

**KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA  
BERBASIS KEARIFAN BUDAYA LOKAL DALAM  
RANGKA PENGEMBANGAN *GIANT HILL CIRCUIT***

**SKRIPSI**

Oleh :

**DW ARIF**  
**1903110118**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2023**

## PENGESAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

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

Nama : Dw Arif

NPM : 1903110118

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : Sabtu, 23 September 2023

Waktu : Pukul 08.00 WIB s/d Selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom

  
(.....)

PENGUJI II : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom

  
(.....)

PENGUJI III : Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP

  
(.....)

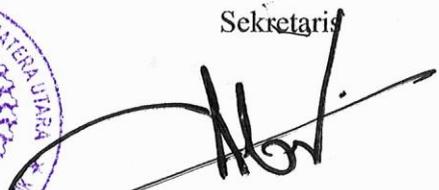
### PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

  
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP



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

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

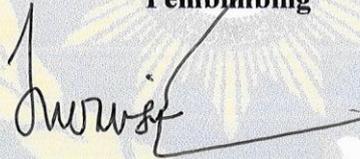
*Bismillahirrahmanirrahim*

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

Nama : Dw Arif  
NPM : 1903110118  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kearifan Budaya Lokal Dalam Rangka Pengembangan *Giant Hill Circuit*

Medan, 02 Oktober 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**

## PERNYATAAN

### *Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan ini saya, Dw Arif, NPM 1903110118, 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, 02 Oktober 2023

Yang Menyatakan,

  
Dw Arif

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran illahi rabbi bahwasanya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara. Dalam penyusunan skripsi penulis mengambil judul “**Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kearifan Budaya Lokal Dalam Rangka Pengembangan *Giant Hill Circuit***”. Salam dan syalawat tercurah kepada Nabi Muhammad shallallahu alaihi wassalam beserta keluarganya, para sahabatnya dan pengikutnyahingga akhir zaman.

Ucapan terima kasih terdalam penulis persembahkan kepada Kedua Orang Tua penulis, **Ayahanda Sudarman** dan **Ibunda Ramnah**, serta **Saudara Kandung Duki Famintha, Dwi Artika** dan Keluarga lainnya yang telah membimbing untuk menyelesaikan perkuliahan selama ini. Terimakasih banyak telah memberi banyak nasehat, dukungan moral, dukungan material serta doa yang tidak putus-putusnya serta selalu mensupport hingga penulis bisa penyelesaian perkuliahan dan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Untuk itu sudah selayaknya dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr.Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah

Sumatra Utara.

2. Bapak Dr.Rudianto, S.Sos., M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
3. Bapak Dr.Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
4. Bapak Dr.Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
5. Ibu Hj Dra. Yurisna Tanjung, MAP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
6. Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
7. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos., M.I.Kom Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
8. Bapak Irwan Syari Tanjung, selaku Dosen Pembimbing penulis selama menyusun Skripsi hingga akhir.
9. Seluruh Bapak Ibu Dosen dan Pegawai biro Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
10. Kepada Bidadari Penyelamat Yeni Fransiska Andriani, S.I.Kom yang telah membantu, mensupport dan menemani penulis sampai akhir penyusunan skripsi.
11. Kepada Pengelola Desa Wisata *Giant Hill Circuit* yang telah memberi izin penulis untuk penelitian di tempat wisata ini dan informan lainnya.

12. Kepada Om Ridwan yang telah mendukung penulis selama menyusun skripsi.
13. Kepada teman kontrakan Renal, Angga, Ata dan Prapdianto yang telah menemani dan menghibur penulis.
14. Kepada teman-teman kelas Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 FISIP UMSU.

Medan, 05 Agustus 2023

Penulis,

**Dw Arif**  
1903110118

**KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA  
BERBASIS KEARIFAN BUDAYA LOKAL DALAM  
RANGKA PENGEMBANGAN *GIANT HILL CIRCUIT***

**Dw Arif  
1903110118**

**ABSTRAK**

Desa Wisata *Giant Hill Circuit* yang awalnya lapangan spot moto cross berubah dan bertambah menjadi destinasi wisata yang berbasis kearifan budaya Bali. Komunikasi pemasaran merupakan paduan dari bauran komunikasi (4cs) dan bauran pemasaran (4ps) serta bauran promosi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kearifan Budaya Lokal Dalam Rangka Pengembangan *Giant Hill Circuit*”. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yakni metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman untuk penelitian generalisasi menggunakan teknik analisis mendalam mengkaji masalah secara perkasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara terhadap sejumlah informan dan dokumentasi. Untuk analisis data memakai pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan metode riset naratif, dimana analisis data ini menggunakan metode wawancara dan observasi berupa menjawab pertanyaan seperti apa, bagaimana atau mengapa dan data- data yang diterima dari metode ini berupa teks atau narasi. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola desa wisata *Giant Hill Circuit* sangatlah bagus dan menarik untuk masyarakat berkunjung. Pengelola menggunakan Media Sosial *Tiktok, Instagram, Facebook* serta dari mulut kemulut untuk memasarkan desa wisata tersebut dengan bernuansa budaya Bali.

***Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Kearifan Budaya Lokal.***

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Pembatasan Masalah.....	3
1.3. Rumusan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Penelitian .....	3
1.5. Manfaat Penelitian .....	3
1.6. Sistematika Penulisan .....	4
<b>BAB II URAIAN TEORITIS .....</b>	<b>6</b>
2.1. Komunikasi.....	6
2.2. Komunikasi Pemasaran .....	7
2.3. Pariwisata.....	10
2.4. Desa Wisata .....	14
2.5. Kearifan Lokal .....	15
2.5.1.Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Pariwisata .....	17
2.5.2.Manfaat Penggabungan Kearifan Lokal Dan Pengembangan Pariwisata.....	17

2.6. Giant Hill Circuit .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	20
3.2. Kerangka Konsep.....	21
3.3. Defenisi Konsep .....	22
3.4. Kategoris Penelitian.....	23
3.5. Informan atau Narasumber .....	23
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.7. Teknik Analisis Data .....	25
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	27
3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian .....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	28
4.1.1. Gambaran Umum Desa wisata Giant Hill Circuit .....	28
4.1.2. Narasumber.....	31
4.1.3. Hasil Wawancara Informan Penelitian .....	32
4.2. Pembahasan .....	41
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>44</b>
5.1. Simpulan .....	44
5.2. Saran .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>47</b>
<b>Lampiran-Lampiran.....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Gambar Google Maps Giant Hill Circuit .....	18
2.2. Gambar <i>Giant Hill Circuit</i> .....	19
3.1. Gambar Kerangka Konsep .....	21
4.1. Gambar Pemandangan <i>Giant Hill Circuit</i> .....	28
4.2. Gambar Bangunan Dan <i>Cafe Giant Hill Circuit</i> .....	29
4.3. Gambar Wahanan <i>Giant Hill Circuit</i> .....	30

## **DAFTAR TABEL**

3.1. Kategoris Penelitian.....	23
3.2. Informan Penelitian.....	24
4.1. Informan.....	31

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan alat penting dalam pengembangan kehidupan manusia. Perkembangan pembangunan dimulai dari kualitas sumber daya manusianya. Keberagaman suku dan budaya yang ada di Indonesia merupakan model penting dalam pembangunan. Setiap wilayah di Indonesia memiliki kearifan lokal (*local wisdom*) yang menjadi modal dalam pembangunan daerah. Kearifan lokal yang dimiliki setiap wilayah saat ini Pariwisata menjadi bidang penggerak ekonomi potensial di setiap wilayah di Indonesia. Setiap daerah di Indonesia memiliki potensi pariwisata yang beragam. Pengembangan pariwisata ini tidak lagi hanya bertumpu pada wisata alam. Kehadiran wisata kuliner, wisata budaya, wisata bahari, wisata kesehatan, dan jenis wisata lainnya menjadi tantangan bagi setiap wilayah untuk mengembangkan secara maksimal pariwisata di Indonesia (Aminah, 2020).

*Giant Hill Circuit* merupakan destinasi wisata sekaligus arena latihan *motocross* yang dibangun pada 2010 dengan luas sekitar 20 hektar. Wisata ini sangat populer hendak keelokan danau kecil yang tercipta secara natural yang memancarkan panorama alam asri serta *fresh*. Tempat yang agak terpencil namun menyuguhkan pemandangan hijau nan rindang dikelilingi pohon sawit yang mendominasi, tak akan memberikan kesan menyeramkan sama sekali. Malah bisa menambah kenyamanan dan ketenangan untuk sekedar duduk bersantai dibawahnya sehingga tak heran apabila *Giant Hill Circuit* menjadi destinasi

wisata *Hidden Gem* yang patut dikunjungi. *Giant Hill Circuit* terletak di Jalan Sudaman, Perdamaian, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. *Giant Hill Circuit* ini pula menyediakan tempat untuk bersantai semacam pondok yang terletak dipinggir danau, serta tempat memancing, serta tempat ini dapat diperuntukkan posisi gambar syuting *prewedding* dan dengan wahana liburan anak yang disajikan yang aman dan dapat didampingi.

Peran pariwisata dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara tidak dapat kita ragukan lagi. Sejak beberapa tahun terakhir pariwisata menjadi sektor unggulan dalam perolehan devisa, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Pariwisata merupakan serangkaian kegiatan atau pergerakan yang dilakukan manusia dari tempat tinggalnya ke beberapa tempat tujuan diluar lingkungan tempat tinggalnya dengan tujuan mencari hiburan dan tidak untuk bekerja. Beberapa potensi yang dimiliki *Giant Hill Circuit* sebagai desa wisata diperlukan pengembangan dengan tujuan menjaga, melindungi, melestarikan tradisi dan kearifan lokal dengan memanfaatkan potensi demi pemberdayaan ekonomi kreatif dan pembangunan pariwisata (Hasanah, 2019).

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran desa wisata berbasis kearifan budaya lokal dalam perkembangan *Giant Hill Circuit* yang ada di Kabupaten Langkat dengan adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Model komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal merupakan bagian dari praktik komunikasi yang secara praktis dapat memberikan nuansa pembaharuan kegiatan wisata selama ini yang berorientasi pada model “*modern*” yang berbasiskan perkembangan teknologi. Model yang

berbasis kearifan lokal, dilakukan dalam upaya untuk memberikan alternatif pemilihan destinasi wisata yang akan dikunjungi oleh para wisatawan.

### **1.2. Pembatasan Masalah**

Batasan masalah adalah ruang lingkup kajian masalah penelitian yang ingin diteliti oleh peneliti. Pembatasan masalah penelitian dibuat agar penelitian yang dilakukan lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang diteliti. Adapun yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah Penelitian ini dilakukan di desa wisata *Giant Hill Circuit* yang berada di desa Sudama Perdamaian.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan diatas maka dapat pula dirumuskan masalahnya ialah sebagai berikut: “Bagaimana komunikasi pemasaran desa wisata berbasis kearifan budaya lokal dalam rangka pengembangan *Giant Hill Circuit*?”.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Dengan adanya permasalahan berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas dan tetap berpedoman pada objektivitas penulis suatu karya ilmiah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran desa wisata berbasis kearifan budaya lokal dalam rangka pengembangan *Giant Hill Circuit*.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran dan manfaat diantaranya :

a. Secara akademis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu

pengetahuan dan pengalaman penelitian, dan juga diharapkan dapat menjadi bahan rujukan, serta berkontribusi pada penelitian karya ilmiah selanjutnya yang berkaitan dengan pariwisata khususnya tentang komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan budaya lokal.

- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan kepada khalayak umum mengenai fenomena komunikasi pemasaran desa wisata berbasis kearifan budaya lokal dalam rangka pengembangan *Giant Hill Circuit*.
- c. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai komunikasi pemasaran desa wisata berbasis kearifan budaya lokal dalam rangka pengembangan *Giant Hill Circuit*.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

- Bab I : Berisikan pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.
- Bab II : Uraian teoritis yang menguraikan teori dan konsep penelitian mengenai komunikasi pemasaran desa wisata berbasis kearifan budaya lokal dalam rangka pengembangan *Giant Hill Circuit*.
- Bab III : Persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang metodologi penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi, informan / narasumber, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

Bab IV : Pembahasan yang menguraikan tentang ilustrasi penelitian, hasil penelitian dan pembahasan

Bab V : Penutup berisi simpulan saran.

## BAB II

### URAIAN TEORITIS

#### 2.1. Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang tidak pernah lepas dari kehidupan manusia, artinya manusia selalu terlibat dalam kegiatan menyampaikan pesan dan menerjemahkan pesan, hal ini dapat berlangsung secara sadar atau tidak disadari. Secara sederhana pengertian dari komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator terhadap komunikan/orang yang menerima pesan. Setiap orang di dunia ini tentu selalu berkomunikasi dan tidak ada satu literatur pun yang mengatakan bahwa manusia dapat menghindar untuk tidak berkomunikasi.

Istilah komunikasi berasal dari kata *communication* yang berarti pemberi tauhan atau pertukaran pikiran. Kata *communication* merupakan kosa kata dari Bahasa latin. Secara *etimologis* kata sama, yang dimaksud dengan sama tersebut adalah "*sama maknanya*". Dengan kata lain, komunikasi akan terjadi secara efektif menyerap makna yang sama dari suatu pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut. Jika hal ini tidak terjadi, komunikasi gagal berlangsung dengan baik. Tidak akan terjadi saling pengertian satu dengan lainnya. Sejarah aktivitas manusia berkomunikasi timbul sejak manusia diciptakan didunia ini, manusia memang tidak dapat terlepas dari interaksi dengan manusia lain untuk melangsungkan kehidupannya (Andrean, 2018)

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, Lasswell dalam cangara (2014:67) mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain (1)

manusia dapat mengontrol lingkungannya, (2) beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada, serta (3) melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya. Selain itu, ada beberapa pihak menilai bahwa dengan komunikasi yang baik, hubungan antar manusia dapat dipelihara kelangsungannya. Sebab, melalui komunikasi dengan sesama manusia kita bisa memperbanyak sahabat, memperbanyak rezeki dan memelihara pelanggan (*customer*) dan juga memelihara hubungan baik antara bawahan dan atasan dalam suatu organisasi. Pendek kata komunikasi berfungsi menjembatani hubungan antar manusia dalam bermasyarakat (Aminah, 2020).

## **2.2. Komunikasi Pemasaran**

Pemasaran (bukan manajemen pemasaran) dan komunikasi pemasaran adalah dua hal yang berbeda tetapi saling beririsan dan melengkapi satu sama lainnya. Penulis memaknai awal dari pemasaran itu adalah pendistribusian agar produknya tersebar luas sehingga produk tersebut mudah didapatkan. Komunikasi pemasaran merupakan paduan dari bauran komunikasi (4cs) dan bauran pemasaran (4ps) serta bauran promosi. Jadi bauran promosi (*advertising, promotion public relation dan publicity, personal selling, direct marketing*) itu bauran promosi identik dengan komunikasi pemasaran, padahal komunikasi pemasaran itu jauh lebih luas dari bauran promosi. Jadi komunikasi pemasaran dalam suatu pemasaran merupakan suatu hal yang sangat fundamental yang harus ada (Sulthan, 2017).

Menurut (Tjiptono, 2008), komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan

mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan jasanya bersedia meminta, membeli dan loyal pada jasa yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Sumiyati, 2018).

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting bagi kegiatan-kegiatan pemasaran. Komunikasi pemasaran harus menyampaikan pesan dan memotivasi target pelanggan dengan memberi pengetahuan tentang kebutuhan maupun kategori kebutuhan pelanggan.

Komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk di pasaran. Komunikasi pemasaran dalam penelitian ini mengacu pada teori komunikasi pemasaran terpadu *Integrated Marketing Communications (IMC)* yang diperkenalkan oleh Don E. Schultz. Komunikasi pemasaran merupakan upaya untuk menjadikan seluruh kegiatan pemasaran dan promosi perusahaan dapat menghasilkan citra atau image yang bersifat dan konsisten bagi konsumen. Berdasarkan pengertian komunikasi pemasaran yang telah dikemukakan oleh beberapa pakar diatas, penulis dapat memahami bahwa inti komunikasi pemasaran kepada konsumen maupun khalayaknya yang dituju dengan media tertentu, mulai bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, dan promosi) perusahaan yang digunakan dalam menarik perhatian konsumen, sehingga konsumen tertarik untuk datang dan mencoba produk, barang atau jasa yang ditawarkan, dalam hal ini yang dipilih untuk dikomunikasikan adalah Wisata *Giant Hill Circuit*.

Teori komunikasi pemasaran yang menjadi bahan acuan yaitu teori komunikasi pemasaran terpadu *IMC (Integretad Marketing Communication)* yang

diperkenalkan oleh Don E. Schultz. *IMC (Integrated Marketing Communication)* adalah sebuah konsep dari perencanaan komunikasi pemasaran yang memperkenalkan nilai tambah dari rencana komprehensif yang mengevaluasi peran strategis dari berbagai disiplin komunikasi misalnya periklanan umum, respon langsung, *sales promotion*, serta mengombinasikan disiplin-disiplin ilmu ini untuk memberikan penjelasan, konsistensi dan dampak komunikasi yang maksimal.

Schultz mengemukakan bahwa : *IMC* merupakan konsep perencanaan komunikasi pemasaran yang menghargai pentingnya nilai tambah dari sebuah perencanaan yang komprehensif yang digunakan untuk mengevaluasi peran-peran strategi dari berbagai disiplin komunikasi contohnya periklanan secara umum, tanggapan langsung, promosi penjualan, dan kehumasan, dan menggabungkan semua disiplin tersebut untuk menyajikan kejelasan, konsistensi, dan dampak komunikasi yang maksimal. 1. Terdapat dua ide pokok mengenai Teori *IMC* : 1) Komunikasi pemasaran yang bersifat *one-voice*. Maksudnya adalah walaupun elemen komunikasi pemasaran yang digunakan berbedabeda dalam meraih konsumen, namun semua itu harus dapat dikoordinasi dengan cara yang tepat oleh berbagai organisasi dan agensi yang bekerja pada elemen-elemen yang berbeda tersebut. 2) Komunikasi yang berintegrasi, komunikasi disini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan *Brand Awareness* atau pencitraan jasa yang baik saja, namun juga harus dapat menimbulkan hasil yang baik.

Tujuh tahap komunikasi pemasaran yang menjadi dasar dari Teori *IMC* :

a. Klarifikasi dan segmentasi pelanggan dari *Bank data*.

- b. Menentukan titik kontak dengan konsumen.
- c. Menetapkan sasaran dan strategi komunikasi.
- d. Menentukan dan memetakan jejaring merek.
- e. Menentukan sasaran pemasaran.
- f. Meramu beberapa teknik komunikasi pemasaran yang paling sesuai.
- g. Memilih taktik komunikasi pemasaran *IMC* mencakup empat jenjang yaitu :
  - a) Aspek filosofis, mulai dari visi yang dijabarkan jadi misi, hingga dirumuskan menjadi sasaran korporat yang jadi pedoman semua fungsi dalam perusahaan (Sumiyati & Murdiyanto, 2018).

### **2.3. Pariwisata**

Pariwisata merupakan kegiatan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan. Dalam Undang – Undang RI No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara. Sedangkan pariwisata didefinisikan sebagai berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah (Sumiyati & Murdiyanto, 2018).

Pariwisata (*tourism*) baru muncul dimasyarakat kira – kira pada abad 18, khususnya sesudah revolusi industri di Inggris. Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata (*tour*), yaitu suatu aktivitas perubahan tempat

tinggal sementara dari seseorang, diluar tempat tinggal sehari – hari dengan suatu alasan apapun selain melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji (Mulyadi, 2012: 44). Seseorang yang mengunjungi tempat wisata disebut wisatawan, wisatawan tidak hanya seseorang yang berasal dari luar daerah tetapi dapat berasal dari daerah yang sama.

Sifat pariwisata dunia telah mengglobal, pemerintah Indonesia mengeluarkan undang – undang No. 10 tahun 2009 tentang ke pariwisataan yang terdiri atas 17 bab dan 70 pasal yang mengandung ketentuan meliputi berapa hal yaitu :

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya Tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.
- d. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata yang bersifat multidensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antar wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.
- e. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

- f. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah Kawasan Geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya Tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (Daulay Syafitri, 2019).
- g. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
- h. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.

Komunikasi pariwisata telah berkembang yang begitu pesat terutama di Indonesia setelah reformasi kajian komunikasi tumbuh subur dan berkembang secara multilinear membangun disiplin -disiplin ilmu baru yang memperkaya khazanah disiplin ilmu komunikasi multietnik, komunikasi kesehatan, ekonomi sosial, *government public relations (GPR)*, *kontruksi social public policy*, dan lainnya (Bungin, 2010).

Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat penyembuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimuli sektor – sektor produktif lainnya. Sebagai sektor yang kompleks, juga merealisasikan industri klasik seperti kerajinan tangan dan cendra mata, penginapan dan transportasi. Pengembangan atau pembangunan pariwisata telah terbukti mampu memberikan dampak positif dengan adanya perubahan yang besar dalam kehidupan masyarakat. Secara ekonomi, pariwisata memberikan dampak dalam perluasan usaha dan kesempatan kerja, peningkatan

*income* perkapita dan peningkatan devisa negara. Dalam bidang kehidupan sosial terjadi interaksi sosial budaya antara pendatang dan penduduk setempat dapat menyebabkan perubahan dalam masyarakat sehingga terjadinya integrasi sosial. Kegiatan wisata telah menjadi kebutuhan manusia, tidak hanya sebagian, masyarakat tetapi telah menjadi kebutuhan masyarakat di dunia (Aminah, 2020).

Model komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal merupakan bagian dari praktik komunikasi yang secara praktis dapat memberikan nuansa pembaharuan kegiatan wisata selama ini yang berorientasi pada model “*modern*” yang berbasis perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Model yang berbasis kearifan lokal, dilakukan dalam upaya untuk memberikan alternatif pemilihan destinasi wisata yang akan dikunjungi para wisatawan (Nugraha, 2017).

Ada beberapa jenis wisata yang bisa dijadikan sumber devisa negara:

#### 1) Wisata Budaya

Sebanyak 1.128 suku bangsa yang beragam di Indonesia memperoleh keberagaman hasil budaya seperti alat musik, jenis makanan, jenis tari, adat-istiadat, dan yang lain.

#### 2) Wisata Sejarah

Dari zaman prasejarah sampai era kemerdekaan bisa dijumpai pada seluruh museum yang berada di Indonesia tentang sejarah kebudayaan contohnya candi, museum keratin, museum perjuangan, dan yang lain sebagainya.

#### 3) Wisata Alam

Wisata Alam terdiri dari wisata *Flora* dan *Fauna*, dimana Indonesia memiliki

lebih dari 400 gunung berapi dan 130 termasuk gunung yang aktif.

