juli 13, 2021, dari Deklarasi News.com : <https://www.deklarasinews.com/palembang-tourism-fiesta-digelar-mall-boemi-kedaton-lampung/>
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan . (t.thn.). *Gallery Foto : Kampung Wisata Al-Munawar*. Dipetik Maret 31, 2021, dari south sumatra tourism: <https://southsumatratourism.com/gallery-foto/>

- Dinas Pariwisata Kota Palembang. (2020, Maret 30). *Kampung Al-Munawar*. Dipetik Februari 2, 2021, dari palembang-tourism.com: <https://palembang-tourism.com/berita-828-kampung-almunawar.html#>
- Dinas Pariwisata Kota Palembang. (2021, Februari 06). *MUSI TRAVEL FAIR 2021 RESMI DIBUKA*. Dipetik Maret 09, 2021, dari palembang-tourism.com: <https://www.palembang-tourism.com/berita-979-musi-travel-fair-2021-resmi-bibuka.html>
- Fakta.co. (2019, November 23). *Pemkot Palembang Gelar Famtrip Musi and Beyond 2019, Ini Tujuannya*. Dipetik Juni 16, 2021, dari faktual.co: <http://fakta.co/2019/11/23/pemkot-palembang-gelar-famtrip-musi-and-beyond-2019-ini-tujuannya/>
- FB: Charming Palembang . (2020, November 01). *Palembang Tourism Fiesta 2020*. Dipetik Juli 13, 2021, dari Facebook Charming Palembang : <https://www.facebook.com/charming.palembang/videos/palembang-tourism-fiesta-2020/3653542571371020/>
- Fornews . (2019, Februari 23). *Destinasi Wisata Kampung Arab Al-Munawar Sepi Pengunjung*. Dipetik Maret 18, 2021, dari Fornews.co: <https://fornews.co/news/destinasi-wisata-kampung-arab-al-munawar-sepi-pengunjung/>
- Genpi.co. (2019, Januari 11). *Dermaga di Kampung Wisata Al-Munawar Segera Diresmikan*. Dipetik Juni 15, 2021, dari Genpi.co : <https://www.genpi.co/berita/4973/dermaga-di-kampung-wisata-al-munawar-segera-diresmikan>
- Global Planet. (2019, Oktoebr 30). *Palembang Garap Potensi Halal*. Dipetik Desember 3, 2020, dari <http://globalplanet.news/berita/21195/palembang-garap-potensi-wisata-halal>
- Go Muslim. (2017, Februari 15). *Kini Kampung Arab Resmi Jadi Destinasi Wisata Budaya dan Religi di Kota Palembang*. Dipetik 1 Juni, 2021, dari Go Muslim.co.id:

- <https://www.gomuslim.co.id/read/news/2017/02/15/3217/kini-kampung-arab-resmi-jadi-destinasi-wisata-budaya-dan-religi-di-kota-palembang.html>
- IDN Times. (2018, Agustus 30). *5 Pesona Kampung Arab Al Munawar Palembang, Bikin Adem di Hati!* Dipetik Februari 2, 2021, dari IDN Times: <https://www.idntimes.com/travel/destination/jimmi-porwanto/kampung-arab-al-munawar-palembang-c1c2/5>
- Kemenkraf. (2019, Oktober 15). *Siaran Pers : Pariwisata Diproyeksikan Jadi Penyumbang Devisa Terbesar Lima Tahun ke Depan.* Dipetik Desember 1, 2020, dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI: <https://www.kemendparekraf.go.id/post/siaran-pers-pariwisata-diprojeksikan-jadi-penyumbang-devisa-terbesar-lima-tahun-ke-depan>
- Kementerian Keuangan. (t.thn.). *Undang Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan* . Dipetik Desember 1, 2020, dari <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. (2021, Februari 8). *Statistik Wisatawan Mancanegara.* Dipetik Maret 31, 2021, dari kemenkraf : <https://www.kemendparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi RI. (2019, April 2019). *5 Tahun Kembangkan Pariwisata Halal, Indonesia Akhirnya Raih Peringkat Pertama Wisata Halal Dunia 2019.* Dipetik Februari Senin, 2021, dari Kemenparekraf/Baparekraf Republik Indonesia: <https://www.kemenpar.go.id/berita/Narasi-Tunggal-%3A5-Tahun-Kembangkan-Pariwisata-Halal%2C-Indonesia-Akhirnya-Raih-Peringkat-Pertama-Wisata-Halal-Dunia-2019>
- Kompas.com. (2018, Oktober 25). *Strategi Marketing Pariwisata Sasar Wisatawan Milenial.* Dipetik Juli 12, 2021, dari Kompas.com : <https://travel.kompas.com/read/2018/10/25/221000227/strategi-marketing-pariwisata-sasar-wisatawan-milenial?page=all>
- Madani. (2018, Agustus 2). *Kampung Al-Munawar: Destinasi Wisata Budaya dan Religi Bernuansa Timur Tengah.* Dipetik Mei 29, 2021, dari MadaniNews:

<https://www.madaninews.id/2746/kampung-al-munawar-destinasi-wisata-budaya-dan-religi-bernuansa-timur-tengah.html>

Orator.id. (2020, Januari 25). *Berita: Mengapa Wisata Kampung Arab Al-Munawar Tak Ramai Lagi?* Dipetik Juni 01, 2021, dari Orator.id: <https://orator.id/2020/01/25/mengapa-wisata-kampung-arab-al-munawar-tak-ramai-lagi/>

Palembang Tourism Channel. (t.thn.). Dipetik Juli 24, 2021, dari Homepage Youtube Palembang Tourism Channel: https://youtube.com/channel/UCapVpzVvvvx_s4G98_v-92Q

Palembang.go.id. (2018, November 22). *Palembang Raih Dua Penghargaan Sekaligus Diajang Bergengsi API 2018*. Dipetik Mei 29, 2021, dari Palembang.go.id: <https://www.palembang.go.id/new/berita/read/649>

Pew Research Center. (2015, April 2). *The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050*. Dipetik Desember 1, 2020, dari Pew Research Center: <https://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>

Republika. (2017, Desember 17). *Sumsel Luncurkan Wisata Halal 2017*. Dipetik Mei 25, 2021, dari Leisure : Republika.co.id: <https://republika.co.id/berita/oiagah384/sumsel-luncurkan-wisata-halal-2017>

Suara Sumsel.Id. (2021, April 21). *Sejak Pandemi COVID 19 hingga Ramadhan Ini, Kampung Arab Almunawar Tutup*. Retrieved Juli 25, 2021, from Suara Sumsel.Id: <https://sumsel.suara.com/read/2021/04/28/120500/sejak-pandemi-covid-19-hingga-ramadhan-ini-kampung-arab-almunawar-tutup?page=all>

Sumeks.co. (2019, November 23). *Palembang Sabet Dua Penghargaan, Kategori Promosi Pariwisata Digital dan Destinasi Wisata Halal Terpopuler*. Dipetik Desember 3, 2020, dari Palembang Update: <https://sumeks.co/palembang-sabet-dua-penghargaan-kategori-promosi-pariwisata-digital-dan-destinasi-wisata-halal-terpopuler/>

- Tempo. (2017, Februari 11). *Al-Munawar Wisata Religi Pertama Di Palembang*. Dipetik Juni 1, 2021, dari Tempo.co: <https://nasional.tempo.co/read/845609/al-munawar-wisata-religi-pertama-di-palembang>
- Tribun News. (2018, April 04). *"Charming Palembang" Jadi Branding Pariwisata Kota Palembang*. Dipetik Juni 27, 2021, dari TribunNews: <https://palembang.tribunnews.com/2018/04/04/charming-palembang-jadi-branding-pariwisata-kota-palembang?page=2>
- Tribun News. (2018, November 23). *Al-Quran Akbar dan Kampung Al-Munawar Palembang Jadi Wisata Terpopuler API 2018*. Dipetik Juni 01, 2021, dari Palembang City: Al-Quran Akbar dan Kampung Al-Munawar Palembang Jadi Wisata Terpopuler API 2018: <https://palembang.tribunnews.com/2018/11/23/alquran-akbar-dan-kampung-al-munawar-palembang-jadi-wisata-terpopuler-api-2018>
- Tribun News. (2019, Februari 24). *Berita Palembang : Destinasi Wisata Kampung Arab Al-Munawar di 13 Ulu Palembang Masih Sepi Pengunjung, Ini Kendalanya*. Dipetik Maret 18, 2021, dari Tribun News: <https://palembang.tribunnews.com/2019/02/24/ddestinasi-wisata-kampung-arab-al-munawar-di-13-ulu-palembang-masih-sepi-pengunjung-ini-kendalanya>
- Tribun News. (2018, Desember 15). *Pemkot Palembang Fokus Kembangkan Wisata Halal, Targetkan Sumbang PAD 25 Persen*. Dipetik Juli 25, 25, dari Tribun News.com : <https://palembang.tribunnews.com/2018/12/15/pemkot-palembang-fokus-kembangkan-wisata-halal-targetkan-sumbang-pad-25-persen>