

**STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA
PEMERINTAH DESA BULUH DURI SERDANG
BEDAGAI DALAM PENCAPAIAN ANUGERAH DESA
WISATA 2022**

SKRIPSI

Oleh:

SYAMROY PUJANGER PULUNGAN

1903110043

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

2023

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

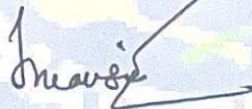
Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Syamroy Pujanger Pulungan
NPM : 1903110043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Desa Buluh Duri Serdang Bedagai Dalam Pencapaian Anugerah Desa Wisata 2022.

Medan, 05 Juni 2023

Pembimbing



Dr. Irwan Syari Tanjung, S.Sos, M.AP
NIDN : 0115037102

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi



Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom
NIDN : 0127048401

Dekan

Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP
NIDN : 0030017402

PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Syamroy Pujanger Pulungan

NPM : 1903110043

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : Rabu, 24 Mei 2023

Waktu : Pukul 08.00 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

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

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

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

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

DR. ARIFIN SALEH, S.SOS., MSP DR. ABRAR ADHANI, S.SOS., M.I.KOM

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, Syamroy Pujanger Pulungan, NPM 1903110043, 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 mem plagiat 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 kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang 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, 05 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Syamroy Pujanger Pulungan

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya kepada kita, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu yang di beri judul **"STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH DESA BULUH DURI SERDANG BEDAGAI DALAM PENCAPAIAN ANUGERAH DESA WISATA 2022"**.

Tugas dari penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk bisa menempuh ujian sarjana ilmu komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Program Studi Ilmu Komunikasi. Didalam pengerjaan skripsi ini telah banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, disini penulis sampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada Orang tua tercinta **Bapak Muslim Maulana Pulungan dan Ibu Ernawan Saragih** yang telah banyak memberikan doa dan dukungan kepada penulis secara moril maupun materil hingga skripsi ini dapat selesai dan juga kepada :

1. Bapak Prof. Dr.Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bapak Dr. Rudianto S.Sos M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

3. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Ibu Hj. Dra.Yusrina Tanjung, MAP selaku Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Ilmu dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
8. Bapak Dr. Irwan Syari Tanjung, S.Sos, M.AP selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah begitu banyak memberikan ilmu, masukan, waktu, tenaga, saran, pikiran, dan kesabarannya selama membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
10. Kepada Ibu Dewi Yanthi Purba selaku Kepala Desa Buluh Duri yang sudah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian di tempat ini.
11. Kepada Bapak Budiman selaku Ketua Badan Usaha Milik Desa Buluh Duri (BUMDES BUDUMA) yang sudah memberikan informasi terkait penelitian ini.

12. Kepada Afdhina Triana Manik,S.Kep,Ners dan Rini Alwi,SE yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitianini.
13. Kepada sahabat penulis Cansa Mayu Siva Nazla, Erlangga Sidiq, Kiki Amelia, Rizki Ramadhani, Irfan Ramadan dan Putri Cintani yang sudah memberi dukungan untuk penyelesaian penulisan skripsi ini.
14. Kepada teman-teman kelas A Ilmu Komunikasi HUMAS Pagi dan seluruh keluarga besar Ilmu Komunikasi 2019 FISIP UMSU.

Wassalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Medan, Maret 2023

Penulis

Syamroy Pujanger Pulungan

1903110043

STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH DESA BULUH DURI SERDANG BEDAGAI DALAM PENCAPAIAN ANUGERAH DESA WISATA 2022

SYAMROY PUJANGER PULUNGAN

1903110043

ABSTRAK

Desa wisata merupakan suatu alternatif wisata yang sangat efektif untuk dikembangkan pada saat ini, Desa Wisata Buluh Duri tercatat sebagai salah satu dari 50 Desa Wisata terbaik Se-Indonesia yang berhasil masuk ke ajang Anugerah Desa Wisata 2022. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menjelaskan strategi komunikasi pariwisata Pemerintah Desa Buluh Duri Serdang Bedagai dalam pencapaian Anugerah Desa Wisata 2022. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dari berbagai macam sumber, yaitu observasi, wawancara, serta dokumentasi yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan dan kemudian didokumentasikan secara pribadi melalui gambar dan foto. Adapun tahapan dalam proses analisis data yaitu penyeleksian data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini ialah pemerintah desa sangat memanfaatkan keberadaan sosial media dalam pencapaian ini dan tentunya tidak lepas dari manajemen komunikasi pariwisata yang baik. Ditemukan bahwa strategi komunikasi pariwisata yang digunakan oleh Pemerintah Desa Wisata Buluh Duri tidak lepas dari kajian-kajian yang ada didalam komunikasi pariwisata.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Anugerah Desa Wisata

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS	8
2.1 Strategi Komunikasi	8
2.1.1 Defenisi Strategi Komunikasi	8
2.1.2 Sifat Strategi Komunikasi	9
2.2 Komunikasi Pariwisata	10
2.2.1 Defenisi Komunikasi Pariwisata	10
2.2.2 Bidang-Bidang Kajian Komunikasi Pariwisata	11
2.3 Pariwisata	15
2.3.1 Defenisi Pariwisata.....	15
2.3.2 Jenis- Jenis Wisata	16
2.3.3 Komponen-Komponen Pengembangan Pariwisata.....	17

2.4	Defenisi Anugerah Desa Wisata.....	19
BAB III METODE PENELITIAN		20
3.1	Jenis Penelitian	20
3.2	Kerangka Konsep	20
3.3	Defenisi Konsep	21
3.4	Kategori Penelitian	23
3.5	Informan dan Narasumber	23
3.6	Teknik Pengumpulan Data	23
3.7	Teknik Analisi Data.....	26
3.8	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		28
4.1	Hasil Penelitian.....	28
4.1.1	Deskripsi Identitas Narasumber	28
4.2	Hasil Wawancara	28
4.3	Pembahasan	42
BAB V PENUTUP.....		47
5.1	Simpulan.....	47
5.2	Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....		49
DOKUMENTASI		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategori Penelitian.....	23
Tabel 4.1 Identitas Narasumber	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep	21
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Surat Diterima Untuk Penelitian

Lampiran 3 SK-1 Permohonan Persetujuan Judul Skripsi

Lampiran 4 SK-2 Penetapan Judul Skripsi Dan Pembimbing

Lampiran 5 SK-3 Permohonan Seminar Proposal Skripsi

Lampiran 6 SK-4 Undangan/ Panggilan Seminar Proposal Skripsi

Lampiran 7 SK- 5 Berita Acara Bimbingan Skripsi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu faktor pendapatan daerah yang saat ini sangat dicanangkan masyarakat. Di Indonesia, berbagai destinasi wisata dapat dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara (Asghary, 2020). Crotti & Misrahi mengatakan pariwisata saat ini menjadi salah satu industri yang berperan sangat penting dalam pembangunan bangsa di berbagai negara. Pada tahun 2017, industri pariwisata global mengubah kehidupan jutaan orang dengan mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, mempercepat pembangunan, dan meningkatkan inklusivitas (Rusyidi & Fedryansah, 2018).

Desa wisata adalah suatu alternatif wisata yang sangat efektif dikembangkan di era saat ini. Desa wisata relevan dengan perubahan paradigma pembangunan kepariwisataan yang menitik beratkan pada aspek sosial, lingkungan dan kepariwisataan berbasis masyarakat (Mulya, 2022). Desa wisata dirancang dengan tujuan sebagai destinasi wisata yang menawarkan ekosistem pemandangan alam serta keunikan budaya, keunikan tersebut yang nantinya akan menjadi sebuah nilai jual yang dapat ditawarkan kepada masyarakat (Kurnianti, 2018).

Putra menyatakan desa wisata merujuk pada kawasan pedesaan yang memiliki ciri khusus yang akan menjadi tujuan wisata, dengan keunikan

lingkungan alam dan kehidupan sosial budaya yang dapat dilihat dari masyarakat setempat sebagai daya tarik utamanya (Mulya, 2022). Desa wisata Buluh Duri, Kecamatan Sipispis, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara memiliki potensi wisata yang luar biasa, baik wisata alam maupun wisata budaya, terletak di beberapa titik desa dengan kualitas serta daya tariknya yang sangat unik dan beragam. Semua potensi wisata yang ada harus dimaksimalkan dengan baik, dimulai dari promosi, pemasaran hingga akses lalu lintas yang baik. Tentunya pemerintah Kabupaten Serdang Bedagai telah bekerja keras untuk mengembangkan dan meningkatkan pariwisata di daerah tersebut agar dapat dilirik dan tidak kalah dengan daerah lain yang ada di Indonesia.

Desa wisata Buluh Duri yang terletak di Kecamatan Sipispis, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara telah menjadi Desa Wisata sejak tahun 2018 sebagaimana dengan dikeluarkannya peraturan Bupati Serdang Bedagai Nomor 65 tahun 2018 tentang pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Serdang Bedagai. Desa Wisata Buluh Duri berhasil menjadi Desa Wisata karena memiliki Produk Wisata berupa Wisata Alam yaitu sungai Bahbolon yang dijadikan tempat bermain arum jeram, hal ini merupakan brand yang dimiliki oleh Desa Wisata Buluh Duri.

Desa ini tercatat sebagai salah satu dari 50 desa wisata terbaik se-Indonesia serta meraih 2 penghargaan dalam ajang Anugerah Desa Wisata 2022 yang diumumkan di dalam Anugerah Desa Wisata 2022 pada tanggal 31 Oktober 2022 bertempat di gedung Sapta Pesona Jakarta yaitu mendapat prestasi juara desa wisata terfavorit dan *runner up* desa wisata kategori digital dan kreatif, dimana

telah diresmikan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia dengan penandatanganan diatas sebuah batu prasasti.

Anugerah Desa Wisata (ADWI) merupakan sebuah program yang dicadangkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam rangka memberikan apresiasi kepada masyarakat penggerak sektor pariwisata yang berupaya percepatan pembangunan desa, mendorong transformasi sosial, budaya, dan ekonomi desa. Kehadiran ADWI ini diharapkan memberikan acuan dan motivasi serta keharmonisan antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, pemerintah dan masyarakat desa, serta penggiat wisata.

Menurut Tanjung (2021) Pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal dapat mewujudkan masyarakat yang kreatif dalam mengenalkan potensi daerah, khususnya budaya sebagai daya tarik yang unik serta dapat mendukung perkembangan ekonomi kreatif bagi masyarakat lokal. Untuk hal ini diperlukan kerjasama antara pemangku kepentingan yaitu pemerintah daerah dalam hal ini Pemerintah Daerah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, pengelola pariwisata, dan masyarakat untuk bergotong royong membangun pariwisata berbasis kearifan lokal yang ada. Hal tersebut merupakan urgensi perlunya dilakukan kajian komunikasi pariwisata.

Tentunya dalam pencapaian yang sudah berhasil didapatkan oleh Desa Buluh Duri hal ini tidak lepas dari proses komunikasi pariwisata dan strategi komunikasi yang dilakukan oleh pemerintahan desa tersebut. Tidak sampai disitu masyarakat desa juga memiliki peran dalam pencapaian sebuah Desa. Dimana telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, yaitu

pemberdayaan masyarakat desa sebagai upaya yang dapat mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, tingkah laku, kemampuan, kesadaran, dan memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan program, kegiatan dan pendampingan yang sesuai dengan esensi permasalahan dan prioritas kebutuhan desa (I. Tanjung & tanjung, 2020).

Sama halnya dengan masyarakat desa komunikasi pariwisata juga memiliki peran yang sangat besar dalam pencapaian ini, Defhany (2020) mengatakan komunikasi pariwisata sangat berperan penting dalam mempromosikan beragam potensi objek wisata daerah yang belum disentuh oleh pemerintah ataupun publik serta wisatawan lokal maupun mancanegara, mengingat banyaknya objek wisata diberbagai daerah yang mengunggulkan citra dalam persaingan dengan tujuan mengembangkan objek wisata yang bersaing demi cirikhas serta keunikan objek wisata agar dapat dilirik oleh wisatawan.