#### 4) Wisata Belanja

Di Indonesia wisata belanja dibagi 2 macam yaitu jenis wisata belanja tradisional, yang cara transaksinya masih menggunakan proses tawar-menawar oleh pembeli dan penjual seperti di pasar buah Brastagi. Sedangkan pasar tradisional fenomenal hingga sekarang ini yaitu toko oleh-oleh krisna yang berada di Pulau Bali.

#### 5) Wisata keagamaan atau wisata Religi

Wisata keagamaan merupakan objek wisata yang hingga saat sekarang ini masih populer di Indonesia contohnya masjid, makam, kuil, patung salib, dan lain sebagainya. Dalam bidang pariwisata kearifan lokal dan potensi budaya masih tinggi hingga mengarah terhadap daya tarik wisata dimasa depan. Sehingga sangat perlu bentuk ide pengembangan wisata yang berdasarkan budaya dan kearifan lokal yang menjadi daya tarik bagi wisatawan (Muhammadiyah, 2021).

### **2.4. Desa Wisata**

Desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (nilai – nilai kearifan lokal). Esensi desa wisata yang mengedepankan suasana keaslian suatu desa memerlukan suatu pemahaman tentang karakter dan unsur – unsur yang ada didalam desa, termasuk didalamnya unsur pengetahuan dan kemampuan lokal yang dimiliki oleh masyarakat (Andrianti & Lailam, 2019)

Desa wisata idealnya dikelola secara mandiri berbasis masyarakat, dengan

modal dan pengelolaan dari masyarakat di desa wisata tersebut. Desa wisata ini merupakan bangunan pariwisata berbasis masyarakat, masyarakat lokal berperan penting dalam pengembangan desa wisata karena sumber daya dan keunikan tradisi dan budaya yang melekat pada komunitas tersebut merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata. Keberhasilan pengembangan desa wisata tergantung pada tingkat penerimaan dan pendukung masyarakat lokal (Made Hany, 2013).

Pengembangan destinasi wisata berbasis budaya dan potensi lokal desa sangat potensial dikembangkan. Sebagaimana desa wisata yang ada di kabupaten Langkat khususnya *Giant Hill Circuit* patutlah sangat dikembangkan dan menurut peneliti sudah berkembang. Dalam upaya pengembangan ke arah desa budaya untuk tujuan pariwisata, dilakukan pendampingan dalam hal tata kelola untuk mengangkat desa Perdamean menuju *sustainable tourism development*. Kegiatan yang dilakukan antara lain: penyusunan tata kelola, pembuatan paket wisata *Giant Hill Circuit*, pemasaran menggunakan media Online dan teknologi, pendampingan dan pelatihan penggunaan website serta dari mulut ke mulut (Khairani, 2021).

## **2.5. Kearifan Lokal**

Menurut Wibowo (2015) kearifan lokal adalah identitas atau kepribadian budaya sebuah bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap, bahkan mengelola budaya yang berasal dari luar atau bangsa lain menjadi watak dan kemampuan sendiri. Identitas dan kepribadian tersebut tentunya menyesuaikan dengan pandangan hidup masyarakat sekitar agar tidak terjadi pergeseran nilai – nilai. Kearifan lokal adalah salah satu sarana dalam mengelola

kebudayaan dan mempertahankan diri dari kebudayaan asing yang tidak baik. Bentuk – bentuk kearifan lokal dalam masyarakat dapat berupa budaya (nilai, norma, etika, kepercayaan, adat istiadat, hukum adat, dan aturan – aturan khusus). Nilai – nilai leluhur terkait kearifan lokal meliputi cinta kepada tuhan, alam semesta beserta isinya, tanggung jawab, toleransi dan persatuan (Aminah, 2020).

Pariwisata yang berbasiskan kearifan lokal, kini sudah menjadi komoditas promosi wisata yang dijual kepada masyarakat sebagai daya tarik objek wisata. Kearifan lokal itu sendiri apabila dikemas dalam komunikasi pemasaran menjadi unsur lokal branding suatu tempat.

Kearifan lokal merupakan perpaduan antara nilai – nilai suci firman tuhan dan berbagai nilai yang ada. Kearifan lokal terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat maupun kondisi geografis dalam arti luas. Kearifan lokal merupakan produk budaya masa lalu yang patut secara terus menerus dijadikan pegangan hidup. Kearifan lokal secara khusus berkaitan dengan budaya lokal yang tercermin dalam cara hidup suatu masyarakat lokal. Budaya lokal bersifat autentik dan asli. Kebudayaan lokal sendiri merupakan sebuah kebudayaan yang berasal dari ruang yang relatif kecil yang didalamnya individu – individu yang hidup melakukan hubungan sehari hari secara *face to face*.

Kejutan budaya atau culture shock adalah suatu perubahan budaya yang berhubungan dengan pekerjaan atau jabatan yang diderita orang-orang yang secara tiba-tiba berpindah tempat lain. Gegar budaya timbul karena adanya kecemasan yang disebabkan oleh kehilangan tanda-tanda dan lambang-lambang

dalam pergaulan sosial. Budaya kearifan lokal biasanya adalah tradisi yang biasa dilakukan oleh masyarakat secara berkelanjutan sesuai keturunan dari nenek moyang di daerah itu sendiri (Martin, 2015).

### **2.5.1. Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Pariwisata**

Kearifan lokal adalah seperangkat pengetahuan beserta nilai dan norma tertentu yang bersumber dari hasil adaptasi serta pengalaman hidup atau suatu kelompok masyarakat di suatu lokasi tertentu yang kemudian memberikan suatu bentuk pola pemikiran dan tindakan tertentu sebagai cara untuk hidup selaras dengan lingkungannya, dengan sesamanya, dengan diri mereka sendiri, hal ini dijelaskan Djajadi (Tamaratika, 2017).

Kearifan lokal dapat berbentuk *tangible* (tekstual, arsitektural, karya seni tradisional) dan *intangible* (sistem nilai, kidung, petuah), dan dari segi jenis kearifan lokal terdiri atas tata kelola, sistem nilai, dan ketentuan khusus seperti Kawasan sensitif dan Kawasan/bangunan suci.

### **2.5.2. Manfaat Penggabungan Kearifan Lokal Dan Pengembangan Pariwisata**

Penggabungan (*inkorporasi*) kearifan lokal kedalam pengembangan pariwisata dapat memberikan manfaat dalam bidang ekonomi, fisik, maupun social budaya di lokasi setempat itu:

- a. Ekonomi, antar lain tersedianya kesempatan kerja, terciptanya keragaman lapangan pekerjaan, serta peningkatan pendapatan penduduk maupun daerah.
- b. Fisik lingkungan, antara lain mempertahankan bangunan sejarah dan pusaka budaya/alam, menciptakan peningkatan infrastruktur, peningkatan upaya,

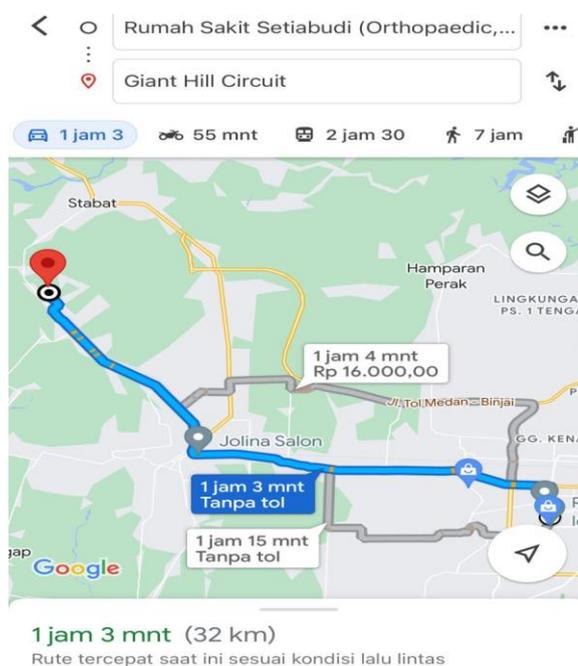
*konservasi flora fauna dan ekosistemnya.*

- c. Sosial budaya, antara lain terciptanya upaya menjaga nilai – nilai budaya setempat, meningkatkan kebanggaan warga, terjadinya peningkatan kesempatan akan Pendidikan yang lebih tinggi, dan membantu warga memahami diri sendiri (siapa, dimana, dan keunikan yang dimiliki) (Daulay Syafitri, 2019).

## 2.6. *Giant Hill Circuit*

*Giant Hill Circuit* merupakan sebuah *circuit* motor disepertaran kwala gumit yang beralamatkan Kelurahan Kwala Begumit, Perdamaian, Kab. Langkat ini adalah kegiatan liburan yang menarik.

Gambar 2.1 *Google Maps* Giant Hill Circuit



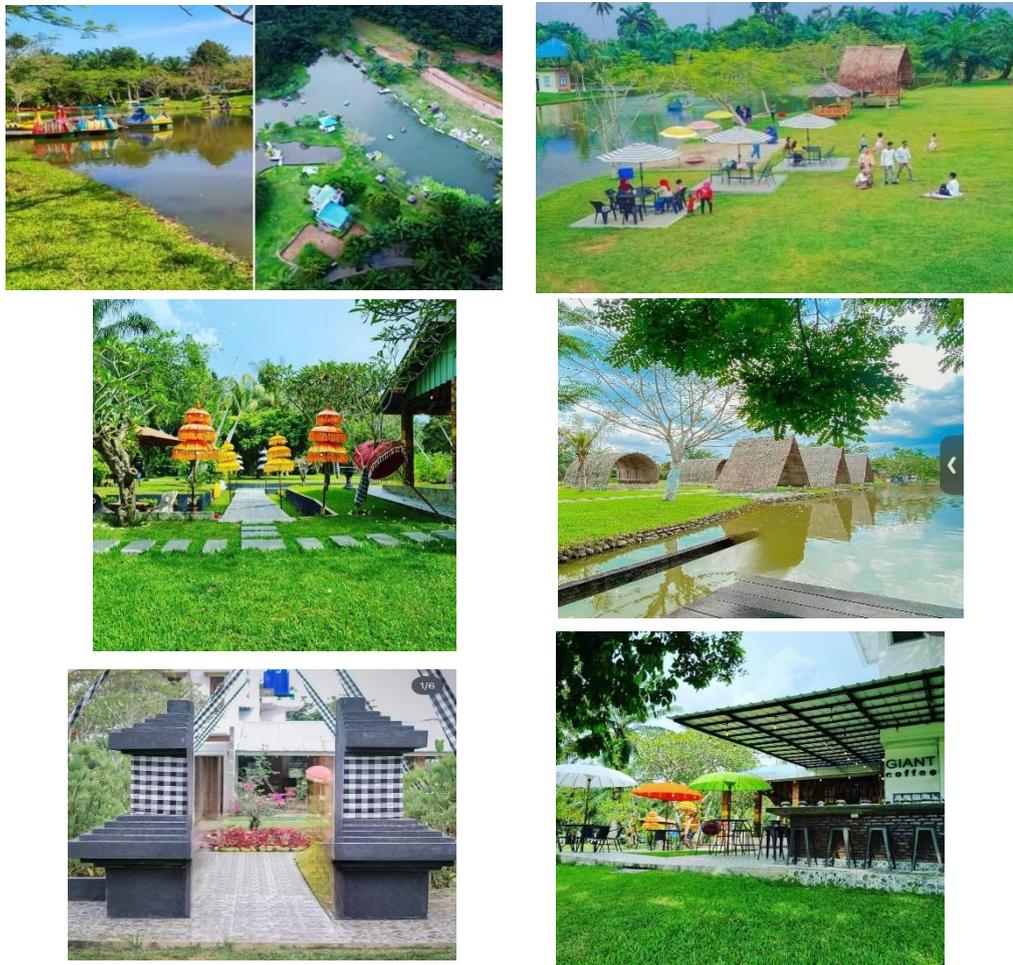
Sumber: *Google Maps*

Karena selain bisa mencoba seluruh permainan juga dapat bersantai sembari menikmati sarana rekreasi yang ditawarkan. Terdapat dua pesona yang menjadi

keistimewaannya. Pertama dari segi penataan dan kedua dari keberadaan danau kecil yang seolah turut memperindah suasana di *Giant Hill Circuit* ini. *Giant Hill Gumit* merupakan area rekreasi wisata dan spot *motocross* seluas dua puluh hektar yang dibangun pada 2010 lalu. Jika dulu tempat ini hanya untuk dipakai sarana latihan kini sudah berubah setelah pengelola menambahkan beberapa fasilitas dan spot – spot berfoto yang ciamik. Yang pertaman ada danau kecil untuk Pelepas penat dan pihak pengelola menyediakan beberapa *gazzebo* berukuran sedang yang dapat dipakai oleh pengunjung untuk bersantai diletakkan diseputaran danau. Lalu ada wahana bermain seperti bebek – bebekan air serta berswafoto dan kulineran (Sumut, 2020)

