

**KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KABUPATEN
TAPANULI TENGAH DALAM PENGEMBANGAN
DESTINASI WISATA PANTAI INDAH PANDAN**

SKRIPSI

Oleh :

MUHAMMAD FADLY TAMBUNAN

NPM 1803110030

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2022

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama : **MUHAMMAD FADLY TAMBUNAN**
NPM : 1803110030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA
KABUPATEN TAPANULI TENGAH DALAM
PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA
PANTAI INDAH PANDAN**

Medan, 07 Oktober 2022

PEMBIMBING



Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI



AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom

DEKAN



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : MUHAMMAD FADLY TAMBUNAN
NPM : 1803110030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Jum'at, 07 Oktober 2022
Waktu : Pukul 08:00 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr.ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom

(*Abir*)

PENGUJI II : ELVITA YENNI, S.S, M.Hum

(*Elvita*)

PENGUJI III : Dr.IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP

(*Irwan*)

PANTIA PENGUJI

Ketua

(*Arifin Saleh*)



Sekretaris

(*Abir*)

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.Si. Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Muhammad Fadly Tambunan**, NPM **1803110030**, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kerjasama di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 07 Oktober 2022

Yang menyatakan,



MUHAMMAD FADLY TAMBUNAN

**KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KABUPATEN TAPANULI
TENGAH DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA PANTAI
INDAH PANDAN**

**Muhammad Fadly Tambunan
1803110030**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dalam Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Indah Pandan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi, komunikasi pariwisata, teori teknik pengembangan destinasi pariwisata. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Informan dalam penelitian ini berjumlah tujuh orang yaitu kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah, dua orang pedagang disekitar objek Wisata Pantai Indah Pandan dan empat orang pengunjung Wisata Pantai Indah Pandan. Teknik analisis data adalah *Interview* (wawancara) atau *Observasi* (Pengamatan). Hasil penelitian yang dapat disimpulkan bahwa pengembangan Wisata Pantai Indah Pandan yang dilakukan oleh dinas pariwisata Tapanuli Tengah yaitu sarana dan prasarana secara berkala seperti kamar mandi, tempat ibadah (musholah), panggung acara-acara tertentu dan event tertentu. Dengan adanya Ekowisata Pantai Indah Pandan tentunya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah Tapanuli Tengah semakin berkembang pesat.

Kata Kunci : Komunikasi, Pariwisata, Pengembangan, Destinasi, Wisata

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kemampuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan tepat waktu. Skripsi yang berjudul “**Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Indah Pandan**” yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Penulis menyadari bahwa isi yang terkandung dalam penulisan Skripsi ini belum sempurna, hal ini disebabkan oleh terbatasnya waktu, kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki dalam penyajiannya. Dengan petunjuk dan bantuan serta bimbingan yang diberikan kepada penulis dari berbagai pihak maka penyelesaian atas Skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Pada kesempatan ini, Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada Kedua orang tua yang tercinta ayahanda Hasrifay Tambunan dan ibunda Paida Sitompul serta adik Rifany Afriyani Tambunan, Difa Arfauziah Tambunan, Muhammad Fachru Rozy Tambunan dan keluarga tercinta yang telah bekerja keras memotivasi baik secara moril maupun material kepada penulis. Dan tidak lupa penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Agussani, M.AP., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dra. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos. M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah, S.Sos. M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Irwan Syari Tanjung S.Sos, M.AP selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, bimbingan, petunjuk serta bantuan dalam perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini.
8. Seluruh Dosen, Pegawai, dan Staff pada Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Seluruh keluarga saya yang turut serta dalam membantu jalannya skripsi.
10. Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dan Wisatawan Lokal
11. Teman saya di Sibolga/Tapteng dan teman saya di Komplek Perumahan Medan Estate.

Harapan penulis semoga Skripsi ini dapat member manfaat bagi semua pihak yang membacannya, khususnya Mahasiwa/I Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih atas segala partisipasinya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, September 2022

Penulis

MUHAMMAD FADLY TAMBUNAN

NPM 1803110030

DAFTAR ISI

ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	6
1.4. Sistematika Penulisan	6
BAB II URAIAN TEORITIS	8
2.1. Komunikasi.....	8
1. Pengertian Komunikasi	8
2. Unsur atau Komponen Komunikasi	9
3. Fungsi dan Tujuan Komunikasi.....	11
4. Strategi Komunikasi	13
2.2. Pariwisata	16
2.3. Komunikasi Pariwisata.....	17
2.4. Pengembangan Destinasi Pariwisata	23
2.5. Wisatawan	24
2.6. Kerangka Teori.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1. Metode Penelitian.....	23
3.2. Jenis Penelitian	23
3.3. Kerangka Konsep	24
3.4. Defenisi Konsep	25
3.5. Kategorisasi Penelitian	26

3.6. Informan atau Narasumber	26
3.7. Teknik Pengumpulan Data	27
3.8. Teknik Analisis Data	28
3.9. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1. Penyajian Data.....	29
4.2. Hasil Penelitian.....	30
Informan I	30
Informan II.....	32
Informan III.....	33
Informan IV	33
Informan V.....	34
Informan VI	35
Informan VII.....	36
4.3. Pembahasan Data.....	37
A. Objek yang dirsepsi :	37
B. Perhatian Terhadap Objek.....	38
C. Proses Stimulus	38
D. Minat/Ketertarikan Terhadap Objek.....	38
E. Objek Dan Daya Tarik Wisata	39
F. Sarana Dan Prasarana Wisata	39
G. Tata Laksana	40
H. Masyarakat	40
BAB V PENUTUP	41
5.1. Simpulan.....	41
5.2. Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	25
Tabel 4.2 Kategorisasi Penelitian.....	26

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat penting bagi perekonomian di Indonesia. Perkembangan pariwisata yang begitu pesat menjadikannya sebagai salah satu sektor unggulan dalam perekonomian nasional. Dengan adanya banyak rute penerbangan, daerah tujuan wisata, serta naiknya akomodasi yang mengartikan bahwa potensi tinggi ada pada pariwisata dalam peningkatan ekonomi suatu negara (Yulianti 2020). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pariwisata secara umum merupakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan sebuah perjalanan rekreasi; turisme; pelancongan.

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki kekayaan alam yang melimpah menjadikan sektor pariwisata berperan besar dalam meningkatkan taraf perekonomian masyarakat tempat tujuan wisata, dan yang nanti akan tumbuhnya usaha kecil menengah sebagai wujud nyata kontribusi sektor pariwisata dalam membangun masyarakat yang sejahtera. Selain itu, kemampuan dari tiap-tiap daerah harus lebih ditingkatkan lagi dalam hal pengelolaan, sehingga sinergi antara pemerintah pusat dalam hal ini Kementerian Pariwisata dan Pemerintah Daerah maupun swasta dapat di tingkatkan agar terwujudnya program pemerintah Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Indonesia.

Pariwisata memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi melalui beberapa jalur yaitu yang Pertama, sektor pariwisata sebagai penghasil devisa

untuk meningkatkan ekonomi negara. Kedua, pengembangan pariwisata memajukan bidang infrastruktur. Ketiga, pengembangan sektor pariwisata mendorong meningkatnya sektor-sektor ekonomi yang lainnya. Keempat, pariwisata ikut berkontribusi dalam peningkatan kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan. Kelima, pariwisata menyebabkan *positive economies of scale*, maksudnya menyebabkan perbaikan ekonomi dalam masyarakat. Pariwisata juga merupakan faktor penting dalam penyebaran teknik pengetahuan masyarakat, mendorong penelitian dalam masyarakat dan juga persebaran kekuasaan dalam kehidupan masyarakat. Pariwisata merupakan suatu bentuk sektor ekonomi yang penting bagi suatu negara dan suatu bentuk sektor ekonomi yang menjanjikan bagi masyarakat yang tinggal dalam kawasan pariwisata (Yakup 2019).

Sektor pariwisata di Indonesia dari tahun ke tahun terus berkembang pesat dalam meningkatkan devisa negara. Terbukti dari penerimaan devisa pariwisata pada tahun 2016 sebesar US\$ 11,206 Miliar dan ditahun 2017 sebesar US\$ 13,139 Miliar, pada tahun 2018 sebesar US\$ 16,426 Miliar serta pada tahun 2019 sebesar US\$ 17,6 Miliar (Katadata 2021). Meningkatnya devisa Negara tersebut salah satunya disebabkan oleh potensi wisata yang ada di Indonesia sehingga menarik perhatian warga negara asing ke Indonesia. Data ini menunjukkan bahwa pariwisata merupakan sektor sangat berpengaruh terhadap devisa negara Indonesia sehingga sektor ini sangat potensial untuk di kembangkan sebagai penopang ekonomi.

Pengembangan dan pendayagunaan pariwisata secara optimal mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, mempertimbangkan hal

tersebut maka penanganan yang baik sangat diperlukan dalam upaya pengembangan objek-objek wisata di Indonesia. Indonesia memiliki beragam jenis wisata yang tersebar di berbagai provinsi dan daerah, salah satunya Kabupaten Tapanuli Utara provinsi Sumatera Utara.

Kabupaten Tapanuli Tengah sebagai salah satu daerah di Sumatera Utara yang memiliki kekayaan akan tempat wisatanya dan aktivitas wisata yang terkenal dengan sebutan Negeri wisata sejuta pesona dalam mendorong dan terbentuknya pembangunan ekonomi untuk lebih berusaha mengembangkan potensi wisata yang dimiliki secara tidak langsung Kabupaten Tapanuli Tengah dikenal dengan Kabupaten yang memiliki beberapa obyek wisata pantai dan beberapa gugusan pulau yang indah jika dipandang mata.