Menurut Onong Uchjana Effendy strategi komunikasi merupakan sebuah panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan yang direncanakan strategi komunikasi harus dapat menunjukan bagaimana operasionalnya secara taktis. (Edi, 2018, hal. 5). Menurut Liliweri terdapat beberapa tujuan dari strategi komunikasi yaitu, mengumumkan, memotivasi, mendidik, menginformasikan, dan mendukung pengambilan keputusan (Lubis dkk., 2021).

Strategi Komunikasi yang melibatkan peran pemerintah daerah, dinas pariwisata, pelaku bisnis pariwisata serta masyarakat setempat tentunya akan

menghasilkan sebuah pariwisata yang berkembang secara optimal, berdasarkan latar belakang dan uraian diatas maka peneliti memutuskan untuk mengangkat judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH DESA BULUH DURI SERDANG BEDAGAI DALAM PENCAPAIAN ANUGERAH DESA WISATA 2022”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Desa Buluh Duri Serdang Bedagai Dalam Pencapaian Anugerah Desa Wisata 2022?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian pasti memiliki arah dan tujuan. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah “Mengetahui Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Desa Buluh Duri Serdang Bedagai Dalam Pencapaian Anugerah Desa Wisata 2022”.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis daalam rangka mengembangkan khasanah ilmiah, keilmuan komunikasi dan kajian massa khususnya yang berhubungan dengan dunia komunikasi pariwisata. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman dalam mengadakan penelitian selanjutnya yang lebih

mendalam, khususnya dalam dunia industri dan komunikasi pariwisata Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu referensi bagi mahasiswa untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan pemerintah dalam memajukan pariwisata lokal yang ada di daerah mereka. Selain itu penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi informasi ilmu pengetahuan dan masukan kepada pembaca agar mengetahui strategi komunikasi pariwisata.

Kemudian peneliti juga mengharapkan penelitian ini bisa memberikan wawasan dan pengalaman dalam melangsungkan penelitian terkhusus tentang cara mengetahui strategi komunikasi pariwisata.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi tentang uraian dari Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Uraian teoritis yaitu menjelaskan dan menguraikan, tentang pengertian dari Strategi Komunikasi, Komunikasi Pariwisata, Pariwisata dan Anugerah Desa Wisata.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep,

definisi konsep, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan merupakan berisi tentang Hasil Penelitian dan tentang Pembahasan Penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bagian penutup isi merupakan uraian dan penjelasan tentang Simpulan dan Saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Strategi Komunikasi

2.1.1 Defenisi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy ialah sebuah panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, yang berarti bahwa sebuah pendekatan (*approach*) dapat berada kapan saja tergantung dari situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi memiliki dua aspek penting yang harus dipahami dan dipelajari dengan baik, yaitu strategi yang dimaknai secara makro (*Planned multimedia strategy*) serta secara mikro (*single communication medium strategy*). Hal ini sangat penting dalam memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi komunikasi secara praktisi nantinya.

Dari kedua aspek tersebut strategi komunikasi memiliki fungsi ganda yaitu, 1) menyebarluaskan isi dan pesan dari komunikasi yang sifatnya informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk mendapatkan hasil yang optimal; 2) menjadi jembatan bagi *cultural gap*, dimana suatu program yang asalnya dari suatu produk kebudayaan lain dianggap baik untuk diterapkan serta dijadikan milik kebudayaan sendiri hal itu sangat bergantung dari bagaimana

strategi komunikasi mengemas informasi tersebut dalam hal mengkomunikasikannya. Dari hal tersebut dapat terlihat bahwa makna dari strategi komunikasi lebih mengarah kedalam upaya pengemasan pesan agar dapat dikomunikasikan secara efektif (Edi, 2018, hal. 4–6).

2.1.2 Sifat Strategi Komunikasi

Dalam perencanaan komunikasi tentunya terdapat strategi komunikasi didalamnya, didalam perencanaan akan terlihat sumber pesan, pesan, proses pengolahan pesan, dan bagaimana pesan digunakan didalam proses komunikasi. Berbicara sifat strategi komunikasi tentu keberadaanya sangat melekat dan terintegrasi dengan berbagai macam perencanaan komunikasi, dengan demikian sifat strategi komunikasi dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Bagian terintegrasi dari kajian perencanaan komunikasi.
2. Membutuhkan peran dari kredibilitas komunikator.
3. Latar (*Setting*) komunikasi yang jelas
4. Digunakan sebagai proses komunikasi diberbagai situasi.
5. Implementasinya yang sangat terasa didalam kajian organisasi.
6. Bermanfaat dalam pengukuran tingkat efektivitas pesan yang disampaikan apakah dapat dimengerti atau dipahami.

Dari beberapa sifat tersebut, strategi komunikasi juga memiliki sifat yang adaptif dengan situasi dan kajian dari objek yang ada dibidang komunikasi. Terdapat sifat khusus dari strategi komunikasi yaitu, dapat mencerminkan suatu epistemologis dari semua implementasi model, teori, serta jenis komunikasi yang

memiliki tujuan untuk menguasai ranah komunikasi sehingga dapat memperoleh target komunikasi yang tepat (Edi, 2018, hal. 10–11).

2.2 Komunikasi Pariwisata

2.2.1 Defenisi Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata merupakan kajian yang berkembang dari bersatunya beberapa disiplin ilmu didalam satu kajian yaitu komunikasi dan pariwisata. Dengan demikian, maka kajian ini merupakan hasil bagian dari perkembangan ilmu secara multilinear dengan bergabungnya beberapa disiplin ilmu. Kedekatan biologis yang dimiliki kajian komunikasi pariwisata berasal dari kajian-kajian komunikasi dan pariwisata yang melahirkan kajian tersebut. Komunikasi dalam hal ini menyumbangkan teori-teori komunikasi kelompok, komunikasi interpersonal, komunikasi persuasif, dan komunikasi massa. Sedangkan kajian pariwisata dalam hal ini menyumbangkan *field* destinasi pariwisata, kajian pemasaran pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan kelembangaan kepariwisataan serta sumber daya manusia (SDM).

Dalam menjadikannya suatu disiplin ilmu, komunikasi pariwisata dibantu berbagai kajian dan disiplin lain yang terbagi dua, yaitu disiplin yang sangat dominan dalam menyumbangkan teori-teorinya dan disiplin yang letaknya lebih jauh, tetapi tetap menyumbangkan teorinya pada kajian ilmu komunikasi pariwisata. Pemasaran dan komunikasi pemasaran merupakan disiplin yang terdekat. Teori-teori ini menyumbangkan tentang teori komunikasi, unsur-unsur pemasaran, strategi pemasaran, teori produk, teori brand serta branding.

Disiplin yang dekat dengan kajian ini lainnya ialah konstruksi sosial media massa dan sosiologi komunikasi. Disiplin tersebut dalam kajian ini menyumbangkan tentang teori pencitraan media massa dan pengaruh media yang nantinya dapat digunakan untuk melakukan penguatan terhadap proses branding dan konstruksi sosial brand. Dalam menjalankan hal tersebut yang terpenting pula ialah *public relations* yang bertugas dalam menangani tentang relasi pencitraan, negosiasi dan perencanaan-perencanaan yang berkaitan dengan diselenggarakannya *event MICE*. Disiplin teknologi juga turut menyumbangkan pengetahuan terhadap kemajuan teknologi dan komunikasi yang nantinya dapat dipergunakan sebagai media komunikasi pemasaran pariwisata.

Perlu kita ketahui bahwa bidang-bidang kajian yang menyumbangkan teori-teorinya terhadap komunikasi pariwisata ini memungkinkan dimasa yang akan mendatang menjadi kajian-kajian baru disekitar komunikasi pariwisata. Hal ini tergantung pada akselerasi ilmuwan dibidang komunikasi pariwisata dalam mengamati fenomena-fenomena yang nantinya akan tumbuh di sekitaran disiplin ilmu ini. Namun tidak menutup kemungkinan akan terjadi hal sebaliknya, kajian ini akan hilang dari khazanah ilmu pengetahuan karena bidang-bidang yang ada didalamnya tidak diminati oleh masyarakat dan sebagainya (Burhan, 2015, hal. 92–94).

2.2.2 Bidang-Bidang Kajian Komunikasi Pariwisata

Terdapat beberapa kajian utama yang dikembangkan dalam komunikasi pariwisata sebagai bidang-bidang kajian yang menarik. Bidang-bidang ini akan terus berkembang seiring berjalannya waktu sejalan dengan berkembang

kompleksitas kajian yang ada pada komunikasi pariwisata. Bidang-bidang tersebut ialah komunikasi pemasaran pariwisata, brand destinasi, manajemen komunikasi pariwisata, komunikasi transportasi pariwisata, komunikasi visual pariwisata, komunikasi kelompok pariwisata, komunikasi *online* pariwisata, *public relations* dan MICE, dan riset komunikasi pariwisata.

1. Komunikasi Pemasaran Pariwisata

Komunikasi pemasaran pariwisata (*tourism communication marketing*) atau TMC. Bidang ini mengkaji 4P, 7P, *Communication Mix*, *Marketing Mix* dan hal tentang TCM. Bidang ini merupakan bidang yang secara keseluruhan membahas TCM dalam konteks teoritis dan praktis yang lengkap, namun tidak spesifik dalam konteks-konteks spesialis.

2. Brand Destinasi

Hal ini mengkaji tentang brand destinasi dalam konteks brand produk destinasi, dimana kita ketahui brand destinasi adalah media dan pesan itu sendiri didalam konteks serta proses komunikasi pemasaran secara umum dan khususnya didalam pemasaran pariwisata. Selain brand sebagai media serta sebagai pesan itu sendiri, dikaji pula bagaimana konstruksi dan sosial brand destinasi, bagaimana hubungan antara brand dengan produk destinasi, brand dengan aksesibilitas, dengan pemasaran pariwisata, antara brand dengan SDM serta kelembagaan pariwisata.

3. Manajemen Komunikasi Pariwisata

Dalam hal ini yang menjadi ulasan-ulasan penting yang dilakukan serta diterapkan dibidang komunikasi pariwisata ialah prinsip-prinsip

manajemen. Kajian ini membahas tentang bagaimana manajemen diterapkan dibidang komunikasi pariwisata, yaitu dengan bagaimana mengatur atau memanajemen pemasaran pariwisata, destinasi, asesibilitas serta mengatur SDM kelembagaan pariwisata. Bagaimana peran pimpinan serta *leadership*, bagaimana memanajemen individu, anggaran dan berbagai macam saluran media komunikasi yang digunakan didalam proses komunikasi pariwisata.

4. Komunikasi Transportasi Pariwisata

Informasi mengenai transportasi menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh masyarakat pariwisata karena hal itu merupakan hal terpenting ketika akan melakukan kegiatan wisata. Oleh karena itu perhatian dibidang ini juga sangat penting. Kajian komunikasi pariwisata juga menyangkut media atau saluran-saluran komunikasi yang dipergunakan untuk menyampaikan informasi transportasi pariwisata, dampak informasi terhadap masyarakat pariwisata, serta umpan balik yang diharapkan. Kajian ini juga menyangkut perihal alat serta jenis transportasi, anggaran transportasi, keamanan dan keselamatan transportasi, transportasi alternatif, serta koneksitas dengan hal akomodasi perhotelan, *guesthouse* dan lain sebagainya.

5. Komunikasi Visual Pariwisata

Bidang ini merupakan bidang yang bergerak pada kegiatan desain grafis yang sangat mendukung didalam bidang industri pariwisata. Oleh karena itu bidang ini akan berkembang seiring berjalannya waktu dimana

kajiannya khusus diarahkan kepada komunikasi *entrepreneurship*, kreativitas, seni, serta kebebasan berkreasi. Bidang ini mengambil sisi kajian konseptual konten komunikasi yang nantinya diterapkan oleh industri kreatif yang menghasilkan *souvenir*, oleh-oleh yang memiliki ikon *local tourism* yang khas dan menjadi brand pariwisata.