Gambar 2.2 *Giant Hill Circuit*

Sumber : *Giant Hill Circuit*



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Metode penelitian adalah prosedur yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan data atau informasi untuk memperoleh jawaban atas permasalahan penelitian. Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menggunakan jenis metode penelitian kualitatif deskriptif

Metode penelitian kualitatif deskriptif juga merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini lebih suka menggunakan Teknik analisis mendalam, yaitu mengkaji masalah secara perkasus karena metodologi kualitatif yakni bahwa sifat suatu masalah satu akan berbeda dengan masalah lainnya (Sugiyono, 2016).

Pendekatan kualitatif diartikan sebagai penelitian deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata – kata, gambar dan bahkan angka – angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penyerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang diteliti. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan – kutipan dan untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut (moloeng lexy j, 2918).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif karena data yang diperoleh tidak dituangkan dalam bentuk angka statistik ataupun bilangan, melainkan dalam bentuk persepsi, makna ataupun suatu pandangan.

### 3.2. Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah gambaran/skema/bagan yang menggambarkan hubungan antara variable bebas dan variable terikat, atau kerangka konsep merupakan kerangka berpikir yang membentuk teori, dengan menjelaskan keterkaitan anantara variable yang belum diketahui (Menurut kusumayati 2009). Bahwa kerangka konsep merupakan hubungan antara konsep yang dibangun berdasarkan hasil – hasil studi empiris terdahulu sebagai pedoman dalam melakukan penelitian. Kerangka konsep ini bertujuan untuk menjelaskan atau menghubungkan antara konsep yang akan diamati melalui penelitian yang dilakukan. Dari uraian diatas maka kerangka konsep yang dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber : Penelitian 2023

### 3.3. Defenisi Konsep

Konsep merupakan unsur penelitian yang terpenting dan dipakai oleh para peneliti untuk menggambarkan secara abstrak suatu fenomena alami. Konsep adalah Bahasa yang dipakai oleh ahli untuk menggambarkan atau mengabstaksikan suatu gejala (Eriyanto, 2011). Dari uraian diatas dapat ditentukan defenisi konsep yang akan menajdi kerangka konsep adalah sebagai berikut :

1. *Giant Hill Circuit* merupakan salah satu destinasi wisata yang ada di Binjai Kabupaten Langkat.
2. Komunikasi pemasaran merupakan paduan dari bauran komunikasi (4cs) dan bauran pemasaran (4ps) serta bauran promosi. Jadi bauran promosi (*advertising, promotion public relation dan publicity, personal selling, direct marketing*) itu bauran promosi identik dengan komunikasi pemasaran, padahal komunikasi pemasaran itu jauh lebih luas dari bauran promosi. Menurut (Tjiptono, 2008), komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan jasanya bersedia meminta, membeli dan loyal pada jasa yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

### 3.4. Kategoris Penelitian

Tabel 3.1 Kategoris Penelitian

N	Konsep Teoritis	Indikator
1	Komunikasi pema	1. Komunikator 2. Promosi
2	Desa wisata	1. Kearifan budaya lokal 2. Pengembangan wisa

Sumber: Olahan Hasil Peneliti 2023

### 3.5. Informan atau Narasumber

Dalam penelitian kualitatif subjek dikenal dengan informan, informan adalah orang – orang yang dapat memberikan informasi atau data yang terkait dengan masalah dan focus penelitian yang akan dikaji. Sumber informasi juga merupakan faktor terpenting dalam sebuah penelitian kualitatif dimana memberikan informasi yang kompeten menjadikan data penelitian lebih terarah dan jelas.

Informan dalam penelitian kualitatif merupakan informasi penelitian yang memahami informasi tentang objek penelitian. Informan yang dipilih harus memiliki kriteria agar informasi yang didapatkan bermanfaat untuk penelitian yang dilakukan. Ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian. Ia berkewajiban secara suka rela menjadi anggota tim penelitian walaupun hanya bersifat informal. Sebagai anggota tim dengan kebaikannya dan dengan suka relanya ia dapat memberikan pandangan dari segi orang dalam tentang nilai – nilai sikap, bangunan, proses dan kebudayaan yang menjadi latar penelitian tersebut (moloeng lexy j, 2918).

Penentuan sumber data pada orasng yang di wawancarai dilakukan secara

*purposive sampling* yaitu Teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Pada penelitian kualitatif ini, informan yang peneliti tentukan adalah pemilik wisata *Giant Hill Circuit* yang berada di Kabupaten Langkat.

Tabel 3.2 Informan Penelitian

No.	Nama Informan	Keterangan
1.	Rena Erliani	Pengelola Wisata <i>Giant Hill Circuit</i>
2.	Nur Elly Heriani Rambe, MM	Biro Umum Dinas Pariwisata Kab. Langkat
3.	Dea	Pedagang di Desa Wisata <i>Giant Hill Circuit</i>
4.	Katemi	Warga Sudama Perdamaian
5.	Jesika	Pengunjung

Sumber : Olahan Hasil Peneliti 2023

### 3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan penulis dalam menggunakan data penelitian yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga Teknik pengumpulan data yaitu :

#### 1. Wawancara

Menurut sugiyono wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat di konstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2016). wawancara terencana dilakukan untuk memperoleh bahan – bahan informasi sesuai dengan tema yang telah direncanakan sebelumnya. Untuk melakukan wawancara terencana, pewawancara terlebih dahulu harus mempersiapkan *interview guide* (pedoman

wawancara) dan menentukan narasumber atau informasi yang relevan.

## 2. Observasi

Peranan yang paling penting dalam menggunakan metode observasi adalah pengamatan. Pengamatan harus teliti dalam mengamati adalah dengan menatap kejadian, gerak atau proses. Bentuk observasi yang secara langsung kelengkapan. Observasi secara langsung ke *Giant Hill Circuit* agar memandangi dari dekat dan memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti (Gunawan, 2022).

## 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pengumpulan data dengan meneliti catatan-catatan penting yang sangat erat hubungannya dengan objek penelitian (Rasyid Ohorella, 2021). Serta informasi tertulis yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang berkaitan dengan aspek kajian yang telah dirumuskan, meliputi pengambilan beberapa foto atau gambar serta rekaman *audio* selama kegiatan observasi dan lain sebagainya.

### 3.7. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono, proses analisis data metode kualitatif dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari beberapa sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar foto dan sebagainya (Sugiyono, 2016).

Penelitian ini nantinya akan menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata atau ucapan lisan dari orang – orang dan perilaku yang diwawancarai dan

diamati (Gunawan, 2022).

Ada beberapa tahapan dalam proses analisis data pada penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Reduksi data

Reduksi data berarti merangkum dari hasil penelitian, dengan memilih hal – hal yang pokok, memfokuskan pada hal – hal yang penting mencari tema atau inti dan polanya serta membuang yang tidak perlu. Reduksi data bisa dilakukan dengan melakukan abstraksi yang merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pertanyaan – pertanyaan yang perlu dijaga sehingga tetap berada pada data penelitian.

### 2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Data – data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa menguranginya.

### 3. Kesimpulan atau verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisis data. Pada tahap ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data – data yang diperoleh. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung pada konsep – konsep dasar dalam penelitian yang dilakukan.

### **3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan didesa wisata *Giant Hill Circuit* di KabupatenLangkat.

#### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dari Juni hingga Agustus 2023.

### **3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian**

Melakukan penelitian terhadap komunikasi pemasaran desa wisata berbasis kearifan budaya lokal dalam rangka mengembangkan *Giant Hill Circuit*. Maka peneliti perlu melakukan dengan terjun langsung dilapangan dan melakukan wawancara kepada pengelola objek wisata *Giant Hill Circuit* dan kemudian mencari tau bagaimana strategi komunikasi pemasaran desa wisata yang berbasis kearifan budaya lokal *di Giant Hill Circui*.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Hasil Penelitian

#### 4.1.1. Gambaran Umum Desa wisata *Giant Hill Circuit*

*Giant Hill Circuit* merupakan sebuah sirkuit motor di seputaran Kwala Gomit. Bagi para pemburu keindahan yang berdomisi di Binjai dan Langkat sekitarnya, tempat rekreasi dengan sederet aktivitas menantang ini bisa menjadi tujuan akhir pekan paling tepat bagi masyarakat. *Giant Hill Circuit*, merupakan destinasi wisata sekaligus arena latihan *motocross* yang dibangun pada tahun 2010 dengan luas sekitar 20 hektar.

Gambar 4.1 Pemandangan *Giant Hill Circuit*



Sumber : Penelitian 2023

Lokasinya yang agak terpencil namun menyuguhkan pemandangan hijau nan rindang dikelilingi pohon sawit yang mendominasi, tak akan memberikan kesan menyeramkan sama sekali. Malah bisa menambah kenyamanan dan ketenangan untuk sekadar duduk bersantai di bawahnya sehingga tak heran apabila *Giant Hill Circuit* menjadi destinasi wisata *hidden gem* yang patut dikunjungi. *Giant Hill Circuit* terletak di Jalan Sudama, Perdamaian, Kabupaten

Langkat, Sumatera Utara. Destinasi wisata ini beroperasi setiap hari, mulai pukul 09.00 - 18.00 WIB.

Orang dewasa diwajibkan untuk membayar tiket sebesar Rp. 10.000,- per orang jika berkunjung di hari Senin - Sabtu, di hari Minggu, dan di hari besar membayar Rp. 15.000,- Sedangkan anak-anak membayar Rp. 10.000,-.

Untuk bisa sampai ke *Giant Hill Circuit* terdapat beberapa rute yang bisa dipilih dengan menggunakan kendaraan pribadi. Namun sayangnya belum ada kendaraan umum yang bisa digunakan untuk menuju tempat ini. Jika berangkat dari Kota Medan, kamu perlu menuju ke Kota Binjai dulu. Dari Tugu Binjai ambil jalur Jalan Lintas Sumatera - Banda Aceh, lalu belok kiri menuju Jalan Perintis Kemerdekaan. Terus lurus sejauh 11 km, kemudian belok kanan ke Jalan Sudama. Setelah 450 m lalu belok ke kiri. Dari sini kamu perlu sedikit waspada karena jalannya kecil dan kalau hujan akan becek. Kemudian lurus saja sejauh 1 km hingga nantinya menemukan lokasi wisata di sebelah kanan. Jika berangkat dari Kota Stabat, ambil arah Barat Daya menuju Jalan Perintis Kemerdekaan. Setelah 6,5 km lalu belok kiri ke Jalan Nusa Indah, kemudian belok kanan ke Gang Kamboja, terus lurus sejauh 700 m lalu belok kiri. Tujuan wisata berada di sebelah kanan..



