

**STRATEGI KOMUNIKASI BADAN USAHA MILIK
DESA BARTONG DALAM MENINGKATKAN
MOTIVASI DAN PARTISIPASI MASYARAKAT
MELALUI SADAR WISATA**

TUGAS AKHIR

Oleh:

TENGGU AZIZAH NUR
2103110210

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : TENGKU AZIZAH NUR
NPM : 2103110210
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 20 Maret 2025
Waktu : Pukul 08.30 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc.,Prof., Dr., ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP

PENGUJI II : H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI III : Assoc.,Prof., Dr., ABRAR ADHANI., S.Sos., M.I.Kom (

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP

Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

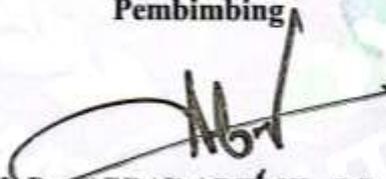
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : TENGKU AZIZAH NUR
NPM : 2103110210
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Badan Usaha Milik Desa Bartong
Dalam Meningkatkan Motivasi Dan Partisipasi
Masyarakat Melalui Sadar Wisata

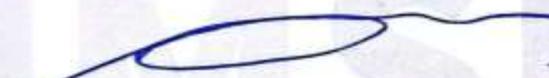
Medan, 14 Maret 2025

Pembimbing



Assoc., Prof., Dr., ABRAR ADHANI., S.Sos., M.I.Kom.
NIDN: 0111117804

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi



AKHYAR ANSHORI. S.Sos., M.I.Kom.
NIDN: 0127048401

Dekan



Assoc., Prof., Dr., ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402

Unggu | Terpercaya

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Tengku Azizah Nur, NPM 2103110210**, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

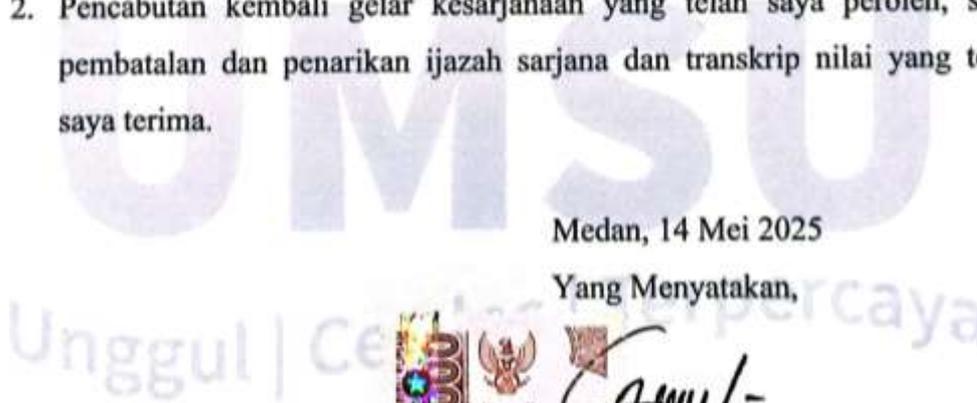
1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir 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 tugas akhir 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. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

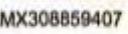
Medan, 14 Mei 2025

Yang Menyatakan,









KAE2FAMX308859407

Tengku Azizah Nur

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul Strategi Komunikasi Badan Usaha Milik Desa Bartong Dalam Meningkatkan Motivasi Dan Partisipasi Masyarakat Melalui Sadar Wisata dengan baik. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai panutan umatnya yang selalu memberikan tauladan sepanjang masa. Penulisan tugas akhir ini adalah salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Pada kesempatan yang penuh makna ini, izinkanlah penulis mempersembahkan ungkapan terima kasih yang tidak terhingga kepada kedua orang tua yang sangat luar biasa dalam hidup penulis, ayahanda sekaligus cinta pertama penulis Bapak **Tengku Asfan** yang selalu menjadi panutan, pahlawan yang tidak pernah lelah mengajarkan arti keteguhan dan tanggung jawab dalam hidup ini dan ibunda sekaligus rumah pertama serta bidadari surga penulis Mamak **Rantini** tempat hati penulis pulang, tempat cinta tanpa syarat bersemayam, dan tempat segala kelembutan berawal. Ayahanda dan ibunda adalah pelabuhan cinta dan kehangatan yang dengan sabar mendampingi dan mendoakan setiap detik

perjalanan hidup penulis. Tiada kata yang cukup untuk menggambarkan betapa besar rasa terima kasih dan cinta ini untuk keduanya.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Abang kandung penulis **Tengku Rifky Aditya** atas perlindungan, motivasi, dan inspirasi yang selalu diberikan. Kehadirannya adalah sebagai pengingat bahwa saya tidak pernah sendirian dalam menghadapi tantangan kehidupan. Penulis ucapkan terima kasih kepada Kakak kandung penulis **Tengku Fauziah Astini, S.E.** atas perhatian, nasihat, dan dukungan yang tidak henti-hentinya mengalir. Kehangatan dan kasih sayangnya adalah anugerah besar dalam hidup penulis. Terakhir terima kasih kepada Adik kandung penulis **Tengku Raffy Aditya** yang paling ambisius dalam hal apapun, terima kasih atas semangat dan keceriaan yang selalu kamu bawa. Kamu adalah sumber kebahagiaan dan pengingat akan pentingnya menikmati setiap perjalanan hidup, terima kasih telah menjadikan kakak sebagai motivasi untuk mencapai segala kesuksesan.

Penulis dengan segenap ketulusan hati ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc., Prof., Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Assoc., Prof., Dr. Abrar Adhani., M.I. Kom. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Sekaligus Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan

bimbingan, arahan, motivasi serta apresiasi tanpa henti selama proses penelitian. Terima kasih banyak telah menyisihkan waktu untuk membantu dengan sabar dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga segala kebaikan dan ilmu yang Bapak berikan menjadi amal jariyah yang terus mengalir.

4. Ibu Dr. Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis., S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani kuliah.
8. Seluruh Staf Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu kelengkapan berkas-berkas dan informasi.
9. Teruntuk sahabat penulis Nurul Aina, Shofhia Siregar, dan Dinda Fitriani Nasution terima kasih atas kebersamaan, dukungan, semangat, dan tawa yang selalu menemani di setiap proses perjuangan ini. Kehadiran kalian bukan hanya sebagai sahabat, tetapi juga sebagai keluarga yang selalu memberikan motivasi di saat sulit. Semoga kebersamaan kita tetap terjalin dan kesuksesan segera berpihak kepada kita.

10. Terkhusus Tengku Azizah Nur terima kasih telah bertahan sejauh ini. Penulis tahu betapa sulitnya perjalanan ini, betapa seringnya rasa lelah dan ragu datang menghampiri. Tapi lihatlah, kamu masih di sini, tetap berdiri, tetap melangkah. Terima kasih telah memilih untuk tidak menyerah, meski berkali-kali ingin berhenti. Terima kasih telah menangis dalam diam, lalu bangkit lagi dengan kekuatan yang entah dari mana datangnya. Penulis bangga padamu. Semoga langkahmu ke depan semakin ringan, dan semoga kebahagiaan selalu menemukan jalan untuk kembali padamu.

Penulis menyadari bahwa dalam mengerjakan tugas akhir ini masih banyak kekurangan, baik dari segi penulisan hingga pembahasan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat untuk menjadikan tugas akhir ini menjadi lebih baik lagi dimasa yang akan mendatang.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh

Medan, 20 Februari 2025

Tengku Azizah Nur
2103110210

**STRATEGI KOMUNIKASI BADAN USAHA MILIK DESA BARTONG
DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI DAN PARTISIPASI
MASYARAKAT MELALUI SADAR WISATA**

TENGGU AZIZAH NUR
2103110210

ABSTRAK

Pariwisata di Indonesia terus berkembang pesat, mendorong pengembangan desa wisata sebagai upaya meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Desa Bartong yang memiliki potensi wisata Sungai Bahbolon menghadapi tantangan rendahnya kesadaran wisata dan partisipasi masyarakat pengelolaan wisata. BUMDes memiliki peran penting dalam meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata. Penelitian ini memfokuskan bagaimana strategi komunikasi BUMDes Bartong dalam meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat melalui sadar wisata. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan teori Kulvisaechana yang terdiri dari frekuensi, tingkat formalitas, isi pesan, dan saluran. Lokasi penelitian di Desa Bartong, Kecamatan Sipispis, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan mulai bulan November 2024 sampai Maret 2025. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh BUMDes Bartong dalam meningkatkan kesadaran wisata masyarakat sudah dilaksanakan baik secara formal dan informal sehingga sebagian masyarakat telah menerima dan berjalan cukup baik, namun masih ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam meningkatkan frekuensi dan keberhasilan komunikasi dengan masyarakat. Dengan yang lebih konsisten dan metode yang lebih beragam, partisipasi masyarakat dalam mendukung pengelolaan wisata yang berkelanjutan dapat terus meningkat.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Motivasi, Partisipasi, Sadar Wisata.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.4.3 Manfaat Akademis	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II URAIAN TEORITIS	8
2.1 Strategi.....	8
2.2 Komunikasi	9
2.3 Strategi Komunikasi	12
2.4 Badan Usaha Milik Desa	14
2.5 Motivasi Dan Partisipasi Masyarakat.....	15
2.6 Sadar Wisata.....	17
2.7 Anggapan Dasar	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Kerangka Konsep	20
3.3 Definisi Konsep	21
3.4 Kategorisasi Penelitian	22
3.5 Narasumber	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data	23
3.7 Teknik Analisis Data	25
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Hasil Penelitian.....	30
4.1.1 Observasi	30
4.1.2 Badan Usaha Milik Desa Bartong	30
4.1.3 Identitas Narasumber.....	31
4.1.4 Hasil Wawancara.....	35
4.2 Pembahasan	60

BAB V PENUTUP	64
5.1 Simpulan.....	64
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian.....	23
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep	20
Gambar 3.2 Desa Bartong	28
Gambar 4.1 BUMDes Sadariah Desa Bartong.....	30
Gambar 4.2 Narasumber I	32
Gambar 4.3 Narasumber II.....	33
Gambar 4.4 Narasumber III	33
Gambar 4.5 Narasumber IV	34
Gambar 4.6 Narasumber V	35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata di Indonesia terus mengalami perkembangan yang signifikan, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata berbasis alam, budaya, dan keunikan lokal. Pemerintah gencar mengembangkan desa wisata di berbagai wilayah Indonesia sebagai salah satu upaya mendukung pertumbuhan ekonomi pariwisata sekaligus meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat pedesaan.

Desa wisata berperan sebagai destinasi yang dapat menggerakkan ekonomi lokal dan partisipasi masyarakat. Namun, tidak semua desa dapat dijadikan desa wisata. Pengembangan desa wisata membutuhkan potensi yang memadai, kesiapan masyarakat, dan pengelolaan yang terencana, yang semuanya sangat bergantung pada pembentukan organisasi yang efektif dan pembinaan masyarakat desa wisata.

Desa wisata merupakan sebuah kawasan yang terhubung dengan suatu wilayah yang memiliki kearifan lokal seperti adat dan budaya, yang dikelola untuk menarik wisatawan dengan menyesuaikan potensi kawasan tersebut, bertujuan untuk memberikan manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat setempat. Selain itu, aspek keaslian dan kelestarian alam serta lingkungan menjadi faktor penting yang mendukung daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata tersebut (Hermawan, 2016).

Desa wisata juga merupakan contoh penerapan pembangunan berkelanjutan yang menjadi agenda pemerintah. Komponen utama dalam pengembangan desa wisata meliputi manajemen yang efektif, keterlibatan masyarakat, edukasi untuk wisatawan, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Pengelolaan pariwisata yang baik disuatu daerah dapat membentuk identitas yang mampu menarik lebih banyak pengunjung (Mumtaz dan Karmilah, 2022).

Desa wisata yang dikembangkan dengan memanfaatkan potensi dan unsur-unsur yang ada di desa serta masyarakatnya sebagai bagian dari daya tarik wisata akan menghasilkan suatu rangkaian pariwisata yang terintegritas dan bertema (Rahmatillah dkk, 2019). Pengembangan desa wisata diharapkan dapat menciptakan pemerataan yang sesuai dengan konsep pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Selain itu, keberadaan desa wisata akan menambah nilai budaya pada produk wisata pedesaan, sehingga pengembangan desa wisata tetap menjaga dan melestarikan nilai budaya tanpa merubahnya (Gautama dkk, 2020).

Dalam mengembangkan desa wisata, perlu diperhatikan kapasitas dan tingkat penerimaan masyarakat setempat. Hal ini bertujuan untuk memahami karakter dan potensi masyarakat yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan desa wisata, serta untuk menentukan pemberdayaan masyarakat yang sesuai dengan desa (Trisnawati dkk, 2018). Partisipasi aktif masyarakat juga menjadi elemen penting untuk memastikan keberlanjutan desa wisata. Desa wisata yang mampu menggabungkan potensi lokal dan kesadaran masyarakat akan terus berkembang apabila terdapat lembaga seperti Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang mampu mengelola potensi tersebut dengan baik.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah badan usaha yang modal sepenuhnya atau sebagian besar dimiliki oleh desa melalui penyertaan langsung dari kekayaan desa yang dipisahkan, untuk mengelola aset, layanan, dan usaha yang mendukung kesejahteraan masyarakat desa. BUMDes juga merupakan lembaga usaha yang dikelola bersama oleh masyarakat dan pemerintah desa untuk memperkuat sektor ekonomi desa, dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa (Cahyaningrum dan Tukiman, 2022). Pembentukan BUMDes bertujuan untuk mendorong dan mendukung berbagai aktivitas ekonomi masyarakat, diharapkan dapat mengurangi kemiskinan dan memperkuat kinerja lembaga ekonomi di tingkat desa (Prasetyo dan Sukmana, 2024).

Bentuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dapat disesuaikan dengan karakteristik, potensi, dan sumber daya yang dimiliki oleh setiap desa. Pemerintah juga memiliki tanggung jawab untuk mensosialisasikan peran penting BUMDes dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa (Umar dkk, 2023). Peran BUMDes diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014, yang menyatakan bahwa hasil BUMDes tidak hanya digunakan untuk membangun desa dan memberdayakan masyarakat, tetapi juga untuk membantu masyarakat kurang mampu melalui hibah, bantuan sosial, dan dana bergulir yang tercantum dalam rancangan pendapatan dan belanja desa (Siswanda dan Meirinawati, 2021).

Keberhasilan pengelolaan desa wisata tidak hanya bergantung pada potensi alam atau budaya tetapi pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh lembaga pengelola seperti BUMDes. Komunikasi yang efektif dibutuhkan untuk meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat terutama dalam mendukung

program sadar wisata. Sadar wisata adalah kondisi di mana seluruh komponen masyarakat ikut berpartisipasi dan mendukung terciptanya lingkungan yang kondusif untuk mengembangkan kepariwisataan di suatu destinasi atau wilayah. Ini melibatkan peran serta masyarakat dalam mempromosikan daerah mereka sebagai tujuan utama wisata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Nurjanah, 2018).

Penerapan sadar wisata sangat penting untuk menjaga kenyamanan wisatawan, sehingga mereka merasa tertarik dan ingin kembali mengunjungi destinasi wisata tersebut (Putra dkk, 2023). Desa wisata harus melakukan sosialisasi sadar wisata. Sosialisasi ini bertujuan tidak hanya untuk meningkatkan kesadaran, tetapi juga untuk mengubah perilaku dan pengambilan keputusan yang memberikan dampak positif jangka panjang bagi destinasi wisata. Dampak tersebut meliputi pelestarian lingkungan, pemeliharaan keberlanjutan budaya, dan mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan bagi desa (Thandzir dkk, 2024).

Desa Bartong adalah desa wisata yang terletak di Kecamatan Sipispis, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara. Desa ini terdiri dari empat Dusun yang dipadati oleh penduduk. Desa ini memiliki potensi wisata yang sangat besar yaitu wisata Sungai Bahbolon yang terdapat di Dusun III Huta Bayu. Meskipun memiliki kekayaan alam yang subur dan potensi wisata yang menarik, Desa Bartong menghadapi tantangan dalam pengelolaan pariwisata, salah satunya adalah rendahnya sadar wisata masyarakat setempat. Masih minimnya pemahaman masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan wisata yang

berkelanjutan dan partisipasi aktif dalam kegiatan wisata menjadi salah satu hambatan yang berpengaruh.

BUMDes Bartong perlu untuk menerapkan strategi komunikasi yang efektif dalam meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata di desa ini. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh BUMDes harus mampu mengubah pola pikir masyarakat dan meningkatkan partisipasi mereka dalam pengelolaan wisata. Strategi ini melibatkan sosialisasi, edukasi, dan pendekatan interpersonal yang dirancang untuk masyarakat berkontribusi aktif dalam pengembangan desa wisata. Dengan komunikasi yang efektif, masyarakat dapat lebih memahami potensi ekonomi yang bisa diraih melalui sadar wisata, sekaligus mendukung keberlanjutan pariwisata desa.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh BUMDes Bartong dalam meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat melalui sadar wisata. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana strategi komunikasi tersebut dapat mendorong peningkatan sadar wisata masyarakat Desa Bartong. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Badan Usaha Milik Desa Bartong Dalam Meningkatkan Motivasi Dan Partisipasi Masyarakat Melalui Sadar Wisata“**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, agar penelitian dapat terarah maka, dapat difokuskan rumusan masalah dalam penelitian ini

adalah bagaimana strategi komunikasi badan usaha milik desa bartong dalam meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat melalui sadar wisata?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka dapat ditetapkan tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah untuk mengetahui strategi komunikasi badan usaha milik desa bartong dalam meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat melalui sadar wisata.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat diantaranya sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengaplikasian dan membandingkan teori yang di dapat selama di bangku kuliah dengan kondisi yang ada di lapangan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis untuk menambah wawasan serta pengetahuan kepada penulis tentang permasalahan yang diteliti.

1.4.3 Manfaat Akademis

Penelitian ini sebagai syarat penyelesaian studi S-1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan penulis menguraikan pembahasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab uraian teoritis menjelaskan tentang pengertian strategi, komunikasi, strategi komunikasi, Badan Usaha Milik Desa, motivasi dan partisipasi masyarakat, dan sadar wisata.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian pada dasarnya memuat uraian tentang metode dan langkah-langkah penelitian secara operasional, yang meliputi jenis penelitian, kerangka konsep, definisi operasional, narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian serta deskripsi singkat objek penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian dan pembahasan ini akan membahas tentang identitas narasumber, deskripsi penelitian, temuan data penelitian dilapangan, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup membahas mengenai kesimpulan, saran dari hasil penelitian dan bagian akhir tugas akhir lainnya seperti daftar pustaka dan lampiran pendukung.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Strategi

Strategi pada dasarnya merupakan proses perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan. Namun, strategi tidak hanya berperan sebagai panduan yang menunjukkan arah, tetapi juga harus mampu menjelaskan bagaimana langkah-langkah operasionalnya dijalankan (Firdausy dan Qayyim, 2023, Hal. 15). Strategi juga merupakan pengelolaan potensi dan sumber daya secara efektif untuk mencapai hasil yang sesuai dengan perencanaan. Istilah yang memiliki makna serupa adalah taktik atau siasat (Selegi dkk, 2023, Hal. 1).

Mardiyanto dan Slamete (2019) berpendapat bahwa strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan yang berkaitan dengan sasaran jangka panjang, rencana tindakan lanjutan, serta prioritas pemanfaatan sumber daya. Strategi merupakan rencana terpadu yang mencakup luas dan saling terhubung, yang mengaitkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan. Strategi ini dirancang untuk menjamin pencapaian tujuan utama perusahaan melalui pelaksanaan yang efektif oleh organisasi (Iskandar dkk, 2021).

Strategi adalah pendekatan menyeluruh yang mencakup perencanaan, ide, dan aktivitas yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Strategi yang efektif melibatkan koordinasi tim, mengidentifikasi faktor pendukung, dan menerapkan prinsip pelaksanaan yang rasional dengan taktik yang dirancang untuk mencapai tujuan secara efisien. Sebagai sebuah rencana besar yang penting, strategi menjadi

bagian utama dari organisasi yang dikelola dengan baik, meskipun tidak selalu dinyatakan secara eksplisit (Juariyah dan Sungka, 2019, Hal. 45).

2.2 Komunikasi

Harold D. Lasswell merupakan tokoh berpengaruh dalam sejarah ilmu komunikasi yang memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan teori komunikasi massa. Menurut Lasswell, komunikasi adalah proses pengiriman pesan dari satu pihak ke pihak lain melalui media tertentu, yang dapat mempengaruhi perilaku individu maupun masyarakat. Lasswell berpendapat bahwa pesan yang disampaikan melalui media massa memiliki potensi untuk membentuk persepsi, sikap, dan tindakan masyarakat. Lasswell juga menyoroti peran media massa dalam mempengaruhi kebijakan politik serta proses pengambilan keputusan publik. Pemikirannya tentang komunikasi massa telah menjadi landasan penting bagi perkembangan ilmu komunikasi dan penerapannya di berbagai bidang, seperti media, politik, bisnis, dan budaya.

Komunikasi adalah proses interaksi antara manusia dengan manusia lainnya, maupun dengan lingkungan. Dalam proses ini, dua atau lebih individu saling berinteraksi dan mempengaruhi gagasan, pendapat, kepercayaan, serta sikap satu sama lain. Mereka dapat bertukar informasi melalui percakapan, gerakan tubuh, tanda, simbol, ekspresi, dan berbagai cara lainnya. Dalam beberapa dekade terakhir, bahasa terus berkembang menjadi alat komunikasi yang dianggap paling efektif, meskipun bukan satu-satunya. Berbagai metode juga

digunakan untuk menyampaikan informasi secara efektif (Purba dkk, 2020, Hal. 1).

Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan nonverbal. Segala perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih (Thariq dan Anshori, 2017). Sehingga ketika dihadapkan pada suatu pesan, manusia akan terlebih dahulu melakukan komunikasi dengan dirinya sendiri (proses berpikir) untuk memutuskan apakah mereka akan menerima atau menolak pesan tersebut. Keputusan ini bergantung pada komunikasi internal yang terjadi dalam diri individu, yang mempengaruhi apakah mereka akan menerima saran yang diberikan (Hardiyanto, 2017). Komunikasi juga suatu proses yang melibatkan pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan. Oleh karena itu setiap individu yang terlibat dalam komunikasi akan melakukan empat langkah yaitu membentuk, menyampaikan, menerima, dan mengolah pesan (Zuwirna, 2020, Hal. 8).

Komunikasi merupakan suatu kegiatan manusia yang melibatkan interaksi antara satu orang atau lebih, dimana konsep komunikasi mencakup tidak hanya cara berbicara yang efektif, tetapi juga etika dalam berbicara (Ginting dkk, 2021, Hal. 8). Pengertian komunikasi menurut beberapa tokoh seperti yang disampaikan (Zuwirna, 2020, Hal. 6) adalah sebagai berikut:

1. Jan Shubert merumuskannya dengan kata yang sederhana: "*Communication is sharing experiences.*" "*Communication is sharing information.*" Komunikasi adalah proses berbagi pengalaman, komunikasi adalah berbagi informasi. Pengalaman dan informasi yang dimiliki oleh seseorang disampaikan atau

dibagi dengan orang lain, sehingga pengalaman dan informasi tersebut juga dimiliki orang lain.

2. Onong Uchyana berpendapat bahwa hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antarmanusia. Yang dinyatakan adalah perasaan dan pemikiran seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya. Konsep ini lebih rinci, di mana pengalaman dan informasi dibagikan dengan menggunakan bahasa sebagai medianya.
3. Tubb dan Moss merumuskan komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih. Makna yang ada pada masing-masing orang disatukan atau disepakati melalui komunikasi.
4. Gudykunt dan Kim merumuskan makna komunikasi sebagai proses transaksional, simbolik yang melibatkan pemberian makna antara orang-orang. Komunikasi dipandang sebagai proses kesepakatan antara orang-orang yang terlibat dalam proses tersebut.

Menurut Zuwirna (2020, Hal. 9–11) Ada lima elemen utama yang terdapat dalam komunikasi yaitu sebagai berikut ini:

1. Pengirim (*Sender*) adalah individu atau pihak yang bertugas menyampaikan pesan dan informasi. Pengirim berperan sebagai sumber informasi dan bertanggung jawab untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif.
2. Pesan (*Message*) adalah konten atau informasi yang dikomunikasikan oleh pengirim melalui media atau salurah tertentu. Pesan dapat berupa kata-kata, gambar, suara, gerakan, atau gabungan dari elemen-elemen tersebut.

3. Saluran (*Channel*) merupakan media atau alat yang digunakan untuk mentransmisikan pesan dari pengirim kepada penerima. Saluran ini bisa berupa komunikasi lisan, tulisan, visual, atau kombinasi dari semuanya.
4. Penerima (*Receiver*) adalah pihak yang menerima dan memproses pesan yang disampaikan oleh pengirim melalui saluran komunikasi tertentu. Tugas penerima adalah memahami dan menafsirkan pesan yang benar.
5. Umpan Balik (*Feedback*) adalah respon atau reaksi yang diberikan penerima kepada pengirim setelah memahami dan memproses pesan yang diterima.

2.3 Strategi Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang dapat menghasilkan efek tertentu. Sementara strategi adalah alat untuk mewujudkan tujuan organisasi, terutama yang berkaitan dengan rencana jangka panjang, program, tindak lanjutan, serta prioritas dalam mengalokasikan sumber daya. Maka, strategi komunikasi adalah pendekatan dalam mengatur pelaksanaan kegiatan komunikasi guna mencapai keberhasilan. Inti dari strategi komunikasi adalah proses perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai panduan arah, tetapi juga sebagai metode untuk menghadapi tantangan (Firdausy dan Qayyim, 2023, Hal. 8–16).

Menurut Kulvisaechana (2001) dalam Juariyah & Sungka (2019, Hal. 12) Strategi komunikasi adalah pendekatan yang melibatkan berbagai aspek komunikasi, seperti frekuensi, tingkat formalitas, isi pesan, dan saluran yang

digunakan. Strategi ini berfungsi sebagai panduan dan perencanaan dalam komunikasi serta pengelolaan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan langkah-langkah taktis yang dapat disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang berubah. Strategi komunikasi juga memiliki keterkaitan erat antara tujuan yang ingin dicapai dan potensi tantangan yang harus diantisipasi. Strategi ini melibatkan perencanaan untuk mengatasi tantangan tersebut sehingga hasil yang diharapkan dapat tercapai.

Zamzami dan Sahana (2021) berpendapat bahwa Strategi komunikasi merupakan upaya bersama antara dua pihak yang berinteraksi untuk mencapai kesepakatan makna. Terdapat tiga kriteria yang harus dipenuhi dalam strategi ini yaitu komunikator memiliki tujuan untuk menyampaikan suatu makna kepada komunikan, komunikator menyadari bahwa linguistik atau sociolinguistik dalam pesan tersebut tidak sepenuhnya dipahami oleh komunikan, dan komunikator memutuskan tidak menyampaikan makna sebenarnya dari pesan tersebut atau mencari cara alternatif untuk menyampaikan maknanya.