6. Komunikasi Kelompok Pariwisata

Bidang ini tentunya menyangkut kemampuan pribadi pelaku pariwisata baik itu sebagai pemilik destinasi pariwisata, penguasa *venue* atau kemampuan pribadi yang dimiliki pramuwisata serta pandu wisata. Bisnis pariwisata adalah bisnis yang dijalankan secara kelompok sehingga keahlian komunikasi kelompok adalah hal yang harus diperhatikan.

7. Komunikasi Online Pariwisata

Dalam komunikasi pariwisata media *online* menjadi sebuah kajian tersendiri, karena media *online* tidak hanya dapat digunakan untuk media pemasaran, media *online* juga dapat digunakan untuk berbagai macam kepentingan didalam ranah pariwisata. Terdapat lima kemampuan media *online* saat ini , antara lain kemampuan menyimpan (*upload*) informasi, mengelola informasi, mengeluarkan informasi (*download*), menyebarkan komunikasi serta mengkonstruksikan citra informasi. Jadi keseluruhan dari kemampuan media *online* ini dikaji didalam penerapannya dibidang komunikasi pariwisata.

8. Public Relations dan MICE

Bidang ini merupakan bidang yang sangat menarik didalam komunikasi pariwisata, karena peran PR sangat diperlukan dalam mengatur keseluruhan program dari MICE, dimulai dari perencanaan sampai dengan perumusan program MICE, masalah *funding explore*, *sponsorship*, pemasaran MICE, akomodasi MICE sampai dengan implementasi MICE, evaluasi serta perencanaan kegiatan MICE menjadi pembahasan panjang didalam komunikasi pariwisata.

9. Riset Komunikasi Pariwisata

Dalam sebuah pengembangan riset adalah sebuah ujung tombak sebuah kajian, oleh karena itu komunikasi pariwisata juga meletakkan harapan yang tinggi terhadap sebuah riset. Riset komunikasi pariwisata dapat berupa pengambilan obyek-objek riset pada bidang-bidang kajian komunikasi pariwisata (Burhan, 2015, hal. 94–97).

2.3 Pariwisata

2.3.1 Defenisi Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa sansekerta jika ditinjau secara etimologi yang memiliki persamaan makna dengan *tour*, yang memiliki makna berputar-putar dari satu tempat ketempat lain menurut (Yoeti, 1996). UNWTO, organisasi pariwisata dunia, mendefenisikan pariwisata sebagai kegiatan perjalanan dan tinggal seseorang di luar tempat tinggal serta lingkungannya selama tidak lebih dari satu tahun berurutan untuk berwisata, bisnis, atau tujuan lain dengan tidak untuk bekerja ditempat yang dikunjungi tersebut.

Kepariwisataan adalah pengertian secara jamak yang dapat diartikan sebagai hal-hal yang berhubungan dengan pariwisata, dimana dalam bahasa Inggris disebut dengan istilah *tourism*. Subjek wisata dalam kegiatan kepariwisataan merupakan orang-orang yang melakukan perjalanan wisata sedangkan obyek wisata merupakan tujuan wisatawan. Sebagai dasar untuk mengkaji serta memahami berbagai istilah dalam kepariwisataan, kita dapat berpedoman pada Bab 1 pasal 1 Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan (Lingga & Vany, 2020, hal. 25–26).

2.3.2 Jenis- Jenis Wisata

Ditinjau dari jenisnya wisata dapat dibagi menjadi dua jenis , yaitu sebagai berikut :

1. Wisata Alam, yang terdiri dari :
 - a. Wisata Pantai (*Marine tourism*), adalah sebuah kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk menyelam, memancing, berenang, dan olahraga air serta kegiatan yang dilakukan di air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
 - b. Wisata Etnik (*Etnik tourism*), adalah sebuah perjalanan dalam menikmati perwujudan kebudayaan dan melihat gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
 - c. Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*), adalah sebuah wisata yang dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, keindahan

pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang sudah langka, serta jenis flora yang suda jarang ditemukan.

- d. Wisata Buru, adalah wisata yang dilakukan di Negara-Negara yang memang memiliki ketersediaan lahan atau daerah hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah.
- e. Wisata Agro, adalah jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek perkebunan, pertanian, dan lading pembibitan dimana bertujuan untul melakukan studi didalam proses wisata tersebut.

2. Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari:

- a. Peninggalan dari masa prasejarah kepurbakalaan serta dan monument, wisata ini termasuk kedalam golongan budaya, monument nasional, kota, desa, gedung bersejarah, bangunan keagamaan, serta tempat-tempat yang memiliki nilai sejarah lainnya yang memiliki daya tarik wisata utama dibanyak negara.
- b. Museum serta fasilitas budaya lainnya, adalah wisata yang berhubungan dengan aspek dalam serta kebudayaan disuatu tempat atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan temanya , seperti museum sejarah, arkeologi, entologi, seni dan kerajinan, serta sejarah alam (Lingga & Vany, 2020, hal. 26–27).

2.3.3 Komponen-Komponen Pengembangan Pariwisata

Menurut Inskeep, diberbagai macam literature dimuat berbagai macam komponen-komponen wisata. Komponen tersebut terdiri dari komponen dasar dan

komponen yang selalu ada dari sebuah wisata. Komponen-komponen tersebut saling berinteraksi satu sama lain. Berikut pengelompokan dari komponen-komponen wisata :

a. Atraksi dan kegiatan-kegiatan wisata

Semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan dari suatu tempat serta kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan wisata yang dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah obyek wisata.

b. Akomodasi

Berbagai macam jenis fasilitas yang berhubungan dan bergerak pada bidang pelayanan untuk para wisatawan yang berniat melakukan wisata panjang disebuah obyek wisata.

c. Fasilitas dan pelayanan wisata

Semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kegiatan berwisata. Fasilitas yang dimaksud ialah *tour and travel operations* (pelayanan dan penyambutan). Fasilitas tersebut misalnya: restoran, toko kerajinan, cendra mata, bank, tempat penukaran uang, kantor informasi wisata, pelayanan pribadi, fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum, dan fasilitas perjalanan.

d. Fasilitas dan pelayanan transportasi

Termasuk transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata, transportasi penghubung kawasan wisata dan kawasan pembangunan,

transportasi internal yang menghubungkan atraksi dan pelayanan transportasi yang berhubungan dengan transportasi air, darat, dan udara.

e. Infrastruktur lain

Infrastruktur yang dimaksud seperti penyediaan air bersih, listrik, telekomunikasi dan lain lain.

f. Elemen Kelembagaan

Kelembagaan yang dimaksud ialah kelembagaan yang dipergunakan untuk mengelola dan membangun kegiatan wisata, termasuk perencanaan tenaga kerja, program pendidikan serta juga dalam melaksanakan pelatihan; menyusun strategi marketing dan promosi; menstruktuarisasi organisasi wisata sektor umum dan swasta; peraturan dan perundang-undangan yang berhubungan dengan wisata; mengendalikan program ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya (Lingga & Vany, 2020, hal. 27–28).

2.4 Defenisi Anugerah Desa Wisata

Anugerah desa wisata merupakan sebuah program yang diadakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia dalam rangka memberikan apresiasi kepada masyarakat penggerak sektor pariwisata yang memiliki upaya mempercepat pembangunan desa, mendorong transformasi sosial, budaya dan ekonomi desa. ADWI memiliki tujuh kategori penilaian seperti, daya tarik pengunjung, *homestay* & toilet, digital & kreatif, souvenir, kelembagaan Desa Wisata & CHSE.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pariwisata Pemerintah Desa Buluh Duri Serdang Bedagai dalam pencapaian Anugerah Desa Wisata 2022. Menurut Creswell penelitian kualitatif ialah sebuah proses penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dan manusia dengan menciptakan paparan menyeluruh dan kompleks yang disajikan menggunakan kata-kata, melaporkan pandangan dengan terperinci yang diperoleh dari suatu sumber informasi, serta dilaksanakan dalam latar (*setting*) yang alamiah (Gunawan, 2017, hal. 83).

Menurut Sugiyono penelitian kualitatif didasari oleh filsafat post-positivisme, karena hal ini berguna untuk mempelajari sebuah objek yang bersifat alamiah (berlawanan dengan eksperimen), peneliti berperan sebagai instrument kunci, pengambilan sampel, sumber data yang dilaksanakan dengan purposive dan snowball, teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan), analisi data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil dari penelitian kualitatif lebih intens terhadap makna dari pada generalisasi (Fadli, 2021).

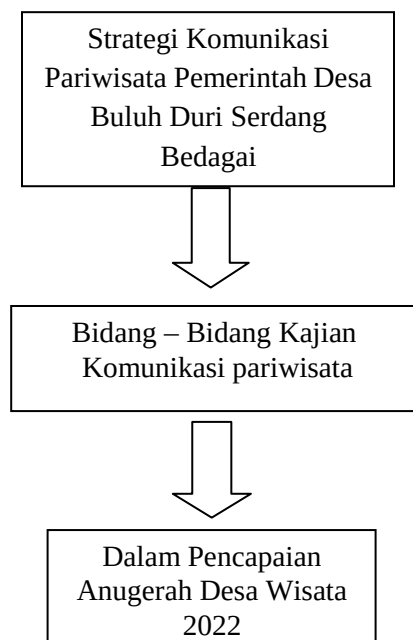
3.2 Kerangka Konsep

Notoadmojo menyatakan bahwa kerangka konsep penelitian ialah suatu uraian serta visualisasi hubungan atau keterkaitan antara satu konsep dengan

konsep yang lainnya, atau antara satu variable dengan variable yang lain dari masalah yang akan diteliti (Aprilia & Dedeh, 2018).

Adapun kerangka konsep penelitian yang dapat dijelaskan yaitu, strategi komunikasi pariwisata Pemerintah Desa buluh Duri serdang Bedagai dalam pencapain anugerah desa wisata 2022, maka konsep penelitian yang digunakan ialah sebagai berikut :

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber: Hasil Olahan 2023

3.3 Defenisi Konsep

Menurut Singarimbun dan Efendi defenisi dari konsep ialah konsep sebagai istilah atau defenisi yang berguna untuk mendeskripsikan secara abstrak suatu peristiwa atau kejadian, keadaan, individu atau kelompok yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Melalui sebuah konsep, peneliti diharapkan mampu menyederhanakan pemikirannya melalui satu istilah untuk beberapa kejadian

(*events*) yang berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Istilah ini dipergunakan untuk mewakili sebuah realitas yang kompleks (Rahardjo, 2014). Adapun definisi konsep dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

- a. Strategi komunikasi menurut Middleton ialah kombinasi yang terbaik semua elemen komunikasi seperti komunikator, komunikan, pesan, saluran penerima sampai kepada pengaruh (efek) yang disusun untuk mencapai sebuah tujuan komunikasi efektif, sedangkan menurut Rogers strategi komunikasi ialah suatu rancangan yang telah dibuat guna mengubah tingkah laku manusia menuju skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide terbaru (Wijaya, 2015).
- b. Bidang-bidang kajian komunikasi pariwisata ialah sebuah kajian utama yang menarik untuk digunakan dan akan terus berkembang seiring berjalannya waktu
- c. Prestasi adalah sebuah hasil usaha yang berhasil dicapai dari apa yang telah diusahakan dan dikerjakan baik secara individual maupun kelompok.
- d. Desa Wisata adalah sebuah kawasan yang merupakan lingkungan pedesaan yang memiliki daya tarik wisata berbasis kearifan lokal berupa adat istiadat, budaya, serta kekayaan alam yang unik dan memiliki unsure keaslian sebagai cirri khas utama suasana pedesaan. Biasanya kawasan pedesaan yang dikelola sebagai desa wisata terdiri atas lebih dari satu atau gabungan dari beberapa daya tarik wisata, seperti gabungan dari wisata budaya, agrowisata, wisata alam, dan ecotourism dalam satu

kawasan desa wisata (Hermawan, 2016).