4.2. Gambar bangunan dan cafe *Giant Hill Circuit*

Sumber : *Giant Hill Circuit*

Selain tersedia arena untuk balap *motocross*, di sini juga terdapat danau kecil di tengahnya. Di sekeliling danau terdapat beberapa pondok yang bisa digunakan untuk bersantai melepas penat, namun dikenakan biaya mulai dari Rp20 ribu - Rp30 ribu tergantung ukuran pondok yang dipilih. Beberapa spot foto *instagramable* pun tersedia, di antaranya tempat duduk *aesthetic* di pinggir danau dan villa yang bernuansa Bali. Kamu bisa berswafoto sepuasnya di sini, mulai dari *berselfie* ria sampai melakukan sesi pemotretan untuk *pre-wedding*.

Apabila membawa anak-anak, tidak perlu risau kalau mereka akan merasa bosan. Ajak saja bermain wahana bebek dayung mengitari danau yang airnya bersih berpadu dengan langit biru. Tapi wahana air ini tidak gratis, kamu perlu membayar Rp. 25.000,- per jam.

#### 4.3. Gambar wahana bermain *Giant Hill Circuit*



Sumber: Dokumentasi 2023

Harga tiket yang terjangkau sepadan dengan fasilitas yang disuguhkan. *Giant Hill Circuit* menyediakan musholla untuk beribadah serta sudah dilengkapi dengan mukena dan sajadah. Terdapat 3 *toilet* bersih pula di sampingnya. Tidak perlu khawatir akan tempat parkir kendaraan, karena area parkirnya sangat luas. Selain itu, kamu bisa memesan makanan apabila perut sudah keroncongan dan membeli minuman sebagai tempat menyantap hidangan di *cafe* yang sudah disediakan oleh pengelola. Apabila kamu ingin berkunjung ke sini dengan *budget* pas-pasan, disarankan untuk membawa tikar sendiri dari rumah, lalu menggelarnya di pinggir danau. Karena apabila ingin bersantai di pondok, maka akan dikenakan biaya tambahan lagi. Selain itu, kamu diperbolehkan membawa makanan maupun minuman dari luar.

#### 4.1.2 Narasumber

**Gambar 4.1 Narasumber**

No.	Nama Informan	Alamat	Umur	Keterangan
1.	Rena Erliani	Jl. Sudama, Perdamaian, kec. Binjai, Kab.Langkat	21 tahun	Pengelola Wisata <i>Giant Hill Circuit</i>
2.	Nur Elly Heriani Rambe, MM	Stabat	25 tahun	Biro Umum Dinas Pariwisata Kab. Langkat
3.	Dea	Jl. Sudama, Perdamaian, kec.Binjai, Kab.Langkat	19 tahun	Pedagang di Desa Wisata <i>Giant Hill Circuit</i>
4.	Katemi	Jl. Sudama, Perdamaian, kec.Binjai, Kab.Langkat	55 tahun	Warga Sudama Perdamaian
5.	Jesika	Tanjung Pura	17 tahun	Pengunjung

Sumber: olahan hasil peneliti 2023

#### 4.1.3. Hasil Wawancara Informan Penelitian

Peneliti melakukan teknik wawancara dan observasi untuk memperoleh data dari Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kearifan Budaya Lokal Dalam Rangka Pengembangan *Giant Hill Circuit*. Narasumber yang diwawancarai berjumlah 5 orang, yaitu subjek; Rena Erliani, Ismail Ginting, Dea, Katemi, dan Jessika.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan informan Rena Erliani 21 tahun salah satu pengelola desa wisata *Giant Hill Circuit* pada hari Senin tanggal 19 Juni 2023, tentang sejarah berdirinya desa wisata *Giant Hill Circuit* didapatkan informan bahwa pengelola desa wisata *Giant Hill Circuit* mengatakan :

“Dulu *Giant Hill Circuit* ini merupakan area spot moto cross seluas 20 hektar pada tahun 2010, lalu seiring berjalannya waktu tempat ini berubah menjadi tempat

wisata, karena masyarakat mengatakan tempat ini sejuk dan indah maka kami memutuskan untuk mengubahnya menjadi tempat wisata. Dan tempat wisata ini berdiri sejak 5 tahun lalu tepatnya pada tahun 2018.”

Dari yang dikemukakan oleh informan Rena dapat kita pahami bahwa sejarah berdirinya desa wisata *Giant Hill Circuit* yaitu yang awalnya spot moto cross berubah menjadi desa wisata *Giant Hill Circuit* yang sudah berjalan dari tahun 2018.

Informan Rena Erliani juga memberikan penjelasan tentang seperti apa kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk mengenalkan desa wisata berbasis kearifan budaya, ia mengatakan :

“Awalnya kami mempromosikan atau mengenalkan tempat wisata ini dari mulut kemulut lalu pengunjung banyak mengupload melalui media sosial seperti *tiktok*, dan *instagram*. dan saya juga mempromosikannya melalui *tiktok*, *facebook* dan akun *instagram*.”

Informasi yang disampaikan oleh informan Rena sudah cukup jelas bahwasannya desa wisata *Giant Hill Circuit* memasarkan/mempromosikannya melalui media sosial *tiktok* , *facebook* dan *instagram*.

Informan Rena juga menyampaikan khalayak yang ingin dicapai oleh pengelola dalam mengenalkan desa wisata berbasis kearifan budaya lokal, ia mengatakan :

“Seluruh masyarakat indonesia maupun dari luar indonesia, bahkan sebenarnya sudah banyak orang luar kota yang berkunjung kesini, seperti dari pulau jawa.”

Desa wisata *Giant Hill Circuit* seperti yang disampaikan oleh informan Rena selaku pengelola *Giant Hill Circuit* bahwa khalayak yang ingin dicapai seluruh masyarakat indonesia bahkan wisatawan yang sudah berkunjung mulai

dari luar kota maupun luar pulau.

Informan Rena juga menyampaikan yang menjadi keunggulan/ daya tarik desa wisata *Giant Hill Circuit* yang berbasis kearifan budaya. Informan Rena mengatakan :

“Membuatnya bernuansa Bali, menghidupkan musik-musik budaya Bali, membuat *spot-spot* foto Bali, menyediakan permainan seperti bebek dayung, menyediakan *cafe* dan membayar tiket seharga Rp. 15.000,- sudah mendapatkan minum.”

Dari informasi yang disampaikan oleh Rena dapat kita ketahui bahwa yang menjadi keunggulan/daya tarik di desa wisata *Giant Hill Circuit* ini adalah membuat tempat wisata itu bernuansa Bali dan membayar tiket dengan harga murah sudah *free* minum.

Selanjutnya informasi yang disampaikan informan Rena tentang peran-peran yang ada di desa wisata *Giant Hill Circuit*, Rena mengatakan :

“Ada pengelola tiket, pengelola kebersihan, pengelola mediasosial, mandor, penjaga *cafe*.”

Dari penjelasan informan Rena dapat kita ketahui peran apa saja yang ada di desa wisata *Giant Hill Circuit* yaitu seperti pengelola kebersihan, penjaga tiket, media sosial dan lain sebagainya.

Setelah melakukan wawancara terhadap informan Rena Erliani selaku salah satu pengelola desa wisata *Giant Hill Circuit* pada tanggal 19 Juni 2023. Peneliti melanjutkan observasi pada tanggal 19 Juni 2023 dengan informan Katemi yang berusia 55 tahun yaitu masyarakat sekitar desa wisata *Giant Hill Circuit*.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan informan Katemi pada hari Senin, 19 Juni 2023, tentang peran masyarakat dalam

mengembangkan desa wisata *Giant Hill Circuit*. Informan Katemi mengatakan :

“Menambah warung untuk tempat makan wisatawan yang berkunjung kelaparan, mengajak masyarakat luar untuk berkunjung.”

Dari sudut pandang informan Katemi bahwa peran masyarakat dalam mengembangkan desa wisata *Giant Hill Circuit* ini mengajak masyarakat luar untuk berkunjung dan menambah warung untuk tempat makan pengunjung.

Informan Katemi juga memberikan informasi bagaimana masyarakat menyampaikan pesan kepada khalayak untuk mengenalkan *Giant Hill Circuit*, Katemi mengatakan :

“Mainla ke *Giant Hill Circuit*, tempatnya enaklo, nyaman dan bersih. Tempatnya bernuansa budaya Bali bagus lo.”

Dari penjelasan informan Katemi masyarakat menyampaikan pesan kepada khalayak seperti mengajak berkunjung ke *Giant Hill Circuit* karna tempatnya sangat bagus dan nyaman serta menjaga kebudayaan Bali.”

Informasi yang disampaikan informan Katemi bahwa perkembangan kunjungan wisatawan beberapa tahun terakhir, ia mengatakan :

“Yang saya lihat pengunjung disini semakin hari semakin lama meningkat ramai.”

Dari yang dikatakan oleh informan katemi bahwa perkembangan kunjungan didesa wisata *Giant Hill Circuit* ini memakin meningkat.

Informan Katemi menyampaikan tentang efek yang didapat masyarakat dengan adanya desa wisata *Giant Hill Circuit*. Dia mengatakan bahwa :

“Desa kami ini jadi semakin ramai, tidak sepi lagi, kami jugabisa mencari rezeki dengan berjualan.”

Dapat kita simpulkan bahwa yang dikatakan oleh Katemi efek dari objek

wisata ini membuat masyarakat senang karena bisa mencari rezeki.

Informan Katemi juga menyampaikan informasi tentang keunggulan yang ada di *Giant Hill Circuit*, Katemi mengatakan :

“Menurut saya yang menjadi keunggulannya yaitu *spot* fotonya yang bagus sih bernuansa Bali.”

Dapat kita simpulkan dari yang dikatakan oleh Informan Katemi bahwa yang keunggulannya tempat wisata *Giant Hill Circuit* adalah spot fotonya yang bagus.

Berikutnya, dilanjut dengan peneliti bertanya kepada informan yang bernama Dea 19 tahun yaitu pedagang di *Giant Hill Circuit* yang diwawancarai pada hari Senin, tanggal 19 Juni 2023.

Peneliti bertanya kepada informan Dea tentang apa saja yang didagangkan di desa wisata *Giant Hill Circuit*. Ia menyatakan bahwa :

“Yang saya jual seperti *snack*, cendramata dari bali dan bernuansa bali seperti mainan kunci, patung kecil, pakaian, sandal, topi, kursi dan meja ala *camping*, dan menyewakan skuter juga.”

Dapat kita simpulkan bahwa informan Dea menjual produk-produk ciri khas budaya Bali.

Lalu peneliti bertanya kepada Dea sudah berapa lama berjualan di *Giant Hill Circuit*. Dea menyampaikan :

“Saya berjualan sudah 4 tahun lebih”

Dapat kita ketahui bahwa Dea atau pedagang *Giant Hill Circuit* sudah berjualan 4 tahun lebih.

Selanjutnya peneliti juga bertanya kepada informan Dea tentang dengan media apa Dea memasarkan produknya. Dea menyampaikan bahwa :

“Saya memasarkannya dengan media sosial *tiktok*, *instagram* dan satu akun dengan *instagram Giant Hill Circuit*, serta sayajuga menawarkan kepada pengunjung.”

