
MEDIA PROMOSI PINTU GERBANG MAJAPAHIT DI DINAS PARIWISATA KABUPATEN PATI MELALUI INSTAGRAM TOURIST INFORMATION CENTRE BERBAHASA MANDARIN

nisa faiqatul ariqah¹; dyah tjaturrini²

(Unsoed)

nisa.ariqah@mhs.unsoed.ac.id¹;

dyah.tjaturrini@unsoed.ac.id²;

Abstrak

Tulisan berjudul “Media Promosi Pintu Gerbang Majapahit Di Dinas Pariwisata Kabupaten Pati Melalui Instagram Tourist Information Centre Berbahasa Mandarin” merupakan hasil kerja praktek mahasiswa di Dinas Pariwisata Kabupaten Pati. Tujuan penulisan ini adalah mempromosikan salah satu destinasi wisata di Pati yaitu Pintu Gerbang Majapahit berbahasa Mandarin melalui Instagram Tourist Information Center. Penulis menggunakan 3 metode pengumpulan data yaitu : metode observasi partisipan, metode dokumentasi, dan studi pustaka. Dalam proses pembuatan promosi berbahasa Mandarin ini, penulis menggunakan tiga metode penerjemahan yaitu : metode penerjemahan sulih suara , metode penerjemahan etnografi dan komunikatif. Dengan menggunakan metode sulih suara karena isi dalam postingan Instagram Tourist Information Center lebih mengutamakan lisan . Diharapkan dengan menggunakan sulih suara berbahasa Mandarin akan dapat menarik perhatian calon wisatawan berbahasa Mandarin.

Kata kunci: media promosi, sulih suara, Instagram Tourist Information Center, bahasa Mandarin , Pintu Gerbang Majapahit.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang tidak diragukan lagi, salah satunya adalah kabupaten Pati. Kabupaten yang terletak di Jawa Tengah ini memiliki berbagai macam obyek wisata. Salah satu obyek wisata yang harus dikunjungi adalah Pintu Gerbang Majapahit. Pintu gerbang ini

terbuat dari kayu jati kuno yang mengandung nilai sejarah tentang kebudayaan kota Pati di masa lampau. Oleh sebab itu, obyek wisata ini juga merupakan media untuk merepresentasikan kota Pati dalam bidang pariwisata khususnya wisata budaya dan edukasi.

Pintu Gerbang Majapahit selain memiliki nilai sejarah masa lampau juga dijadikan ikon wisata yang menarik untuk dikunjungi baik oleh wisatawan domestic maupun asing. Wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Pati sangat banyak tetapi pada tahun 2020 kuantitas kunjungan wisatawan menurun karena adanya pandemi Covid-19. Berbasis data *Tourist Information Center* terjadi penurunan jumlah wisata akibat bencana pandemi. Berdasarkan data sebelum pandemi Covid-19 tahun 2016-2019 jumlah wisatawan yang berkunjung ke kabupaten Pati meningkat. Pada tahun 2016 terdapat 1.381.418 wisatawan nusantara dan 7 wisatawan mancanegara. Tahun 2017 terdapat 1.357.238 wisatawan nusantara dan 17 wisatawan mancanegara. Dan jumlah kunjungan wisatawan nusantara di tahun 2018 terdapat 1.621.395 dan 5 wisatawan mancanegara, sedangkan di tahun 2019 kunjungan wisatawan nusantara terdapat 1.739.481 dan 19 wisatawan mancanegara.

Dampak penurunan wisatawan diawali ketika pemerintah mulai menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), melarang setiap orang melakukan kegiatan di luar rumah dan membuat kerumunan massa. Hal ini tentu saja sangat berdampak pada jumlah wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Penurunan tersebut mengakibatkan banyak sekali obyek wisata yang kemudian harus tutup karena tidak adanya dana untuk memelihara dan merawat obyek wisata tersebut.

Untuk menghindari keadaan menjadi lebih buruk lagi, pengelola obyek wisata harus mencari solusi terbaik untuk mengatasi masalah ini. Keberlangsungan suatu obyek wisata harus tetap dipertahankan meski dalam masa pandemi. Promosi harus dilakukan dengan cara apapun agar

wisatawan baik lokal maupun mancanegara dapat memperoleh informasi obyek wisata kapan pun dan dimana pun mereka berada.