Strategi komunikasi adalah kombinasi dari perencanaan komunikasi dan pengelolaan komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus mampu menjelaskan bagaimana pelaksanaannya secara taktis, dengan pendekatan yang dapat disesuaikan berdasarkan situasi dan kondisi. Strategi komunikasi menjadi faktor penentu keberhasilan atau kegagalan suatu kegiatan komunikasi secara efektif (Saepudin dkk, 2016). Strategi komunikasi mencakup berbagai aspek yang terperinci, meliputi fungsi-fungsi manajemen seperti penilaian, analisis,

perancangan, pengambilan keputusan atau tindakan, serta evaluasi (Subejo dk, 2021).

Ada lima tujuan dalam strategi komunikasi, yaitu: (a) memberikan pengumuman yang bertujuan menyampaikan kekuasaan dan kualitas informasi tertentu, (b) memberikan motivasi, yakni mendorong seseorang untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan tujuan pesan, (c) memberikan edukasi melalui pesan yang disampaikan, (d) menyampaikan informasi dengan tujuan menyebarluaskan pengetahuan, dan (e) mendukung proses pengambilan keputusan, yakni membantu seseorang dalam menentukan pilihan atau keputusan (Lubis dkk, 2021).

2.4 Badan Usaha Milik Desa

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah lembaga usaha yang dibentuk berdasarkan potensi dan kebutuhan desa, serta dikelola bersama oleh masyarakat dan pemerintah desa. Tujuannya adalah memperkuat perekonomian desa, meningkatkan pendapatan asli desa, dan mengoptimalkan pengelolaan potensi desa sesuai kebutuhan masyarakat. Dengan berperan sebagai pilar utama pertumbuhan dan pemerataan ekonomi desa, keberadaan BUMDes diharapkan mampu menarik partisipasi masyarakat sekaligus secara bertahap mengurangi tingkat kemiskinan (Hasanah dkk, 2022, Hal. 17).

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah institusi yang dibentuk oleh pemerintah desa bersama masyarakat untuk dikelola sesuai dengan kebutuhan dan potensi ekonomi desa. Pembentukan BUMDes didasarkan pada peraturan perundang-undangan dan kesepakatan bersama masyarakat desa. Tujuan utama

BUMDes adalah memperkuat dan meningkatkan perekonomian desa. BUMDes berperan sebagai lembaga komersial yang menawarkan sumber daya lokal untuk menghasilkan keuntungan sekaligus sebagai lembaga sosial yang menyediakan layanan bagi kepentingan masyarakat (Nugroho dan Suprpto, 2021, Hal. 7–10).

Keberadaan BUMDes dapat membantu pemerintah dalam mengelola potensi desa yang kreatif dan inovatif, sehingga dapat membuka lapangan kerja baru sehingga dapat menyerap tenaga kerja di pedesaan (Agunggunanto dkk, 2016). Secara umum, BUMDes didirikan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengelolaan potensi desa yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain menjadi sumber kegiatan ekonomi desa, BUMDes juga berfungsi sebagai lembaga sosial yang berorientasi pada kepentingan masyarakat melalui kontribusinya dalam menyediakan layanan sosial.

2.5 Motivasi Dan Partisipasi Masyarakat

Motivasi adalah dorongan emosional dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan dan menyelesaikan sesuatu. Ketika seseorang termotivasi, semangat dalam dirinya menjadi pendorong utama untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Namun, sebagai manusia, ada saat-saat di mana seseorang mengalami penurunan kinerja dan menjadi kurang produktif, yang pada akhirnya dapat menghambat penyelesaian tugas atau pekerjaan yang dimilikinya. Motivasi mampu menggerakkan individu untuk bertindak, dengan dorongan tersebut diarahkan untuk mencapai tujuan atau cita-cita, baik yang bersifat pribadi maupun yang berkaitan dengan tujuan bersama (Abbas, 2023).

Motivasi masyarakat adalah dorongan emosional, kebutuhan, dan nilai-nilai yang ada dalam kelompok masyarakat yang mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan bersama. Motivasi ini menjadi faktor pendorong yang menggerakkan masyarakat untuk berkontribusi dalam mencapai tujuan bersama, baik dalam konteks pembangunan, sosial, maupun kegiatan lainnya yang memerlukan keterlibatan dan tanggung jawab kolektif.

Partisipasi adalah keterlibatan seseorang, baik secara mental maupun emosional, dalam memberikan kontribusi terhadap proses pengambilan keputusan, khususnya dalam hal-hal yang membutuhkan tanggung jawab pribadi untuk dilaksanakan (Widyasari dkk, 2022). Partisipasi masyarakat merupakan proses pemberdayaan yang melibatkan keterlibatan aktif masyarakat dalam menyusun perencanaan dan melaksanakan program atau proyek pembangunan. Hal ini mencerminkan kesediaan, kemauan, serta kemampuan masyarakat untuk memberikan pengorbanan dan kontribusi terhadap pelaksanaan pembangunan. Partisipasi masyarakat dapat diwujudkan dalam empat bentuk, yaitu melalui ide dan pemikiran, tenaga fisik, keterampilan dan keahlian, serta kontribusi harta benda (Prabowo dkk, 2016).

Peran serta atau partisipasi masyarakat secara umum merujuk pada keterlibatan langsung individu atau kelompok dalam suatu kegiatan. Kegiatan tersebut biasanya dilaksanakan oleh pihak pemerintah maupun swasta (Karim dkk, 2017). Partisipasi masyarakat berarti keterlibatan aktif masyarakat dalam proses perencanaan pembangunan, yang mencakup menganalisis masalah yang dihadapi, memikirkan solusi, membangun rasa percaya diri untuk mengatasi

persoalan, serta mengambil keputusan secara mandiri terkait alternatif penyelesaian. Untuk meningkatkan dan mendorong partisipasi tersebut, pengembang masyarakat perlu memahami kebutuhan nyata yang dirasakan oleh individu maupun masyarakat secara keseluruhan (Firmando, 2021).

2.6 Sadar Wisata

Sadar Wisata merupakan kondisi yang menggambarkan keterlibatan dan dukungan masyarakat untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan pariwisata di suatu destinasi atau wilayah. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran dukungan dan partisipasi masyarakat sangat penting dalam mengembangkan kepariwisataan di suatu wilayah (Soeswoyo dkk, 2022). Konsep dasar sadar wisata mengacu pada kesadaran masyarakat untuk ikut serta dalam menciptakan suasana yang mendukung pengembangan pariwisata (Kemala dan Astiana, 2022).

Sadar wisata adalah bentuk kesadaran masyarakat untuk berperan dalam dua hal yaitu sebagai tuan rumah yang baik bagi para pengunjung atau wisatawan, di mana masyarakat harus menyadari peran dan tanggung jawab yang perlu dijalankan untuk menciptakan suasana yang aman dan mengenai hak-hak yang diperlukan oleh masyarakat untuk menjadi pelaku wisata atau wisatawan yang sedang berkunjung ke destinasi wisata, guna memenuhi kebutuhan rekreasi serta mengenal dan mencintai tanah air (Soamole dan Panjaitan, 2022).

Program sadar wisata bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya peran mereka dalam pengembangan

pariwisata, serta membangun kapasitas dasar yang diperlukan untuk mendukung sektor tersebut. Program ini bertujuan agar masyarakat dapat lebih memahami manfaat pariwisata bagi kesejahteraan desa, sekaligus memberikan pengetahuan tentang bagaimana cara berpikir secara partisipatif dalam mendukung kegiatan pariwisata. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya menjadi pelaku yang mendukung, tetapi juga dapat merasakan langsung manfaat dari peningkatan kesejahteraan yang dihasilkan oleh pariwisata (Mikasari dkk, 2023).

2.7 Anggapan Dasar

Strategi komunikasi yang efektif menjadi faktor penentu dalam meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat melalui sadar wisata yang dijalankan oleh Badan Usaha Milik Desa Bartong. Pendekatan komunikasi yang terencana diharapkan dapat mengubah pola pikir masyarakat terhadap potensi wisata lokal dan mendorong masyarakat untuk lebih aktif berpartisipasi dalam pengelolaannya. Dengan komunikasi yang tepat sasaran, Badan Usaha Milik Desa Bartong dapat menjembatani informasi, menyelesaikan kendala, dan memberikan edukasi yang dibutuhkan untuk menciptakan kesadaran wisata yang berkelanjutan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

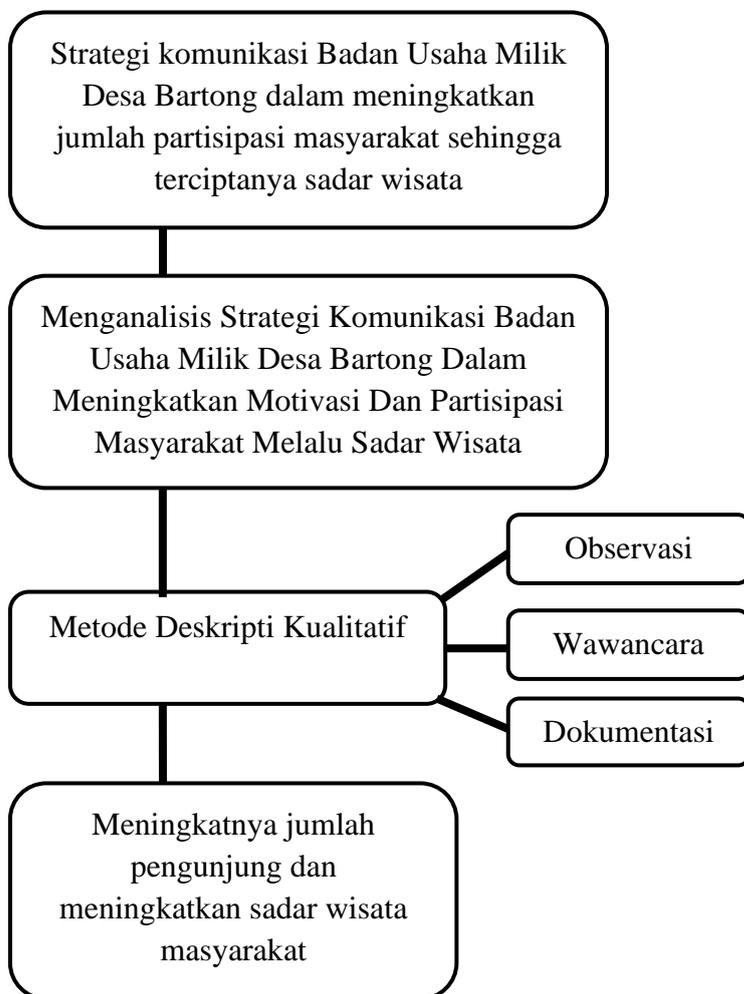
Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2021, Hal. 2). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Secara umum, metode penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena sosial, budaya, dan perilaku manusia melalui pengumpulan dan analisis data yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif sehingga data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Hasil penelitian didapat dari observasi, wawancara dan dokumentasi (Sugiyono, 2021, Hal. 24).

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, sebagai lawannya adalah eksperimen dimana penulis adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi atau gabungan, analisis data bersifat induktif atau kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2021, Hal. 18).

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan model konseptual yang digunakan oleh penulis untuk mengorganisir teori atau hubungan beberapa faktor yang dianggap penting untuk masalah. Sehingga kerangka konsep dapat dirumuskan setelah penulis membaca berbagai tinjauan pustaka yang ada. Maka penulis menetapkan kerangka konsep sebagai berikut:

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber: Olahan Data Penulis 2025

3.3 Definisi Konsep

Penulis menjelaskan konsep sebagai batasan terhadap masalah-masalah variabel yang menjadi acuan dalam penelitian, sehingga mempermudah pelaksanaannya di lapangan. Untuk memudahkan pemahaman dan penafsiran berbagai teori yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menentukan beberapa definisi konsep yang relevan dengan topik yang akan diteliti, diantaranya adalah:

Strategi komunikasi yang efektif dalam pengelolaan BUMDes dapat mendukung penguatan perekonomian desa. Dengan mengelola potensi lokal secara optimal melalui kolaborasi antara masyarakat dan pemerintah desa, BUMDes berperan dalam meningkatkan pendapatan asli desa serta memenuhi kebutuhan masyarakat. Inti dari strategi komunikasi ini adalah perencanaan yang matang untuk menyampaikan visi, misi, dan nilai-nilai BUMDes kepada masyarakat, sehingga mereka termotivasi untuk berpartisipasi aktif.

Motivasi masyarakat memegang peran kunci dalam keberhasilan pengelolaan BUMDes dan program-program wisata desa lainnya. Motivasi yang kuat menciptakan dorongan emosional dan keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahap program, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan. Strategi komunikasi yang efektif akan mampu menumbuhkan motivasi kolektif ini dengan memanfaatkan pendekatan yang relevan, seperti pelibatan langsung masyarakat dalam diskusi atau sosialisasi yang menarik.

Partisipasi masyarakat juga merupakan elemen penting yang menentukan keberhasilan pemberdayaan komunitas. Melalui proses komunikasi yang inklusif, masyarakat dapat lebih memahami pentingnya peran mereka dalam

mengembangkan potensi desa. Partisipasi aktif ini juga menjadi modal sosial dalam menciptakan kondisi sadar wisata, yaitu dukungan masyarakat terhadap upaya pengembangan pariwisata yang berdampak pada peningkatan ekonomi lokal.

Keberhasilan strategi komunikasi dalam pengelolaan BUMDes juga bergantung pada kemampuan desa untuk membangun kesadaran kolektif dan rasa memiliki di kalangan masyarakat. Melalui pendekatan komunikasi yang inklusif dan transparan, masyarakat dapat dilibatkan untuk memahami manfaat jangka panjang dari program-program desa yang mereka ikuti.