Dapat kita pahami bahwa informan Dea memasarkan produk jualannya dengan media sosial *Instagram*.

Lalu peneliti juga menanyakan kepada Dea tentang produk apa yang menjadi keunggulannya yang di jual. Ia mengatakan :

“Keunggulan yang saya jual adalah cendramata dari Bali.”

Peneliti simpulkan bahwa informan dea memiliki jualan produk unggulan yaitu cendramata dari Bali.

Setelah peneliti mewawancarai informan Dea lalu peneliti berpindah ke informan selanjutnya yaitu salah satu Pengunjung desa wisata *Giant Hill Circuit* yaitu Jesika 17 tahun berasal dari Tanjung Pura yang peneliti wawancarai pada hari Senin, 19 Juni 2023.

Peneliti wawancara kepada infroman Jesika tentang darimana informan ketahui tentang keberadaan *Giant Hill Circuit*. ia mengatakan :

“Awalnya saya melihat dari *fyp tiktok* lalu saya melihat sepertinya bagus nih. Saya mengajak teman saya untuk pergi ke *Giant Hill Circuit* dengan melihat *google maps*.”

Kesimpulan yang kita dapatkan dari informan Jesika menjelaskan bahwa ia mengetahui desa wisata *Giant Hill Circuit* ini melalui *fyp tiktok* dan pergi mencari tempatnya dengan panduan *google maps*.

Peneliti juga mewawancarai informan Jesika tentang apa yang membuat informan tertarik dengan desa wisata *Giant Hill Circuit*. informan Jesika mengatakan :

“Saya lihat di *tiktok* tempatnya bagus untuk berfoto, nyaman dan bersih. Makanya saya tertarik.”

Dapat kita pahami bahwa informan Jesika salah satu pengunjung *Giant Hill Circuit* tertarik dengan desa wisata *Giant Hill Circuit* ini karena tempatnya bagus dan nyaman untuk berfoto. Peneliti juga menanyakan kepada informan Jesika apakah promosi yang dilakukan oleh pengelola *Giant Hill Circuit* ini mampu menarik minat khalayak untuk berkunjung. Informan Jesika mengatakan :

“Menurut saya menarik, tapi mungkin karena sudah banyak orang yang *upload* tentang *Giant Hill Circuit* yang lebih bagus dan lebih menarik sih jadi banyak orang yang menarik untuk berkunjung, karena saya lihat juga *story instagramnya* juga hanya *repostan* dari pengunjung saja.”

Dapat kita simpulkan apa yang disampaikan Jesika tentang promosi yang dilakukan oleh pengelola apakah menarik minat khalayak ia mengatakan menarik tapi wisatawan lain yang lebih menarik untuk mempromosikannya.

Peneliti mewawancarai informan Jesika sebagai pengunjung tentang sikap pengelola desa wisata *Giant Hill Circuit* kepada pengunjung. Ia mengatakan bahwa:

“Pengelolanya baik sih, ramah sekali.”

Dapat kita ketahui dengan yang disampaikan kepada informan Jesika sikap pengelola terhadap pengunjung bahwa sikapnya baik dan ramah.

Peneliti juga mewawancarai informan Jesika salah satu pengunjung desa wisata *Giant Hill Circuit* yang berasal dari Tanjung Pura tentang saran untuk *Giant Hill Circuit*. Ia mengatakan :

“Saran saya sih untuk tempat wisata ini ditambah seperti *café* atau *spot* foto bermainnya.”

Kita ketahui bahwa yang dikatakan oleh Informan Jesika tentang saran untuk

desa wisata *Giant Hill Circuit* ini adalah ditambahnya *cafe* dan *spot* foto bermain.

Berikutnya peneliti mewawancarai Informan Jesika tentang bagaimana pendapat informan dengan desa wisata *Giant Hill Circuit* yang berbasis kearifan budaya. Ia mengatakan bahwa :

“Menurut saya tempatnya bagus lebih kebudayaan Bali sih ini walaupun Bali jauh tapi pergi kesini aja sudah serasa di Bali, bersih, nyaman, dingin juga.”

Dapat peneliti simpulkan apa yang disampaikan oleh Jesika tentang bagaimana desa wisata *Giant Hill Circuit* menurutnya yaitu tempatnya bagus dan nyaman.

Setelah peneliti observasi terhadap pengunjung lalu peneliti pergi ke Dinas Pariwisata Kabupaten Langkat dengan mewawancarai salah satu pekerja Dinas Pariwisata bagian Biro Umum yaitu Nur Elly Heriana Rambe 25 tahun.

Informasi Nur Elly menyampaikan destinasi wisata berbasis kearifan budaya di *Giant Hill Circuit* menurut Dinas Pariwisata Kabupaten Langkat. Ia mengatakan bahwa :

“Desa wisata *Giant Hill Circuit* ini bagus dan nyaman, memiliki kearifan budaya bernuansa Bali. Seperti pohonnya saja diberi kain Bali. Patut dikembangkan.”

Dari informasi yang diberikan oleh informan Nur Elly dapat kita simpulkan bahwa destinasi wisata berbasis kearifan budaya di *Giant Hill Circuit* menurut Dinas Pariwisata Kabupaten Langkat tempat yang nyaman dan patut untuk dikembangkan. Informan Nur Elly juga memberikan pernyataan tentang pesan yang disampaikan dinas pariwisata Kabupaten Langkat kepada khalayak dalam mengenalkan pariwisata kearifan budaya lokal. Ia menyampaikan :

“Kami mengenalkan desa wisata yang ada di Kabupaten Langkat dengan rapat perdinasan atau pada acara-acara

pariwisata yang berbasis kearifan budaya lokal terlebih dahulu mengenalkan ciri-ciri atau khas Kabupaten Langkat. Ketika kunjungan dari dinas pariwisata lain atau kunjungan dari luar daerah pasti didalam acara tersebut akan kami sampaikan.”

Yang disampaikan informan Nur Elly bahwa dinas pariwisata akan mengenalkan desa wisata di Kabupaten Langkat dengan berbasis kearifan budaya lokal dengan menyampaikannya disetiap acara pariwisata dalam kota maupun luar kota.

Informan Nur Elly juga memberikan informasi tentang efek yang didapat selama ini oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Langkat dengan adanya objek wisata. Nur Elly mengatakan :

“Efek yang selama ini sudah didapatkan dengan adanya kunjungan wisatawan, penghasilan dari pariwisata menjadi bertambah ke Kabupaten Langkat dan juga semakin terkenal.”

Dapat kita simpulkan dari penjelasan informan Nur Elly bahwa efek yang didapatkan dinas pariwisata adalah meningkatnya penghasilan Kabupaten Langkat dan semakin terkenal.

Informasi dari informan Nur Elly tentang aksesibilitas menuju desa wisata *Giant Hill Circuit* dan kekurangan serta kelebihan desa wisata *Giant Hill Circuit*. Nur Elly mengatakan :

“Aksesibilitas sendiri sebenarnya bukan dari dinas pariwisata tetapi dinas pekerja umum yang bertanggung jawab pada pembangunan jalan yang memadai tidak berlubang dan lainnya. Keunggulannya yaitu jarak tempuh yang tidak terlalu jauh dan berada ditengah tengah wilayah. Kekurangannya masyarakat yang masih minim akan kesadaran wisata.”

Dapat kita simpulkan dari penjelasan informan Nur Elly bahwa aksesibilitas menuju *Giant Hill Circuit* itu bukan tanggung jawab dinas bagian umum dan kelebihanannya yaitu tidak terlalu jauh dijangkau serta kekurangannya yaitu

masyarakat yang masih minim dengan wisata.

Informan Nur Elly juga menyampaikan informasi tentang upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Langkat dalam mengembangkan desa wisata berbasis kearifan budaya lokal. Ia mengatakan :

“Upaya yang kami lakukan adalah mengenalkan Dinas Pariwisata dan desa wisata kepada seluruh masyarakat dan mencari investor, mengadakan rapat, dan membuat rencana induk pengembangan pariwisata daerah atau program tahunan.”

Dapat kita simpulkan bahwa upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Langkat dalam mengembangkan desa wisata berbasis kearifan budaya lokal adalah mengenalkan dinas pariwisata dan desa wisata kepada seluruh masyarakat dan mencari investor, mengadakan rapat, dan membuat rencana induk pengembangan pariwisata daerah.

#### **4.2. Pembahasan**

Berdasarkan dari hasil yang disampaikan dan dijabarkan, maka peneliti melakukan pembahasan dimana desa wisata *Giant Hill Circuit* menggunakan teori Kotler dan Keller (2012), yaitu bauran pemasaran untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Manajemen pemasaran mengenal empat strategi pemasaran yang lazim disebut bauran pemasaran barang 4P, yaitu produk (*product*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), dan harga (*price*) (Yolanda, 2020). Bauran pemasaran, sebagai berikut:

##### 1. Produk

Terdapat tiga bagian produk di Desa Wisata *Giant Hill Circuit* yang mereka jual, seperti : a) *hospitality* terdiri atas pondok, danau, *café*. *Spot* foto, wahana bermain. b) *experience tourism* terdiri atas belajar mengenal kerajinan

budaya Bali, alunan musik Bali dan mini sanggar untuk berkarya. c) *food and beverage* terdiri atas makanan yaitu mie, nasi, *snack* dan makanan pada umumnya,dll. Sedangkan minuman terdiri atas jus, *coffee*, dll.

## 2. Tempat

Desa Wisata *Giant Hill Circuit* beralamat di Jalan Sudama, Kwala Bergumit, Perdamaian, Kec. Binjai, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara, Negara Indonesia. Waktu tempuh hanya 20-30 menit dari pusat kota Binjai. Desa Wisata *Giant Hill Circuit* bertetap di suatu perkampungan untuk dapat menjalankan visi dan misi mereka.

## 3. Harga

Untuk harga tiket masuk Desa Wisata *Giant Hill Circuit* membuat harga Rp. 15.000-/orang dewasa *free* air mineral, Rp. 10.000,-/orang anak-anak *free* air mineral sedangkan untuk parkir mobil 10.000 dan parkir sepeda motor 5.000. Harga untuk makanan dan minuman berkisar Rp. 5.000-30.000. Harga untuk cendramata Rp. 10.000-150.000. harga sewa pondok Rp. 20.000,-. Harga wahana bermain Rp. 25.000,-.

## 4. Promosi

Desa Wisata *Giant Hill Circuit* menggunakan sosial media sebagai tempat promosinya. Selain itu, promosi dari mulut ke mulut juga terjadi yang dilakukan oleh pengunjung. Untuk menarik minat pengunjung Desa Wisata *Giant Hill Circuit* menggunakan Budaya Bali sebagai ciri khas mereka yang artinya bisa memberi dampak positif terhadap pengunjung dan dengan melalui itu Budaya Bali dapat dilestariakan pada zaman sekarang. Pada unsur promosi ini, dapat kita lihat

di saluran media sosial instagram dan tiktok *Giant Hill Circuit* terdapat beberapa unggahan *reels* yang memiliki 2.426-79,7ribu penonton ini seimbang atau melebihi dari jumlah pengikut yaitu 7.016. Video tersebut membuat para beberapa audiens tertarik untuk mengunjungi *Giant Hill Circuit*. Video *reels* itu terdiri atas kegiatan-kegiatan yang ada di *Giant Hill Circuit* sehingga calon pengunjung dapat mengetahui akan melakukan kegiatan apa saja disana. Tempat ini sangat cocok untuk para pengunjung dari Kota karena akan mendapat beberapa suasana seperti udara yang sejuk, pemandangan danau serta rumputan hijau, pepohonan dan area *moto cross* yang dapat menyejukkan penglihatan, kegiatan seperti bercocok dan berfoto, piknik, kemudian suara alunan musik Bali. Suasana tersebut sangat bisa membuat kita tenang. Hal tersebut yang membuat calon pengunjung tertarik untuk mendatanginya (Yolanda, 2020).