Potensi pariwisata bahari di Kabupaten Tapanuli Tengah sangat besar dengan panjang garis pantai di pesisir Barat Pulau Sumatera \pm 200 km memiliki pantai – pantai yang indah, pulau – pulau kecil yang tersebar di samudera hindia lebih dari 25 pulau dengan keindahan pantai dan pesona ekosistem bawah lautnya seperti terumbu karang dan ikan hias di gugus pulau mursala dan pulau unggas.

Pantai indah pandan terletak di posisi yang sangat strategis yang tidak jauh dari pemukiman penduduk dan mudah dijangkau pengunjung. Di tambah dengan potensi laut Tapanuli Tengah yang baik, seperti makanan laut (*sea food*) yang melimpah seharusnya obyek wisata ini dapat menjadi daya tarik wisata dan menjadi wisata yang dapat diunggulkan di Tapanuli Tengah. Namun wisata ini belum dikelola secara profesional sebagai tempat wisata bagi turis lokal maupun mancanegara. Obyek wisata harus dikelola dan dirancang secara profesional

sehingga dapat menarik minat para wisatawan untuk berkunjung. Mengembangkan suatu obyek wisata harus dibangun sedemikian rupa berdasarkan kriteria yang cocok dengan daerah tersebut.

Pantai indah pandan menjadi sebuah lokasi yang menarik, mempesona sekaligus menjadi pendorong dan pembuka pintu wisatawan menikmati panorama alam maupun pulau-pulau lain yang ada di wilayah kabupaten Tapanuli Tengah menjadi pendukung program negeri wisata sejuta pesona. Kemajuan yang signifikan terhadap Pantai Indah Pandan tidak dapat dipungkiri dengan melihat kondisi pembangunan yang saat ini masih terus berlanjut hal ini dapat kita lihat sendiri dengan tersedianya berbagai infrastruktur yang telah dibangun walaupun semuanya belum sepenuhnya rampung.

Pengembangan kawasan pariwisata yang merupakan bagian kegiatan ekonomi yang multi dimensional yang tidak hanya mempunyai tujuan akhir berupa output ekonomi atau nilai finansial yang diperoleh tetapi menyangkut persoalan sosial, agama, budaya, dan keamanan yang bahkan menjadi ruh pariwisata untuk dieksploitasi menjadi daya tarik wisata yang mempunyai daya jual tinggi. Pariwisata dapat berkembang menjadi industri pariwisata yang melibatkan kepentingan berbagai pihak. Dalam pelaksanaan pengembangan destinasi wisata di kabupaten Tapanuli Tengah tahun 2019 sudah mengupayakan pelaksanaan pelatihan tata kelola destinasi wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah yang mana pelatihan ini rutin dilakukan setahun sekali. Dengan melihat berbagai permasalahan industri pariwisata di Kabupaten Tapanuli Tengah perkembangan

destinasi pariwisata dan pemberdayaan masyarakat harus dilakukan antara pemerintahan provinsi dengan pemerintahan kota/kabupaten.

Salah satu timbulnya permasalahan yang mendasar dalam pengembangan dan peningkatan wisata di Kabupaten Tapanuli Tengah secara umum adalah kurang gencarnya penggunaan media komunikasi dan minimnya pengemasan produk penunjang objek wisata yang dikembangkan. Pengembangan komunikasi pariwisata dan pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan destinasi wisata belum dilakukan secara terintegrasi. Padahal komunikasi berperan penting dalam pembangunan pariwisata khususnya desa wisata melalui pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata.

Suatu hal yang sangat menarik untuk dinikmati pada saat menjelang matahari tenggelam diufuk barat para wisatawan sibuk memotret untuk dokumentasi keindahan bumi Tapanuli Tengah sehingga tidak kalah saing dengan objek wisata yang ada di seluruh Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian di Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dengan judul **“Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Indah Pandan”**

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dalam Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Indah Pandan

1.3. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dalam Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Indah Pandan.

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai teori-teori dengan kajian tentang komunikasi pariwisata dan teori-teori tentang pengembangan destinasi wisata panatai indah pandan.
- b. Secara Akademis, hasil peneliti ini diharapkan dapat mengembangkan dan memperluas penelitian komunikasi, khususnya Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- c. Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak terkait dalam membuat kebijakan atau strategi pengembangan destinasi wisata pantai indah pandan.

1.4. Sistematika Penulisan

BAB I : Berisikan pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah, perumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : Uraian teoritis yang menguraikan teori dan konsep penelitian mengenai komunikasi dinas pariwisata kabupaten tapanuli tengah dalam pengembangan detinasi pantai indah pandan.

- BAB III : Persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang metodologi penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi, informan/narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian serta sistematika penulisan.
- BAB IV : Pembahasan yang menguraikan tentang ilustrasi penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.
- BAB V : Penutup yang menguraikan tentang simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama-sama, disini maksudnya adalah sama makna. Suatu percakapan dapat dikatakan komunikatif apabila komunikan dan komunikator saling mengerti bahasa dan makna bahan percakapan. Komunikasi harus informatif juga persuasif, dengan kata lain, komunikasi tidak hanya bertujuan agar orang lain sebatas mengerti dan mengetahui, tapi juga agar orang lain menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan sesuatu kegiatan, dan lain-lain. Setelah menyadari pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik. Maka komunikasi yang pada awalnya merupakan pengetahuan kini menjadi ilmu. Seperti ilmu-ilmu lainnya, ilmu komunikasi pun menyelidiki gejala-gejala komunikasi secara ontologis (pengertian), aksiologis (proses), dan epistemologis (tujuan). Pada hakikatnya, proses komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan).

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar-menukar pendapat komunikasi dapat juga diartikan hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok (Bisri 2018). Menurut (Baran 2012) komunikasi adalah transmisi pesan dari satu sumber kepada

penerima. Ilmu Komunikasi merupakan salah satu ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisipliner. Itu semua terjadi karena ilmu komunikasi berkembang dari beberapa pendekatan (Surip 2013)

Menurut (Harapan, Ahmad, and MM 2022) berpendapat bahwa istilah komunikasi diadopsi dari bahasa Inggris yaitu ”*communication*”. Istilah ini berasal dari bahasa Latin “*communicare*” yang bermakna membagi sesuatu dengan orang lain, memberikan sebagian untuk seseorang, tukar-menukar, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan, berteman, dan lain sebagainya.

2. Unsur atau Komponen Komunikasi

Kata “unsur” atau “komponen” dalam kamus bahasa Indonesia dijelaskan sebagai bagian dari keseluruhan aspek yang membentuk suatu aktivitas atau kegiatan tertentu. Jadi komunikasi itu sebagai sebuah aktivitas, proses, atau kegiatan terbentuk oleh karena adanya unsur-unsur komunikasi (Effendy, 2006).

Unsur atau Komponen komunikasi dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Komunikator adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan tersebut diproses melalui pertimbangan dan perencanaan dalam pikiran. Proses dan perencanaan tersebut berlanjut kepada proses penciptaan pesan. Dengan demikian penciptaan pesan, untuk selanjutnya mengirimkannya dengan saluran tertentu kepada orang atau pihak lain.
2. Komunikan adalah penerima pesan. Sebenarnya komunikan tidak hanya sekedar menerima pesan, melainkan juga menganalisis dan menafsirkannya sehingga dapat memahami makna pesan tersebut

3. Pesan pada hakikatnya merupakan sebuah komponen yang menjadi isi komunikasi. Pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk membuatnya konkret agar dapat dikirim dan diterima oleh komunikan.
4. Media ialah suatu sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari seorang komunikator kepada komunikan. Terdapat dua jalan agar pesan komunikator sampai ke komunikannya, yaitu tanpa media (nonmediated communication yang berlangsung secara face to face, tatap muka), atau dengan media
5. Efek Komunikasi adalah pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga tataran pengaruh dalam diri komunikan.
 - a. Kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu)
 - b. Afektif (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu)
 - c. Psikomotorik (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu).
6. Umpan balik atau *feedback*, merupakan respon atau tanggapan seorang komunikan setelah mendapatkan terpaan pesan. Dalam komunikasi dinamis, sebagaimana diutarakan, komunikator dan komunikan terus menerus saling bertukar peran. Karenanya umpan balik pada dasarnya adalah pesan juga yakni ketika komunikan berperan sebagai komunikator.

3. Fungsi dan Tujuan Komunikasi

a. Fungsi Komunikasi

Apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, dan idem aka fungsinya dalam setiap system sosial adalah sebagai berikut:

1. Informasi: pengumpulan, penyimpanan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti, dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi (Pemasyarakatan): menyediakan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di masyarakat.
3. Motivasi: menjelaskan tujuan setiap tujuan masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihan an keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
4. Perdebatan dan diskusi: menyediakan dan saling bertukar faktayang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah public, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperluakn untuk kepentingan umum agar masyarakat

lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama di tingkat nasional dan lokal.

5. Pendidikan: pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentuk watak dan pendidikan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
6. Memajukan kebudayaan: penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.
7. Hiburan: penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan *image* dari drama, tari, kesenian, kesusasteraan, music, olah raga, permainan dan lain-lain untuk rekreasi, kesenangan kelompok dan individu.
8. Integrasi: menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal, saling mengerti, saling menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

b. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi disini menunjuk kepada suatu harapan atau keinginan yang dituju oleh pelaku komunikasi. Secara umum Harold D Lasswell menyebutkan bahwa tujuan komunikasi ada empat, yaitu:

1. *Social Change* (Perubahan Sosial). Seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain, diharapkan adanya perubahan sosial dalam

kehidupannya, seperti halnya kehidupannya akan lebih baik dari sebelum berkomunikasi.

2. *Attitude Change* (Perubahan Sikap). Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan sikap.
3. *Opinion Change* (Perubahan Pendapat). Seseorang dalam berkomunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat.
4. *Behavior Change* (Perubahan Perilaku). Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan perilaku.

4. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perencanaan dalam penyampaian pesan melalui kombinasi berbagai unsur komunikasi seperti frekuensi, formalitas, isi dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima dan dipahami serta dapat mengubah sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi. (Effendy 2011)

Menurut Effendy strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang. (Effendy 2011)

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak di tentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di pihak lain, jika tidak da strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Untuk menilai proses komunikasi dapat di telaah dengan menggunakan model-model komunikasi.

Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya, untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut (terutama efek dari proses komunikasi) digunakan telaah model komunikasi (Suryadi 2018).

Sedangkan menurut (Kulvisaechana 2001) strategi komunikasi adalah penggunaan kombinasi faset-faset komunikasi dimana termasuk di dalamnya frekuensi komunikasi, formalitas komunikasi, isi komunikasi, saluran komunikasi.

Strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.

Oleh karena itu, diberikan beberapa perkiraan permintaan masa depan, mengingat data yang mendasarinya didorong di Indonesia. Jadi, setiap wirausaha di daerah industri tidak bertahan untuk mengelola usahanya. Karena harga pada industri lokal seperti kuliner, fashion, pariwisata, dan manajemen. Masyarakat lokal yang sudah berusaha membuat inovasi untuk produk mereka, yang tidak cukup kuat di pasar dalam jangka pendek kreativitas dan inovasi dalam kemampuan usaha kecil dengan tinjauan literatur sistem digital. (H. Tanjung et al. 2022)

Strategi komunikasi erat hubungan dan kaitannya antara tujuan yang hendak dicapai dengan konsekuensi-konsekuensi atau dengan masalah yang harus

diperhitungkan, kemudian merencanakan bagaimana mencapai konsekuensi-konsekuensi sesuai dengan hasil yang diharapkan atau dengan kata lain tujuan yang hendak dicapai. (Anwar 1994)

Teknik Strategi Komunikasi yang dilakukan adalah:

- 1) Teknik informatif adalah suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Teknik informatif ini, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.
- 2) Teknik persuasif adalah mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya, maupun dan terutama perasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi mudah terkena sugesti ditentukan oleh kecakapan untuk meng sugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan (*suggestivitas*), dan mereka itu sendiri diliputi oleh keadaan mudah untuk menerima pengaruh (*suggestibilitas*).
- 3) Teknik edukatif merupakan salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta, dan pengalaman-pengalaman. Mendidik berarti memberikan sesuatu ide kepada khalayak apa sesungguhnya, di atas fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggung.jawabkan dari segi kebenaran, dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan. (Anwar 1994)

2.2. Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan untuk tujuan hiburan dan pariwisata. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, memberikan pengertian bahwa pariwisata adalah bermacam kegiatan wisata dan di dukung oleh fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Menurut (Prayogo and Suryawan 2018) Pariwisata secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi.

i. Jenis – jenis Pariwisata

Penelitian ini membahas tentang jenis wisata alam dan wisata buatan manusia yang terdapat di Ekowisata Pantai Indah Pandan. (Kusuma 2020) mengklasifikasikan jenis pariwisata antara lain:

- 1) Wisata Alam Kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik alam dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam, baik itu alami maupun budi daya. Kebanyakan para pecinta alam yang melakukan wisata ini. Bagi yang suka memotret, sangat cocok melakukan wisata sejenis ini. Suasana lingkungan yang segar, asri, sangat mendukung untuk melakukan relaksasi.

- 2) Wisata Buatan Manusia Suatu destinasi wisata yang di kelola oleh pihak tertentu yang dibuat semenarik mungkin guna untuk mendatangkan wisatawan. Selain jenis-jenis wisata tersebut, masih banyak lagi jenis wisata yang lain, tergantung kepada kondisi dan situasi perkembangan dunia kepariwisataan di suatu daerah atau negara yang ingin mengembangkan industri pariwisatanya. Hal ini tergantung pada selera atau daya kreativitas para profesional yang berkepentingan dalam industri pariwisata ini. Semakin kreatif dan banyak gagasan yang dimiliki, semakin bertambah pula bentuk dan jenis wisata yang dapat diciptakan.

ii. Tujuan Pariwisata

Daerah tujuan wisata harus memiliki atraksi wisata sebagai media untuk menarik minat wisatawan tanpa terkecuali Ekowisata Pantai Indah Pandan. (Ihkaryono, 1997) mendefenisikan, "... daerah yang berdasarkan kesiapan sarana dan prasarana dinyatakan siap menerima kunjungan wisatawan". Menurut (Yoeti Oka 1996) menyatakan bahwa, "... daya tarik wisata atau "tourist attraction", istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

2.3. Komunikasi Pariwisata

Kajian komunikasi pariwisata memiliki kedekatan biologis dengan kajiannya komunikasi dan pariwisata yang melahirkannya. Komunikasi menyumbangkan teori-teori komunikasi persuasif, teori komunikasi massa, teori komunikasi kelompok. Sementara pariwisata menyumbangkan kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan SDM serta

kelembagaan kepariwisataan. Dari dua definisi ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi pariwisata adalah suatu aktivitas manusia dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan ke suatu daerah maupun objek wisata yang akan dikunjungi wisatawan sambil menikmati perjalanan dari suatu objek wisata ke objek wisata lain, agar wisatawan tertarik dan sampai pada suatu tindakan untuk mengunjungi (Bungin 2015).

Komunikasi pariwisata juga dijadikan sebagai disiplin ilmu. Sebagai disiplin ilmu, komunikasi telah berperan begitu pesat, terutama di Indonesia. Setelah reformasi, kajian-kajian komunikasi tumbuh subur dan berkembang secara multilinear membangun disiplin-disiplin ilmu baru yang memperkaya khazanah disiplin ilmu komunikasi (Bungin 2015).

Adapun bidang kajian dari Komunikasi Pariwisata yang dituliskan Burhan Bungin dalam bukunya “Komunikasi Pariwisata” sebagai berikut.

a) Komunikasi Pemasaran Pariwisata

Bidang komunikasi pemasaran pariwisata (*touris communication marketing*) atau disingkat (TCM). Bidang TCM mengkaji secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang kajian ini menjelaskan 4P, 7P, *Communication Mix*, *Marketing Mix*, dan hal ihwal tentang TCM. Bidang ini adalah bidang yang secara utuh membicarakan TCM dalam konteks teoretis dan praktis yang lengkap, namun tidak spesifik dalam konteks-konteks spesialis.

b) Brand Destinasi

Brand destinasi adalah kajian tentang brand destinasi dalam konteks brand produk destinasi, di mana brand destinasi adalah media dan pesan itu sendiri di dalam konteks dan proses komunikasi pemasaran secara umum dan khususnya di dalam konteks pemasaran pariwisata. Selain dikaji brand sebagai media dan sebagai pesan itu sendiri, dikaji pula bagaimana konstruksi sosial brand destinasi, sebagaimana hubungan brand dengan produk destinasi, brand dengan aksesibilitas, dengan pemasaran pariwisata, brand dengan SDM dan kelembagaan pariwisata. Juga dikaji brand induk pariwisata, sub-brand dan brand induk baru. Semua sifat dan jenis brand dikaji di sini, termasuk *city brand*, *state brand*, dan *nation brand*. Begitu pula publisitas brand dan branding juga menjadi kajian-kajian penting diperbincangan ini.

c) Manajemen Komunikasi Pariwisata

Di dalam kajian ini, prinsip-prinsip manajemen komunikasi menjadi ulasan-ulasan penting yang dilakukan dan diterapkan di bidang komunikasi pariwisata. Kajian ini mengulas mengenai bagaimana manajemen diterapkan di bidang komunikasi pariwisata, yaitu bagaimana memenejemen pemasaran pariwisata, memenejemen destinasi, memenejemen asesibilitas dan memenej SDM serta kelembagaan pariwisata. Bagaimana peran pimpinan dan leadership, bagaimana mengatur orang-orang, mengatur anggaran dan mengatur alat-alat dan

mesin komunikasi pariwisata. Terpenting pula di sini bagaimana mengatur berbagai macam saluran media komunikasi yang digunakan di dalam komunikasi pariwisata.

d) Komunikasi Transportasi Pariwisata

Masyarakat pariwisata (*tourism community*) memerlukan informasi tentang aksesibilitas ke destinasi pariwisata. Karena itu salah satu yang terpenting adalah informasi transportasi ketika akan bepergian ke destinasi pariwisata. Hal ini sangat penting dan mengambil hampir separuh perhatian mereka akan berwisata. Karena itu, perhatian khusus di bidang ini sangat penting. Kajian komunikasi pariwisata ini menyangkut media atau saluransaluran komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi transportasi pariwisata, dampak informasi terhadap masyarakat pariwisata, umpan balik yang diharapkan. Kajian ini juga menyangkut tentang alat dan jenis transportasi, anggaran yang diperlukan, masalah keamanan dan keselamatan transportasi, transportasi alternatif, dan koneksitas dengan akomodasi penginapan, motel, *guest house*, dan sebagainya apabila ada keadaan emergency di jalan. Mengenai anggaran yang diperlukan dan pilihan yang harus dibuat sehingga menghindari pengeluaran yang tidak perlu. Prinsip utama di dalam transportasi komunikasi ini adalah keamanan, kenyamanan, keterjangkauan, komunikasi alternatif seperti *word of mouth* (dari mulut ke mulut) dan media sosial serta media literasi lainnya.

e) Komunikasi Visual Pariwisata

Bidang komunikasi visual pariwisata adalah bidang desain grafis yang sangat menantang di bidang industri pariwisata. Karena bidang ini akan selalu berkembang di masa depan di mana kajiannya diarahkan kepada komunikasi entrepreneurship, kreativitas, seni, dan kebebasan berkreasi. Komunikasi visual pariwisata mengambil sisi kajian konseptual konten komunikasi yang diterapkan pada industri kreatif yang menghasilkan souvenir, cenderamata, oleh-oleh yang memiliki ikon local tourism yang berkesan dan menjadi brand pariwisata. Kajian juga menyangkut pendekatan sistem komunikasi pariwisata dengan destinasi, venue, transportasi, hotel, dan *stakeholder* pariwisata. Pembentukan jaringan komunikasi bisnis dengan pihak-pihak lain yang potensial seperti bank, pasar, dan tokoh masyarakat juga harus dikaji di bidang ini.