3.4 Kategori Penelitian

Tabel 3.1 Kategori Penelitian

No	Konsep Teoritis				Indikator
1	Strategi	Komunikasi	Pariwisata	1. Komunikasi Pemasaran Pariwisata	
	Pemerintah	Desa	Buluh Duri	2. Manajemen Komunikasi Pariwisata	
	Serdang Bedagai			3. Komunikasi Visual Pariwisata	
				4. Komunikasi <i>Online</i> Pariwisata	
2	Dalam pencapaian Anugerah Desa				1. Daya Tarik Pengunjung
	Wisata 2022				2. Homestay
					3. Toilet Umum
					4. Suvenir
					5. Digital dan Kreatif
					6. CHSE dan Kelembagaan

Sumber: Hasil olahan 2023

3.5 Informan dan Narasumber

Narasumber adalah orang-orang yang ikut terlibat dalam objek penelitian dimana para narasumber akan dimanfaatkan peneliti dalam mencari informasi terkait objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, narasumber pada penelitian ini terdiri dari 4 narasumber diantaranya Kepala Desa Buluh Duri, Ketua Badan Usaha Milik Desa Buluh Duri, dan masyarakat Desa Buluh Duri

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang nantinya dapat digunakan untuk memberikan diagnosa dan kesimpulan. Observasi hanya berlaku pada perilaku/sesuatu yang tampak, sehingga potensi potensi perilaku seperti sikap, sebuah pendapat jelas tidak dapat diobservasi. Selain itu, sesuatu dapat dikatakan observasi apabila mempunyai sebuah tujuan; mengamati, melihat, mencermati suatu perilaku tidak dapat dikatakan observasi jika tidak memiliki sebuah tujuan.

Observasi dilakukan dengan cara berpartisipasi (observasi partisipan) dalam kegiatan yang akan diobservasi ataupun tidak, secara jelas observasi merupakan teknik pengumpulan data yang penting dalam proses penelitian kualitatif. Observasi merupakan teknik mendasar bagi penelitian kualitatif, setting menjadi catatan dasar sedangkan saksi mata menghitung tindakan sosial yang terjadi. Dalam penelitian kualitatif observasi merupakan deskripsi dari kejadian, tindakan, orang, dan objek, observasi juga digunakan dalam proses pengumpulan data interaktif, seperti observasi partisipan (Uhar, 2018, hal. 209–211). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan di Desa Wisata Buluh Duri, Kecamatan Sipispis, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara

2. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif metode pengumpulan data melalui wawancara umumnya berfungsi untuk mendalami suatu kejadian atau

kegiatan pada subjek penelitian. Pada dasarnya wawancara merupakan proses percakapan, namun percakapan yang memiliki sebuah tujuan. Wawancara sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif, karena banyak hal-hal yang tidak memungkinkan untuk diobservasi, seperti perasaan, pikiran, motif serta mengalami narasumber.

Oleh karena itu, wawancara dapat didefinisikan sebagai cara untuk memahami atau memasuki perspektif orang lain tentang dunia dan kehidupan sosial, dalam melakukan proses wawancara peneliti harus memiliki pemahaman yang baik akan topik yang akan dibahas sesuai dengan focus penelitian (Uhar, 2018, hal. 213–214). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada Kepala Desa Buluh Duri, Ketua Badan Usaha Milik Desa Buluh Duri, dan masyarakat setempat Desa Buluh Duri

3. Dokumentasi

Dokumen adalah sebuah rekaman kejadian yang ditulis atau dicetak dokumen dapat berupa catatan anekdot, surat, buku harian, foto, dan dokumen-dokumen lainnya. Dalam teknik pengumpulan data interaktif peneliti dapat menemukan dokumen dari partisipan yang menawarkan untuk memberi rekaman pribadi kepada peneliti. Dokumen juga dapat menghasilkan informasi yang melatar belakangi suatu peristiwa atau aktivitas tertentu. Dokumen ialah sebuah rekaman kejadian masa lalu yang ditulis atau dicetak ulang, dokumen biasanya dikatalogkan serta ditampilkan dalam sebuah tempat penyimpanan kumpulan arsip.

3.7 Teknik Analisi Data

Teknik analisi data adalah sebuah proses mencari serta menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam satu kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih data dari segi kepentingan serta memilih data yang ingin dipelajari, serta menciptakan kesimpulan sehingga dapat dipahami dengan mudah untuk diri sendiri maupun orang lain.

Analisi data kualitatif bersifat induktif, artinya suatu analisis data berdasarkan kepada data yang diperoleh, kemudian dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan oleh data yang di dapat, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang sehingga kemudian dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang telah diperoleh (Sugiyono, 2013, hal. 243–244).

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah teknik analisis kualitatif, yaitu data yang diperoleh berasal dari hasil pengumpulan data kemudian diinterpretasikan sesuai dengan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi serta diuraikan secara deskriptif untuk mengidentifikasi masalah bagaimana strategi komunikasi pariwisata Pemerintah Desa Buluh Duri Serdang Bedagai dalam pencapaian Anugerah Desa Wisata 2022. Adapun proses penelitian data dan pengolahan data pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Penyeleksian data, pemeriksaan data, kelengkapan dan kesempurnaan data serta kejelasan data yang diperoleh.
2. Reduksi data/pembentukan abstraksi dengan data yang telah ada seperti observasi, wawancara dan inti sari dari dokumen.
3. Penyajian data melalui proses pencatatan, pengetikan, penyuntingan dan disusun kedalam bentuk teks yang akan diperluas.
4. Penarikan kesimpulan data yang telah diperoleh dan disusun, selanjutnya ialah melakukan penarikan kesimpulan.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Desa Buluh Duri, Kecamatan Sipispis, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2022 sampai dengan Maret 2023.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Identitas Narasumber

Tabel 4.1 Identitas Narasumber

No	Nama	Inisial	Usia	Pekerjaan
1	Dewi Yanti Purba	DY	45	Kepala Desa Buluh Duri
2	Budiman	BD	34	Ketua Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Buduma Buluh Duri
3	Afdhina Triana Manik	AT	30	Wiraswasta
4	Rini Alwi	RA	33	Wiraswasta

Sumber : Hasil Penelitian 2023

4.2 Hasil Wawancara

Penyajian data yang akan disajikan oleh peneliti berdasarkan dari kategori yang telah ditentukan, sehingga dapat memudahkan peneliti untuk melakukan verifikasi, analisis data serta penarikan kesimpulan.

Perencanaan Pencapaian Desa Buluh Duri dalam Anugerah Desa Wisata 2022

Dalam memberikan informasi kepada masyarakat mengenai hal-hal yang berkaitan dengan Desa Wisata Buluh Duri semua sudah berjalan dengan baik dan lancar karena dalam hal ini pemerintah Desa Buluh Duri bekerja sama dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Buduma sudah memberikan sosialisasi

secara langsung kepada masyarakat, menyebarkan brosur dan memanfaatkan peran media massa serta digital dalam memberikan informasi dan mempromosikan Desa Wisata Buluh Duri berserta dengan Wisata Lokal yang ada di Desa tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber DY selaku Kepala Desa Buluh Duri juga menginformasikan tentang sejarah pengelolaan terbentuknya Desa Wisata Buluh Duri, peran Pemerintah Desa dalam pengolahan Desa Wisata Buluh Duri, bagaimana partisipasi masyarakat dalam mengelola Desa Wisata Buluh Duri, upaya yang dilakukan Desa Wisata Buluh Duri sehingga mampu meraih penghargaan Desa Wisata Terbaik dan Runner-up Desa Wisata Digital dan Kreatif, dampak apa yang dirasakan setelah menyandang predikat Desa Wisata terbaik serta Desa Wisata Digital dan Kreatif diajang ADWI 2022 mengatakan:

Sejarah pengelolaan Desa Wisata Buluh Duri ini berawal dari adanya wisata lokal yang dilirik oleh masyarakat setempat serta daerah – daerah sekitaran Desa Buluh Duri kemudian adanya wisata lokal tersebut menggerakkan Pemerintah desa untuk mengelolah wisata loka tersebut agar menjadi wisata lokal yang memenuhi standart dari sebuah daerah pariwisata, setelah adanya usaha yang dilakukan Pemerintah Desa dalam pengelolaan wisata lokal tersebut maka Pemerintah Desa menugaskan Bumdes Buduma dalam pengelolaan wisata lokal yang ada di Des Buluh Duri, dengan adanya usaha-usaha yang dilalukan oleh Bumdes Buduma dalam pengelolaan wisata lokal yang ada di Desa Buluiuh Duri menyebabkan Desa Buluh Duri dinobatkan menjadi salah satu Desa Wisata yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai. Hal ini di putuskan dengan adanya peraturan

Bupati Serdang Bedagai nomor 65 tahun 2018 tentang pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Serdang Bedagai. Peran Pemerintah Desa dalam pengelolaan Desa Wisata Buluh Duri sangat besar terkhusus dalam hal legalitas dan infrastruktur yang terus diusahakan Pemerintah Desa Buluh Duri, karena standart dari sebuah pariwisata salah satunya adalah legalitas yang bertujuan untuk mencegah problematik-problematik yang kemungkinan timbul dikemudia hari. Dalam hal ini masyarakat juga turut kami libatkan salah satunya berpartisipasi dalam hal keterampilan dan kemahiran dimana masyarakat kami anjurkan untuk mengelolah makanan khas dan menjadi pemandu wisata, masyarakat Desa Wisata Buluh Duri yang telah aktif dalam berpartisipasi dalam keterampilan dan kemahiran ini berupa pembuatan makanan khas seperti ombus-ombus yang saat ini banyak digemari wisatawan saat berkunjung ke Desa Wusata Buluh Duri.

Adapun upaya atau cara yang kami lalukan sebagai Pemerintah Desa untuk mendorong masyarakat agar terus dapat berpartisipasi dalam hal ini, kami selalu melibatkan perwakilan masyarakat dalam kegiatan rapat yang kami adakan terkait pengelolaan dan pengembangan Desa Wisata, dalam hal ini kami juga memberi kesempatan kepada masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya kepada kami selaku Pemerintah Desa untuk memajukan Desa Wisata Buluh Duri dan tentunya juga untuk kesejahteraan masyarakat kami, selain itu kami juga melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat terkait hal-hal apa saja yang dapat dilakukan masyarakat sebagai penduduk sebuah Desa Wisata. Upaya yang kami lakukan selaku pemerintah desa tidak terlalu banyak karena program ini dipegang

oleh Bumdes Buduma yang ada dibawah naungan Pemerintah Desa Buluh Duri, jadi untuk itu dalam upaya ini kami hanya melakukan pada porsinya saja seperti membantu perlengkapan administrasi yang dibutuhkan selama proses pengelolaan Desa Wisata Buluh Duri dari awal hingga berhasil menorehkan prestasi di ajang ADWI 2022, kami juga membantu melengkapi legalitas terkait Desa Wisata, kami juga membantu untuk menginformasikan kepada masyarakat terkait ADWI 2022 yang sedang diikuti pada saat itu untuk mensupport Desa Buluh Duri dalam ajang tersebut dengan cara mempromosikan seacara *online* maupun offline kepada siapa saja.