Hal ini sejalan dengan konsep sadar wisata, di mana dukungan masyarakat terhadap pengembangan pariwisata menjadi pilar utama untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi kemajuan ekonomi desa. Dengan demikian, strategi komunikasi tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga memperkuat keterlibatan masyarakat dalam membangun desa wisata secara berkelanjutan.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi menunjukkan caranya mengukur suatu variabel penelitian sehingga dapat diketahui apa yang menjadi tolak ukur dalam menganalisis data dari suatu penelitian, adapun kategorisasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

Konsep Teoritis	Kategorisasi
Strategi Komunikasi Badan Usaha Milik Desa Bartong Dalam Meningkatkan Motivasi Dan Partisipasi Masyarakat Melalui Sadar Wisata (Berdasarkan Teori Kulvisaechana, 2001)	1. Frekuensi 2. Tingkat Formalitas 3. Isi Pesan 4. Saluran

Sumber: Olahan Data Penulis, 2025

3.5 Narasumber

Narasumber adalah individu yang memberikan informasi atau data yang relevan dengan topik penelitian. Dipilih berdasarkan peran, pengetahuan, dan pengalaman yang berkaitan langsung dengan fokus studi. Narasumber bertugas menyampaikan pandangan, fakta, dan pengalaman yang menjadi bahan analisis bagi penulis. Pada penelitian ini penulis menetapkan lima narasumber yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut yang akan menjadi narasumber dalam penelitian ini yaitu:

1. Antoni Gunawan dan Jonasdi Sinaga selaku pengelola BUMDes Bartong
2. Bobby Sanjaya Purba dan Ilham Syahputra Saragih selaku pengelola Wisata
3. Anggi Purba selaku masyarakat Desa Bartong

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa

mengetahui teknik pengumpulan data, maka penulis tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart data yang ditetapkan (Sugiyono, 2021, Hal. 296). Oleh karena itu, proses ini harus dilakukan dengan hati-hati agar data yang dikumpulkan memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian digunakan beberapa teknik pengumpulan data yang meliputi:

1. Observasi

Menurut Nasution (1988) dalam Sugiyono (2021, Hal. 297), observasi merupakan dasar dari seluruh ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja dengan data, yaitu fakta-fakta mengenai realitas dunia yang diperoleh melalui observasi. Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap berbagai kegiatan dan dokumen terkait strategi komunikasi yang diterapkan oleh BUMDes Bartong. Observasi ini dilakukan sebelum dan selama proses penelitian berlangsung untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi desa, meliputi suasana kehidupan sosial, kondisi ekonomi, kondisi fisik lingkungan, hingga dinamika sosial masyarakat. Tujuan observasi ini adalah untuk mengidentifikasi pola interaksi yang terjadi serta potensi yang dapat dikembangkan melalui program sadar wisata.

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2021, Hal. 304). Teknik wawancara digunakan untuk menggali informasi lebih dalam melalui tanya jawab langsung dengan narasumber yang kompeten dan relevan, baik dari pihak pengelola BUMDes, pengelola wisata

maupun masyarakat setempat. Wawancara dilakukan di lingkungan narasumber untuk mendapatkan perspektif langsung terkait penerapan strategi komunikasi dan dampaknya terhadap motivasi serta partisipasi masyarakat. Penulis juga berupaya untuk memahami hambatan yang dihadapi dan solusi yang diterapkan melalui wawancara ini serta pada penelitian ini penulis menggunakan wawancara terstruktur agar memudahkan penulis dalam melakukan sesi wawancara dan fokus penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2021, Hal. 314). Pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, dan mengutip dokumen-dokumen penting yang berkaitan dengan penelitian. Dokumen-dokumen tersebut meliputi sejarah pembentukan BUMDes, laporan kegiatan yang telah dilaksanakan, hingga data kuantitatif seperti statistik kunjungan wisatawan dan *feedback* dari masyarakat. Teknik ini digunakan untuk mendukung dan memperkuat hasil observasi dan wawancara yang dilakukan.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, penulis sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum

memuaskan, maka penulis akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman (1984) dalam Sugiyono (2021, Hal. 321), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data collection*, *data reduction*, *data display*, dan *conclusion*.

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan sehari-hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak. Pada tahap awal penulis melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial atau obyek yang diteliti, semua yang dilihat, dengar dan rekam semua. Dengan demikian penulis akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi.

2. *Data Reduction* (Pemilihan Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama penulis ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilah dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas,

dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

3. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

4. *Conclusion* (Menarik Kesimpulan)

Langkah ke empat dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penulis kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Gambar 3.2 Desa Bartong



Sumber: Google Maps, 2024

Lokasi penelitian merupakan tempat penelitian yang akan dilakukan oleh penulis untuk mendapatkan data-data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan di Desa Bartong, Desa Bartong merupakan salah satu daerah yang ada di Kecamatan Sipispis, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara. Desa Bartong memiliki empat Dusun yang dipadati oleh masyarakat. Sebagai bagian dari daerah ini, Desa Bartong memiliki karakteristik yang khas dari desa-desa di Sumatera Utara dengan kehidupan masyarakat Desa Bartong yang bergantung pada mata pencaharian dari hasil perkebunan dan pertanian.

Kondisi alam yang subur dan iklim yang mendukung membuat wilayah ini ideal untuk berbagai jenis tanaman. Desa Bartong terkenal akan wisata sungai Bahbolon yang terdapat di Dusun III Huta Bayu. Wisata sungai Bahbolon juga

menjadi lapangan pekerjaan untuk masyarakat setempat. Adapun waktu penelitian yang direncanakan mulai dari bulan November 2024 sampai Maret 2025.

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh BUMDes Bartong yang berada di Desa Bartong, Kecamatan Sipispis, Kabupaten Serdang Bedagai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi badan usaha milik desa bartong dalam meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat melalui sadar wisata. Narasumber yang dipilih adalah pengurus BUMDes Bartong, Pengelola Wisata, dan masyarakat Desa Bartong. Penelitian ini mencakup berbagai pendekatan komunikasi yang digunakan seperti frekuensi, tingkat formalitas, isi pesan, dan saluran yang digunakan. Selain itu, penelitian ini juga menggali peran masyarakat dalam mendukung sadar wisata serta bagaimana keterlibatan mereka memberikan kontribusi dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisata.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Observasi

Sebelum melakukan wawancara penulis terlebih dahulu mengamati aktivitas pengurus BUMDes Bartong di wisata sungai bahbolon. Penulis mengamati menggunakan strategi komunikasi yang diterapkan. Terdapat banyak sekali aktivitas yang salah satunya adalah menyambut pengunjung yang sedang berwisata, penulis menentukan narasumber yang memiliki karakteristik yang berkaitan dengan judul penelitian.

4.1.2 Badan Usaha Milik Desa Bartong

Gambar 4.1 BUMDes Sadariah Desa Bartong



Sumber: Dokumentasi penulis 2025

Badan Usaha Milik Desa Bartong Sadariah didirikan pada tahun 2017 di Desa Bartong, Kecamatan Sipispis, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara, sebagai upaya untuk mengelola potensi desa dan meningkatkan

kesejahteraan masyarakat. Pendirian badan usaha ini berawal dari musyawarah desa yang melibatkan pemerintahan desa, tokoh masyarakat, dan warga, yang menyadari bahwa Sungai Bahbolon memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata pemandian alam.

Resmi berdiri BUMDes mulai mengelola wisata pemandian alam Sungai Bahbolon dengan membangun fasilitas sederhana, seperti tempat duduk, area parkir, dan akses jalan yang lebih baik. Di sisi lain, unit simpan pinjam mulai beroperasi untuk memberikan pinjaman dengan sistem yang lebih mudah dan terjangkau bagi masyarakat desa. Sejak berdiri, BUMDes Sadariah terus berkembang pesat dipenghujung tahun 2022 dan memberikan manfaat nyata bagi warga. Wisata Sungai Bahbolon semakin dikenal, menarik pengunjung dari berbagai daerah, sementara usaha simpan pinjam membantu masyarakat dalam mengembangkan usaha mereka. Penulis merangkum struktur kepengurusan Badan Usaha Milik Desa Bartong, sebagai berikut:

Direktur BUMDes : Antoni Gunawan

Sekretaris BUMDes : Jonasdi Sinaga

Bendahara BUMDes : Alukman Saragih

Pembina : Heriandi Damanik

Penasehat I : Tokman

Penasehat II : Parulian Malau

4.1.3 Identitas Narasumber

Pada penelitian ini, penulis sudah mengumpulkan lima narasumber yaitu sebagai berikut:

1. Narasumber I

Nama : Antoni Gunawan

Usia : 46 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta & Ketua BUMDes

Gambar 4.2 Narasumber I



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

2. Narasumber II

Nama : Jonasdi Sinaga

Usia : 40 Tahun

Pekerjaan : Petani & Sekretaris BUMDes

Gambar 4.3 Narasumber II



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

3. Narasumber III

Nama : Boby Sanjaya Purba

Usia : 24 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta & Ketua pengelola wisata

Gambar 4.4 Narasumber III



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

4. Narasumber IV

Nama : Ilham Syahputra Saragih

Usia : 30 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta & Guide wisata bartong

Gambar 4.5 Narasumber IV



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

5. Narasumber V

Nama : Anggi Purba

Usia : 22 Tahun

Pekerjaan : Buruh Pabrik Kelapa Sawit PT Rezeki Abadi Sambosar

Gambar 4.6 Narasumber V



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025

4.1.4 Hasil Wawancara

Pada bagian ini, penulis akan melanjutkan dengan menyajikan serta menganalisis hasil observasi yang telah dilakukan di lapangan, menggunakan berbagai teknik pengumpulan data yang telah dijelaskan sebelumnya dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini penulis menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data secara mendalam melalui wawancara dengan berbagai sumber yang relevan serta mendokumentasikan informasi yang diperoleh secara terstruktur. Pendekatan ini memungkinkan penulis memperoleh pemahaman yang lebih lengkap mengenai fenomena yang dikaji.

Penelitian ini dilaksanakan pada 25 Januari hingga 7 Februari 2025 di Desa Bartong, Kecamatan Sipispis, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Sebelum pelaksanaan, penulis telah mengajukan permohonan izin kepada Ketua

Badan Usaha Milik Desa Bartong. Dalam proses penelitian, penulis mewawancarai lima narasumber, yaitu dua pengurus Badan Usaha Milik Desa Bartong, dua pengelola wisata pemandian alam sungai bahbolon, dan satu masyarakat Desa Bartong. Narasumber dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, kriteria narasumber mencakup dengan peran yang berbeda-beda.

Penulis melakukan wawancara langsung dengan narasumber mengenai strategi komunikasi Badan Usaha Milik Desa Bartong dalam meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat melalui sadar wisata. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian ini untuk menggali informasi yang akurat guna memperoleh hasil yang relevan. Penelitian ini bukanlah sekadar opini penulis, melainkan berdasarkan realitas yang terjadi di lapangan serta data yang diperoleh langsung dari narasumber dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan demikian hasil penelitian ini bersifat asli dan sesuai dengan kondisi yang ada. Melalui penelitian ini, permasalahan yang dikaji dapat terjawab, khususnya dalam memahami bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Badan Usaha Milik Desa Bartong untuk meningkatkan kesadaran wisata di kalangan masyarakat.

Wawancara yang akan dilakukan oleh penulis berfokus pada permasalahan yang telah dijelaskan dalam Bab I yaitu mengenai bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan Badan Usaha Milik Desa Bartong dalam meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat melalui sadar wisata. Pada dasarnya pemahaman serta penerimaan pesan dan informasi yang disampaikan Badan Usaha Milik Desa kepada masyarakat sangat penting.

Hal ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam

mengenai strategi yang digunakan dalam meningkatkan kesadaran wisata. Badan Usaha Milik Desa Bartong melakukan komunikasi dengan masyarakat terkait sadar wisata dengan frekuensi tertentu untuk mendukung partisipasi dan motivasi masyarakat, sebagaimana jawaban narasumber I menyatakan bahwa Badan Usaha Milik Desa Bartong secara rutin melakukan komunikasi dengan masyarakat terkait program sadar wisata. Pertemuan dengan pengelola wisata dan masyarakat sekitar dilakukan setiap bulan, di mana BUMDes memberikan arahan dan masukan tentang pentingnya kesadaran wisata. Dalam pertemuan ini, pengelola wisata, tim pemandu, pedagang, serta pengelola ojek turut diundang untuk mendapatkan informasi terkait pengelolaan wisata yang baik dan bagaimana menjaga keramahan kepada pengunjung.

Selain pertemuan bulanan, BUMDes juga melakukan pertemuan mingguan dengan pengelola sektor wisata untuk membahas laporan pendapatan dan kegiatan operasional lainnya yang perlu dilaporkan dalam laporan pertanggungjawaban (LPJ) pada pengelolaan simpan pinjam. Komunikasi yang dilakukan bertujuan untuk memastikan semua pihak memahami pentingnya kontribusi mereka dalam menjaga kualitas dan citra wisata di desa. Keterlibatan perangkat desa, termasuk kepala desa juga menjadi bagian penting dalam komunikasi ini, untuk memberikan arahan yang lebih luas mengenai pengelolaan wisata secara berkelanjutan.

Selaras dengan itu narasumber II juga menjawab bahwa Badan Usaha Milik Desa Bartong mengadakan pertemuan mingguan untuk kepengurusan BUMDes, yang bertujuan untuk membahas kegiatan operasional terkait berbagai

program, termasuk yang berkaitan dengan pengelolaan wisata. Pertemuan ini dihadiri oleh anggota pengurus BUMDes untuk memastikan kelancaran program dan evaluasi terhadap pencapaian yang telah dilakukan. Sementara itu, komunikasi dengan masyarakat terkait program sadar wisata dilakukan dengan cara briefing yang diadakan sekali sebulan.