f) Komunikasi Kelompok Pariwisata

Bidang komunikasi kelompok pariwisata menyangkut kemampuan pribadi pelaku pariwisata baik pemilik destinasi, penguasa *venue* atau bahkan kemampuan pribadi pramuwisata dan pandu wisata. Bisnis pariwisata bukan bisnis personal, namun bisnis yang dijalankan secara berkelompok sehingga keterampilan komunikasi kelompok menjadi penting. Hal-hal lain yang penting pula dalam kajian ini seperti

penyelenggaraan event, dinamika kelompok, kemampuan bertutur, penguasaan sejarah destinasi, dan venue wisata.

g) Komunikasi Online Pariwisata

Media online menjadi kajian tersendiri di dalam komunikasi pariwisata, karena itu media online tidak saja dapat digunakan untuk berbagai kepentingan di dalam dunia pariwisata. Ada lima kemampuan media online saat ini, yaitu kemampuan menyimpan (*upload*) informasi, kemampuan mengolah informasi, kemampuan mengeluarkan informasi (*download*), menyebarkan komunikasi dan kemampuan mengkonstruksi citra informasi. Jadi kelima-lima kemampuan media online ini dikaji di dalam penerapannya di dalam komunikasi pariwisata.

h) *Public Relations* dan MICE

Bidang *Public Relations* dan MICE ini adalah bidang yang sangat menarik dalam komunikasi pariwisata, karena bidang ini menjadi salah satu pintu masuk pariwisata ke destinasi. Karena itu peran PR sangat diperlukan untuk mengatur semua program MICE, mulai dari merencanakan dan merumuskan program MICE, masalah funding explore, sponsorship, pemasaran MICE, akomodasi MICE sampai dengan pelaksanaan (implementasi MICE), evaluasi dan perencanaan event MICE berikut menjadi kajian panjang di dalam komunikasi pariwisata.

i) Riset Komunikasi Pariwisata

Salah satu ujung tombak pengembangan kajian adalah riset, karena itu komunikasi pariwisata juga menaruh harapan yang tinggi kepada riset ini. Riset komunikasi pariwisata dapat mengambil objek-objek riset pada bidangbidang kajian komunikasi pariwisata.

2.4. Pengembangan Destinasi Pariwisata

Menurut UU nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan wisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang spesifik berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait. Menurut (Sunaryo 2013) menjelaskan bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata terdiri dari komponen-komponen utama sebagai berikut:

1. Obyek daya' tarik wisata (*Attraction*) yang mencakup keunikan dan daya tarik berbasis alam, budaya, maupun buatan/artificial.
2. Aksesibilitas (*Accessibility*) yang mencakup kemudahan sarana dan sistem transportasi.
3. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata.
4. Fasilitas umum (*Ancillary Service*) yang mendukung kegiatan pariwisata.

5. Kelembagaan (*Institutions*) yang memiliki kewenangan, tanggung jawab dan peran dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata.

2.5. Wisatawan

Wisatawan adalah faktor penting dalam perkembangan suatu destinasi wisata. Penulisan ini membahas tentang wisatawan yang datang berkunjung kesuatu destinasi wisata. Ada beberapa pengertian wisatawan menurut beberapa ahli sebagai berikut. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Pasal 1 ayat 2 Tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa, "... wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan wisata". Ada beberapa jenis dan macam wisatawan menurut (Yoeti Oka 1996) sebagai berikut.

1. Wisatawan Asing (*foreign tourist*)

Adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki ke suatu negara lain yang bukan merupakan negara di mana ia biasa tinggal.

2. Wisatawan dalam Negeri (*Domestic tourist*)

Adalah wisatawan dalam negeri, yaitu seorang warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya.

2.6. Kerangka Teori

1. Perencanaan Komunikasi

Perencanaan adalah pernyataan tertulis mengenai segala sesuatu yang akan atau yang harus dilakukan. Sifat perencanaan selalu berorientasi ke masa yang

akan datang (*future oriented*). Perencanaan komunikasi adalah pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakan tentang bagaimana suatu kegiatan komunikasi akan atau harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai dengan yang kita inginkan. Bidang pekerjaan perencanaan merupakan salah satu fungsi pekerjaan manajerial. Oleh karena itu, tingkatannya pun sama dengan tingkatan yang ada pada suatu manajemen, yakni perencanaan strategik, perencanaan taktik, dan perencanaan teknik. Selain itu, tingkatan perencanaan bisa dilihat berdasarkan ruang lingkup jangkauan pembuatan kebijaksanaan. Berdasarkan hal itu, perencanaan komunikasi dapat diklasifikasikan ke dalam: *National Policymaking Level*, dan *Cross-Ministerial Planning Level*, dan *Institusional Level Planning* yang meliputi: *managerial-policy level*, *supervisory-strategy level*, dan *project operational level*. Perencanaan Komunikasi merupakan hal mendasar yang diperlukan dalam suatu kegiatan komunikasi sosial, utamanya untuk memperkenalkan atau memasarkan produk. Setelah memahami proses perencanaan dan elemen-elemen komunikasi dalam suatu organisasi, dapat ditemukan beberapa hal yang dapat merupakan masalah dalam perencanaan komunikasi. Menurut (Wahyudi 2010) sebuah perencanaan komunikasi harus cermat dan tepat dalam menentukan siapa berbicara apa pada siapa melalui apa. Tahapan perencanaan komunikasi pada dasarnya terdiri dari: (1) tahap identifikasi masalah komunikasi, (2) tahap perumusan tujuan komunikasi, (3) tahap penetapan rencana strategik, (4) tahap penetapan rencana operasional, (5) tahap penyusunan rencana evaluasi, dan (6) tahap merencanakan rekomendasi.

2. Model Uses And Gratification

Teori yang relevan pada penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification*. Sebab teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media, yang mana manusia itu memiliki otonomi, wewenang, untuk memperlakukan media. Teori *Uses and Gratification* pertama kali dikenalkan oleh (Herbert Blumer dan Elihu Katz, 1974) dalam kutipan (Naibaho and Yusrizal 2017) . Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peranan aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Pengguna media merupakan pihak aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya.

Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G Blumer, dan Michael Gurevitch, *uses and gratification* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak diinginkan. Mereka juga merumuskan asumsi-asumsi dasar dari teori ini (Blumler dan Katz, 1974, p.22) :

1. Khalayak dianggap aktif; artinya, sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan;
2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif, untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak;

3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas; bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.
4. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak; artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu
5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayaknya (Rakhmat, 2011, p.203) Model uses and gratification memandang individu sebagai makhluk suprarasional dan sangat selektif. Ini memang mengundang kritik. Akan tetapi, yang jelas, dalam model ini perhatian bergeser dari proses pengiriman pesan ke proses penerimaan pesan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Metode deskriptif bisa dikatakan sebagai suatu prosedur pemecah masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan objek atau subjek dalam penelitian. Hal itu dapat berupa orang, masyarakat, lembaga dan yang lainnya. Yang saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya. Metode kualitatif yang berifat deskriptif bisa digunakan untuk mengetahui dan menganalisis kondisi faktual, serta bisa mengeksplorasi dan memahami makna yang didasarkan mengetahui dan menganalisis kondisi factual, serta bisa mengeksplorasi dan memahami makna yang didasarkan pada data yang didapat dari sumber berkompeten (Kusnita et al., 2021). Menurut (Sugiyono, 2013) mengungkapkan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang dipakai untuk menganalisis atau menggambarkan suatu hasil penelitian namun tidak dipakai untuk membuat sebuah simpulan yang lebih luas.

3.2. Jenis Penelitian

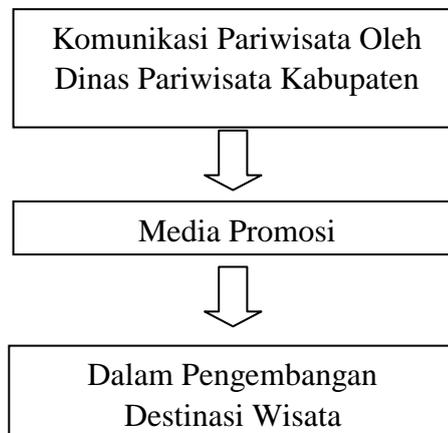
Jenis penelitian merupakan usaha penelitian yang sistematis dan terorganisasi. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Riset kualitatif adalah riset yang menggunakan cara berpikir induktif, yaitu cara berpikir yang berangkat dari hal-hal khusus (fakta empiris) menuju hal-hal umum. Data tersebut terkumpul baik melalui observasi, wawancara mendalam, focus group discussion maupun dokumen dokumen. Kemudian data tersebut

diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori tertentu. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan melakukan analisa terhadap data yang telah tersusun untuk menjawab rumusan masalah sebagai kesimpulan (Prof n.d.). Dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada jumlah atau keterwakilan, melainkan lebih pada kualitas informasi, kredibilitas, dan kekayaan informasi yang dimiliki oleh partisipan. Dalam pengumpulan data terdapat proses komunikasi langsung antara peneliti dengan yang diteliti (individu, kelompok sosial atau masyarakat). Data penelitian kualitatif ini datanya diperoleh langsung dari informan atau subjek penelitian, melalui interview (wawancara) atau observasi (pengamatan) (Pujileksono 2015).

3.3. Kerangka Konsep

Penentuan Kerangka pemikiran digunakan sebagai seperangkat konsep dan definisi yang saling berhubungan dan mencerminkan suatu pandangan yang sistematis mengenai fenomena. Kerangka pemikiran dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau batasan-batasan tentang teori yang akan dipakai sebagai landasan penelitian yang akan dilakukan. Dengan konteks penelitian diatas, maka peneliti menggambarkan kerangka pikir penelitian.

“Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Indah Pandan” sebagai berikut:

Tabel 4.1 Kerangka Konsep Penelitian

Sumber: Olahan, 2022

3.4. Defenisi Konsep

Konsep adalah istilah atau definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Adapun definisi konsep dari penelitian adalah:

- a. Komunikasi adalah proses mengirim dan menerima pesan. Sedangkan komunikasi yang efektif terjadi kalau individu mencapai pemahaman yang sama, merangsang pihak lain melakukan tindakan, dan mendorong untuk berpikir dengan cara yang baru.
- b. Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.
- c. Komunikasi design visual adalah Desain Komunikasi Visual bisa dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan (*arts of communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan,

mempengaruhi hingga merubah perilaku target audience sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Sedang Bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya.

d. Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada.

Sesuai dengan asal kata eksistensi sendiri yaitu *exsistere*, yang artinya keluar dari melampaui atau mengatasi.

3.5. Kategorisasi Penelitian

Tabel 4.2 Kategorisasi Penelitian

KONSEP TEORITIS	INDIKATOR
Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dalam Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Indah Pandan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objek yang dipersepsi 2. Perhatian terhadap objek 3. Proses stimulus 4. Minat/ketertarikan terhadap objek 5. Objek dan daya tarik wisata 6. Saran dan prasarana wisata 7. Tata laksana 8. Masyarakat

Sumber: Hasil Olahan 2022

3.6. Informan atau Narasumber

Narasumber dalam penelitian ini adalah Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah. Dengan demikian yang menjadi subjek penelitian ini adalah Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah, pelaku bisnis dan pengunjung sebanyak tujuh (7) orang terdiri dari satu (1) orang dari Dinas Pariwisata, dua (2) orang Pelaku Bisnis dan empat (4) orang Pengunjung Pariwisata.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif ini adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang merupakan langkah paling strategis dalam penelitian karena tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan data.

a. Observasi

Observasi diarahkan pada kegiatan memperhatikan secara akurat dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena yang sedang diamati untuk mendapatkan data tentang suatu masalah, metode ini digunakan untuk mengamati secara langsung keadaan di lapangan agar penelitian memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti. (I. S. Tanjung and Hajar 2018)

b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan jalan Tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penyelidikan Sepihak artinya menerangkan tingkat kepentingan antara *interviewer* dan *interviewee*. Penyelidikan di sini bisa berupa penelitian, pengukuran psikologis atau konseling. Tujuan penyelidikan menurut Lincin dan Guba antara lain adalah mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain (Rahayu 2016).

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, website, majalah,

prasasti, notulen, agenda dan sebagainya yang ada hubungannya dengan topik pembahasan yang diteliti (Arikunto 2013).

3.8. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebagai bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan penelitian. (Supomo and Indriantoro 2002)

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. (Soejono and Abdurrahman 1999)

Melalui analisis deskriptif, peneliti mendeskripsikan informasi yang telah didapat dengan variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini akan mendeskripsikan tentang komunikasi dinas pariwisata kabupaten tapanuli tengah dalam pengembangan destinasi pantai indah pandan.

3.9. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah Jalan Raja Junjungan Lubis No.18 Pandan, Kecamatan pandan, Kabupaten Tapanuli Tengah, Sumatera Utara dan objek wisata disekitar wilayah tersebut. Waktu penelitian ini dilakukan pada Juni 2022 sampai dengan Oktober 2022.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Penyajian Data

Pada Bab ini peneliti akan memaparkan fokus dari penelitian ini yaitu “Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Indah Pandan”. Dimana penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Pada penelitian kualitatif, peneliti dituntut dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan dan dilakukan oleh sumber data. Pada penelitian kualitatif peneliti bukan sebagaimana seharusnya apa yang dipikirkan oleh peneliti tetapi berdasarkan sebagaimana adanya yang terjadi di lapangan, yang dialami, dirasakan dan dipikirkan oleh sumber data. Dengan melakukan penelitian melalui pendekatan deskriptif, maka peneliti harus memaparkan, menjelaskan, menggambarkan data yang telah diperoleh oleh peneliti melalui wawancara mendalam yang dilakukan dengan para informan/narasumber. Adapun deskripsi narasumber penelitian penulis adalah sebagai berikut:

1. Informan pertama berjenis kelamin laki – laki dengan usia 54 tahun dan juga sebagai pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah
2. Informan kedua merupakan seorang pebisnis atau pedagang bernama Nurhayati dengan umur 56 tahun dan memiliki usaha di sekitar objek wisata Pantai Indah Pandan

3. Informan ketiga merupakan seorang pebisnis atau pedagang yang bernama Kristina Manik dengan umur 37 tahun dan memiliki usaha di sekitar objek wisata Pantai Indah Pandan
4. Informan keempat bernama Wanda Andika Pane berjenis kelamin laki-laki dengan umur 36 tahun yang merupakan pengunjung Pantai Indah Pandan.
5. Informan kelima bernama Anggi Pratama berjenis kelamin laki-laki dengan umur 36 tahun yang merupakan pengunjung Pantai Indah Pandan.
6. Informan keenam memiliki nama lengkap Adi Permana (27 tahun). berjenis kelamin laki-laki dan bekerja sebagai karyawan di Perusahaan Swasta. Ia adalah seorang pengunjung/wisatawan pada objek wisata Pantai Pandan
7. Informan ketujuh memiliki nama lengkap Khairindah Lubis (23) tahun. berjenis kelamin perempuan dan seorang Mahasiswi di salah satu Universitas di Kota Medan. ia adalah seorang pengunjung/wisatawan pada objek wisata Pantai Pandan.

4.2. Hasil Penelitian

Informan I

Menurut hasil jawaban informan satu, yakni pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah, Pantai Indah Pandan memiliki daya tarik yang cukup baik yaitu pasir putih yang bersih sehingga masyarakat banyak berkunjung dan membuat tingkat kunjungan wisatawan ke Pantai Indah Pandan terus meningkat setiap tahunnya. Pemerintah Tapanuli Tengah dalam upaya dan cara yang dilakukan untuk menarik minat dan daya tarik pengunjung atau wisatawan adalah

dengan mengikuti kegiatan Expo dan membuat bulletin atau booklet pada acara tertentu sehingga masyarakat bisa mengetahui keindahan Pantai Indah Pandan. Disamping itu, pemerintah juga meningkatkan kualitas sarana dan prasarana seperti memperbaiki fasilitas seperti tempat ibadah (mushola), kamar mandi, pembangunan gajebo dan meningkatkan keamanan pengunjung dan lokasi. Menurut narasumber, strategi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata guna meningkatkan sarana dan prasarana objek wisata Pantai Pandan adalah mengadakan promosi keluar Daerah, dan menyusun anggaran untuk pembangunan berkala. Prosedur pelaksanaan Dinas Pariwisata dalam meningkatkan sarana dan prasarana di objek wisata Pantai Pandan adalah dengan menyediakan penyewaan ban baik untuk anak-anak dan orang dewasa serta fasilitas lain untuk area bermain di pantai. Peningkatan kualitas destinasi wisata tersebut tentu saja akan berdampak pada peningkatan wisatawan yang berkunjung sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat karena di sekitaran objek wisata tersebut terdapat banyak usaha masyarakat seperti homestay, pedagang serta aktivitas ekonomi lainnya. Dalam proses pengembangan destinasi wisata Dinas Pariwisata membuat sebuah komunitas bernama KOMDARWIS (Komunikasi Daerah Wisata) dimana mereka membantu untuk mengamankan area lokasi objek wisata Pantai Pandan. KOMDARWIS juga membantu untuk merealisasikan pengembangan pembangunan dengan mengajukan bantuan dana ke luar daerah dan petinggi petinggi lainnya. Namun, banyaknya strategi dan cara yang dilakukan pemerintah masih terdapat beberapa permasalahan atau kendala dari proses pengembangan destinasi wisata yaitu dana dari APBD yang tidak sanggup

untuk terus menerus melakukan pembangunan dan juga banyaknya tanah yang di garap dan dikuasai masyarakat juga menyebabkan pemerintah sulit untuk melakukan pembangunan. Meskipun telah diterbitkan surat peringatan dari Bupati yang berisi mengenai batas wilayah lahan yang menjadi hak pemerintah akan tetapi hal tersebut belum berdampak signifikan terhadap kesadaran masyarakat dalam mengelola lahan. .

Informan II

Menurut hasil jawaban informan yang merupakan seorang pedagang, Pantai Indah Pandan memiliki potensi yang cukup baik terutama dalam keindahan alamnya seperti pantai yang jernih, pasir putih yang bersih dan fasilitas pendukung lainnya menyebabkan daya tarik objek wisata ini cukup tinggi. Disamping itu, segala bentuk fasilitas yang di tawarkan seperti gajebo, kamar mandi yang memadai serta fasilitas lainnya membuat pengunjung merasa nyaman untuk lama-lama berkunjung serta juga ada fasilitas bagi pedagang yaitu tempat khusus untuk berdagang masyarakat sekitar yang memudahkan masyarakat dalam menjajakan dagangan. Menurut narasumber, pasca pandemi tingkat kunjungan ke objek wisata ini sudah mulai membaik dari sebelumnya akibat covid-19 hal ini juga meningkatkan penjualan pedagang. Dalam proses pemulihan pasca pandemi harusnya banyak strategi yang dapat dilakukan seperti melalui pemasaran yang efektif sehingga akan berdampak pada keberlangsungan pariwisata. Oleh karena itu, antar setiap pihak untuk bersama mempromosikan objek wisata tersebut

Informan III

Menurut hasil jawaban informan yang merupakan seorang pedagang, potensi yang dimiliki oleh Pantai Indah Pandan seperti pantai yang jernih, pasir putih yang bersih dan fasilitas pendukung lainnya menyebabkan daya tarik objek wisata ini cukup tinggi. Dalam kurun beberapa tahun ini tingkat kunjungan ke objek pariwisata Pantai Indah Pandan mengalami pertumbuhan yg kurang bagus akibat dari adanya pandemic covid-19.