Potensi kunjungan wisatawan mancanegara perlu disikapi dengan adanya promosi berbahasa asing, khususnya berbahasa Mandarin. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik 2020 sebelum pandemi Covid-19 tercatat wisatawan berbahasa Mandarin menduduki peringkat ke-2 dengan jumlah kunjungan tertinggi di Indonesia. Oleh karena itu dibutuhkan solusi untuk memberikan pelayanan pariwisata yang lengkap dan sesuai. Solusi terbaik adalah dengan menyediakan promosi pelayanan pariwisata dalam bahasa asing salah satunya adalah ahasa Mandarin. Hal ini ditujukan bagi wisatawan mancanegara berasal dari Cina yang ingin mengetahui informasi tentang obyek wisata di Indonesia salah satunya adalah kabupaten Pati.

Salah satu obyek wisata yang ada di kabupaten Pati adalah Pintu Gerbang Majapahit. Pintu Gerbang Majapahit berada di kabupaten Pati. Pintu gerbang ini sarat dengan nilai sejarah dan merupakan salah satu ikon dari kabupaten Pati. Hal ini dapat dijadikan sebagai salah satu wisata sejarah yang sangat menarik jika memiliki informasi yang lengkap sehingga dapat dibaca dan diperoleh oleh wisatawan mancanegara.

Tugas memberikan promosi pelayanan pariwisata berada pada Dinas Pariwisata Kabupaten Pati. Dinas Pariwisata kabupaten Pati sebenarnya telah memiliki sejumlah media promosi tetapi masih dalam bahasa Indonesia. Promosi berbahasa asing khususnya bahasa Mandarin sangat diperlukan untuk menarik minat wisatawan mancanegara dimana pun mereka berada.

Promosi pariwisata berbahasa Mandarin dapat dioptimalkan melalui media sosial, khususnya dalam situasi pandemi seperti saat ini. Salah satu media populer adalah Instagram. Instagram merupakan media yang ideal digunakan penulis dalam promosi pariwisata. Hal ini sesuai dengan data

analisis media sosial yaitu *Socialbakers* tahun 2016 yang merilis tentang laporan pengaruh penggunaan Instagram dalam bidang promosi. Pengaruh tersebut terwujud dalam iklan dari tahun 2016 menyumbang sebesar 13,2% hingga tahun 2020 sebesar 36,5% mencapai 123,2 miliar dolar AS. Oleh karena itu, Instagram menjadi media strategis dalam dunia industri khususnya industri pariwisata.

Popularitas Instagram sebagai media promosi dalam industri pariwisata berperan vital. Meskipun penggunaan Instagram di Tiongkok sendiri dibatasi oleh pemerintah, tetapi di jaman yang semakin modern ini, orang-orang Cina juga dapat mengakses Instagram dengan adanya VPN. Hal ini dapat dilihat dengan adanya selebriti Cina dan mahasiswa yang menggunakan media Instagram untuk belajar bahasa asing.

Penggunaan Instagram selain digunakan untuk media promosi juga dapat digunakan untuk berbisnis serta menawarkan jasa seperti menjadi tutor bahasa Mandarin. Oleh karena itu, penulis memilih media Instagram untuk mempromosikan Pintu Gerbang Majapahit dalam bahasa Mandarin. Konten yang akan digunakan penulis berupa video dengan penjelasan sulih suara tentang Pintu Gerbang Majapahit. Diharapkan dengan penggunaan instragram dengan video sulih suara berbahasa Mandarin sebagai media promosi dapat menjangkau tidak hanya wisatawan lokal tapi juga bisa menjangkau wisatawan mancanegara, khususnya wisatawan Cina.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Penerjemahan

Dinas Pariwisata Kabupaten Pati memberikan tugas kepada penulis untuk mengunggah lewat Instagram TIC Pati yang berlatar belakang obyek wisata di kabupaten Pati berupa foto dan video berbahasa Mandarin.

Dalam membuat video berbahasa Mandarin penulis melalui proses penerjemahan dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Mandarin. Penulis menggunakan 3 tahap yaitu : tahap analisis, pengalihan makna, dan tahap restrukturisasi. Awalnya penulis melakukan tahap analisis. Tahap analisis ini dilakukan untuk menganalisis teks sumber (BSu) menjadi bahasa sasaran (BSa). Hal ini diperlukan agar dapat mengurangi tingkat kesalahan dalam proses penerjemahan dari BS uke dalam BSa.