Pada briefing ini, masyarakat diberikan arahan dan pemahaman mengenai pentingnya kesadaran dalam mengelola dan menyambut wisatawan, dengan harapan dapat meningkatkan partisipasi dan kesadaran mereka terhadap pentingnya menjaga kualitas wisata di desa. Melalui dua jenis pertemuan ini, BUMDes berusaha membangun komunikasi yang efektif antara pengurus dan masyarakat untuk mendukung keberlanjutan dan pengelolaan yang lebih baik terhadap sektor wisata di desa.

Narasumber III mengatakan hal yang sama namun pertemuan juga tergantung keadaan yang mana Badan Usaha Milik Desa Bartong mengadakan pertemuan dengan masyarakat terkait sadar wisata tidak terlalu sering. Secara umum, pertemuan dengan masyarakat diadakan sekali sebulan, namun frekuensinya bisa berubah tergantung keadaan mendesak. Jika terjadi masalah atau konflik antara masyarakat, maka pertemuan tambahan akan diadakan untuk menyelesaikan isu tersebut. Pertemuan yang diadakan bertujuan untuk memberikan arahan dan membangun kesadaran mengenai pentingnya pengelolaan wisata yang baik dan hubungan yang harmonis antar warga dalam mendukung program sadar wisata di Desa.

Narasumber IV mengatakan hal yang selaras bahwa Badan Usaha Milik Desa Bartong mengadakan pertemuan setiap minggu untuk membahas aspek keuangan desa, termasuk pemasukan, pendapatan, dan pengeluaran yang terkait dengan pengelolaan desa dan program yang sedang dijalankan. Selain itu, pertemuan mingguan ini juga mencakup pembahasan mengenai perencanaan pembangunan desa dan topik-topik lain yang relevan dengan kemajuan Desa. Namun, untuk pertemuan yang membahas isu-isu terkait masyarakat dan program sadar wisata, pertemuannya lebih jarang diadakan. Biasanya, pertemuan dengan masyarakat dilaksanakan sekitar sebulan sekali atau bahkan bisa lebih lama, seperti setiap tiga bulan sekali, tergantung pada keadaan dan kebutuhan yang mendesak.

Sama halnya dengan narasumber sebelumnya narasumber V ini mengatakan undangan untuk pertemuan terkait program sadar wisata di BUMDes Bartong cukup sering, dengan frekuensi biasanya sebulan sekali atau setiap tiga bulan sekali. Namun, pengelola wisata dan masyarakat terkait kadang hanya mengikuti pertemuan tersebut sekali saja, tergantung kebutuhan atau jadwal yang ada.

Dalam sebulan terakhir, Badan Usaha Milik Desa mengadakan kegiatan seperti sosialisasi atau rapat bersama masyarakat, sebagaimana narasumber I selaku ketua menjawab bahwa Badan Usaha Milik Desa Bartong mengadakan kegiatan seperti sosialisasi atau rapat bersama masyarakat mengenai program sadar wisata setiap bulan sekali. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan

kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan wisata yang baik, serta menjaga hubungan yang harmonis antar warga dan pengunjung.

Bersamaan dengan itu narasumber II juga mengatakan hal yang sama bahwa dalam sebulan terakhir, kegiatan sosialisasi atau rapat yang diadakan oleh BUMDes bersama masyarakat berlangsung sekitar satu kali. Kegiatan ini tidak terlalu sering diadakan, dan frekuensinya cenderung terbatas pada satu kali dalam sebulan. Masyarakat biasanya diberi kesempatan untuk ikut serta dalam rapat tersebut, meskipun partisipasi bervariasi tergantung pada relevansi isu yang dibahas. Kegiatan ini lebih sering difokuskan pada perencanaan dan evaluasi terkait kegiatan ekonomi desa, serta pembahasan mengenai perkembangan BUMDes serta wisata.

Berbeda dengan narasumber sebelumnya narasumber III mengatakan bahwa BUMDes Bartong mengadakan pertemuan dengan masyarakat terkait program sadar wisata dengan frekuensi yang bervariasi. Meskipun idealnya dijadwalkan sebulan sekali, dalam praktiknya, pertemuan lebih sering berlangsung sekitar tiga kali dalam setahun, atau setiap empat bulan sekali. Frekuensi ini bergantung pada kebutuhan dan situasi yang ada di lapangan.

Selaras dengan narasumber III, narasumber IV juga mengatakan hal yang sama bahwa BUMDes Bartong mengadakan pertemuan dengan masyarakat tidak setiap minggu, tetapi biasanya sekali dalam sebulan. Namun, dalam praktiknya, pertemuan ini terkadang hanya dilakukan setiap tiga bulan sekali, tergantung pada kebutuhan dan situasi yang berkembang di desa. Sedangkan narasumber V mengetahui bahwa kegiatan dilakukan dalam satu bulan terakhir, BUMDes

Bartong setidaknya telah mengadakan satu kegiatan yang melibatkan masyarakat. Meskipun kegiatan ini tidak terlalu sering, namun tetap ada upaya untuk melibatkan warga dalam aktivitas yang berhubungan dengan pengelolaan desa, khususnya dalam sektor wisata dan ekonomi desa. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi antara BUMDes dan masyarakat masih berlangsung, meskipun dengan frekuensi yang terbatas. Ke depannya, peningkatan jumlah kegiatan yang lebih rutin dapat menjadi salah satu strategi untuk memperkuat keterlibatan masyarakat dalam pengembangan desa.

Komunikasi yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa Bartong bersifat formal seperti melalui rapat resmi atau informal seperti diskusi santai serta melibatkan pemangku kepentingan, jawaban dari narasumber I menjelaskan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Bartong memiliki dua bentuk utama, yaitu formal dan informal. Komunikasi formal dilakukan dalam bentuk rapat resmi yang diadakan di resto, terutama ketika membahas hal-hal yang berkaitan dengan masyarakat. Sementara itu, komunikasi informal berlangsung dalam bentuk diskusi santai yang melibatkan pengelola, anggota, pedagang, dan pengemudi ojek.

Dalam hal melibatkan pemangku kepentingan, BUMDes Bartong secara aktif mengundang Kepala Desa sebagai penasihat serta menghadirkan perangkat desa dalam pertemuan. Selain itu, dalam setiap momen yang berkaitan dengan pariwisata, masyarakat dan pemangku adat selalu dilibatkan sebagai bentuk penghormatan serta untuk memastikan adanya pertukaran informasi yang bersifat

dua arah. Praktik komunikasi ini diterapkan secara rutin, setidaknya sekali dalam sebulan.

Hal yang sama juga dijelaskan oleh narasumber II bahwa komunikasi yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa Bartong bersifat formal dan informal, tergantung pada konteksnya. Komunikasi informal biasanya dilakukan dalam bentuk diskusi santai di restoran atau secara langsung dengan pelaku UMKM di lapangan. Sementara itu, komunikasi formal dilakukan dalam bentuk rapat resmi yang diadakan di balai desa atau kantor BUMDes. Dalam rapat formal, BUMDes memberikan arahan terkait perilaku yang baik dalam menjalankan usaha. Rapat ini terkadang dihadiri oleh Kepala Desa dan, dalam beberapa kesempatan, juga melibatkan perwakilan dari Dinas Pariwisata Kabupaten. Kehadiran pihak dari kabupaten sering kali dikaitkan dengan agenda resmi seperti kunjungan kerja dan dokumentasi, di mana masyarakat juga diundang untuk berpartisipasi. Salah satu fokus utama dalam pertemuan tersebut adalah pengelolaan dan pengembangan sektor pariwisata di desa.

Selaras dengan narasumber sebelumnya narasumber III juga mengatakan demikian komunikasi yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa Bartong bersifat formal dan informal. Komunikasi formal dilakukan melalui rapat resmi, sementara komunikasi informal berlangsung dalam bentuk diskusi santai, seperti di warung kopi dekat area wisata. Dalam pelaksanaannya, komunikasi ini juga melibatkan pemangku kepentingan penting, seperti Kepala Desa, tokoh agama, dan perwakilan dari Dinas Pariwisata. Kehadiran mereka menunjukkan adanya

koordinasi antara BUMDes dan berbagai pihak dalam pengelolaan serta pengembangan sektor wisata di desa.

Narasumber IV mengatakan hal yang sama juga dimana formal dan informal dilakukan sebagai komunikasi yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa Bartong mencakup komunikasi formal dan informal. Pertemuan resmi biasanya dilakukan dalam bentuk rapat formal, sementara diskusi santai juga sering berlangsung di warung kopi. Dalam hal pelibatan pemangku kepentingan, Kepala Desa selalu berperan aktif dan terlibat dalam proses komunikasi. Sementara itu, keterlibatan dinas pariwisata bersifat situasional dan hanya terjadi pada momen tertentu yang berkaitan dengan sektor pariwisata di desa.

Narasumber V juga memiliki jawaban yang sama yang menunjukkan bahwa Badan Usaha Milik Desa Bartong lebih sering menggunakan dua bentuk komunikasi, yaitu formal melalui rapat resmi dan informal melalui diskusi santai. Rapat resmi biasanya dilakukan melalui undangan dan diselenggarakan di resto atau balai desa. Sementara itu, komunikasi informal lebih sering terjadi dalam suasana santai, seperti ketika Ketua BUMDes duduk di warung kopi bersama masyarakat untuk membahas berbagai hal terkait desa. Dalam komunikasi yang melibatkan pemangku kepentingan, pihak yang biasanya hadir antara lain Kepala Desa, Kepala Dusun, serta tokoh-tokoh penting lainnya yang berperan dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan desa.

Situasi formal dan informal memiliki pendekatan komunikasi yang berbeda sebagaimana jawaban narasumber I menjawab pendekatan komunikasi yang digunakan oleh Badan Usaha Milik Desa Bartong dalam situasi formal dan

informal memiliki beberapa perbedaan, meskipun secara dasar tetap menekankan nilai-nilai solidaritas dan kesadaran wisata. Dalam situasi formal, seperti rapat resmi, komunikasi lebih terstruktur dan menggunakan bahasa yang lebih formal. Pertemuan ini biasanya digunakan untuk memberikan arahan kepada masyarakat, pengelola wisata, pedagang, dan transportasi ojek mengenai pentingnya menjaga solidaritas, keramahan terhadap pengunjung, serta kebersihan lingkungan.

Dalam situasi informal, seperti obrolan santai di warung kopi, komunikasi cenderung lebih fleksibel dan menggunakan gaya percakapan sehari-hari. Meski demikian, pesan yang disampaikan tetap berfokus pada pentingnya peran masyarakat dalam menjaga kebersihan dan keamanan wisata, serta meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab bersama dalam mengelola destinasi wisata desa. Untuk mengatasi masalah kebersihan dan kesadaran wisata, BUMDes juga mengadakan kegiatan gotong royong yang melibatkan berbagai pihak, seperti kepolisian, TNI, dan pihak kecamatan. Pendekatan ini telah membantu meningkatkan swadaya masyarakat, menciptakan lingkungan yang lebih aman dan nyaman bagi wisatawan, serta mengurangi praktik negatif di kawasan wisata.

Hal yang sama disampaikan oleh narasumber II dimana kedua pendekatan itu tampak berbeda pendekatan komunikasi yang digunakan oleh Badan Usaha Milik Desa Bartong dalam situasi formal dan informal memiliki perbedaan. Dalam situasi informal, komunikasi dilakukan dengan gaya santai dan percakapan biasa, seperti saat berbincang di warung kopi. Sementara itu, dalam situasi formal, seperti rapat, komunikasi bersifat lebih terstruktur dan formal. Rapat biasanya digunakan untuk membahas situasi pariwisata desa serta menyampaikan informasi

resmi, termasuk arahan atau kebijakan yang berasal dari tingkat kabupaten.

Berbeda dengan narasumber sebelumnya narasumber III mengatakan sama namun didalam pembahasannya yang berbeda dimana Pendekatan komunikasi yang digunakan oleh Badan Usaha Milik Desa Bartong dalam situasi formal dan informal pada dasarnya tetap sama dalam cara penyampaianya. Baik dalam rapat resmi maupun diskusi santai, gaya komunikasi yang digunakan tidak mengalami banyak perubahan. Namun, perbedaan utama terletak pada topik pembahasan. Dalam rapat formal, pembahasan lebih terstruktur dan berfokus pada hal-hal yang bersifat administratif atau kebijakan, sementara dalam diskusi santai, pembahasannya lebih fleksibel dan cenderung menyesuaikan dengan situasi yang ada.

Namun narasumber IV sependapat dengan narasumber I dan II, ia menjawab bahwa pendekatan komunikasi yang digunakan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Bartong berbeda antara situasi formal dan informal. Dalam situasi formal, seperti acara resmi atau rapat, komunikasi bersifat lebih formal dan terstruktur sesuai dengan konteks acara. Sementara dalam situasi informal, diskusi lebih santai dan sering dilakukan di tempat seperti warung kopi atau warung makan. Dalam suasana ini, pembahasan lebih fleksibel dan tidak seformal dalam rapat. Narasumber V mengatakan pertemuan resmi maupun diskusi santai sama-sama mudah dipahami. Namun, diskusi santai terasa lebih nyaman karena sering terjadi dalam suasana yang lebih rileks dan tidak terikat oleh aturan formal. Hal ini memungkinkan komunikasi yang lebih bebas dan interaktif dibandingkan dengan pertemuan resmi.