Dalam rangka promosi peningkatan kunjungan ke objek wisata Pantai Indah Pandan pemerintah dan juga para *stakeholder* dapat melakukan promosi yang lebih giat lagi seperti melalui media sosial terutama segi pelayanan, dikarenakan peningkatan jumlah kunjungan ini dapat berdampak pada meningkatnya perekonomian masyarakat melalui kegiatan perekonomian yang dijalankan. Dari segi prasarana sudah memenuhi standart kelayakan dalam berpariwisata dan lokasi dari tempat wisata tersebut sangat strategis karena berada di pinggir jalan dan sudah banyak petunjuk untuk ke tempat objek wisata tersebut. Salah satu faktor yang membuat wisatawan tertarik berkunjung ke Pantai Indah Pandan Kota Sibolga dikarenakan pemandangan laut yang biru dan wisatawan juga dapat berenang di Pantai tersebut sembari menikmati indahnya pemandangan matahari tenggelam.

Informan IV

Menurut hasil jawaban informan keempat yakni masyarakat yang sedang berkunjung ke objek wisata Pantai Pandan memiliki potensi yang sangat baik, keberadaan objek wisata Pantai Pandan saat ini juga telah mengalami kemajuan

pesat. Lokasi dan pemandangan yang diberikan objek wisata Pantai Pandan juga sangat bagus dan membuat perasaan menjadi nyaman dan senang. Melihat Pantai yang bersih dan air laut yang bersih menjadikan ketertarikan tersendiri. Menurut informan ini, fasilitas-fasilitas yang ada di objek wisata Pantai Pandan saat ini sudah berkembang dengan baik. Dimana, adanya kamar mandi yang memadai ada dan bersih sehingga para pengunjung tidak ragu untuk memakai fasilitas kamar mandi. Akan tetapi, permasalahan yang masih terjadi yaitu masalah kebersihan lingkungan dimana terkadang di pondok-pondok atau tempat masih adanya sampah yang bertebaran. Masih ada kekurangan kesadaran masyarakat dalam membuang sampah sehingga membuat pengunjung kurang nyaman. Kebersihan pantai harusnya dapat di tingkatkan lagi dengan menyediakan banyak tempat sampah atau memberi sanksi pada orang yang membuang sampah sembarangan. Menurut narasumber, peningkatan kualitas destinasi wisata Pantai Indah Pandan sangat penting untuk dilakukan mengingat adanya objek wisata ini dapat berdampak pada peningkatan perekonomian masyarakat sekitar. Menurut narasumber, dalam pengembangan destinasi wisata ini perlunya promosi yang lebih masiv lagi sehingga akan lebih banyak masyarakat yang mengetahui dan berkunjung ke Pantai Indah Pandan.

Informan V

Menurut hasil jawaban informan lima penelitian yakni wisatawan yang sedang berkunjung ke objek wisata Pantai Pandan, ia mengatakan bahwa ia sangat puas dan senang melihat keindahan Pantai dan pesona-pesonanya yang terdapat di Pantai Indah Pandan. Berbicara mengenai fasilitas, menurut narasumber ia sudah

cukup puas dengan fasilitas yang ada di objek wisata Pantai Pandan. Hal ini dikarenakan seperti fasilitas yang cukup memadai yakni kamar mandi yang bersih, mushola, gajebo dan ruang ganti pakaian. Disamping itu, fasilitas pendukung seperti masalah penginapan, menurutnya untuk didaerah pantai, belum ada penginapan yang disediakan. Yang ada hanya pondokpondok dan tempat makan (cafe) yang disediakan. Kemudian, untuk pengembangan promosi, menurut narasumber pengelola pantai sudah sangat memanfaatkan berbagai sarana promosi seperti adanya spanduk dan poster-poster ketika menuju kelokasi, pemberitahuan kepada masyarakat atau pengunjung yang belum pernah melihat dan mengetahui lokasi pantai serta promosi melalui media sosial. Agar pemandangan dan keasrian ini selalu tetap terjaga, menurut narasumber, ada baiknya pembangunan tidak bersifat pembangunan gedung-gedung. Tetapi lebih ke fasilitas hiburan dan permainan saja seperti panggung kreasi, gajebo dan lain-lain. Menurut narasumber, hal yang paling ia sukai dari objek wisata Pantai Pandan adalah pemandangan yang menarik dan fasilitas yang baik. Harapan narasumber untuk objek wisata Pantai Pandan adalah agar dapat lebih membangun fasilitas yang lebih baik lagi agar masyarakat merasa nyaman dan betah berlama-lama di objek wisata Pantai Pandan.

Informan VI

Menurut hasil dari wawancara oleh informan Ke enam ia mengatakan bahwa Pantai Indah Pandan memiliki potensi yang sangat baik untuk meningkatkan daya tarik wisata di kota Sibolga mengingat Pantai Indah Pandan memiliki potensi keindahan laut dan pepohonan rindang yang membuat pengunjung tertarik untuk

berkunjung. Narasumber sudah beberapa kali datang kesini dan salah satu alasan yang membuat narasumber lebih memilih berkunjung ke Pantai Indah Pandan daripada objek wisata lainnya seperti Pulau Mursala, Kalimantan dan beberapa objek wisata lainnya dikarenakan Pantai Indah Pandan lebih mudah di akses dari pada objek wisata sekitarnya. Narasumber juga berpendapat bahwa perkembangan fasilitas wisata Pantai Indah Pandan cukup baik seperti tersedianya kamar mandi yang memadai, akses jalan yang cukup baik serta tersedianya hotel-hotel dan tempat makan yang bagus di sekitaran lokasi wisata. Akan tetapi, narasumber juga berpendapat bahwa kurangnya pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah setempat menyebabkan pantai ini tidak terlalu ramai di kunjungi wisatawan dikarenakan saat ini fokus pemasaran pemerintahan terlalu fokus pada objek wisata lain seperti Pulau Mursala, Kalimantan dan lainnya sehingga Pantai Indah Pandan kurang mendapat perhatian masyarakat. Dalam hal ini, seharusnya pemerintah mampu memberikan promosi yang lebih akurat lagi terhadap objek-objek wisata yang masih belum terlalu dikenal oleh masyarakat umum.

Informan VII

Menurut hasil wawancara dari informan ketujuh penelitian yakni masyarakat yang sedang berkunjung ke objek wisata Pantai Pandan, narasumber mengatakan bahwa ia sangat puas dan senang melihat keindahan Pantai dan pesona-pesonanya. Berbicara mengenai fasilitas, menurut narasumber ia sudah cukup puas dengan fasilitas yang ada di objek wisata Pantai Pandan dikarenakan ia berpendapat bahwa fasilitas yang ada di Pantai Indah Pandan terus membaik dari waktu ke waktu seperti fasilitas kamar mandi yang memadai, mushola dan ruang ganti

pakaian sudah ada. Menurut narasumber, ketika tiba di pantai, melihat pemandangan yang begitu indah dan menarik serta angin yang bersemilir sangat kencang, sudah membuat perasaan yang awalnya stress menjadi baik kembali. Agar pemandangan dan keasrian ini selalu tetap terjaga, menurut narasumber, ada baiknya pembangunan tidak bersifat pembangunan gedung-gedung. Tetapi lebih ke fasilitas hiburan dan permainan saja. Menurut narasumber, hal yang paling ia sukai dari objek wisata Pantai Pandan adalah pemandangan yang menarik dan fasilitas yang baik. Harapan narasumber untuk objek wisata Pantai Pandan adalah agar dapat lebih membangun fasilitas yang lebih baik lagi agar masyarakat merasa nyaman dan betah berlama-lama di objek wisata Pantai Pandan.

4.3. Pembahasan Data

Setelah melakukan penulisan hasil penelitian, maka penulis akan melakukan pembahasan data mencakup seluruh hasil jawaban narasumber berdasarkan konsep operasional kategorisasi penelitian, yakni sebagai berikut :

A. Objek yang dipersepsi :

Menurut keseluruhan narasumber dalam penelitian ini, objek yang di persepsi adalah objek wisata Pantai Pandan yang berada di yang beralokasi di Sibolga, tepatnya di Desa Pandan, Kecamatan Pandan, Kabupaten Tapanuli Tengah (sibolga). Menurut narasumber, Pantai Indah Pandan memiliki potensi alam yang cukup baik untuk pariwisata. Dimana, terdapat pemandangan pasir putih yang membentang di pinggir pantai dan pantai yang bersih di objek wisata Pantai Pandan sangat bagus, pemandangan pantai yang indah dengan laut yang biru kehijauan dan fasilitas yang sangat lengkap dan nyaman.

B. Perhatian Terhadap Objek

Menurut keseluruhan perhatian narasumber berfokus pada perkembangan fasilitas yang terdapat pada objek wisata Pantai Indah Pandan. Seperti fasilitas apa saja yang tersedia dan bagaimana kualitas fasilitas yang tersedia. Narasumber juga berpendapat bahwa pengembangan fasilitas Pantai Indah Pandan terus mengalami perbaikan setiap tahunnya, seperti adanya gajebo untuk bersantai, kamar mandi yang semakin bersih dan sarana prasarana pendukung sehingga pengunjung dapat nyaman menikmati keindahan Pantai Indah Pandan.

C. Proses Stimulus

Menurut keseluruhan narasumber, lokasi Pantai Indah Pandan sangat mudah di akses daripada objek wisata lainnya. Disamping itu, objek wisata Pantai Indah Pandan menyajikan pantai bersih dan pasir putih yang indah sehingga pengunjung dapat menikmati keindahannya. Di lain sisi, pengunjung juga bisa menikmati jajanan maupun makanan yang ada di sekitar pantai sembari duduk di gajebo yang telah disediakan.