Desa wisata merupakan salah satu bentuk penerapan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat dan berkelanjutan. Melalui pengembangan desa wisata diharapkan terjadi pemerataan yang sesuai dengan konsep pembangunan pariwisata yang berkesinambungan.

Koentjaraningrat menjelaskan bahwa suatu pelestarian kebudayaan adalah sebuah sistem yang besar dan melibatkan masyarakat dengan masuk ke dalam subsistem kemasyarakatan serta memiliki komponen yang saling terhubung. Hal ini sejalan dengan pola desa wisata Desa wisata *Giant Hill Circuit*, dimana desa wisata ini melibatkan masyarakat dalam aktivitas kegiatan guna memberikan pelayanan bagi setiap wisatawan yang hadir.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Simpulan

Setelah peneliti melakukan observasi, wawancara, serta dokumentasi terkait Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kearifan Budaya Lokal Dalam Rangka Pengembangan *Giant Hill Circuit* dalam menarik wisatawan ini peneliti menarik kesimpulan bahwasannya kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah desa, pengelola ialah komunikasi pemasaran 4P yaitu *Promotion* (promosi) yang dimana pengelola mempromosikan tempat wisata melalui media sosial *facebook, instagram, tiktok, youtube*, dan komunikasi wisatawan dari mulut ke mulut.

Kemudian *Place* (Tempat) yang dimana pengelola menyediakan tempat yang nyaman serta memuaskan mata wisatawan yang datang. Pengelola juga menyediakan segala fasilitas yang dibutuhkan wisatawan dilokasi wisata seperti *cafe* yang menyediakan segala jenis minuman dan makanan yang diinginkan wisatawan, *toilet* yang bersih, *spot* foto, *mushollah* yang nyaman serta menyediakan pondok untuk wisatawan yang ingin beristirahat, sehingga wisatawan tidak perlu keluar dari tempat wisata.

Kemudian *Price* (Harga) yang dimana pengelola menetapkan harga yang sangat terjangkau ialah sebesar 10.000-15.000 rupiah dan tidak dibatasi waktu wisatawan untuk berkunjung. Harga yang terjangkau dengan fasilitas yang lengkap hingga tidak ada batas waktu berkunjung membuat wisatawan merasa

puas sehingga akan kembali lagi ketempat wisata tersebut bahkan ia akan mengajak saudara, teman, tetangga agar berkunjung juga ketempat wisata tersebut.

Dan yang terakhir *Product* (Produk) Fasilitas wisata juga sangat membantu dalam menarik minat wisatawan. Ketika fasilitas yang disediakan cukup memadai bahkan membuat wisatawan puas maka wisatawan tidak akan kapok untuk berkunjung dilain waktu. Fasilitas yang sangat memuaskan wisatawan seperti *toilet* yang bersih dan musholla yang nyaman membuat wisatawan betah berkunjung, serta wisatawan tidak perlu membawa bekal atau jajan keluar lokasi lagi karena adanya *cafe* dan kantin dipinggir danau dan masyarakat yang berjualandi dalam tempat wisata.

Dari keempat kegiatan komunikasi pemasaran yang dilaksanakan oleh pemerintah desa, pengelola beserta petugas dilokasi wisatawan sudah optimal dan baik. Pemerintah desa dan pengelola akan terus berupaya meningkatkan kegiatan komunikasi pemasaran secara optimal agar masyarakat lebih tertarik dalam mengunjungi desa wisata *Giant Hill Circuit*.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dilakukan, ada saran yang diajukan peneliti, yaitu Desa Wisata *Giant Hill Circuit* lebih aktif dalam mempromosikan Desa Wisata *Giant Hill Circuit* agar khalayak tahu hari dan jam operasional yang tersedia. Promosi yang telah dilakukan melalui berbagai media sosial yang ada, seharusnya menginformasikan aktivitas desa wisata *Giant Hill Circuit* secara jelas, sehingga para calon wisatawan dapat mengetahui jam operasional

desa wisata *Giant Hill Circuit*.

a) Pemerintah desa dan pengelola diharapkan mampu meningkatkan kegiatan promosi secara baik dengan adanya *Public Relations/* humas Wisata *Giant Hill Circuit* agar promosi lebih terorganisir.

b) Pemerintah desa dan pengelola diharapkan untuk terus berupaya meningkatkan *spot* foto, fasilitas yang sangat bagus, dan harga yang terjangkau agar menarik wisatawan lebih banyak lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, R. S. (2020). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Kota Bogor. ... : *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 122–129.
- Andrean, S., Pemasaran, N. K., & Abadi, P. (n.d.). *Sukoco, Sampir Andrean. 2018. New Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya. CV. Pustaka Abadi. Hlm . 1.*
- Andrianti, N., & Lailam, T. (2019). Pengembangan Desa Wisata melalui Penguatan Strategi Komunikasi Pariwisata. *Senadimas Unisri*, 1(1), 205–213.
- Bungin, B. (2010). *Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Kencana.
- Daulay Syafitri, L. (2019). *Model Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Padangsidempuan*. 189–193.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Group.
- Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.
- Hasanah, R. (2019). Kearifan Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya Di Desa Sade Kabupaten Lombok Tengah. *DESKOVI: Art and Design Journal*, 2(1), 45. <https://doi.org/10.51804/deskovi.v2i1.409>
- Khairani, L., Santoso, P., & Aktar, S. (2021). Penguatan Kapasitas Pengelola Bumdes Mozaik Dalam Pengembangan Pariwisata “ Getek Online ” Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Google My Business. *JMM (Jurnal Masyarakat ...)*, 5(6), 4–12. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5762>
- Martin, J. . dan N. (2015). Komunikasi Lintas Budaya Wisatawan. *Jurnal Simbolika*, 1(September), 188–193.
- Moloeng lexy j. (2918). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Mulyadi. (2012). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Raja Prasindo Praja.
- Nugraha, A. R., Perbawasari, S., & Zubair, F. (2017). Model Komunikasi Pariwisata Yang Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal The Messenger*,

9(2), 231. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v9i2.468>

Rasyid Ohorella, N., & Prihantoro, E. (2021). Pengembangan Branding Pariwisata Maluku Berba Kearifan Lokal. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 89–99. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss1.art7>

Sinaga, S.A., & Tanjung, I.S. (2021). *Perencanaan komunikasi pariwisata dalam pengembangan wisata religi di kota pekanbaru skripsi*.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sulthan, M. (2017). Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Purbalingga (Studi Pada Analisis Komunikasi Pariwisata Berbasis Digital). *Prosiding Seminar Dan Call for Paper*, 215–224.

Sumiyati, S., & Murdiyanto, L. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 171. <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.629>

Sumut, P. (2020). *Giant Hill Circuit : Tiket Masuk Terbaru & Aktivitas Wisata 2020*. PariwisataSUMUT.NET.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi ke-3*. Yogyakarta : Andi.

Yolanda, S. A. (2020). Pemasaran Desa Wisata Jabu Sihol Pematang Siantar melalui pelestarian budaya Batak. *Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 1(1). <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/keskap/article/view/12037/0>

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA MENDALAM

(Pengelola Desa Wisata *Giant Hill Circuit*)

Hari/Tanggal Wawancara : Senin, 19 Juni 2023

Lokasi Wawancara : Desa Wisata *Giant Hill Circuit*

Nama Informan : Rena Erliani

Umur : 21 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

1. Bagaimana sejarah berdirinya desa wisata *Giant Hill Circuit*?
2. Seperti apa kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh desa wisata *Giant Hill Circuit* dan dengan media apa yang digunakan pengelola untuk mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal ini?
3. Siapa saja khalayak yang ingin dicapai pengelola desa wisata dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal ?
4. Apa yang menjadi keunggulan/daya tarik di desa wisata *Giant Hill Circuit* yang berbasis kearifan lokal ?
5. Apa saja peran pengelola wisata dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di *Giant Hill Circuit*?

## PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA MENDALAM

(Warga Sekitar Desa Wisata *Giant Hill Circuit*)

Hari/Tanggal Wawancara : Senin, 19 Juni 2023  
Lokasi Wawancara : Desa Wisata *Giant Hill Circuit*  
Nama Informan : Katemi  
Umur : 55 Tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan

1. Apa saja peran masyarakat dalam mengembangkan desa wisata berbasis kearifan lokal di *Giant Hill Circuit* ?
2. Bagaimana masyarakat menyampaikan pesan kepada khalayak dalam mengenalkan desa wisata berbasis kearifan lokal di *Giant Hill Circuit* ?
3. Bagaimana perkembangan kunjungan wisata dari 5 bulan terakhir ?
4. Apa efek yang didapat dengan adanya objek wisata *Giant Hill Circuit*?
5. Bagi masyarakat apa yang menjadi keunggulan di *Giant Hill Circuit* ?

## PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA MENDALAM

(Pedagang Desa Wisata *Giant Hill Circuit*)

Hari/Tanggal Wawancara : Senin, 19 Juni 2023  
Lokasi Wawancara : Desa Wisata *Giant Hill Circuit*  
Nama Informan : Dea  
Umur : 19 Tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan

1. Apa saja peran pengelola wisata kuliner dalam mengembangkan desa wisata *Giant Hill Circuit* berbasis kearifan lokal ?
2. Apa saja yang Anda dagangkan di desa wisata *Giant Hill Circuit* ?
3. Sudah berapa lama Anda berjualan di *Giant Hill Circuit* ?
4. Dengan media apa Anda memasarkan produk jualan Anda/ bagaimana Anda menyampaikan pesan kepada khalayak ?
5. Apa saja keunggulan yang Anda jual ?

## PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA MENDALAM

(Pengunjung Desa Wisata *Giant Hill Circuit*)

Hari/Tanggal Wawancara : Senin, 19 Juni 2023  
Lokasi Wawancara : Desa Wisata *Giant Hill Circuit*  
Nama Informan : Jesika  
Umur : 17 Tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan

1. Dari mana Anda mengetahui tentang keberadaan desa wisata *Giant Hill Circuit* ?
2. Apa yang membuat Anda tertarik berkunjung di *Giant Hill Circuit* ?
3. Menurut Anda, apakah promosi yang dilakukan pengelola desa wisata *Giant Hill Circuit* ini mampu menarik minat orang-orang untuk berkunjung kesini?
4. Bagaimana sikap pengelola desa wisata *Giant Hill Circuit* kepada pengunjung?
5. Apa saran Anda untuk perkembangan desa wisata *Giant Hill Circuit* ?
6. Bagaimana destinasi *Giant Hill Circuit* ini menurut Anda ?

## PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA MENDALAM

(Dinas Pariwisata Kabupaten Langkat)

Hari/Tanggal Wawancara : Senin, 26 Juni 2023

Lokasi Wawancara : Dinas Pariwisata Kabupaten Langkat

Nama Informan : Nur Elly Heriani Rambe, MM

Jenis Kelamin : Perempuan

1. Bagaimana destinasi pariwisata berbasis budaya di *Giant Hill Circuit* menurut dinas pariwisata Kabupaten Langkat?
2. Bagaimana Pesan yang disampaikan dinas pariwisata Kabupaten Langkat kepada khalayak dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal ?
3. Upaya apa yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Langkat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal?
4. Efek apa yang sudah didapat selama ini oleh Dinas Pariwisata kabupaten langkat dengan adanya objek wisata?
5. Bagaimana aksesibilitas mencapai desa wisata *Giant Hill Circuit*. Apa kekurangan dan kelebihan aksesibilitas menuju objek wisata di Kabupaten Langkat?