Setelah melakukan tahap analisis, dilakukan tahap pengalihan makna atau tahap transfer. Pada tahap ini, penulis mencari padanan makna dari bahasa sumber (BSu) ke dalam bahasa sasaran (BSa) dengan metode komunikatif dan metode etnografi sebagai metode utama.. Kedua metode penerjemahan ini sangat dibutuhkan karen keterbatasan penulis dalam memahami bahasa Mandarin. Setelah menemukan padanan bahasa sasaran membantu memudahkan penulis dalam mentabulasi data. Untuk membantu dalam mentabulasi data, penulis langsung mengidentifikasi dan mengelompokan kosakata menjadi 3 bagian kelompok yang akan digunakan yaitu kosakata umum, kosakata khusus dan istilah budaya. Salah satu contoh istilah budaya bidang pariwisata dalam naskah sulih suara Instagram Tourist Information Center adalah sebagai berikut:

Istilah budaya bidang pariwisata dalam naskah *dubbing Instagram Tourist Information Center* dengan menggunakan metode komunikatif

No.	汉字 (Hanzi) atau Bahasa Mandarin	拼音 (Pinyin) atau Ejaan	Bahasa Indonesia
1.	Pintu Gerbang Majapahit 或所谓的 Lawang Kaputren 是一个惊人的文化遗产、以门的形式制成的古代柚木雕刻具有历史价值。	Pintu Gerbang Majapahit huò suǒwèi de Lawang Kaputren shì yīgè jīng rén de wén huà yí chǎn, yǐ mén de xīng shì zhì chéng de gǔ dài yòu mù diào kè jù yǒu lì shǐ jià zhí.	Pintu Gerbang Majapahit atau yang disebut Lawang Keputren merupakan salah satu peninggalan sejarah warisan budaya berupa pintu terbuat dari ukiran kayu jati kuno bernilai sejarah.

Tabel 1 Contoh Penerjemahan pada tahap analisis

<p>2.</p>	<p>Majapahit 王国建于大概公元 1293 年至 1527 年、位于 Jawa Timur 中心 Mojokerto 市。这个王国在 Hayam Wuruk 在他粉碎期间经历了荣耀并死后开始摧毁 (Hayam Wuruk 本人是 Majapahit 王国的第四位国王)。</p>	<p>Majapahit wángguó jiànyú dàgài gōngyuán 1293 nián zhì 1527 nián, wèiyú Jawa Timur zhōngxīn Mojokerto shì. Zhège wángguó zài Hayam Wuruk zài tā fēnsuì qǐjiān jīnglìle róngyào bìng sǐ hòu kāishǐ cuīhuǐ (Hayam Wuruk běnrén shì Majapahit wángguó de dì sì wèi guówáng)</p>	<p>Kerajaan Majapahit sendiri adalah sebuah kerajaan yang berpusat di Mojokerto Jawa Timur yang pernah berdiri sekitar tahun 1293 hingga 1527 M dan mulai mengalami kehancuran setelah Hayam Wuruk wafat (Hayam Wuruk sendiri adalah raja keempat Kerajaan Majapahit).</p>
<p>3.</p>	<p>在 1479 年 Raden Patah 统治时期被 Demak 王国的入侵摧毁。这扇门 Majapahit 王国历史遗产的证据。</p>	<p>Zài 1479 nián Raden Patah tǒngzhì shíqī bèi Demak wángguó de rùqīn cuīhuǐ, zhè shàn mén shì Majapahit wángguó lìshǐ yíchǎn de zhèngjù.</p>	<p>Pintu ini merupakan bukti peninggalan sejarah kerajaan Majapahit yang runtuh akibat invansi kerajaan Demak tahun 1479 pada masa pemerintahan Raden Patah.</p>

Tabel 2 Contoh istilah-istilah budaya

Tabel di atas merupakan salah satu contoh istilah budaya yang terdapat dalam naskah sulih suara Pintu Gerbang Majapahit dengan metode komunikatif. Sebelum mengubahnya ke dalam metode komunikatif penulis perlu membuat ide karangan terkait informasi tentang pengertian Pintu Gerbang Majapahit dengan metode etnografi. Berikut contoh teks naskah Pintu Gerbang Majapahit dengan metode etnografi :