Pesan utama yang disampaikan oleh Badan Usaha Milik Desa Bartong untuk meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat terhadap program sadar wisata. Sebagaimana jawaban dari narasumber II bahwa Badan Usaha Milik Desa Bartong menyampaikan beberapa pesan utama kepada masyarakat untuk meningkatkan motivasi dan partisipasi mereka dalam program sadar wisata. Salah satu pesan yang ditekankan adalah pentingnya gotong royong dalam menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan. Untuk mendukung hal ini, BUMDes juga menyediakan alat-alat kebersihan yang diperlukan apabila dianggap penting. Selain itu, masyarakat juga diajak untuk ikut serta dalam berbagai pertemuan dan kegiatan besar yang berkaitan dengan wisata desa. Misalnya, dalam acara Hari Olahraga Nasional (Hoarnas) tahun 2023, BUMDes melibatkan masyarakat secara langsung, sehingga mereka merasa memiliki peran dalam pengembangan sektor pariwisata di desa.

Narasumber II juga mengaminin hal yang sama BUMDes Bartong menanamkan berbagai nilai penting kepada masyarakat agar mereka semakin termotivasi dan berpartisipasi dalam program sadar wisata. Salah satu hal utama yang selalu disampaikan adalah menjaga kebersihan lingkungan wisata serta menciptakan suasana yang tertib dan ramah bagi pengunjung. Selain itu, BUMDes juga mengingatkan para pedagang untuk menghindari konflik, seperti perebutan lapak atau persaingan harga yang tidak sehat, agar aktivitas jual beli tetap berjalan harmonis. Dengan begitu, wisata di desa dapat berkembang dengan baik tanpa menimbulkan masalah di antara masyarakat sendiri.

Selaras dengan jawaban sebelumnya narasumber III juga mengatakan jawaban yang sama bahwa Badan Usaha Milik Desa Bartong menekankan beberapa pesan utama untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam program sadar wisata. Pesan yang sering disampaikan berkaitan dengan kebersihan di kawasan wisata, keramahan terhadap pengunjung, serta pentingnya menjaga etika dan perilaku masyarakat, mengingat desa ini merupakan desa wisata. Menariknya, penyampaian pesan ini tidak hanya dilakukan oleh BUMDes, tetapi juga melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pengelola wisata. Dalam praktiknya, BUMDes lebih banyak memberikan arahan kepada pengelola, dan selanjutnya pengelola yang bertugas menyampaikan pesan-pesan tersebut kepada masyarakat agar lebih efektif diterapkan dalam keseharian.

Narasumber IV juga menjawab hal yang sama dengan narasumber sebelumnya BUMDes Bartong sering menyampaikan pesan-pesan penting kepada masyarakat untuk meningkatkan kesadaran mereka terhadap program sadar wisata. Salah satu hal yang selalu ditekankan adalah bagaimana sikap dan perilaku masyarakat, terutama para pedagang di kawasan wisata. Mereka terus diingatkan untuk lebih sopan, ramah, rapi, dan menjaga kebersihan lingkungan. Pesan-pesan ini disampaikan berulang kali karena masih banyak yang belum sepenuhnya sadar akan pentingnya menciptakan lingkungan wisata yang nyaman dan tertib bagi pengunjung.

Sudut pandang narasumber V sebagai masyarakat Desa Bartong menyatakan hal yang paling sering disampaikan oleh Badan Usaha Milik Desa tentang wisata desa biasanya berkaitan dengan hal-hal mendasar, seperti

pengelolaan sampah dan bagaimana sikap masyarakat terhadap pengunjung. Topik ini kerap dibahas karena dianggap penting dalam menjaga kenyamanan wisatawan serta menciptakan lingkungan yang bersih dan ramah.

Badan Usaha Milik Desa memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dan relevan dengan kondisi masyarakat Desa Bartong, narasumber I menjawab dan menjelaskan bahwa Badan Usaha Milik Desa Bartong memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dan relevan dengan kondisi masyarakat melalui berbagai cara. Penyampaian pesan tidak langsung dilakukan oleh BUMDes sendiri, melainkan melalui kepala desa selaku penasehat, yang menggunakan bahasa yang lebih mudah dimengerti oleh masyarakat.

Selain itu, metode yang digunakan melibatkan contoh perumpamaan agar lebih mudah dipahami. Untuk mendukung pemahaman, BUMDes juga memanfaatkan alat bantu visual seperti infokus yang menampilkan gambar-gambar terkait wisata desa. Dengan cara ini, masyarakat dapat melihat langsung kondisi wisata dan memahami apa yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan. Selain itu, dalam menyampaikan pesan tentang kebersihan dan pelestarian lingkungan, BUMDes juga menyediakan bahan atau alat yang dibutuhkan, sehingga masyarakat tidak hanya menerima arahan, tetapi juga mendapatkan dukungan nyata dalam menerapkannya.

Narasumber II menjawab dengan Memastikan pesan yang disampaikan dapat dipahami dan sesuai dengan kondisi masyarakat, Badan Usaha Milik Desa Bartong selalu memantau langsung keadaan di kawasan wisata. Jika pesan yang diberikan sudah dipahami, biasanya tanggung jawab penyampaian lebih lanjut

diberikan kepada manajer wisata. Karena manajer wisata selalu berada di lokasi setiap hari, ia lebih dekat dengan para pelaku UMKM dan dapat menyampaikan arahan dengan cara yang lebih langsung dan mudah dipahami. Dengan cara ini, komunikasi menjadi lebih efektif, dan masyarakat dapat lebih cepat menyesuaikan diri dengan kebijakan yang diterapkan.

Narasumber III mengatakan hal yang sama dimana pengelola juga memantau setiap hari begitu juga dengan BUMDes Bartong memastikan bahwa pesan yang disampaikan benar-benar dipahami dan sesuai dengan kondisi masyarakat dengan cara memantau langsung perilaku mereka di kawasan wisata setiap hari. Jika pesan yang diberikan sudah diterapkan dalam tindakan mereka, itu berarti pesan tersebut telah sampai dengan baik. Namun, jika masih ada yang tidak menjalankan arahan yang telah diberikan, BUMDes akan kembali memberikan nasihat agar mereka lebih memahami pentingnya hal tersebut. Pemantauan ini mencakup berbagai aspek, seperti cara masyarakat melayani tamu dan bagaimana mereka bersikap terhadap pengunjung. Jika ada yang menunjukkan perilaku kurang sopan atau berkata kasar, teguran dan arahan langsung diberikan agar mereka bisa memperbaiki sikapnya.

Narasumber IV menjawab sama dengan narasumber sebelumnya bahwa BUMDes Bartong memastikan bahwa pesan yang disampaikan benar-benar dipahami dengan melakukan pemantauan langsung di kawasan wisata. Dengan cara ini, mereka bisa melihat sendiri bagaimana respons masyarakat terhadap arahan yang diberikan. Jika masyarakat memahami pesan tersebut, mereka akan menjalankannya sesuai dengan yang diminta. Namun, jika tidak ada perubahan

dalam tindakan mereka, itu berarti pesan belum sepenuhnya dipahami, sehingga perlu diberikan arahan lebih lanjut. Pemantauan ini dilakukan secara rutin agar setiap kebijakan dapat benar-benar diterapkan oleh masyarakat.

Narasumber V sebagai masyarakat memiliki jawaban pandangan masyarakat, pesan yang disampaikan oleh Badan Usaha Milik Desa sudah cukup jelas dan mudah dimengerti. Hal ini karena pesan yang diberikan bersifat standar dan tidak terlalu rumit. Arahan yang disampaikan lebih kepada hal-hal yang umum dan sudah biasa dilakukan, tanpa tuntutan yang terlalu mendalam atau sulit dipahami. Dengan pendekatan yang sederhana ini, masyarakat dapat dengan mudah menangkap maksud dari pesan tersebut dan menerapkannya dalam kegiatan sehari-hari di kawasan wisata.

Saluran komunikasi yang digunakan oleh Badan Usaha Milik Desa Bartong untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat misalnya, pertemuan langsung, media sosial, selebaran. Sebagaimana yang disampaikan oleh narasumber I BUMDes Bartong lebih banyak menyampaikan informasi secara langsung dengan tatap muka kepada masyarakat, terutama yang berada di Dusun Tiga. Hal ini karena Dusun Tiga memiliki peran penting dalam pengelolaan wisata. Sedangkan masyarakat dari Dusun Satu hingga Dusun Empat tidak selalu dilibatkan, kecuali tokoh-tokoh masyarakat seperti pemuka agama, tokoh adat, dan kepala dusun. Selain itu, ibu-ibu PKK juga ikut dilibatkan dalam komunikasi ini.

Narasumber II juga memiliki jawaban yang selaras dengan narasumber I dalam praktiknya, komunikasi lebih sering dilakukan dengan cara ngobrol

langsung. BUMDes jarang menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi karena sebagian besar pelaku usaha di kawasan wisata tidak menggunakan atau tidak mengetahui informasi yang disebarkan melalui media sosial. Narasumber III mengatakan hal yang sama namun lebih spesifik bahwa Informasi juga disampaikan melalui pertemuan rutin yang diadakan setiap minggu. Rapat mingguan ini menjadi wadah utama bagi BUMDes untuk memberikan arahan dan informasi kepada masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan wisata.

Narasumber IV juga mengamini jawaban dari narasumber sebelumnya dan mengatakan ada sedikit tambahan saluran yang digunakan selain melalui rapat langsung, BUMDes juga menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi. Mereka memiliki grup khusus untuk berbagi informasi, yang kemudian dapat diteruskan oleh anggota grup kepada orang-orang yang tidak tergabung di dalamnya. Dengan cara ini, informasi dapat menjangkau lebih banyak orang, meskipun tidak semua masyarakat bergantung pada media sosial sebagai sumber utama komunikasi.

Narasumber V menjawab dari sudut pandang masyarakat bahwa Informasi sering kali disampaikan langsung di lokasi wisata, terutama kepada para pelaku usaha dan pengelola yang berada di sana setiap hari. Selain itu, pertemuan dalam bentuk rapat atau diskusi juga menjadi media penting untuk menyampaikan informasi, memastikan bahwa semua pihak yang terlibat memahami arahan yang diberikan.

Saluran komunikasi tertentu dianggap lebih efektif oleh Badan Usaha Milik Desa dimana dijelaskan dari jawaban narasumber I BUMDes Bartong

menilai bahwa pertemuan tatap muka adalah saluran komunikasi yang paling efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan komunikasi langsung, mereka dapat memperoleh informasi yang lebih jelas dan akurat dibandingkan hanya mendengar dari sumber lain yang belum tentu valid. Dalam pengelolaan wisata, sering kali muncul tantangan, baik dari pengunjung maupun masyarakat sendiri. Tantangan ini tidak jarang bersumber dari informasi yang simpang siur atau bisikan dari pihak luar yang sulit ditelusuri kebenarannya. Oleh karena itu, pertemuan tatap muka menjadi solusi yang lebih baik karena memungkinkan semua pihak berdiskusi langsung.

Tatap muka memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mengutarakan permasalahan secara terbuka, sehingga identitas dan kepentingan mereka dapat diketahui dengan jelas. Berbeda dengan komunikasi melalui media sosial atau cara tidak langsung lainnya, yang sering kali tidak menghasilkan solusi konkret karena adanya keterbatasan dalam memahami konteks atau kurangnya keterlibatan langsung dari semua pihak.

Sama halnya narasumber II juga menjawab hal yang sama BUMDes Bartong menganggap bahwa komunikasi langsung dengan pelaku UMKM, pelaku usaha di wisata, serta masyarakat yang terlibat dalam sektor pariwisata merupakan metode yang paling efektif dalam menyampaikan informasi. Komunikasi tatap muka dianggap lebih mudah dipahami oleh masyarakat karena pesan yang disampaikan dapat langsung diterima tanpa adanya distorsi atau kesalahpahaman. Selain itu, dengan berbicara langsung, penyampaian informasi menjadi lebih jelas, dan masyarakat dapat langsung mengajukan pertanyaan atau menyampaikan

masukannya terkait isu yang sedang dibahas. Melalui interaksi langsung, BUMDes dapat memastikan bahwa masyarakat benar-benar memahami informasi yang diberikan, sehingga mereka lebih termotivasi untuk berpartisipasi dalam program-program yang dijalankan, khususnya dalam pengelolaan wisata desa.

Narasumber III menjawab berbeda dengan narasumber sebelumnya bahwa BUMDes Bartong menilai bahwa komunikasi yang dilakukan secara langsung dan personal lebih efektif dibandingkan dengan rapat besar yang melibatkan banyak orang. Pendekatan individu atau komunikasi perseorangan dianggap lebih berhasil dalam menyampaikan informasi karena pesan dapat lebih dipahami oleh penerima tanpa gangguan dari suasana rapat yang cenderung ramai. Selain itu, komunikasi secara langsung memungkinkan adanya interaksi yang lebih mendalam, seperti memberikan nasihat secara personal kepada masyarakat atau pelaku usaha. Dengan cara ini, masyarakat lebih mudah menerima pesan dan menindaklanjutinya dibandingkan dengan penyampaian informasi dalam forum besar, yang sering kali kurang efektif karena kurangnya fokus atau perhatian dari peserta rapat.

Narasumber IV menjawab BUMDes Bartong menilai bahwa komunikasi secara langsung lebih efektif dibandingkan dengan media sosial atau metode komunikasi tidak langsung lainnya. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan masyarakat untuk mengabaikan pesan yang disampaikan melalui media sosial. Banyak orang yang kurang peduli atau tidak tertarik membaca informasi yang dibagikan secara daring, sehingga pesan yang ingin disampaikan tidak terserap dengan baik. Sebaliknya, ketika komunikasi dilakukan secara langsung, penerima

pesan dapat melihat dan mendengar langsung penyampaiannya, sehingga lebih sulit untuk diabaikan. Interaksi tatap muka juga memungkinkan adanya respons dan klarifikasi langsung, yang membantu memastikan bahwa informasi dipahami dengan jelas.

