

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan kontribusi Nederlandsch Indische Touristen Bureau (NITOUR) dalam mempopulerkan destinasi wisata di Hindia Belanda tahun 1928-1942. Latar belakang penelitian ini ialah abad ke-20 Hindia Belanda mengalami perubahan diantaranya sektor pariwisata yang mulai berkembang pesat, sehingga dibentuk biro perjalanan wisata NITOUR. Penelitian ini menggunakan metode penelitian sejarah yang terdiri dari 4 tahapan yakni heuristik, kritik sumber, interpretasi, dan historiografi. Skripsi ini menggunakan surat kabar yang diterbitkan *Algemeen Handelsblad*, *Bataviaasch Nieuwsblad*, *De Indische Courant*, *De Locomotief*, *De Sumatra Post*, *Deli Courant*, *Dagblad Voor Sumatra*, *Het Nieuws van den Dag voor Nederlandsch-Indië*, *Twentsch Dagblad Tubantia en Enschedesche Courant*. Sumber primer lainnya berbentuk majalah *De Bergculture*, *De Nederlandsche Handel-Maatschappij*, *N. V.*, *Java's heerlijkheid en Glorie*, *Uitgave van Mooi Bandoeng*, *Maandblad van Bandoeng en Omstreken*. Penelitian ini juga menggunakan buku sezaman yaitu *Rotterdamsche Lloyd*, dan *Wat ik zag in Indie*. Teknik dokumentasi data peneliti menggunakan teknik studi pustaka dan studi dokumentasi. Penelitian ini diawali dengan studi literatur yang berbantuan dengan instrumen penelitian yaitu sistem kartu untuk menemukan fakta-fakta sejarah mengenai NITOUR. Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, latar belakang terbentuknya NITOUR karena wisata Hindia Belanda menurut pemerintah Belanda memiliki potensi untuk dijadikan destinasi wisata sehingga diperlukan biro perjalanan profesional untuk menangani kegiatan wisata maka dibentuk NITOUR, strategi yang dilakukan oleh NITOUR sangat banyak mulai dari strategi pemasaran, penggunaan media cetak seperti surat kabar, majalah, buku, selain itu NITOUR melakukan pengembangan jaringan layanan wisata seperti menyediakan paket wisata dan bekerjasama dengan biro perjalanan mancanegara, keberadaan NITOUR memberikan dampak bagi Hindia Belanda, dampak ini ialah jumlah wisatawan, peningkatan standarisasi pelayanan wisata, promosi pariwisata Hindia Belanda Terogranisir, perhotelan, transportasi, serta dampak ekonomi, sosial, dan budaya yang dirasakan.

Kata Kunci: NITOUR, Promosi, Pariwisata, Hindia Belanda.

ABSTRACT

This study aims to describe the contribution of the Nederlandsch Indische Touristen Bureau (NITOUR) in popularizing tourist destinations in the Dutch East Indies between 1928 and 1942. The background to this study is that in the 20th century, the Dutch East Indies underwent changes, including rapid growth in the tourism sector, which led to the establishment of the NITOUR travel agency. This study employs a historical research method comprising four stages: heuristics, source criticism, interpretation, and historiography. This thesis uses newspapers published by *Algemeen Handelsblad*, *Bataviaasch Nieuwsblad*, *De Indische Courant*, *De Locomotief*, *De Sumatra Post*, *Deli Courant* *Dagblad Voor Sumatra*, *Het Nieuws van den Dag voor Nederlandsch-Indië*, *Twentsch Dagblad Tubantia*, and *Enschedesche Courant*. Other primary sources include the magazines *De Bergculture*, *De Nederlandsche Handel-Maatschappij*, *N. V.*, *Java's heerlijkheid en Glorie*, *Uitgave van Mooi Bandoeng* *Maandblad van Bandoeng en Omstreken*. This research also uses contemporary books such as *Rotterdamsche Lloyd* and *Wat ik zag in Indie*. The researcher's data documentation techniques include literature review and documentation study. This research began with a literature study assisted by a research instrument, namely a card system, to find historical facts about NITOUR. Based on the results obtained in this study, the background to the formation of NITOUR was that Dutch East Indies tourism, according to the Dutch government, had the potential to be developed into a tourist destination, thus requiring a professional travel agency to manage tourism activities, leading to the establishment of NITOUR. The strategies implemented by NITOUR were numerous, ranging from marketing strategies to the use of print media such as newspapers, magazines, and books. Additionally, NITOUR developed tourism service networks, such as offering tourism packages and collaborating with international travel agencies. The existence of NITOUR had an impact on the Dutch East Indies, including an increase in the number of tourists, improved tourism service standards, organized promotion of Dutch East Indies tourism, hospitality, transportation, as well as economic, social, and cultural impacts that were felt.

Keywords: NITOUR, Promotion, Tourism, Dutch East Indies.