Pintu Gerbang Majapahit atau yang disebut Lawang Keputren merupakan salah satu warisan budaya dan juga wisata lokal berupa pintu terbuat dari ukiran kayu jati kuno yang memiliki nilai sejarah tinggi. Menurut cerita pintu ini merupakan bekas zaman Hindu pada masa kerajaan yang paling berjaya di Nusantara pada abad 15 Masehi. Kerajaan Majapahit berada di Jawa Timur, tepatnya di Mojokerto yang berdiri pada tahun 1293-1527. Kerajaan Majapahit sendiri adalah salah satu kerajaan Hindu yang terkenal dan terbesar saat itu di nusantara. Berlokasi tepatnya di Mojokerto, Jawa Timur. Kerajaan ini mencapai masa kejayaan pada era Hayam Wuruk yang merupakan raja ke empat kerajaan Majapahit. Ditahun 1389, Hayam Wuruk wafat dan digantikan menantunya yaitu Wikramawardhana. Pada era Wikramawardhana mengalami keruntuhan ditambah lagi masuknya Kerajaan Islam di Pulau Jawa yaitu Kerajaan Demak.

Lawang Kaputren Bajang artinya adalah pintu masuk tempat persinggahan raja. Pada zaman kerajaan Majapahit, fungsi pintu ini digunakan sebagai pintu masuk ke tempat persinggahan raja dan keluarga yang diletakkan sekitar Taman Sari. Pintu ini merupakan bekas peninggalan kerajaan Hindu akibat adanya invasi kerajaan Islam yaitu kerajaan Demak. Keberadaan pintu gerbang Majapahit di Pati pun terkait dengan cerita rakyat tentang perebutan pintu ini dari Jawa Timur sampai ke Kabupaten Pati.

Pintu Gerbang Majapahit terletak di kabupaten Pati, kecamatan Margorejo, desa Muktiharjo. Pintu Gerbang Majapahit adalah sebuah cagar budaya dan juga merupakan salah satu wisata sejarah lokal. Kisah Pintu Gerbang Majapahit berawal dari seseorang yang bernama Raden Bambang Kebo Nyabrang. Ia merupakan anak dari Sunan Muria yang tidak dikenali oleh Sunan Muria sendiri sejak kecil. Raden Bambang Kebo Nyabrang diasuh oleh kakeknya sejak kecil. Agar Sunan Muria dapat mengambil Raden Bambang sebagai anak, kakek dari Raden Bambang memberikan persyaratan kepada Sunan Muria. Sunan Muria harus memindahkan Pintu Gerbang Majapahit Muria dari Mojokerto ke Gunung Muria dalam semalam. Dalam waktu yang bersamaan, salah seorang murid (Sunan Muria) yang bernama Raden Ronggo ingin menyunting Roro Pujiwat yaitu putri Sunan Ngerang dengan persyaratan ia harus dapat mengambil gerbang Majapahit ke Padepokan. Itu sebabnya muncul cerita rakyat tentang perebutan pintu ini dari Jawa Timur sampai ke Kabupaten Pati

Pintu ini masih sering dikunjungi wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Tujuan mereka Sebagian besar adalah untuk berziarah khususnya malam Jumat Kliwon. Selain itu Pintu Gerbang Majapahit ini sering dikunjungi untuk berwisata budaya sekaligus wisata edukasi karena banyak nilai sejarah yang menarik. Wisata edukasi sejarah ini ditujukan bagi anak SD, SMP, SMA maupun mahasiswa



Gbr. 1 Pintu Gerbang Majapahit, Kabupaten Pati

Tahap terakhir dalam proses penerjemahan yang harus dilalui adalah tahap restrukturisasi. Dalam tahap ini, penulis mentransfer makna atau mengalihkan pesan menjadi bentuk yang tepat sesuai dengan bahasa Mandarin dengan metode sulih suara .

1. Metode Penerjemahan

Penulis menggunakan tiga metode penerjemahan yaitu metode sulih suara sebagai metode penerjemahan lisan dan metode komunikatif serta metode etnografi sebagai metode penerjemahan tulis. Penulis menggunakan metode etnografi sebagai metode pendukung untuk mempermudah mencari dan menambahkan informasi tentang kebudayaan maupun sejarah kota Pati. Hal ini disebabkan karena naskah yang penulis tulis adalah merupakan salah satu warisan kebudayaan masyarakat pada zaman dulu. Tetapi penulisan dengan metode etnografi masih dianggap kaku karena masih terbilang rumit dalam penyusunan struktur kalimat maupun tata bahasanya, sehingga perlu disempurnakan dengan menggunakan metode lainnya yaitu metode komunikatif. Hal ini bertujuan agar penyampaian dari bahasa sumber ke bahasa sasaran dapat dipahami oleh pembaca maupun pendengar.