Dampak yang kami rasakan setelah prestasi yang didapatkan Desa Buluh Duri di ajang ADWI 2022 tentunya sangat banyak dan sangat positif, salah satunya Desa Buluh Duri sudah memilik branding dan citra yang baik karena prestasi yang didapat, kami juga sebagai Desa Wisata pada akhirnya memiliki brand yang dapat kami perlihatkan kepublik yaitu wisata lokal arung jeram yang menjadi wisata andalan kami di Desa Buluh Duri serta kami juga memiliki makanan khas ombus-ombus yang dapat kami promosikan ke publik, selain itu peningkatan perekonomian juga dirasakan oleh masyarakat kami dengan adanya prestasi ini mengakibatkan meningkatnya minat dan jumlah wisatawan yang hadir kewisata kami sehingga masyarakat kami yang menyediakan barang atau jasa juga merasakan peningkatan secara ekonomi, serta penambahan lapangan kerja yang terdapat di wisata arum jeram kami juga salah satu dampak yang baik yang dapat dirasakan oleh masyarakat kami, selain itu kami sebagai pemerintah desa saat ini juga menjadi kiblat bagi desa-desa lain yang nantinya akan mengikuti ADWI

2023 untuk dapat berprestasi maka dari itu kami juga memiliki kegiatan tambahan seperti mengisi materi terkait perencanaan dan pengelolaan Desa Wisata kepada desa-desa yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai.

Selanjutnya peneliti juga melakukan wawancara dengan narasumber BD yang merupakan Ketua Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Buduma terkait, bagaimana pengelolaan Desa Wisata Buluh Duri, Apa saja inovasi yang telah dilakukan Bumdes selama pengelolaan ini dilakukan, apakah implementasi komunikasi pariwisata berperan dalam pencapaian ini, strategi komunikasi pariwisata seperti apa yang dilakukan oleh Bumdes dalam pencapaian di ADWI 2022, pentingkah dilakukannya komunikasi pemasaran pariwisata dilakukan dalam pencapaian ini dan seperti apa komunikasi pemasaran pariwisata yang dilakukan dalam pencapaian Desa Wisata Buluh Duri dalam ajang ADWI 2022, apakah manajemen komunikasi pariwisata menjadi aspek yang perlu diperhatikan dalam pencapaian Desa Wisata Buluh Duri serta manajemen komunikasi pariwisata seperti apa yang dilakukan, bagaimana implementasi komunikasi visual pariwisata yang dilakukan oleh Desa Wisata Buluh Duri dalam pencapaian di ADWI 2022, komunikasi *online* pariwisata apa yang dilakukan oleh pemerintah dalam hal ini dan mengapa pentingnya komunikasi *online* pariwisata ini dilakukan mengatakan :

Peran Bumdes dalam pengelolaan Desa Wisata Buluh Duri itu sangat besar dan hampir seluruh pengelolaan wisata yang ada di Desa ini dikelola oleh Bumdes, contohnya wisata yang menjadi brand kita pada saat ini yaitu Arum Jeram yang berhasil menghantarkan kita meraih prestasi di ajang ADWI 2022

seluruh pengelolaan kepariwisataannya dikelola oleh bumdes baik itu dari sistem manajemen dan lain-lain, dalam mengikuti ajang Anugerah Desa Wisata 2022 yang diadakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Bumdes bersama dengan Pemerintah Desa yang mempersiapkan segala hal-hal yang diperlukan baik itu secara administrasi , legalitas dan lain lain untuk memajukan Desa Buluh Duri diajang tersebut. Terdapat beberapa inovasi yang kami coba ciptakan dan jalankan dalam pengelolaan Desa Wisata Buluh Duri ini karena menurut kami hal ini merupakan faktor terpenting dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan inovasi juga berperan sebagai faktor perubahan yang nyata dalam suatu aktivitas yang kami lakukan tetapi sebelum menciptakan inovasi-inovasi tersebut kami terlebih dahulu melakukan analisis SWOT guna melihat kelebihan, kekurangan serta kendala dan peluang yang ada pada wisata kami, ada beberapa inovasi yang kami lakukan seperti menciptakan paket wisata all in dalam arti pengunjung tidak akan mendapatkan kutipan apapun lagi seperti parkir, tiket masuk, makan dan lain-lain karena kita ketahui banyak tempat wisata yang mengadakan kutipan-kutipan sehingga wisatawan yang datang merasa kurang nyaman akan hal itu jadi kami coba berinovasi untuk meningkatkan kenyamanan wisatawa.

Dalam hal ini komunikasi pariwisata sangat berperan penting karena banyak sekali bidang-bidang kajian komunikasi pariwisata yang kami implementasikan dalam mengenalkan, mempromosikan, memanajemen Desa Wisata Buluh Duri ini, komunikasi pariwisata juga kami manfaatkan untuk menginformasikan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh Desa Wisata Buluh

Duri, berbicara mengenai strategi komunikasi pariwisata yang kami lakukan tentunya tidak pernah lepas dari sebuah analisis yang kami lakukan kembali sebelum menentukan strategi kami mencoba menganalisis kembali internal kami guna menciptakan strategi yang baik dan matang, adapun strategi yang kami lakukan ialah mengetahui titik lemah Desa Buluh Duri, mengadakan evaluasi terhadap setiap kinerja yang sudah dilakukan, mengikuti zoom dan arahan dari kementrian, melibatkan stalkholder yang ada, mempromosikan melalui sosial media, melakukan manajemen komunikasi pariwisata, melakukan komunikasi pemasaran pariwisata, melakukan komunikasi *online* pariwisata, menciptakan komunikasi visual pariwisata.

Komunikasi Pemasaran Pariwisata sangat penting dilakukan untuk mempengaruhi wisatawan dan memasarkan produk wisata yang kita miliki, komunikasi pemasaran pariwisata yang kami lakukan ialah melakukan promosi dalam hal ini kami memiliki dua cara yaitu secara langsung biasanya kita lakukan secara door to door serta secara *online* melalui media sosial dan media massa yang ada pada saat ini, membentuk team digital marketing untuk memudahkan proses pemasaran produk pariwisata yang kita miliki, melibatkan masyarakat dalam proses promosi produk wisata, kita juga menjalin kemitraan contohnya kita sudah bekerja sama dengan beberapa akun instagram yang bergerak pada bidang wisata serta memiliki followers yang banyak, kita mengundang mereka untuk datang ke Desa Wisata kita dan memfasilitasi mereka dengan baik yang mana nantinya kita mengharapkan feed back dari mereka berupa sebuah konten yang akan diposting di akun mereka dengan hal ini produk wisata kita dapat diketahui banyak orang.

Langkah selanjutnya ialah mendatangkan figur contohnya sudah beberapa kali Desa Wisata Buluh Duri berhasil mendatangkan figur seperti Wali Kota Medan, Ustad Abdul Shomad, dan Gubernur Sumatera Utara dengan datangnya figur-figur ini Desa Buluh Duri dapat lebih dikenal, selanjutnya langkah yang kami ambil ialah memasarkan produk wisata kami kebeberapa *E-commerce* seperti Mr.Aladin hal ini kami lakukan untuk lebih melebar luaskan pemasaran kami dan tentunya untuk memudahkan wisatawan dalam mengakses tiket pemesanan.

Dalam hal Manajemen Komunikasi Pariwisata juga sangat kami perhatikan, langkah yang kami lakukan dalam hal ini ialah melengkapi Legalitas sebagai Desa Wisata yang tentunya memiliki produk wisata, memenuhi segala persyaratan administrasi sebagai Desa Wisata yang akan mengikuti ajang ADWI 2022, memenuhi segala hal yang berkaitan dengan indikator yang sudah ditetapkan diajang ADWI 2022 seperti memenuhi standart pariwisata pada umumnya, mengurus sertifikasi CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability*) hal ini merupakan salah satu indikator penilaian yang ditetapkan oleh KEMENPAREKRAF dalam ajang ADWI 2022, selain sertifikasi CHSE kita juga memberikan sertifikasi kepada seluruh pemandu wisata kita dengan mengadakan pelatihan dan edukasi yang mereka butuhkan selama memandu wisata nantinya hal ini kami lakukan untuk memberikan keyakinan kepada wisatawan dan memberikan rasa aman kepada wisatawan saat melakukan wisata di Desa Wisata Buluh Duri, tidak sampai disitu kami juga sudah mengurus dan mengadakan asuransi untuk para pengunjung wisata kita pada saat mereka berwisata arum jeram di Desa Buluh Duri, hal ini kami lakukan untuk memenuhi

kategori pariwisata yang baik dan juga untuk meyakinkan kepada publik bahwa wisata yang kami miliki juga sangat memperhatikan keselamatan wisatawan yang berkunjung.

Komunikasi Visual Pariwisata adalah salah satu faktor yang menyebabkan Desa Wisata Buluh Duri dapat lebih dikenal oleh publik dan mendapatkan perhatian massa, karena kami menyadari bahwa hal ini merupakan sarana bagi kami untuk merepresentasikan dan mempromosikan produk wisata kami dalam bentuk visual demi menarik kedatangan wisatawan, adapun usaha atau bentuk dari komunikasi visual pariwisata yang kami lakukan ialah pembuatan brosur yang kami rancang mulai dari isi, foto, sampai dengan pesan yang ingin disampaikan kami mencoba membuat dengan sebaik mungkin, selanjutnya kami juga memproduksi kalender dimana kami juga menyisipkan foto-foto Desa Wisata Buluh Duri dan semua foto yang sekiranya dapat membuat publik tertarik untuk berkunjung ke Desa Wisata Buluh Duri dan tentunya dapat membangun citra baik terhadap Desa Wisata Buluh Duri, hal ini merupakan strategi yang kami lakukan untuk menarik perhatian publik serta menarik daya tarik pengunjung karena kita ketahui salah satu indikator penilaian diajang ADWI 2022 ialah daya tarik pengunjung.

Komunikasi *Online* Pariwisata menurut kami adalah strategi yang sangat membuahkan hasil yang begitu besar bagi pencapaian Desa Wisata Buluh duri diajang ADWI 2022, karena berkat promosi yang kita lakukan di Sosial Media kita dapat meraih prestasi Desa Wisata Tervavorit tahun 2022, adapun uapaya yang kami lakukan ialah kami memanfaatkan Sosial Media dengan sebaik -

baiknya, Desa Wisata Buluh Buluh memiliki beberapa akun Sosial Media yang isinya merupakan sebuah konten yang mempromosikan wisata lokal Desa Wisata Buluh Duri dari perspektif informasi, umumnya yang kami tampilkan ialah gambar, foto atau video yang bersifat informatif, memberikan gambaran secara utuh tentang lokasi wisata, infrastruktur menuju wisata, video edukasi saat ingin melakukan arum jerem, kegiatan sebelumnya yang sudah berlangsung di lokasi wisata, waktu terbaik untuk berkunjung, tempat membeli oleh-oleh, dan teknis Desa Wisata Buluh Duri.

Tidak sampai disitu kami juga memiliki sebuah strategi dalam melakukan promosi di Sosial Media dengan cara kami tentukan jadwal posting kami di Sosial Media, untuk saat ini kami memilih hari Senin, Rabu, dan Jum'at untuk melakukan promosi di sosial media hal ini sangat penting menurut kami karena sesuatu yang dilakukan secara konsisten akan membentuk kebiasaan yang baik dan akan memberikan dampak yang baik, hal-hal inilah yang kami jadikan strategi komunikasi pariwisata dalam pencapaian kami diajang ADWI 2022.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan narasumber AT selaku masyarakat setempat Desa Wisata Buluh Duri yang memberikan jawaban mengenai, bagaimana sarana dan fasilitas yang tersedia di wisata lokal yang ada di Desa Wisata Buluh Duri, bagaimana strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Buluh Duri dalam pencapaian diajang ADWI 2022, bagaimana promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Buluh Duri dalam pencapaian diajang ADWI 2022, apakah masyarakat turut dilibatkan dalam pencapaian Desa Wisata Buluh Duri diajang ADWI 2022, dampak apa yang

dirasakan setelah Desa Wisata Buluh Duri menorehkan Prestasi diajang ADWI 2022.