D. Minat/Ketertarikan Terhadap Objek

Minat dan ketertarikan pengunjung terhadap Pantai Indah Pandan hingga saat ini masih cukup tinggi. Pengunjung yang datang di objek wisata Pantai Indah Pandan dari berbagai wilayah, baik dari dalam kota ataupun luar kota. Para pengunjung datang untuk menikmati keindahan Pantai Indah Pandan dan pasir putih yang terhampar di sepanjang bibir pantai membuat pengunjung sangat nyaman melihatnya. Pengunjung juga berharap bahwa Pantai Indah Pandan

dapat berkembang lebih pesat lagi dan mampu di kenal baik dalam negeri maupun luar negeri sehingga akan banyak wisatawan yang berkunjung.

E. Objek Dan Daya Tarik Wisata

Menurut narasumber, cara yang dilakukan Dinas Pariwisata dan pengelola objek wisata Pantai Pandan adalah dengan memperbaiki dan memperbaharui fasilitas-fasilitas terkait objek wisata secara berkala seperti memperbaiki kamar mandi, mushola, kamar ganti dan meningkatkan keamanan lokasi objek wisata, kemudian cara lain adalah dengan meningkatkan promosi wisata dengan mempromosikan objek wisata ke luar daerah Kabupaten Tapanuli Tengah seperti bazaar, Expo dan ketika ada event tahunan seperti PRSU, Dinas akan mempromosikan objek wisata Tapanuli Tengah melalui foto-foto, makanan khas dan brosur-brosur tentang tata kota dan wisata di Tapanuli Tengah.

F. Sarana Dan Prasarana Wisata

Saat ini, menurut narasumber sarana dan prasarana wisata telah meningkat. Dimana, Dinas Pariwisata dan pengelola objek wisata Pantai Pandan dalam meningkatkan sarana dan prasarana fasilitas objek wisatanya telah membuat beberapa strategi yaitu dengan menyusun anggaran untuk keperluan fasilitas, memperbaiki fasilitas secara berkala, membentuk KOMDARWIS (komunitas daerah pariwisata) untuk membantu kelancaran keamanan objek wisata dan meningkatkan anggaran. Kemudian, prosedur pelaksanaan yang akan dilaksanakan adalah mengajak masyarakat lokal untuk bekerja sama dalam pembangunan dan pengembangan objek wisata Pantai Pandan baik dalam hal ekonomi masyarakat maupun membantu sebagai tenaga kerja.

G. Tata Laksana

Dalam rangka sistem pelaksanaan seperti pengelolaan karyawan, keamanan, pengelolaan masyarakat yang melakukan kegiatan berjualan dan lainnya saat ini sudah cukup baik. Pemerintahan melalui KOMDARWIS selalu melaksanakan pemantauan dari setiap kegiatan dan pekerjaan yang ada di Pantai Indah Pandan dengan baik. KOMDARWIS juga sebagai pengawas keamanan serta pengawas masyarakat yang ingin berkontribusi pada objek wisata Pantai Pandan.

H. Masyarakat

Menurut hasil wawancara narasumber respon dan tanggapan masyarakat dengan adanya objek wisata Pantai Indah Pandan sangat baik. Hal ini dikarenakan adanya objek wisata ini masyarakat lokal khususnya yang tinggal di daerah objek wisata akan terbantu dari segi ekonomi. Masyarakat merasakan dampak adanya objek wisata ini melalui hidupnya siklus perekonomian masyarakat sekitar melalui kegiatan perdagangan. Masyarakat berfikir dengan adanya pengembangan fasilitas wisata, secara otomatis perkembangan ekonomi juga akan meningkat. Harapan masyarakat dengan adanya pengembangan objek wisata Pantai Pandan, diharapkan ekonomi masyarakat lokal akan semakin baik dan Tapanuli Tengah semakin berkembang pesat.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan, maka penulis merangkum hasil keseluruhan menjadi kesimpulan yakni sebagai berikut:

1. Respon masyarakat terhadap pengembangan objek wisata Pantai Pandan di Kabupaten Tapanuli Tengah saat ini sudah mulai mengalami perkembangan yang cukup baik. Fasilitas seperti kamar mandi, gajebo dan fasilitas tempat makan sudah tersedia dengan baik. Akan tetapi, terdapat masalah yang harus diperbaiki yaitu mengenai kebersihan objek wisata akibat banyak sampah yang berserakan.
2. Usaha pengembangan yang sudah direalisasikan oleh Dinas Pariwisata dan Pengelola wisata Pantai Pandan adalah memperbaiki sarana dan prasarana secara berkala seperti fasilitas kamar mandi, tempat ibadah (mushola), panggung untuk acara-acara tertentu dan event tertentu, meningkatkan keamanan lokasi wisata serta memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.
3. Promosi wisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah adalah dengan mempromosikan wisata Pantai Pandan ke daerah luar Kabupaten kemudian mengikuti kegiatan Expo sembari mempromosikan wisata Pantai Pandan, mempromosikan wisata Pantai Pandan melalui foto-foto, flayer yang berisikan wisata Pantai Indah Pandan yang ada di Kabupaten Tapanuli Tengah serta membentuk KOMDARWIS (Komunitas Daerah Wisata) Kabupaten Tapanuli Tengah

untuk membantu proses promosi dan pelaksanaan pengawasan dan pengembangan wisata Pantai Pandan.

4. Kendala yang dihadapi dalam proses pengembangan wisata Pantai Pandan adalah anggaran dana APBD yang tidak terlalu besar untuk wisata Pantai Pandan. Pembangunan tidak berjalan dengan cepat. Harus secara berkala dan membutuhkan waktu yang tidak sebentar.

5.2. Saran

Setelah melakukan kesimpulan, penulis ingin memberikan masukan dan saran kepada tempat riset penelitian penulis yakni pengelola wisata Pantai Pandan dan Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah, antara lain sebagai berikut :

1. Diharapkan agar Dinas Pariwisata Kabupaten lebih menyiapkan anggaran setiap tahunnya untuk pengembangan wisata Pantai Pandan.
2. Diharapkan agar Pemerintah saling bekerja sama untuk pengembangan wisata di Kabupaten Tapanuli tengah
3. Diharapkan agar Dinas Pariwisata dan Pengelola lebih meningkatkan promosi agar pemasukan dari wisata Pantai Pandan dapat membantu menutupi anggaran pembiayaan proses pengembangan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Arifin. 1994. "Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas." *Bandung Armico*.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik."
- Baran, Stanley J. 2012. "Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5." *Jakarta: Erlangga*.
- Bisri, Ismail Hasan. 2018. "STRATEGI MARKETING KOMUNIKASI DALAM PENINGKATAN PENJUALAN (Study Pada Divisi Marketing CV Kartika Sari Honda Motor Malang)."
- Bungin, Burhan. 2015. "Komunikasi Pariwisata: Pemasaran Dan Brand Destinasi." *Jakarta: Kencana: 85–87*.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. "Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek Cetakan Ke-23." *Bandung: PT. Remaja Rosdakarya*.
- Harapan, Edi, Syarwani Ahmad, and Drs MM. 2022. *Komunikasi Antarpribadi: Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Katadata. 2021. "Pendapatan Devisa Dari Sektor Pariwisata Indonesia." : 2019. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/09/10/berapa-pendapatan-devisa-dari-sektor-pariwisata-indonesia>.
- Kulvisaechana, Somboon. 2001. *3 The Role of Communication Strategies in Change Management Process: A Case Study of Consignia Brand and Business Status Introduction*. Judge of Management Studies, University of Cambridge.
- Kusuma, Inmiliyu Setiyani. 2020. "PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KINERJA KEUANGAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018)."
- Naibaho, Walvin, and Firdaus Yusrizal. 2017. "Efektivitas Website Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat Sebagai Media Informasi Bagi Wisatawan."
- Prayogo, Dimas, and Ida Bagus Suryawan. 2018. "Dampak Fenomena Wisata Kuliner Terhadap Kunjungan Wisatawan Di Kota Malang, Jawa Timur." *Jurnal Destinasi Pariwisata* 5(2).
- Prof, D R. "Sugiyono, 2009." *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D, Revisi Alfabeta*.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. "Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif."

- Rahayu, Triwati. 2016. "Penumbuhan Budi Pekerti Melalui Gerakan Literasi Sekolah."
- Soejono, Abdurrahman, and H Abdurrahman. 1999. "Metode Penelitian Suatu Pemikiran Dan Penerapan." *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Gava Media.
- Supomo, Bambang, and Nur Indriantoro. 2002. "Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua." *Yogyakarta: Penerbit BFEE UGM*.
- Surip, Muhammad. 2013. "Komunikasi Antar Pribadi: Perspektif Teoretis Dan Aplikasinya."
- Suryadi, Suryadi. 2018. "Cross Cultural and Cultural Counseling: Komunikasi Konseling Lintas Budaya Jawa Dan Madura Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Jember." *Konseling Edukasi: Journal Of Guidance and Counseling* 2(2).
- Tanjung, Hasrudy, Yunus Handoko, Irwan Syari Tanjung, and Sherlinda Octa Yuniarsa. 2022. "CREATIVITY AND INNOVATION IN SMALL BUSINESS: A DIGITAL SYSTEM LITERATURE REVIEW WITH ROUND MAP NEW NORMAL." In *Proceeding International Seminar of Islamic Studies*, , 795–802.
- Tanjung, Irwan Syari, and Siti Hajar. 2018. "Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Melalui Penerapan Model Total Quality Service (TQS) Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan Desa Di Kecamatan Hampan Perak." *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen* 1(1).
- Tanjung, Irwan Syari, Hasrudy Tanjung, and Yogi Sumarsono Wibowo. 2021. "Development of Tourism Communication Model Based on Local Wisdom in Padangsidempuan." *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) : Humanities and Social Sciences* 4(4): 9877-85
- Wahyudi, R O B. 2010. "Modul Perencanaan Dan Pengelolaan Komunikasi." *Surabaya: Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Komunikasi Universitas Dr. Soetomo*.
- Yakup, Anggita Permata. 2019. "Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia."
- Yoeti Oka, A. 1996. "Pengantar Ilmu Pariwisata, Penerbit PT." *Angkasa, Bandung*.
- Yulianti, Evi. 2020. "Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Prilaku Sosial Remaja (Studi Di Desa Gili Indah, Kecamatan Pemenang, Lombok Utara)."