Penggunaan metode komunikatif sangat membantu dalam memberikan informasi kepada penonton secara jelas. Untuk menghasilkan

video dengan sulih suara yang menarik dan tidak membosankan penulis menggunakan metode komunikatif ini. Video dengan sulih suara ini s dapat dijadikan sebagai media promosi. Metode sulih suara akan membuat penonton lebih fokus pada informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, penulis menggunakan ketiga metode tersebut untuk membantu mempermudah penulis dalam proses pembuatan video Pintu Gerbang Majapahit agar mendapatkan hasil yang maksimal.

2. Kendala dan Solusi

Proses promosi obyek wisata Pintu Gerbang Majapahit dalam bentuk video promosi dalam Instagram Tourist Center milik DINPORAPAR Pati mengalami beberapa kendala. Kendala tersebut bukan hanya minimnya penguasaan kosa kata terkait obyek wisata Pintu Gerbang Majapahit , tetapi juga belum adanya promosi berbahasa aing salah satunya bahasa Mandarin dimedia sosial milik Dinas Pariwisata kabupaten Pati. Hal ini menyebabkan sulitnya memperoleh referensi tentang apa yang harus penulis lakukan untuk kegiatan promosi di media sosial. Kendala lainnya adalah adanya Covid-19 dimana pegawai maupun anak magang wajib melakukan kegiatan di rumah (*Work from Home/WFH*).

Kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan pemilihan dan penggunaan metode penerjemahan yang sesuai baik itu penerjemahan lisan maupun tulis. Kendala lain yaitu kesulitan untuk mendapatkan foto-foto terkait obyek wisata Pintu Gerbang Majapahit didapatkan dengan menjalani protokol Kesehatan yang sangat ketat. Diperlukan surat dinas/surat jalan untuk mengambil foto-foto terkait. Penulis juga melakukan perbandingan dengan mencari referensi penerjemahan pariwisata lainnya salah satunya adalah Candi Borobudur.

Dari sinilah penulis mempermudah penulis untuk bisa mengembangkan informasi-informasi apa saja yang akan disampaikan

kepada pengguna media sosial. Itulah sebabnya mengapa penulis menggunakan metode dokumentasi dan studi pustaka sebagai metode pengumpulan data. Selain itu penulis juga menggunakan metode observasi partisipan dengan turut melakukan kegiatan perjalanan dinas dengan staf Dinporapar Kota Pati untuk mendapatkan informasi lebih valid dan akurat. Informasi yang disampaikan penulis juga dapat dipertanggungjawabkan karena sebelum mengunggah penulis meminta ijin dengan juru kunci, petugas, dan kepala Dinas Pariwisata bidang pemasaran.

Dengan adanya video promosi dengan sulih suara bahasa Mandarin dalam Instagram Tourist Information Center milik Dinporapar Pati, dapat memberikan informasi yang jelas terkait Pintu Gerbang Majapahit ini. Adanya pandemi Covid-19, banyak orang yang yang tidak dapat bepergian langsung dan hanya dapat memperoleh segala informasi melalui internet. Diharapkan dengan adanya video promosi sulih suara bahasa Mandarin melalui Instagram ini semua informasi dapat dijangkau dengan mudah. Video promosi ini sifatnya permanen, sehingga semua orang kapan pun dan dimana pun dapat menyaksikan. Dalam kesulitan mencari dan mengelompokan data kosakata umum, kosakata khusus, dan istilah budaya. Pengelompokan kosatakata menjadi 3 bagian ini di lakukan penulis untuk membantu membedakan kosakata dengan klarifikasinya. Untuk membantu dalam mengklarifikasi kosakata tersebut, penulis membandingkan dengan menggunakan metode etnografi dan metode komunikatif. Tujuan membandingkan metode etnografi dengan metode komunikatif yaitu dapat menemukan perubahan kata sumber yang tidak ada penjelasannya seperti Pintu Gerbang Majapahit, kerajaan Majapahit, Raden Bambang Kebo Ireng, Raden Ronggo dan lain sebagainya. Sehingga mempermudah penulis dalam pengelompokan kosakata-kosakata tersebut.