Selanjutnya narasumber AT menjelaskan bahwa sarana dan fasilitas yang ada pada wisata lokal Desa Wisata Buluh Duri sudah sangat memadai dengan adanya homestay yang memenuhi standart kelayakan, toilet umum yang bersih, mushollah, dan pengimplementasian CHSE yang baik dengan adanya tong sampah yang memenuhi standart SNI. Selain itu jalan menuju kelokasi Desa Wisata Buluh Duri serta wisata lokalnya juga sangat baik dapat diakses kendaraan roda 2 dan 4 sehingga memudahkan pengunjung yang ingin datang kelokasi wisata ini. Narasumber AT juga mengatakan bahwa strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Buluh Duri sudah sangat baik dengan banyaknya kegiatan yang dilakukan pemerintah dalam bidang pengelolaan Desa Wisata hal ini cukup menunjukan bahwa strategi komunikasi pariwisata sudah berjalan baik, kegiatan tersebut berupa sosialisai kepada masyarakat mengenai Desa Wisata, promosi melalui sosial media yang ada pada saat ini, dan mengadakan acara-acara yang bertujuan untuk mengenalkan Desa Wisata Buluh Duri.

Narasumber AT juga menjelaskan bahwa promosi yang dilakukan Pemerintah Desa Buluh Duri dalam pencapaian diajang ADWI 2022 juga sangat maksimal, pemerintah tidak hanya melakukan promosi secara cuma-cuma disosial media mereka sangat totalitas terlihat dari kekonsistenan mereka dalam memposting produk wisatanya di halaman sosial media milik Desa Bulu Duri dimana mereka memiliki jadwal posting yang sudah mereka tetapkan, selain itu

mereka juga menyiapkan bahan yang akan diposting secara maksimal seperti pengambilan foto atau video menggunakan kamera yang memadai, konten yang mereka sajikanpun bersifat informatif agar pesan yang ingin mereka sampaikan dapat diterima dengan mudah oleh publik.

Dalam pencapaian Desa Wisata Buluh Duri kami sebagai masyarakat sangat dilibatkan, dalam hal ini pihak pemerintah desa selalu mengadakan rapat dengan masyarakat setempat terkait pengelolaan Desa Wisata Buluh Duri mengadakan edukasi kepada masyarakat mengenai perubahan *mindset* mengenai kehidupan yang berlangsung di Desa Wisata, serta mengadakan sosialisasi tentang pengembangan daerah wisata. Dampak yang dirasakan setelah adanya prestasi yang diraih Desa Buluh Duri diajang ADWI 2022 menurut saya ialah Desa Buluh Duri semakin terkenal , semakin banyak wisatawan yang berkunjung kedesa Buluh Duri, adanya perubahan ekonomi yang cukup baik kami rasakan karena ketersediaan lapangan kerja yang memadai, wilayah desa yang semakin bersih karena masyarakat yang sudah mulai menyadari bahwa daerah yang mereka tinggali merupakan daerah Desa Wisata.

Selanjutnya, peneliti melanjutkan wawancara dengan narasumber RA yang berpendapat bahwa,

Sarana dan fasilitas yang disediakan pada saat ini sudah memadai dengan adanya bascamp untuk melakukan arum jeram memudahkan wisatawan untuk melakukan persiapan ataupun menitipkan barang-barang mereka, terdapat juga homestay yang telah disiapkan oleh pengelola wisata loka tersebut, homestay yang disediakan juga sebelumnya mengikuti uji kelayakan yang sudah ditentukan

oleh peraturan yang ada diajang ADWI 2022, selain itu tempat ibadah seperti mushollah juga terdapat di area wisata hal ini memudahkan wisatawan apabila ingin melakukan ibadah, terdapat juga pemandu wisata yang sudah dibekali banyak sekali sertifikasi dan pembekalan sebelumnya, pihak Pemerintah Desa sengaja melakukan pelatihan dan sertifikasi terhadap pemandu wisata karena mereka sadar akan kenyamanan wisatawan apalagi produk wisata yang mereka tawarkan merupakan wisata alam yang mana kita tidak bisa mengetahui akan kejadian alam yang akan mengakibatkan kendala pada proses berwisata.

Asuransi bagi para wisatawan yang melakukan kegiatan berwisata arum jeram juga merupakan fasilitas yang sangat baik, karena hal ini dapat menambah minat wisatawan untuk berkunjung ke wisata arum jeram ini, serta wisatawan juga merasa terjamin saat berwisata di wisata tersebut. Selanjutnya fasilitas yang dapat dinikmati ialah adanya resto yang menyediakan berbagai macam hidangan selain itu terdapat juga makanan khas Desa Wisata Buluh Duri yaitu ombus-ombus yang diproduksi oleh ibu-ibu PKK Desa Wisata Buluh Duri, souvenir yang akan diberikan kepada wisatawan setelah berwisata juga merupakan hal yang menarik karena dengan hal ini sama saja pengelola wisata mempromosikan produk wisatanya.

Berbicara mengenai strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan Pemerintah Desa Wisata Buluh Duri tentunya tidak akan lepas dari peran sosial media, sumberdaya manusia, manajemen komunikasi pariwisata dan pemasaran yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Wisata Buluh Duri. Dalam proses pemasaran yang dilakukan oleh Pemerintah Desa terlihat disini sangat banyak melakukan

inovasi seperti memasarkan produk wisata dengan paket yang praktis sehingga menimbulkan ketertarikan wisatawan, memasarkan produk wisata keberbagai E-commerce seperti MR.Aladin hal ini juga berdampak besar terhadap pemasaran yang dilakukan oleh Pemerintah Desa karena pemasaran yang dilakukan di E-commerce bersifat informati baik secara harga, lokasi wisata, foto dan video wisata serta hal-hal yang mengandung informasi terkait wisata tersebut. Selanjutnya strategi yang dilakukan ialah dengan membagikan brosur dan kalender kepada masyarakat hal ini juga merupakan strategi yang baik dalam bentuk visual yang memberikan informasi terkait produk wisata yang ada di Desa Wisata Buluh Duri.

Promosi yang dilakukan Pemerintah Desa juga sangat maksimal kita dapat melihat dari usaha Pemerintah Desa dalam melakukan promosi secara langsung maupun *online*, Pemerintah juga bekerjasama dengan masyarakat dalam mempromosikan Desa Wisata Buluh Duri dengan cara memposting mengenai Desa Buluh Duri dan tidak lupa menambahkan *mention* keakun resmi milik Desa Wisata Buluh Duri, hal ini telah disosialisasikan Pemerintah Desa Kepada masyarakat setempat.

Dalam pengelolaan Desa Wisata Buluh Duri itu sendiri masyarakat setempat juga turut dilibatkan contohnya tidak sedikit masyarakat juga menjadi *team* dalam membantu Desa Buluh Duri mengikuti ajang ADWI 2022, banyak juga kepengurusan wisata melibatkan masyarakat setempat serta Pemerintah Desa juga selalu meminta pendapat dari masyarakat terkait program ataupun kegiatan apa yang akan dilakukan demi memajukan Desa Wisata Buluh Duri ini. Dampak

yang dirasakan setelah adanya pencapaian prestasi ini tentunya sangat terlihat dari segi sosial dan ekonomi, selain itu dampak yang ada juga berupa branding yang baik hal itu tidak hanya dirasakan oleh Pemerintah tetapi dapat dirasakan juga oleh masyarakat desa, selain itu juga masyarakat memiliki kegiatan tambahan seperti penyediaan oleh-oleh, pembuatan souvenir dan lain-lain.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi dari narasumber yang terdiri dari Kepala Desa Buluh Duri, Ketua Bumdes Buduma, dan dua orang masyarakat Desa Buluh Duri peneliti tidak menemukan hambatan dalam proses pengumpulan data berupa wawancara, dikarenakan keseluruhan dari narasumber dapat memberikan informasi secara jelas dan sangat mudah dipahami sehingga memudahkan peneliti untuk menganalisa jawaban atas pertanyaan yang diberikan kepada para narasumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi berhubungan dan berkaitan dengan tujuan yang ingin dicapai dengan konsekuensi-konsekuensi yang ada dan harus diperhitungkan, selanjutnya melakukan perencanaan mengenai penanganan untuk mencapai konsekuensi-konsekuensi sesuai dengan hasil yang diharapkan atau dengan istilah lain mencapai tujuan yang hendak dituju. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan Pemerintah Desa Buluh Duri bertujuan untuk menginformasikan Desa Wisata Buluh Duri ke publik melalui beberapa teori yang ada didalam kajian komunikasi pariwisata.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dijabarkan dan dipaparkan,

maka dari itu peneliti mencoba membahas hasil penelitian dengan teori-teori yang ada , antara lain sebagai berikut :

Dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan informan , maka terungkap bahwa informan menggunakan bidang kajian-kajian komunikasi pariwisata dalam strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan untuk mencapai prestasi diajang Anugerah Desa Wisata 2022, antara lain sebagai berikut :

1. Komunikasi Pemasaran Pariwisata

Salah satu faktor pencapaian Desa Wisata Buluh Duri diajang ADWI 2022 ialah pemasaran yang dilakukan dengan sangat baik, Pemerintah Desa memanfaatkan seluruh media yang ada dalam memasarkan produk wisatanya dengan tujuan dapat meningkatkan daya tarik publik terhadap produk wisata yang ada di Desa Wisata Buluh Duri. Dalam hal ini Pemerintah Desa menggunakan konsep pemasaran 4P yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, produk yang ditawarkan Pemerintah Desa jelas yaitu Produk Wisata berupa wisata alam dan arum jerama, harga yang ditawarkan oleh Pemerintah Desa juga sudah tercantum dalam proses pemasaran, tempat yang tersedia juga sudah jelas dan sudah memenuhi standart kelayakan, promosi yang dilakukan juga sudah sangat baik dilihat dengan adanya kegiatan promosi melalui sosial media yang dilakukan Pemerintah Desa Buluh Dur. Hal ini dilakukan dengan tujuan dapat meningkatkan volume penjualan produk Desa Wisata Buluh Duri agar menjadi lebih tinggi dan dapat mengetahui kepuasan wisatawan yang telah menikmati produk wisata tersebut.

2. Manajemen Komunikasi Priwisata

Pemerintah Desa Buluh Duri juga melakukan manajemen komunikasi pariwisata dengan baik hal ini terlihat dengan adanya kelengkapan izin seperti legalitas yang sudah didapatkan Desa Wisata Buluh Duri. Selanjutnya terdapat pengelolaan sumber daya manusia yang sangat baik, hal ini terbukti dengan diadakannya sertifikasi untuk para pemandu wisata yang ada di wisata tersebut. Aksesibilitas juga sangat diperhatikan oleh Pemerintah Desa Wisata Buluh Duri seperti adanya rambu-rambu petunjuk menuju lokasi wisata yang telah disediakan, infrastruktur menuju wisata yang sudah sangat baik dan sangat diperhatikan oleh Pemerintah Desa Wisata Buluh Duri, kelengkapan fasilitas seperti homestay, toilet umum, sertifikasi CHSE dan mushollah yang sudah memadai.

3. Komunikasi Visual Pariwisata

Dalam hal ini Pemerintah Desa Wisata Buluh Duri juga sudah melakukan beberapa produksi yang mengambil sisi konseptual konten seperti kalender yang didalamnya terdapat gambar dan foto brand wisata Desa Wisata Buluh Duri, selanjutnya adanya brosur yang dibagikan oleh Pemerintah Desa Buluh Duri yang berisikan konten yang informatif, memiliki daya kreativitas yang tinggi sehingga dapat menarik minat public. Selain itu terdapat juga souvenir berupa mainan kunci yang mengangkat konsep dari brand Desa Wisata Buluh Duri serta makanan khas ombus-ombus yang juga menjadi brand dari Desa Wisata Buluh Duri.