LAMPIRAN



Dinas Pariwisata kabupaten tapanuli tengah



Pedagang Wisata Pantai indah pandan



Pengunjung Wisata Pantai Indah Pandan



Pengunjung Wisata Pantai Indah Pandan



Pedagang Wisata Pantai Indah Pandan



Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanui Tengah

PEDOMAN WAWANCARA

Judul : **KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA
KABUPATEN TAPANULI TENGAH DALAM
PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA PANTAI
INDAH PANDAN**

Nama Peneliti : **Muhammad Fadly Tambunan**

Prodi/Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Tempat :

1. Identitas Informan

- a. Nama :
- b. Jenis Kelamin :
- c. Agama :
- d. Usia :
- e. Pendidikan :
- f. Profesi :

2. Daftar Pertanyaan

- a. Bagaimana pendapat anda mengenai potensi wisata Pantai Indah Pandan ?
- b. Apakah yang menjadi daya tarik pada wisata Pantai Indah Pandan?
- c. Apakah ada peningkatan wisatawan yang datang ke objek wisata Pantai Indah Pandan ?
- d. Apa alasan yang membuat Pantai Indah Pandan lebih diminati daripada objek wisata lainnya ?
- e. Bagaimana strategi yang dilakukan untuk mempromosikan objek wisata Pantai Indah Pandan ?
- f. Bagaimana cara meningkatkan kenyamanan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pantai Pandan ?
- g. Apa saja dampak yang dihasilkan dengan adanya objek wisata Pantai Indah Pandan baik secara sosial maupun ekonomi ?
- h. Apakah ada kerjasama dengan pihak swasta untuk melestarikan dan mengembangkan objek wisata Pantai Indah Pandan ?

- i. Bagaimana upaya dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Tapanuli Utara dalam mengembangkan potensi wisata Pantai Indah Pandan ?
- j. Apakah kendala yang dihadapi dalam menjalankan strategi pengembangan objek wisata Pantai Indah Pandan dan bagaimana solusi mengatasi kendala tersebut?



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2018
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 https://fslip.umsu.ac.id ✉ fslip@umsu.ac.id 📺 umsumedan 📷 umsumedan 📱 umsumedan 📠 umsumedan

UMSU
 Terpercaya

Surat ini agar dileubuhkan
 lainnya

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI**

Medan, 2 Juni 2022

Kepada Yth.
 Bapak/Ibu
 Ketua Program Studi
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

ILMU Komunikasi

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

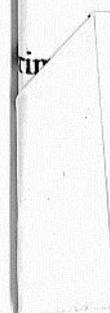
Nama lengkap : MUHAMMAD FAOLY TAMBUNAN
 NPM : 1803110030
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
 Tabungan sks : 139 sks, IP Kumulatif 3,19.

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No.	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KABUPATEN TAPANULI TENGAH DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA PANTAI INDAH PANDAN	
2	ANALISIS ISI BERTA Tentang Kenaikan PPN 11% DIKARIBAN WABJADA	
3	PENGARUK KOMUNIKASI ORANG TUA TERHADAP PERILAKU AGRESIF ANAK DI SMP NEGERI 1 PANDAN	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
 Daftar Kemajuan Akademik / Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.





MSU

Cerdas | Terpercaya

Wab surat ini agar disebutkan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id>

fisip@umsu.ac.id

[f umsumedan](#)

[@ umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 779/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **03 Juni 2022**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **MUHAMMAD FADLY TAMBUNAN**
N P M : 1803110030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2021/2022
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KABUPATEN TAPANULI
TENGAH DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA
PANTAI INDAH PANDAN**

Pembimbing : **Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 183.18.311 tahun 2022.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 03 Juni 2023.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 03 Dzulqaidah 1443 H
03 Juni 2022 M



Dr. ARIEN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertanggung





MSU

Cerdas | Terpercaya

Surat ini agar disebutkan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 09-Juni 2022

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : MUHAMMAD FADLY TAMBUNAN
N P M : 1803110030
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti **Seminar Proposal Skripsi** yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 779./SK/IL.3/UMSU-03/F/20.22 tanggal 03. Juni 2022 dengan judul sebagai berikut :

KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KABUPATEN TAPANULI TENGAH
DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA PANTAI INDAH PANDAN

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- 1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
- 2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
- 3. DKAM yang telah disahkan;
- 4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir **ASLI**;
- 5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
- 6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
- 7. Proopsal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
- 8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna **BIRU**.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

Dr. Irwan Syari Tanjung, S.Sos., M. Ap.

Pemohon,

MUHAMMAD FADLY TAMBUNAN



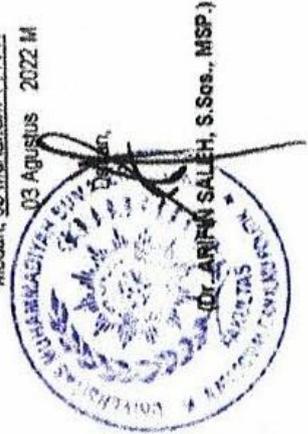
UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1146/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2022

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Jum'at, 05 Agustus 2022
 Waktu : 09.00 WIB s.d. 12.00 WIB
 Tempat : Online/Daring
 Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
1	MUHAMMAD FADLY TAMBUNAN	1803110030	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI T.JG, S.Sos., M.AP.	KOMUNIKASI DINAS PARWISATA KABUPATEN TAPANULI TENGAH DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA PANTAI INDAH PANDAN
2	ALVIN ANUGRAH	1803110080	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom.	EKSISTENSI FILM LAB BERSORERIA MEDAN DALAM MEMPERTAHKAN KEBERADAAN PRODUK KAMERA ANALOG DI MASSA PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL
3	FARHAN DWI CAHYO	1803110204	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	MURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	KOMUNIKASI PERSUASIF PUSKESMAS MEDAN AREA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT MELAKUKAN VAKSINASI BOOSTER
4	AIDA FITIRA SIREGAR	1803110287	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	KOMUNIKASI INTERPERSONAL USTADZ DALAM MENANMANKAN NILAI-NILAI AKHLAK SANTRI PONDOK PESANTREN JABAL NUR KANDIS
5	IMRON RAMADHAN	1903110284	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GARMIN STORE MEDAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DI KOTA MEDAN

Medan, 05 Muharram 1444 H
03 Agustus 2022 M





MSU
Cerdas | Terpercaya

Surat ini agar disebutkan
tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : MUHAMMAD FAOLY TAMBUNAN
N P M : 1803110030
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : KOMUNIKASI DIATAS PARIWISATA KABUPATEN TAPANULI TENGAH
DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA PANTAI LINDAH PANDAN

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	8 Agustus 2022	Bimbingan BAB 1,2,3	JH
2	15 Agustus 2022	Revisi BAB 1,2,3	JH
3	20 Agustus 2022	Acc bab 1,2,3	JH
4	23 Agustus 2022	Bimbingan DAFTAR WAWANCARA	JH
5	27 Agustus 2022	Revisi DAFTAR wawawancara	JH
6	29 Agustus 2022	ACC DAFTAR WAWANCARA	JH
7	8 September 2022	Bimbingan BAB <u>IV</u> , <u>V</u>	JH
8	22 September 2022	Revisi BAB <u>IV</u> , <u>V</u>	JH
9	29 September	ACC BAB <u>IV</u> , <u>V</u>	JH
10	3 Oktober 2022	ACC SKRIPSI	JH

Medan, 3 October 2022

Dekan,

Dr. ARIFIN Saleh MSP

Ketua Jurusan,

Pembimbing,

AKHYARANSKORI, S.Sos.M.I.Kom (nomor seri Tanjung)

Dr. ABYAK ALHANI, S.Sos., M.I.Kom



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 1470/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2022



Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jum'at, 07 Oktober 2022
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Ruang Sidang FISIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
6	ENGKI SYUFRADI	1803110016	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	FADHIL PAHLEVI Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	POLA KOMUNIKASI ORGANISASI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN SWASTA MANAJEMEN PENERBANGAN MEDAN DALAM MENJAGA KUALITAS PENDIDIKAN PASCA COVID-19
7	MARDIANA	1803110005	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	FADHIL PAHLEVI Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	MAKNA SIMBOLIK TARIAN SAMAN SUKU ACEH DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH DI KOTA MEDAN
8	ERA FAZIRA SEMBIRING	1803110218	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	Dr. JUNAIDI, S.Pd, M.Si	PERSEPSI MASYARAKAT KELURAHAN DENAI TERKAIT PERSYARATAN WAJIB BOOSTER KETIKA MUDIK LEBARAN IDUL FITRI TAHUN 2022
9	MUHAMMAD FADLY TAMBUNAN	1803110030	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KABUPATEN TAPANULI TENGAH DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA PANTAI INDAH PANDAN
10	AGUNG MAULANA SURBAKTI	1603110121	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	FADHIL PAHLEVI Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom.	PENGARUH TERPAAN PEMBERITAAN KELANGKAAN MINYAK GORENG TERHADAP KECEMASAN IBU-IBU RUMAH TANGGA DI KELURAHAN KEDAI DURIAN KOTA MEDAN

Notulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh :
Prof. Dr. Muhammad Arifin, SH, M.Hum
Rektor

Medan, 09 Rabiul Awwal 1444 H

05 Oktober 2022 M

Ketua

Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom
Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.