Narasumber V menjawab bahwa cara yang paling efektif untuk menyampaikan informasi dari Badan Usaha Milik Desa ke masyarakat adalah secara langsung. Komunikasi tatap muka dinilai lebih mudah dipahami dibandingkan dengan metode lainnya karena memungkinkan interaksi dua arah yang lebih jelas. Ketika informasi disampaikan secara langsung, masyarakat dapat langsung bertanya jika ada hal yang kurang jelas, sehingga tidak ada kesalahpahaman. Selain itu, mendengar langsung dari pihak BUMDes juga membuat masyarakat lebih memperhatikan informasi yang diberikan dibandingkan jika hanya membaca dari media sosial atau selebaran.

Masyarakat dapat dengan mudah memberikan umpan balik kepada Badan Usaha Milik Desa dengan menggunakan saluran secara langsung sebagaimana jawaban yang diberikan oleh narasumber I bahwa masyarakat Desa Bartong merasa bahwa memberikan saran kepada BUMDes dapat dilakukan dengan mudah, terutama melalui obrolan santai di warung kopi. Dalam suasana informal seperti ini, mereka lebih leluasa menyampaikan pendapat dan menjelaskan maksud mereka secara langsung. Namun, meskipun komunikasi informal dianggap lebih nyaman, ada juga kesadaran bahwa rapat resmi tetap diperlukan. Dengan membahas saran dalam forum yang lebih formal, BUMDes dapat lebih serius mempertimbangkan masukan masyarakat dan mengambil tindakan yang

sesuai. Oleh karena itu, kombinasi antara komunikasi santai dan rapat resmi menjadi cara yang efektif dalam menyampaikan serta menindaklanjuti saran dari masyarakat.

Narasumber II juga memberikan jawaban yang sama perihal kemudahan mereka dalam menyampaikan saran dimana masyarakat Desa Bartong dapat dengan mudah menyampaikan umpan balik kepada BUMDes, terutama melalui komunikasi langsung. Jika ada keluhan atau permintaan, mereka cenderung langsung berbicara dengan pengurus BUMDes atau manajer wisata. Contohnya, ketika ada ketidakpuasan mengenai pembagian fasilitas seperti payung di area wisata, masyarakat akan langsung mengutarakan keberatan mereka, misalnya dengan meminta pembagian yang lebih adil. Pendekatan ini menunjukkan bahwa masyarakat merasa nyaman dalam menyampaikan keluhan tanpa harus melalui prosedur formal yang rumit, sehingga proses komunikasi dengan BUMDes berlangsung secara terbuka dan langsung.

Selaras dengan narasumber sebelumnya narasumber III mengatakan hal yang sama namun kemudahan masyarakat dapat disampaikan melalui pengelola wisata bahwa masyarakat dapat memberikan umpan balik dengan mudah melalui pengelola wisata. Jika ada keluhan atau masukan dari masyarakat, mereka biasanya menyampaikannya kepada pengelola terlebih dahulu. Pengelola kemudian meneruskan informasi tersebut kepada BUMDes untuk ditindaklanjuti. Dengan adanya peran pengelola sebagai perantara, komunikasi antara masyarakat dan BUMDes menjadi lebih terstruktur, memastikan bahwa setiap masukan dapat didengar dan dipertimbangkan dalam pengelolaan wisata desa.

Narasumber IV mengatakan hal yang lebih spesifik bahwa masyarakat Desa Bartong memiliki akses yang cukup mudah untuk memberikan umpan balik kepada BUMDes, terutama melalui rapat yang diadakan secara rutin. Dalam setiap rapat, BUMDes secara aktif memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menyampaikan pertanyaan, masukan, atau keluhan terkait pengelolaan desa. Pada saat sesi diskusi, pengurus BUMDes akan menanyakan apakah ada hal yang ingin disampaikan, dan masyarakat yang ingin memberikan umpan balik dapat langsung mengangkat tangan dan berbicara. Hal ini memungkinkan komunikasi dua arah yang transparan dan langsung, sehingga setiap aspirasi dapat segera ditanggapi oleh pihak terkait.

Strategi ini cukup efektif karena memungkinkan masyarakat untuk menyuarkan pendapatnya secara langsung, tanpa harus melalui perantara atau menunggu waktu lama untuk mendapatkan respons. Namun, perlu dipastikan bahwa semua kelompok masyarakat memiliki keberanian dan kesempatan yang sama untuk berbicara dalam forum ini. Sedangkan narasumber V dengan sudut pandang masyarakat menjawab bahwa menyampaikan saran kepada BUMDes dianggap mudah, terutama melalui obrolan santai di warung kopi. Dalam suasana informal seperti ini, masyarakat merasa lebih nyaman dan leluasa untuk menyampaikan pendapat serta menjelaskan maksud mereka secara langsung. Namun, agar saran yang diberikan dapat lebih serius dipertimbangkan dan ditindaklanjuti, rapat resmi juga perlu menjadi saluran utama. Dengan adanya diskusi dalam forum yang lebih formal, masukan dari masyarakat bisa lebih terstruktur dan mendapatkan perhatian lebih dari pihak terkait.

Evaluasi Badan Usaha Milik Desa terhadap efektivitas strategi komunikasi yang telah dilakukan selama ini, bahwa cara komunikasi yang diberikan sekarang sudah berhasil menurut narasumber I menyatakan bahwa BUMDes Bartong menilai bahwa strategi komunikasi yang telah diterapkan selama ini cukup berhasil dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program sadar wisata. Keberhasilan tersebut terlihat dari beberapa perubahan nyata di desa. Salah satu indikator keberhasilan adalah berkurangnya sampah yang berserakan di lingkungan desa, yang sebelumnya menjadi masalah utama. Selain itu, perilaku anak-anak muda yang dulu sering menimbulkan keributan kini lebih tertib. Konflik atau perselisihan antarwarga juga semakin berkurang, terutama karena sistem perdagangan di kawasan wisata telah diatur sedemikian rupa agar memberikan prioritas kepada penduduk setempat.

Pemahaman masyarakat terhadap konsep sadar wisata juga meningkat, berkat arahan yang disampaikan oleh kepala desa dan pembina BUMDes. Bahkan, cara berkomunikasi dengan pengunjung juga menjadi bagian dari edukasi yang diberikan. Meskipun belum mencapai kesempurnaan, dengan tingkat keberhasilan sekitar 60%, perubahan yang terjadi menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan telah memberikan dampak positif bagi desa.

Narasumber II juga menilai BUMDes Bartong menilai bahwa strategi komunikasi yang diterapkan sejauh ini cukup berhasil. Keberhasilan ini sebagian besar didukung oleh pendekatan langsung yang dilakukan oleh kepala desa selaku penasehat, yang memiliki pengaruh kuat dalam menentukan kebijakan. Karena kepala desa aktif dalam berbagai program masyarakat, warga lebih mudah

menerima arahan yang diberikan. Namun, dalam praktiknya, ada tantangan yang dihadapi, terutama dalam menangani individu yang sulit diatur. Untuk mengatasi hal ini, BUMDes berencana untuk meningkatkan strategi komunikasi dengan pendekatan yang lebih tegas. Salah satu langkah yang akan dilakukan adalah menerbitkan selebaran yang berisi aturan dan sanksi bagi pelaku usaha dan ojek wisata.

Selebaran ini bertujuan untuk menghindari konflik, terutama di antara pelaku usaha di kawasan wisata, seperti pertengkaran antar penjual yang dapat mencoreng citra wisata desa. Dengan adanya aturan tertulis, BUMDes ingin memastikan bahwa semua pihak memahami konsekuensi dari pelanggaran, termasuk sanksi seperti pemberhentian sementara atau permanen dari kegiatan usaha. Karena BUMDes telah memiliki badan hukum dan terdaftar di Kemenkumham, semua aturan yang ditetapkan memiliki dasar yang kuat. Jika terjadi pelanggaran serius, BUMDes juga siap bekerja sama dengan pihak berwajib untuk menjaga ketertiban dan keamanan di kawasan wisata. Dengan strategi komunikasi yang lebih terstruktur ini, diharapkan wisata di Bartong dapat berkembang lebih baik lagi.

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh BUMDes Bartong telah menunjukkan hasil yang cukup berhasil berdasarkan jawaban narasumber III, dengan beberapa program yang telah berjalan dengan baik. Namun, masih terdapat sejumlah tantangan dan permasalahan yang hingga kini belum sepenuhnya terpecahkan. Salah satu poin yang disoroti adalah perlunya BUMDes untuk lebih cekatan dalam melakukan kerja nyata di lapangan. Meskipun

komunikasi yang diterapkan telah membantu dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, tantangan di lapangan masih membutuhkan perhatian lebih agar penyelesaian masalah bisa lebih cepat dan efektif. Evaluasi ini menunjukkan bahwa meskipun ada progres positif, BUMDes perlu meningkatkan keterlibatan langsung dalam praktik lapangan serta mencari solusi konkret untuk masalah-masalah yang masih menghambat efektivitas strategi komunikasi mereka.

Narasumber IV mengatakan keberhasilan BUMDes dengan menggunakan persentasi bahwa BUMDes Bartong menilai bahwa efektivitas strategi komunikasi yang telah diterapkan sejauh ini mencapai sekitar 50%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian masyarakat sudah memahami pesan yang disampaikan, namun masih terdapat kendala dalam implementasinya. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah sikap dan perilaku masyarakat, terutama dalam hal menjaga kebersihan dan bersikap ramah terhadap wisatawan. Meskipun pemahaman terhadap konsep sadar wisata sudah meningkat, masih ada individu yang belum sepenuhnya menerapkan nilai-nilai tersebut dalam keseharian mereka.

Langkah perbaikan, disarankan agar BUMDes meningkatkan pelatihan bagi pemandu wisata (guide) dan sumber daya manusia (SDM) di sekitar area wisata. Dengan adanya pelatihan yang lebih intensif, diharapkan pelayanan terhadap wisatawan dapat lebih profesional, serta kesadaran masyarakat terhadap kebersihan dan keramahan semakin meningkat. Evaluasi ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat perkembangan positif, BUMDes masih perlu memperkuat strategi komunikasi dan pembinaan SDM guna mencapai efektivitas yang lebih optimal.

Secara umum, strategi komunikasi yang diterapkan oleh BUMDes Bartong dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dianggap sudah tepat dan berjalan dengan baik. Sebagaimana penuturan narasumber V sebagai masyarakat bahwa proses penyebaran informasi dilakukan melalui kepala dusun, yang kemudian meneruskan pesan kepada masyarakat. Metode ini dianggap efektif karena masyarakat menerima informasi dengan jelas, seperti saat ada rapat atau pertemuan yang biasanya diinformasikan dengan mengundang warga untuk berkumpul di lokasi tertentu, misalnya di resto atau gazebo dekat sungai.

Meskipun demikian, tetap ada ruang untuk perbaikan. Walaupun tidak ada masalah besar atau penyimpangan dalam komunikasi, masih mungkin untuk melakukan penyempurnaan agar pesan yang disampaikan semakin mudah dipahami dan diterima oleh seluruh lapisan masyarakat. Evaluasi ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi BUMDes sudah berjalan dengan baik, namun tetap harus dievaluasi dan ditingkatkan sesuai dengan dinamika serta kebutuhan masyarakat di Desa Bartong.

4.2 Pembahasan

Setelah melakukan penelitian tentang strategi komunikasi Badan Usaha Milik Desa Bartong dalam meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat melalui program sadar wisata menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh BUMDes bersifat teratur namun memiliki tingkatan yang bervariasi tergantung pada kepentingan dan urgensi suatu isu. Komunikasi dengan

masyarakat terkait sadar wisata umumnya dilakukan satu kali dalam sebulan, sementara komunikasi internal pengelola wisata dan pihak terkait berlangsung lebih sering, yakni setiap minggu. Dalam beberapa kasus, pertemuan masyarakat bisa lebih jarang, bergantung pada situasi yang membutuhkan penyelesaian konflik atau permasalahan tertentu.

Dalam hal bentuk komunikasi, BUMDes Bartong menerapkan strategi komunikasi yang bersifat formal dan informal. Rapat resmi dilakukan secara berkala, terutama dalam pertemuan yang melibatkan pemangku kepentingan seperti kepala desa, perangkat desa, dan dinas pariwisata. Namun, komunikasi informal seperti diskusi santai di warung kopi atau pertemuan spontan dengan pelaku wisata juga menjadi salah satu metode yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan arahan kepada masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan adanya fleksibilitas dalam penyampaian informasi, di mana komunikasi formal cenderung digunakan dalam agenda resmi, sementara komunikasi informal lebih efektif dalam menjangkau masyarakat secara langsung dalam keseharian mereka.

Pesan utama yang disampaikan oleh BUMDes Bartong dalam rangka meningkatkan kesadaran wisata masyarakat meliputi pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, menjaga etika dalam berinteraksi dengan wisatawan, serta membangun rasa memiliki terhadap wisata desa sebagai aset yang harus dijaga bersama. Kesadaran ini disampaikan melalui berbagai metode, termasuk pengarahan langsung, penggunaan media visual seperti infokus dalam presentasi, serta pendekatan partisipatif dengan melibatkan masyarakat dalam kegiatan

gotong royong dan event-event besar. Dengan metode ini, masyarakat diharapkan dapat lebih memahami pentingnya peran mereka dalam menjaga dan mengembangkan wisata desa.