4. Komunikasi *Online* Pariwisata

Proses komunikasi *online* pariwisata yang dilakukan Pemerintah Desa Buluh Duri dalam pencapaian diajang ADWI 2022 sangat beragam dimulai dengan mempersiapkan konten informasi, menyebar luaskan konten tersebut, kemudian memiliki jadwal tersendiri dalam menyebarkan konten, sampai dengan menciptakan citra yang baik melalui promosi dan branding disosial media. Hal ini merupakan usaha yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Buluh Duri dalam memanfaatkan digitalisasi yang sangat berpengaruh disaat sekarang ini. Komunikasi *online* pariwisata yang dilakukan sangat berdampak baik dalam bidang promosi dan pemasaran wisata yang Pemerintah Desa lakukan adapun usaha yang dilakukan iala seperti mempunyai akun sosial media Desa Wisata Buluh Duri untuk menyebarkan dan mempromosikan produk wistata mereka.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti kepada masyarakat setempat Desa Wisata Buluh Duri bahwasannya sarana dan fasilitas yang ada dikawasan wisata loka Desa Buluh Duri sudah lengkap dan memenuhi standart kelayakan dalam kategori yang sudah ditentukan diajang ADWI 2022, aksebilitas yang tersedia juga sudah sangat baik terlihat dari adanya rambu-rambu petunjuk jalan yang ada dipinggir jalan Desa Wisata Buluh Duri. Strategi komunikasi pariwisata yang dijalankan oleh Pemerintah Daerah terkait pencapaian Desa Wisata Buluh Duri diajang ADWI 2022 juga sudah baik terlihat dari adanya program kerja yang dilakukan oleh Pemerintah Desa seperti pemasaran, promosi, kelengkapan fasilitas dan branding yang baik.

Selanjutnya terkait dengan promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa

Buluh Duri melalui sosial media dan pemanfaatan digitalisasi juga sudah sangat baik, hal tersebut sangat berperan penting untuk meningkatkan daya tarik wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata ke Desa Wisata Buluh Duri.

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa dalam pencapaian Desa Wisata Buluh Duri diajang ADWI 2022 peran masyarakat sangat diperlukan karena masyarakat setempat lebih mengetahui potensi daerahnya, oleh karena itu keterlibatan masyarakat setempat dalam perencanaan, pengolahan dan pengimplementasian strategi komunikasi pariwisata dalam hal ini sangat besar, karena pada hal ini masyarakat diberi tanggung jawab untuk memberikan suatu keputusan, agar nantinya timbul kesadaran dan tanggung jawab masyarakat setempat dalam pengelolaan Desa Wisata Buluh Duri dan pencapaian diajang ADWI 2022.

Dampak yang dirasakan oleh masyarakat sekitar secara keseluruhan yang diungkapkan oleh narasumber ialah dampak yang sangat baik, dalam bidang ekonomi masyarakat sekitar mengalami peningkatan karena tersedianya lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, selanjutnya para masyarakat yang berdagang di sekitaran wisata juga merasakan dampak yang baik selain itu dampak yang dirasakan ialah berubahnya pola hidup menjadi lebih baik, masyarakat lebih sadar akan kebersihan Desa Wisata Buluh Duri karena mereka merasa bertanggung jawab akan prestasi yang sudah dicapai oleh Desa Wisata Buluh Duri diajang ADWI 2022.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari uraian-uraian yang telah disajikan pada bab-bab yang sudah tersedia, serta hasil penyajian data yang sudah dituangkan secara lengkap maka kesimpulan dari penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Desa Buluh Duri Serdang Bedagai dalam Pencapaian Anugerah Desa Wisata 2022 menggunakan implementasi dari bidang kajian-kajian komunikasi pariwisata yang sifatnya berupa perencanaan dan pengelolaan serta diiringi dengan pemanfaatan digitalisasi, seperti komunikasi pemasaran pariwisata, manajemen komunikasi pariwisata, komunikasi visual pariwisata, dan komunikasi *online* pariwisata. Pemerintah Desa Wisata Buluh Duri juga memenuhi kriteria atau indikator penilaian yang sudah ditetapkan diajang ADWI 2022 Berdasarkan data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber, pemerintah Desa Wisata Buluh Duri juga melibatkan masyarakat setempat dalam pengelolaan, perencanaan dan pengimplementasian strategi komunikasi pariwisata yang telah ditentukan dan dirancang oleh Pemerintah Desa bersama dengan masyarakat sekitar.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti timbul saran yang akan disampaikan peneliti yaitu:

1. Diharapkan Pemerintah Desa Buluh duri sebaiknya menambahkan unsur keindahan diarea Desa Wisata Buluh Duri seperti taman-taman yang menambah daya tarik dari Desa Wisata Buluh Duri.
2. Diharapkan Pemerintah Desa lebih meningkatkan kualitas sumberdaya manusia yang ada di Desa Wisata Buluh Duri karena apabila sumberdaya manusianya sudah baik maka semua perencanaan dan pengelolaan Desa Wisata akan berjalan baik.
3. Diharapkan Pemerintah Desa Wisata Buluh Duri bersama dengan masyarakat setempat dapat lebih konsisten dalam menjalankan strategi komunikasi pariwisata yang telah ditentukan.
4. Diharapkan kepada Pemerintah Kecamatan Sipispis ntuk lebih dapat berkontribusi dalam program kerja Desa Wisata yang telah dirancang oleh Pemerintah Desa Buluh Duri.
5. Diharapkan untuk Pemerintah Kabupaten Serdang Beadagai untuk selalu memberikan pendampingan kepada seluruh Desa yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai guna untuk meningkatkan potensi dari setiap Desa yangada.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, pratiwi yudi, & Dedeh, S. (2018). *KELELAHAN DAN KESEHATAN KERJA NELAYAN*. 2(2).
- Asghary, H. (2020). *Strategi komunikasi pariwisata dinas pariwisata kabupaten Bima dalam meningkatkan minat wisatawan*. 1, 6–9.
- Burhan, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata Toursim Comunication Pemasaran dan Brand Destinasi*. PRENAMEDIA GROUP.
- Defhany, D. defhany, Edlina, R., & Eriend, D. (2020). *Strategi Komunikasi Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Sumatera Barat Dalam Meningkatkan Brand Image Objek Wisata Di Sumatera Barat*. 5(1), 96–110. <https://doi.org/10.33884/commed.v5i1.1508>
- Edi, S. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktisi di Era Global*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Gunawan, I. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. PT Bumi Aksara.
- Hermawan, H. (2016). *Dampak pengembangan desa wisata Nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat lokal*. III(2), 105–117.
- Kurnianti, A. W. (2018). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL SEBAGAI*.
- Lingga, S., & Vany, O. (2020). *PENGANTAR PEMASARAN PARIWISATA*. Alvabeta,CV.
- Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, S. (2021). *Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid - 19*. 1039–1045.
- Mulya, K. (2022). *INSTRUMEN PENILAIAN DESA WISATA SEBAGAI PENILAIAN KELAYAKAN DESA WISATA BURAI KABUPATEN OGAN HILIR*. 10, 81–95.
- Rahardjo, M. (2014). *Antara Konsep, Proposisi, Teori, Variabel dan Hipotesis dalam Penelitian*.
- Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2018). *PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT*. 1, 155–165.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, Cv.
- Tanjung, I. S., Tanjung, H., & Wibowo, Y. S. (2021). *Development of Tourism Communication Model Based on Local Wisdom in Padangsidempuan*. 9877–9885.
- Tanjung, I., & tanjung, Y. (2020). *Aplicación de un enfoque participativo en el empoderamiento de las aldeas costeras*. 1–10.
- Uhar, S. S. (2018). *Metode Penenlitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. PT Refika Aditama.
- Wijaya, I. S. (2015). *Perencanaan dan strategi komunikasi dalam kegiatan pembangunan*.

DOKUMENTASI



Dokumentasi saat melakukan wawancara dengan Kepala Desa Buluh duri



Dokumentasi saat melakukan wawancara dengan Ketua Bumdes Buduma



Dokumentasi saat melakukan wawancara dengan informan AT (Masyarakat setempat)



Dokumentasi saat melakukan wawancara dengan informan RA (Masyarakat setempat)



Dokumentasi Kantor Kepala Desa Buluh Duri



Dokumentasi kegiatan tanda tangan diatas prasasti oleh Bapak Sandiaga

Salahudin Uno



Dokumentasi Wali Kota Medan saat melakukan wisata arum jeram



Dokumentasi Ustad Abdul Shomad sebelum melakukan wisata arum jeram



Dokumentasi kegiatan rapat oleh Pemerintah Desa dan masyarakat sekitar terkait
pengelolaan Desa Wisata



Dokumentasi penerimaan piagam kategori Desa Wisata Terfavorit pada malam

ADWI 2022

PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA MENDALAM

(Kepala Desa Buluh Duri)

Hari/Tanggal wawancara : Seni / 20 Februari 2022

Lokasi Wawancara : Kantor Kepala Desa Buluh Duri

Nama Informan : Dewi Yanti Purba

Usia : 45 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Waktu Wawancara : 10.00 WIB

Assalamualaikum Wr.Wb/ Selamat pagi/siang/sore

Perkenalkan saya Syamroy Pujanger Pulungan, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait tugas akhir/skripsi dengan judul: Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Desa Buluh Duri Serdang Bedagai dalam Pencapaian Anugerah Desa Wisata 2022. Dengan ini saya memerlukan informasi dari Bapak/Ibu/Saudara/I terkait dengan penelitian saya, atas bantuan dan informasinya serta kesediaannya saya ucapkan terimakasih.

Pertanyaan wawancara:

1. Bagaimana sejarah pengelolaan terbentuknya Desa Wisata Buluh Duri?
2. Bagaimana peran Pemerintah Desa Buluh Duri dalam pengelolaan Desa Wisata Buluh Duri?
3. Bagaimana partisipasi masyarakat dalam pengelolaan Desa Wisata Buluh

Duri?

4. Upaya apa yang dilakukan Pemerintah Desa Wisata Buluh Duri sehingga mampu meraih penghargaan Desa Wisata Terbaik dan Runner-up Desa Wisata Digital dan Kreatif?
5. Dampak apa yang dirasakan setelah menyandang predikat Desa Wisata Terbaik dan Runner-up Desa Wisata Digital dan Kreatif di ajang ADWI 2022?

PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA MENDALAM

(Ketua Badan Usaha Milik Desa Buluh Duri/ BUMDES BUDUMA)

Hari/Tanggal wawancara : Senin/20 Februari 2022

Lokasi Wawancara : Kantor Kepala Desa Buluh Duri

Nama Informan : Budiman

Usia : 34 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Waktu Wawancara : 13.30 WIB

Assalamualaikum Wr.Wb/ Selamat pagi/siang/sore

Perkenalkan saya Syamroy Pujanger Pulungan, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait tugas akhir/skripsi dengan judul: Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Desa Buluh Duri Serdang Bedagai dalam Pencapaian Anugerah Desa Wisata 2022. Dengan ini saya memerlukan informasi dari Bapak/Ibu/Saudara/I terkait dengan penelitian saya, atas bantuan dan informasinya serta kesediaannya saya ucapkan terimakasih.

Pertanyaan wawancara :

1. Bagaimana pengelolaan Desa Wisata Buluh Duri?
2. Apa saja inovasi yang telah dilakukan Bumdes selama pengelolaan ini dilakukan?
3. Apakah implementasi komunikasi pariwisata berperan dalam pencapaian Desa

Wisata Buluh Duri diajang ADWI 2022?

4. Strategi komunikasi pariwisata seperti apa yang dilakukan oleh Bumdes dalam pencapaian diajang ADWI 2022?
5. Pentingkah dilakukannya komunikasi pemasaran pariwisata dalam pencapaian ini, dan seperti apa komunikasi pemasaran pariwisata yang dilakukan dalam pencapaian Desa Wisata Buluh Duri dalam ajang ADWI 2022?
6. Apakah manajemen komunikasi pariwisata merupakan aspek yang perlu diperhatikan dalam pencapaian Desa Wisata Buluh Duri dalam Ajang ADWI 2022 serta manajemen komunikasi pariwisata seperti apa yang dilakukan?
7. Bagaimana implementasi komunikasi visual pariwisata yang dilakukan oleh Desa Wisata Buluh Duri dalam Pencapaian di ADWI 2022?
8. Komunikasi *online* pariwisata seperti apa yang dilakukan oleh pemerintah dalam hal ini, dan mengapa pentingnya komunikasi *online* pariwisata dilakukan?

PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA MENDALAM

(Masyarakat setempat Desa Wisata Buluh Duri)

Assalamualaikum Wr.Wb/ Selamat pagi/siang/sore

Perkenalkan saya Syamroy Pujanger Pulungan, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait tugas akhir/skripsi dengan judul: Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Desa Buluh Duri Serdang Bedagai dalam Pencapaian Anugerah Desa Wisata 2022. Dengan ini saya memerlukan informasi dari Bapak/Ibu/Saudara/I terkait dengan penelitian saya, atas bantuan dan informasinya serta kesediaannya saya ucapkan terimakasih.

Pertanyaan wawancara:

1. Bagaimana menurut anda mengenai sarana dan fasilitas yang tersedia diwisata lokal yang ada di Desa Wisata Buluh Duri?
2. Bagaimana Strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Buluh Duri dalam pencapaian diajang ADWI 2022?
3. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Buluh Duri dalam Pencapaian diajang ADWI 2022?
4. Apakah masyarakat turut dilibatkan dalam pencapaian Desa Wisata Buluh Duri diajanag ADWI 2022?
5. Dampak apa yang saudara/I rasakan setelah Desa Wisata Buluh Duri menorehkan Prestasi diajang ADWI 2022?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

RIWAYAT PRIBADI PENULIS

Nama Lengkap : Syamroy Pujanger Pulungan
Tempat/Tanggal Lahir : Pematang Siantar/ 11 Oktober 2000
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat KTP : Dusun VII Siromang, Desa Tinokkah, Kecamatan
Sipispis, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi
Sumatera Utara
Email : pulunganroy8921@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

Nomor Induk Mahasiswa : 1903110043
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Alamat Perguruan Tinggi : Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II,
Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Sumatera
Utara

No	Tingkat Pendidikan	Tempat	Tahun Kelulusan
1	Taman Kanak-Kanak	Tk Al-Khairi	2008
2	Sekolah Dasar (SD)	SD N 102118 Nagur Pane	2013
3	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	Mts-Al Washliyah 40 Tinokkah	2016
4	Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)	SMK N 2 Kota Tebing Tinggi	2019
5	Perguruan Tinggi	Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara	2019-Sekarang

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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 [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

Nomor : 188/KET/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023
Lampiran : --
Hal : *Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa*

Medan, 09 Rajab 1444 H
31 Januari 2023 M

Kepada Yth : Kepala Desa Buluh Duri Kecamatan Sipispis
Kabupaten Serdang Bedagai

di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data dalam penulisan skripsi, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami:

Nama mahasiswa : SYAMROY PUJANGER PULUNGAN
N P M : 1903110043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) / Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH DESA BULUH DURI SERDANG BEDAGAI DALAM PENCAPAIAN ANUGERAH DESA WISATA 2022

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.

Dekan,



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



Agensi Kualifikasi Malaysia
Malaysia Qualifications Agency

Lampiran 2 Surat Diterima Untuk Penelitian

	PEMERINTAH KABUPATEN SERDANG BEDAGAI KECAMATAN SIPISPIS DESA BULUH DURI
Buluh Duri, 20 Februari 2023	
Nomor	: 18.45.15/17/II/2023
Lamp.	: -
Sifat	: Penting
Hal	: Memberikan Izin Penelitian Mahasiswa
 Kepada Yth; Dekan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Di : Tempat	
 Dengan hormat,	
Sehubungan dengan Surat Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Nomor : 188/KET/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023 Tanggal 31 Januari 2023 Hal Mohon Diberikan Izin Penelitian Mahasiswa. Dengan ini kami memberikan izin kepada mahasiswa tersebut :	
Nama	: Syamroy Pujanger Pulungan
N P M	: 190311043
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) / Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Desa Buluh Duri Serdang Bedagai Dalam Pencapaian Anugerah Desa Wisata 2022
Untuk mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan di Desa Buluh Duri Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai.	
Demikian hal ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.	
 DEWI YANTHI PURBA	

Lampiran 3 SK-1 Permohonan Persetujuan Judul Skripsi



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
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 Tel. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (0610) 6625474 - 6631003
Website: <http://fisip.umsu.ac.id> Email: fisip@umsu.ac.id Facebook: [umsuMEDAN](#) Instagram: [umsuMEDAN](#) Twitter: [umsuMEDAN](#) YouTube: [umsuMEDAN](#)

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

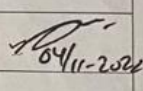
Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Assalamu 'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Syamroy Pujanger Pulungan
N P M : 1903110043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 127,0 sks, IP Kumulatif 3,79

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

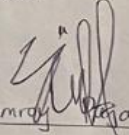
No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Implementasi Program CSR PT.Pegadaian Kota Tebing Tinggi dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Sekitar.	
2	Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Desa Buluh Duri Serdang Bedagai Dalam Pencapaian Anugerah Desa Wisata 2022.	 20/11-2022
3	Strategi Komunikasi Guru SLB Swasta YAPSI Kota Tebing Tinggi Dalam Menghadapi Anak-Anak Berkebutuhan Khusus.	

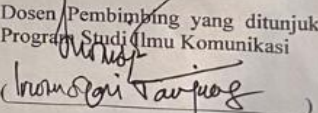
Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Pemohon


Syamroy Pujanger Pulungan

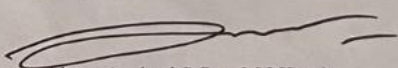

Dosen/Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi Ilmu Komunikasi
(*Hamid Fauziah*)

Rekomendasi Ketua Program Studi :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 4 November 2022

008-19.311

Ketua,


(Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN: 0127048401

4/22/11

Lampiran 4 SK-2 Penetapan Judul Skripsi Dan Pembimbing



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjadi surat ini agar disebutkan nomor dan 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 [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 1625/SK/IL3.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/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **04 November 2022**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **SYAMROY PUJANGER PULUNGAN**
N P M : 1903110043
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH DESA
BULUH DURI SERDANG BEDAGAI DALAM PENCAPAIAN
ANUGERAH DESA WISATA 2022**

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

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/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 008.19.311 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: 04 November 2023.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 09 Rabiul Akhir 1444 H
04 November 2022 M

Dekan,


Dr. ARIPIN SALEH, S.Sos., MSP.
0030017402



Tembusan :

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

QS STARS
★★★★

Lampiran 5 SK-3 Permohonan Seminar Proposal Skripsi

 UMSU Unggul! Cerdas! Terpercaya Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan 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 - (051) 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. Bapak Dekan FISIP UMSU di Medan.

Medan, Senin, 10 Des 2022

Assalamu'alaikum: wr. wb.

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

Nama lengkap : Syamroy Dujanger Pulungan
NPM : 1903110043
Jurusan : Ilmu Komunikasi

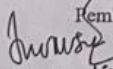
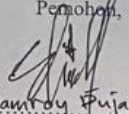
mengajukan permohonan mengikuti **Seminar Proposal Skripsi** yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor 1231/SK/II.3/UMSU-03/F/2021 tanggal 19. Januari 2021 / 26. Oktober 2021 M... dengan judul sebagai berikut :

STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH DESA
BULUH DURI SERDANG BEDAGAI DALAM PENCAPAIAN
ANUGERAH DESA WISATA 2022

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. Propsosal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukan ke dalam MAP warna **BIRU**.

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

<u>Menyetujui :</u> Pembimbing  <u>(Dr. Irawanah Tanjung, S.Sos., M.A)</u>	Pemohon,  <u>(Syamroy Dujanger P.)</u>
---	---

Lampiran 6 SK-4 Undangan/ Panggilan Seminar Proposal Skripsi

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-4



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1920/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2022

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 29 Desember 2022
Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
Tempat : Laboratorium FISIP UMSU
Pemimpin Seminar : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PENBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
6	HUSNUL KHATIMAH	1803110048	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	AKTIVITAS KOMUNIKASI CSR PT. PELINDO CABANG BELAWAN DALAM MEWUJUDKAN PROGRAM PEDULI LINGKUNGAN
7	SEFTIAN ERWINSYAH	1803110239	CORRY NOVICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. JUNADI, S.Pd., M.Si.	STRATEGI KOMUNIKASI REMAJA MASJID AL-HIDAYAH MEDAN POLONIA DALAM MENARIK MINAT REMAJA UNTUK MEMAKMURKAN MASJID
8	SYAMROY PUJANGER PULUNGAN	1903110043	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI T.J.G, S.Sos., M.A.P.	STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH DESA BULUH DURI SERDANG BEDAGA DALAM PENCAPAIAN ANUGERAH DESA WISATA 2022
9	VINGKA TASYA REGILA	1903110179	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA REPRESENTASI BUDAYA INDONESIA MELALUI TOKOH PERWAYANGAN GATOT KACA DI GAME ONLINE MOBILE LEGENDS
10	NADHILAH SALSABILAH SIREGAR	1803110057	Dr. IRWAN SYARI T.J.G, S.Sos., M.A.P.	FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	KOMUNIKAS ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI DI KANTOR LURAH MEDAN BELAWAN BAHAGIA

MASJID 03, Rabu, 29 Desember 2022 M



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



Lampiran 7 SK-5 Berita Acara Bimbingan Skripsi



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

Bila menjabar surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Syamroy Pujanger Pulungan
 N P M : 1903110043
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Strategi komunikasi pariwisata pemerintah desa Buluh Duri
 Serdang bedagai dalam pencapaian anugerah Desa Wisata 2022

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	05/1-2023	Bimbingan selesai seminar proposal	JH
2.	17/1-2023	Bimbingan Skripsi	JH
3.	1/2-2023	Revisi Bab 1 - 3	JH
4.	10/2-2023	Bimbingan Draft Wawancara	JH
5.	14/2-2023	Acc Draft Wawancara	JH
6.	20/2-2023	Bimbingan Skripsi	JH
7.	27/2-2023	Bimbingan Bab 4	JH
8.	3/3-2023	Bimbingan Skripsi	JH
9.	6/3-2023	Revisi Bab 4 - 5	JH
10.	7/3-2023	Bimbingan Skripsi	JH
11.	9/3-2023	Acc Skripsi	JH

Medan, 09 Maret 2023

Dekan,

 (Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP.)
 NIDN : 0030017402

Ketua Jurusan,

 (Achmad Anshori, S.Sos, M.I., Kpm)
 NIDN : 0127048401

Pembimbing,

 (Inan Syah Fauzi)

Lampiran 8 SK-10 Undangan/ Panggilan Ujian Skripsi

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sk-10



UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 732/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 24 Mei 2023
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
6	SYAMROY PUJANGER PULUNGAN	1903110043	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH DESA BULUH DURI SERDANG BEDAGAI DALAM PENCAPAIAN ANUGERAH DESA WISATA 2022
7	DENY TRINITA	1903110259	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	FAIZAL HAMZAH LUBIS S.Sos, M.I.Kom.	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	ANALISIS KOMUNIKASI INTRAPERSONAL DAN KONTROL DIRI PENGGUNA MEDIA SOSIAL DALAM MENGATASI FEAR OF MISSING OUT
8	MUHAMMAD YANI	1903110214	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	MAKNA SIMBOLIK TARI PELEBAT DALAM ACARA PERNIKAHAN SUKU ALAS KARUPATEN ACEH TENGGARA
9	HANI SILVIA	1903110052	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	PERSEPSI MASYARAKAT DESA PATUMBAK KAMPUNG TERHADAP GAYA BJSANA JURU LIGA DANGDUT INDONESIA
10	FIKA NADYA RAMBE	1503110191	Assec. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	PERSPEKTIF KOMUNIKASI PADA TOXIC FRIENDSHIP (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PANCA BUDI)

Konulis Sidang:

1.

Disiapkan oleh:

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Kapua, 16

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



Panitia Ujian

Sekretaris

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

Medan, 02 Dzulhaidjah 1444 H
22 Mei 2023 M