KESIMPULAN

Keterbatasan media promosi di Dinas Pariwisata kabupaten Pati mulai dari bahasa maupun informasi yang disampaikan belum sepenuhnya membuat wisatawan baik lokal maupun mancanegara tertarik untuk datang ke kabupaten Pati, khususnya wisatawan berbahasa Mandarin. Oleh sebab itu dibutuhkan suatu video promosi bahasa Mandarin dengan metode sulih suara dalam Instagram Tourist Information Center milik Dinporapar Kabupaten Pati. Video promosi berbahasa Mandarin ini meskipun dalam penyampaiannya agak sedikit berbeda teks engan videonya karena ada beberapa istilah budaya yang disesuaikan, tetapi makna yang dihasilkan tetap sama.

Hal ini karena dalam pembuatan video promosi ini menggunakan metode sulih suara , metode etnografi dan metode komunikatif sehingga video tersebut lebih menarik dan dapat dipahami lebih mudah. Penggunaan dan pemilihan kosa kata yang mudah sangat efektif dalam pemberian informasi terkait Pintu Gerbang Majapahit. untuk menjelaskan teks naskah tersebut. Penyampaian informasi dengan lisan akan membuat penonton lebih tertarik terhadap apa yang kita sampaikan dan video yang dihasilkan tidak membosankan. Penulis berharap adanya promosi berbahasa asing khususnya bahasa Mandarin, wisatawan mancanegara khususnya wisatawan berbahasa Mandarin dapat berkunjung ke kabupaten Pati setelah pandemi Covid-19 berakhir.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A, Yoeti. 1995. Pengantar Ilmu Kepariwisata. Yogyakarta : Erlangga.
- Arjana, Gusti Bagus. 2016. Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Jakarta: PT Raja Grafindo.

- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita.
- Christie Mill, Robert. 2000. Tourism The Internasional Bussines. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Machali, Rochayah. 2000. Pedoman Bagi Penerjemah. Jakarta: PT Grasindo.
- Majdi, Udo Yamin Efendi. 2007. Quranic Quotient. Jakarta: Qultum Media
- Mardalis.1999. Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal .Jakarta: Bumi Aksara.
- Mill, Robert Christie. 2000. Tourism The International Bussiness Edisi Satu. Diterjemahkan oleh Tri Budi Sastrio. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Nababan, M.R. 2003. Teori Menerjemah Bahasa Inggris. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nababan. 1989. Sociolinguistik dan Pengajaran Bahasa. Jakarta: Lembaga Bahasa Unika Atma Jaya.
- Nazir. 1998. Metode Penelitian. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Pendit, Nyoman Suwandi. 2002. Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana, Cetakan Ketujuh. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pitana, I Gede dan Diarta, Ketut Suryo. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Riyanto, Yatim. 2010. Metodologi Penelitian Pendidikan. Surabaya : Penerbit SIC.
- S, Arikunto. 2006. Metodologi penelitian. Yogyakarta: Bina Aksara.
- S. Pendit, Nyoman. 1999. Ilmu Pariwisata. Jakarta: Penerbit PT Pradyanta Paramita.
- Spillane, James J. (2003). Pariwisata dan Wisata Budaya. CV. Rajawali.
- Suwantoro, G. (2004). Dasar-dasar Pariwisata. Penerbit Andi Yogyakarta.

Wahid, Abdul. 2015. Strategi Pengembangan Wisata. Bandung : Alfabeta...

Jurnal

Junaid, Ilham. 2015. Etika penelitian pariwisata, perspektif teori dan praktik. Jurnal Ilmiah Pariwisata, Vol. 20 No. 1, Hal.14-30.

Ummatin, Khoiru. 2015. Analisis Teknik Penerjemahan Subtittling Film Lesson For An Assassin Di JTV. Vol. 2, No. 2, Hal. 78 – 90.

Internet

Abbas. 2008. <http://www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-dubbing/>. Diakses pada 5 Juni 2021 pukul 21.30 WIB.

<https://tic.patikab.go.id/halaman/detail/data-jumlah-kunjungan-wisata-kabupaten-pati-2016--2019> . Diakses pada 1 Desember 2020. Pukul 19.48 WIB

Kodhyat,H. 2014.

<http://tabeatamang.wordpress.com/2012/08/24/definisi-pariwisata-menurut-beberapa-ahli/>). Diakses pada 5 Juni 2021. Pukul 21.30 WIB.

<https://www.materibelajar.id/2016/09/pengertian-contoh-kata-umum-dan-khusus>. Diakses 18 Juni 2021. Pukul 21.06 WIB.

<https://www.socialbakers.com/blog/2608-instagram-updates-every-marketer-needs-to-know>. Diakses 11 Juli 2021. Pukul 8.30 WIB.