## Dokumentasi



Dokumentasi bersama informan Rena (Pengelola Desa Wisata *Giant Hill Circuit*)



Dokumentasi bersama informan Katemi (Warga Sekitar *Giant Hill Circuit*)



Dokumentasi bersama Informan Jesika (pengunjung *Giant Hill Circuit*)



Dokumentasi Bersama informan Dea (Pedagang *Giant HillCircuit*)



Dokumentasi Bersama informan Nur Elly (Biro Umum Dinas Pariwisata Kab. Langkat)



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

UMSU Akreditasi: Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak KP/PTXU/2022

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

<https://fkip.umsu.ac.id> [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : 1045/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2023  
Lampiran : -  
Hal : *Mohon Diberikan Izin  
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 30 Dzulqaidah 1444 H  
19 Juni 2023 M

Kepada Yth : Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Langkat  
di-

Tempat

Bismillahirrahmanirrahim  
Assalamu'alaikum Wr Wb

Terting 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 : **D.W. ARIF**  
N P M : 1903110118  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2022/2023  
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA BERBASIS  
KEARIFAN BUDAYA LOKAL DALAM RANGKA  
PENGEMBANGAN GIANT HILL CIRCUIT**

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



Cc: File



An Dekan,  
Wakil Dekan - I

**Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom.**  
NIDN : 01 11 117804



PEMERINTAH KABUPATEN LANGKAT  
**DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN**  
Jalan Imam Bonjol No. 62 Telp (061) - 8912773  
STABAT

Nomor : 545/545/DisparBud-KET/2023  
Lamp : -  
Perihal : **Persetujuan Izin Penelitian**

Stabat, 22 Juni 2023

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
di-  
Tempat

Menindaklanjuti Surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara nomor : 1045/KET/IL3.AU/UMSU-03/F/2023 perihal Izin Penelitian Mahasiswa. Dengan ini pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Langkat tidak keberatan menerima mahasiswa tersebut melaksanakan penelitian untuk penulisan skripsi di lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Langkat, oleh mahasiswa yang tertera di bawah ini :

Nama : DW ARIF  
NPM : 1903110118  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kearifan Budaya Lokal Dalam Rangka Pengembangan Giant Hill Circuit**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan seperlunya.





PEMERINTAH KABUPATEN LANGKAT  
**DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN**  
Jalan Imam Bonjol No. 62 Telp (061) - 8912773  
STABAT

Nomor : 563/545/DisparBud-KET/2023  
Lamp : -  
Perihal : Surat telah selesai penelitian

Stabat, 15 Juli 2023

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
di-  
Tempat

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Langkat menerangkan bahwa :

Nama : DW ARIF  
NPM : 1903110118  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah selesai melaksanakan penelitian untuk penulisan skripsi di lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Langkat sejak bulan 26 Juni s.d. 14 Juli 2023, dengan tema : "Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kearifan Budaya Lokal Dalam Rangka Pengembangan Giant Hill Circuit".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan seperlunya.



Hj. Nur Elly Heriani Rambe, MM  
NIP. 19701115 200212 2 002



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: (0610) 6625474 - 6631003

<https://fisp.umsu.ac.id> | [fisp@umsu.ac.id](mailto:fisp@umsu.ac.id) | [f](#)umsumedan | [ig](#)umsumedan | [fb](#)umsumedan | [yt](#)umsumedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN**  
**JUDUL SKRIPSI**

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

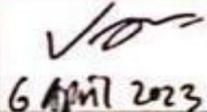
Medan, 06 April 2023

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

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

Nama lengkap : DW ARIF  
 N P M : 1903110118  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Tabungan sks : 130 sks, IP Kumulatif 2.96

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kearifan Budaya Lokal Dalam Rangka Pengembangan Giant Hill Circuit	 6 April 2023
2	Analisis Persepsi Masyarakat Dalam Situasi Komunikasi Pariwisata Upaya Memperbaiki Mangrove Sicanang	
3	Interpretasi Masyarakat Terhadap Pengembangan Dompot Digital DANA di Desa Tapian Dolok	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

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

133.19.311

Pemohon



Medan, tgl. 06 April 2023

( DW ARIF )

Ketua,



(Akhyar Anshari, M.I.Kom)  
 NIDN 0127043401

Dosen Pembimbing yang ditunjuk  
 Program Studi Ilmu Komunikasi

  
 (Dr. Irwan Syari Tanjung, M.Si)



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

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1311/SK/BAN-PT/AK-KP/PT.XI/2022  
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003  
 Website: <http://fkip.umhu.ac.id> Email: [fkip@umhu.ac.id](mailto:fkip@umhu.ac.id) Instagram: @umsumedan Facebook: umsumedan Twitter: umsumedan YouTube: umsumedan

SK-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
 DAN PEMBIMBING**  
**Nomor : 610/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2023**

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 : 06 April 2023, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut.

Nama mahasiswa : **D.W. ARIF**  
 N P M : 1903110118  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023  
 Judul Skripsi : **KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA BERBASIS KEARIFAN BUDAYA LOKAL DALAM RANGKA PENGEMBANGAN GIANT HILL CIRCUIT**  
 Pembimbing : **Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor. 1231/SK/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: 133.19.311 tahun 2023.
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: 06 April 2024.**

Ditetapkan di Medan,  
 Pada Tanggal, 17 Ramadhan 1444 H  
 08 April 2023 M

a.n Dekan,  
 Wakil Dekan-I



**Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.**  
 NIDN. 0111117804



Tembusan:

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan,
2. Pembimbing di Medan
3. Pertanggal



Dipindai dengan CamScanner





**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1313/SK/LAN-PT/Ak.KP/PT/XU/2022

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

<https://fkip.umhu.ac.id> [fkip@umhu.ac.id](mailto:fkip@umhu.ac.id) [fkip.umhu.ac.id](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-3

**PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.

Medan, 15 MEI 2023

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

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

Nama lengkap : Dwi Arif  
N.P.M : 1903110110  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor 1231 : /SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023, tanggal .. 06 April 2023 .. dengan judul sebagai berikut :

KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA BAKBESIS KEARIFAN BUDAYA  
LEKAL DALAM RANGKA PENGEMBANGAN GIANT HILL CIRCUIT

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Menyetujui :

Pembimbing

(Inan Satrio Vally)

NIDN: 011507102

Pemohon,

(Dwi Arif)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**  
 Nomor : 963/UND/II.3/AN/UMSU-02/F/2023  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Hari, Tanggal : Rabu, 14 Juni 2023  
 Waktu : 08.30 WIB s.d selesai  
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt 2  
 Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



SK-4

No	NAWA MAHASISWA	NOHOR POKOK MAHASISWA	PENYANGGAP	PEMBERIBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
11	DAIM ANSARI	1903110118	FAUZAL HAMZAN LUBIS, S.Sos., M.I.Kom	Dr. PRATIWI YUNUS, S.Sos., M.Pd	KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA BERBASIS KEKRAFAN BERDAJARA LOKAL DALAM RANGKA PENGEMBANGAN GANTY HILL CIRCUIT
12	PUTRI NINGSIH	1903110265	Dr. FAUSTINA, S.Soc. M.M., M.I.Kom	Dr. TENGEMAN, S.Soc. M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF PENJUAL PAJANGAN PACAR TRADISIONAL FLODORAN SUDALAY MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN
13	AFRIAL FAUZAN	1903110219	Dr. WISUMAWAD THAFIQ S.Soc., M.I.Kom	Rusep Puri Dr. PUJI SANTOSA S.S., M.SP	ANALISIS WACANA JOKOWI 3PERIOD DI KANAL YOUTUBE POCOCAST DEDUY COREJIZER
14	EDITH AOTYA PRADANA	1903110268	Dr. RAHMANTIA GINTING, S.Soc., MA., Ph.D	Dr. FAUSTINA, S.Soc. M.M., M.I.Kom	MODEL KOMUNIKASI INTERPERSONAL MELATI RELATIF DALAM KOMUNIKASI EFEKTIF TUBERCULOSIS DI LITFOODS HOTEL MEDAN
15	CHALISTAR LUBIS	1903110215	Dr. MUCAMMAD SAAD HARAHAP, S.Soc., M.I.Kom	FAUZI PALEW Hidayat S.I.Kom., M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS BATAN KAUW (BU BATAWA) NATAL DALAM MENEGESITAMANNAN SOLIDARITAS DI KOTA MEDAN



Medan, 23 Desember 2023 H  
 12 JUN 2023 M  
 Dit. ARRIYU KALEH, S.Soc., M.SP.J



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sila menjawab 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 Akreditasi Unggu: Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

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](mailto:fisip@umsu.ac.id) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Lengkap : DWI ARIF  
N P M : 1903110110  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Komunikasi Pemusatan Daya Wisata Berbasis Kearifan Budaya Lokal Dalam Rangka Pembangunan Giant Hill Circuit

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	10 April 2023	Bimbingan Profesi	JH
2	17 April 2023	Penambahan 3 Jurnal dosen FISIP	JH
3	4 Mei 2023	Perbaikan mndalay dan bab 3	JH
4	8 Mei 2023	Ace Seminar proposal	JH
5	16 Juni 2023	Bimbingan Draft wawancara	JH
6	26 Juni 2023	Revisi Bab 4 dan penulisan	JH
7	3 Juli 2023	Revisi Bab 5 Hasil dan pembahasan	JH
8	11 Juli 2023	Revisi Bab 5	JH
9	24 Juli 2023	Revisi Abstrak dan kuba pengantar	JH
10	5 Ag 2023	Ace Skripsi	JH

Medan, ... Agustus ... 2023

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

(Dr. Arif N. Saleh S.Sos. M.Pd)  
NIDN :

(Alyar Anshori S.Sos M.Pd)  
NIDN :

(Iwan Sigit Tawakel)  
NIDN : 015037102



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10



UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 1734/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Sabtu, 23 September 2023  
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai  
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJUI I	PENGUJUI II	PENGUJUI III	
1	D.W. ARIF	1903110118	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos., M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., MAP	KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA BERBASIS KEARIFAN BUDAYA LOKAL DALAM RANGKA PENGEMBANGAN GIANT HILL CIRCUIT
2	TASYA AYU DIAH	1903110186	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., MAP	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M. I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS TEKNIK SENI MURAL DALAM PENGEMBANGAN IDENTITAS VISUAL KOTA MEDAN
3	ADHIRA TAMIA SIREGAR	1903110215	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS MAKNA TEKNIK DESAIN GRAFIS PADA POSTER MEMPERINGATI HARI KEBANGKITAN NASIONAL PADA POSTINGAN INSTAGRAM JOKOWI
4	MUHAMMAD YOPI DWI KURNIA	1803110121	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., MAP	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos., M.I.Kom	ANALISIS FRAMING PERNYATAAN MEGAWATI SOROTI ANTRIAN MINYAK GORENG DI KABAR UTAMA TV ONE
5	MUHAMMAD JIHAD OCTAF	1803110255	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., MAP	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos., M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PENGARUH PRODUK DESAIN GRAFIS CV. GRAND GRAFIKA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN

Total : 9 mhs  
8/22/09/23  
YMS

Medan, 04 Rabiul Awwal 1445 H  
20 September 2023 M

Notulis Sidang :

Ditetapkan oleh :

a.n. Rektor  
Wakil-Rektor I



Ketua,

Sekretaris

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

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

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

---