Salah satu tantangan dalam komunikasi yang dihadapi oleh BUMDes adalah memastikan bahwa pesan yang disampaikan benar-benar dipahami oleh masyarakat dan diterapkan dalam praktik sehari-hari. Oleh karena itu, pemantauan langsung dilakukan oleh pengurus BUMDes di lokasi wisata untuk menilai apakah pesan yang telah disampaikan benar-benar dipraktikkan oleh masyarakat. Jika ditemukan ketidaksesuaian antara arahan yang diberikan dan perilaku masyarakat di lapangan, maka tindakan berinteraksi dilakukan melalui nasihat langsung atau pengarahannya ulang.

Saluran komunikasi yang digunakan oleh BUMDes dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat didominasi oleh pertemuan langsung, baik dalam forum resmi maupun dalam pertemuan santai. Media sosial dan selebaran tidak digunakan secara maksimal dalam komunikasi dengan masyarakat, karena dianggap kurang efektif dibandingkan komunikasi tatap muka. Pertemuan langsung dinilai lebih efektif karena memungkinkan adanya interaksi dua arah, di mana masyarakat dapat secara langsung memberikan tanggapan atau menyampaikan permasalahan yang mereka hadapi.

Dalam hal umpan balik dari masyarakat, penelitian ini menemukan bahwa masyarakat memiliki akses yang cukup mudah untuk menyampaikan keluhan atau saran kepada BUMDes. Komunikasi umpan balik umumnya dilakukan secara langsung kepada pengurus BUMDes atau kepala desa. Jika permasalahan yang

disampaikan bersifat mendalam dan tidak dapat diselesaikan di tingkat BUMDes, maka masalah tersebut akan dibawa ke tingkat desa untuk didiskusikan dengan pemangku kepentingan lainnya. Strategi komunikasi BUMDes Bartong dalam meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat melalui sadar masyarakat sudah dilaksanakan baik secara formal dan informal sehingga sebagian masyarakat telah menerima dan berjalan dengan baik dalam menjangkau masyarakat secara langsung. Namun, masih terdapat beberapa tantangan, terutama dalam memastikan keberlanjutan pemahaman dan penerapan pesan yang disampaikan kepada masyarakat. Oleh karena itu, peningkatan intensitas komunikasi dan pengembangan saluran komunikasi, seperti pemanfaatan media sosial yang lebih aktif, dapat menjadi langkah selanjutnya dalam memperkuat keberhasilan strategi komunikasi yang telah diterapkan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai strategi komunikasi Badan Usaha Milik Desa Bartong dalam meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat melalui sadar wisata, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh BUMDes Bartong dalam meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat melalui program sadar wisata menunjukkan bahwa komunikasi dilakukan secara teratur dengan frekuensi yang bervariasi tergantung pada urgensi isu yang dibahas. Komunikasi dengan masyarakat umumnya dilakukan sebulan sekali, sedangkan komunikasi internal dengan pengelola wisata dan pihak terkait berlangsung lebih sering, yakni setiap minggu.
2. BUMDes Bartong mengadopsi strategi komunikasi formal dan informal untuk menjangkau masyarakat. Rapat resmi melibatkan pemangku kepentingan seperti kepala desa dan dinas pariwisata, sementara komunikasi informal dilakukan melalui diskusi santai di warung kopi atau pertemuan spontan dengan pelaku wisata. Pendekatan ini memberikan keterbukaan dalam penyampaian pesan dan memungkinkan masyarakat lebih mudah menerima informasi terkait sadar wisata.
3. Pesan utama yang disampaikan meliputi pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, etika dalam berinteraksi dengan wisatawan, dan rasa memiliki

terhadap wisata desa. Metode penyampaian pesan mencakup pengarahannya langsung, penggunaan media visual dalam presentasi, serta pendekatan partisipatif melalui kegiatan gotong royong dan event desa. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah memastikan bahwa pesan yang disampaikan benar-benar dipahami dan diterapkan dalam praktik sehari-hari.

4. Saluran komunikasi yang paling dominan adalah pertemuan tatap muka, baik dalam forum resmi maupun diskusi informal. Media sosial dan selebaran belum dimanfaatkan secara maksimal karena dianggap kurang efektif dibandingkan komunikasi langsung. Dalam hal umpan balik, masyarakat memiliki akses yang cukup mudah untuk menyampaikan keluhan atau saran secara langsung kepada pengurus BUMDes atau kepala desa. Jika permasalahan yang disampaikan bersifat kompleks, maka akan dibahas di tingkat desa bersama pemangku kepentingan lainnya.
5. Komunikasi yang dilakukan oleh BUMDes Bartong dalam meningkatkan kesadaran wisata masyarakat sudah dilaksanakan baik secara formal dan informal sehingga sebagian masyarakat telah menerima dan berjalan cukup baik, namun masih ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam meningkatkan frekuensi dan efektivitas komunikasi dengan masyarakat. Dengan komunikasi yang lebih intensif dan metode yang lebih variatif, partisipasi masyarakat dalam mendukung pengelolaan wisata yang berkelanjutan dapat terus meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka saran dalam penelitian ini antara lain:

1. Masyarakat sebaiknya lebih aktif dalam mengikuti dan menerapkan program sadar wisata yang diberikan oleh BUMDes Bartong. Partisipasi tidak hanya dalam bentuk menghadiri pertemuan, tetapi juga dengan menjaga kebersihan lingkungan, menyambut wisatawan dengan ramah, dan berkontribusi dalam pengembangan wisata desa melalui ide atau inisiatif.
2. BUMDes Bartong disarankan untuk memperluas dan mengoptimalkan saluran komunikasi dengan masyarakat, seperti memanfaatkan media sosial, grup WhatsApp, atau papan informasi di desa. Ini akan membantu menyebarkan informasi lebih cepat dan menjangkau lebih banyak warga, terutama mereka yang jarang hadir dalam pertemuan tatap muka.
3. Dinas Pariwisata Serdang Bedagai dapat memberikan dukungan lebih besar dalam bentuk pelatihan dan pendampingan bagi masyarakat dan pengelola wisata desa agar memiliki keterampilan komunikasi dan manajemen pariwisata yang lebih baik. Dengan adanya program pelatihan rutin, masyarakat dan BUMDes akan lebih siap dalam mengelola pariwisata secara profesional dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, S. A. (2023). Faktor-Faktor Pendorong Motivasi Dan Perannya Dalam Mendorong Peningkatan Kinerja: Tinjauan Pustaka. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 45–54. <https://doi.org/10.35905/balanca.v4i1.4295>
- Agunggunanto, E. Y., Arianti, F., Kushartono, E. W., & Darwanto. (2016). Pengembangan Desa Mandiri melalui Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Padang Kalua. *Mujtama Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 13(1), 67–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.34001/jdeb.v13i1.395>
- Cahyaningrum, N., & Tukiman, T. (2022). Strategi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Mengembangkan Wisata Taman Ghanjaran di Desa Ketapanrame Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(2), 1133–1141. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i2.2328>
- Firdausy, S., & Qayyim, I. (2023). *Strategi Komunikasi Digital Balai Pelestarian Cagar Budaya Sulawesi Selatan dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*. Makasar, Tohar Media.
- Firmando, H. B. (2021). Peningkatan Partisipasi Masyarakat Sadar Wisata Dan Peduli Lingkungan Di Desa Dolok Nauli Kecamatan Adian Koting Kabupaten Tapanuli Utara. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 1(3), 112–123. <https://doi.org/https://doi.org/10.53769/jai.v1i3.131>
- Gautama, B. P., Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355–369. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>
- Ginting, R., Yiulistyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., & Kussanti, D. P. (2021). *Etika Komunikasi dalam MEDIA SOSIAL: Saring Sebelum Sharing*. Surabaya: Insania.
- Hardiyanto, S. (2017). Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dalam Mengatasi Kenakalan Remaja Geng Motor Di Kota Medan. *Jurnal Warta Dharmawangsa*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.46576/wdw.v0i51.234>
- Hasanah, Andriyani, L., Meisanti, O. P., Hakim, L., Izzatusholekhah, KN, J., & Sumarni, T. P. L. (2022). *Manajemen BUMDes Untuk Ketahanan Ekonomi Masyarakat* (p. 79). Jakarta: UM Jakarta Press.

- Hermawan, H. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 105–117. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/par.v3i2.1383>
- Iskandar, J., Engkus, Fadjar Tri Sakti, Azzahra, N., & Nabila, N. (2021). Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa. *Jurnal Dialektika: Jurnal Ilmu Sosial*, 19(2), 1–11. <https://doi.org/10.54783/dialektika.v19i2.1>
- Juariyah, & Sungka, A. S. (2019). *Komunikasi Pemasaran Batik Tie Day Jember Dalam Meningkatkan Produk Lokal* (Vol. 11, Issue 1). Surabaya, UM Jember Press. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SYSTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Karim, S., Kusuma, B. J., & Amalia, N. (2017). Tingkat Partisipasi Masyarakat Dalam Mendukung Kepariwisata Balikan: Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(3), 144–155. <https://doi.org/10.31940/jbk.v13i3.728>
- Kemala, Z., & Astiana, R. (2022). Pelatihan Sadar Wisata dan Sapta PESONA Bagi Kelompok Pemuda Pokdarwis Eka Harapan Desa Suntenjaya Lembang. *Jurnal Sosial & Abdimas*, 4(1), 33–41. <https://doi.org/10.51977/jsa.v4i1.672>
- Lubis, F. H., Pahlevi Hidayat, F., & Hardiyanto, S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19. *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora*, 1(1), 1039–1045.
- Mardiyanto, D., & Slamet, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran). *Edunomika*, 3(1), 60–66. <https://doi.org/10.52429/smj.v1i1.329>
- Mikasari, D. A., Alhamdi, R., Alhamdi, R., & Karlina, E. (2023). Pembinaan Sadar Wisata Dan Grooming Untuk Anggota POKDARWIS Di Pulau Ngenang. *Jurnal Keker Wisata*, 1(1), 99–106. <https://doi.org/https://doi.org/10.59193/jkw.v1i1.62>
- Mohammada Thandzir, Dailami, Sipayung, N. O., Syafruddin Rais, & Ardiansyah Saputra. (2024). Sosialisasi Sadar Wisata Untuk Saswa-Siswi SMK Al-Azhar Batam. *Jurnal Keker Wisata*, 2(2), 248–260. <https://doi.org/10.59193/jkw.v2i2.258>
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>

- Nugroho, R., & Suprpto, F. A. (2021). *Badan Usaha Milik Desa Bagian 2: Pendirian BUMDes* (P. A. M. K. K. G. Jakarta (ed.)).
- Nurjanah, N. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Masyarakat Sadar Wisata Dalam Mempromosikan Potensi Wisata Baru. *Medium*, 6(2), 39–50. [https://doi.org/10.25299/medium.2018.vol6\(2\).2412](https://doi.org/10.25299/medium.2018.vol6(2).2412)
- Prabowo, S. E., Hamid, D., & Prasetya, A. (2016). Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi Pada Desa Pujonkidul Kecamatan Pujon Kabupaten Malang) Septiofera. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 33(2), 18–24. <https://doi.org/10.17977/jptpp.v3i1.10356>
- Prasetyo, A. A., & Sukmana, H. (2024). Peran Badan Usaha Milik Desa dalam Pengembangan Objek Wisata Sumber Gempong di Desa Ketapanrame. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(5), 2732–2750. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i5.1893>
- Purba, B., Gaspersz, S., Bisyri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., Retno, D., Anita, Y., Widiastuti, Qayyim, I., Djalil, N. A., Yusmanizar, S. P., & Giswandhani, M. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Medan: Kita Menulis. https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=YkwCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&ots=eDsIrVdb0d&sig=g_TLZYYGmxykb7xJjfvS7jiAn8
- Putra, T. H., Hulfa, I., & Supryadi, D. I. (2023). Pelatihan Sadar Wisata Dan Sapta Pesona Bagi Masyarakat Desa Wisata Pakuan Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Abdi Anjani*, 1(1), 8–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/anjani.v1i1.745>
- Rahmatillah, T. P., Insyan, O., Nurafifah, N., & Hirsan, F. P. (2019). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Alam dan Budaya Sebagai Media Promosi Desa Sangiang. *Jurnal Planoeearth*, 4(2), 111. <https://doi.org/10.31764/jpe.v4i2.970>
- Saepudin, E., Budiono, A., & Rohman, A. S. (2016). Strategi Komunikasi dalam Pengembangan Desa Wisata Agro di Kabupaten Bandung Barat. *EduLib*, 6(2), 154–168. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/edulib.v6i2.5027>
- Selegi, S. F., Nurhasanah, P. D., Aryaningrum, K., & Kusmidyanarko, A. (2023). *Strategi Pembelajaran* (Padang, Az).
- Siswanda, K. P., & Meirinawati, M. (2021). Peran Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dalam Upaya Mengembangkan Wisata Embung Di Desa Kertosari Kabupaten Pasuruan. *Publika*, 9(3), 323–334. <https://doi.org/10.26740/publika.v9n3.p323-334>
- Soamole, F., & Panjaitan, I. P. (2022). Sosialisasi Sadar Wisata di Destinasi

- Wisata Pantai Lapasi Halmahera Barat. *Journal Of Khairun Community Services*, 2(2), 81–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.33387/jkc.v2i2.5382>
- Soeswoyo, D. M., Kusumawardhani, Y., Simanihuruk, M., & Rahardjo, S. (2022). Meningkatkan Motivasi Dan Partispasi Masyarakat Desa Sukajadi Melalui Sadar Wisata Dan Sapta Pesona. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(6), 919–926. <https://doi.org/https://bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/2520>
- Subejo, S., Chamidah, N., Nirmalasari, N., Suyoto, S., Hariadi, S. S., Muhamad, M., Selvi, A. M., Siddiq, D. M., Imawan, K., & Isamayana, I. (2021). Strategi Komunikasi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pengembangan Ketahanan Desa Wisata Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cirebon. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 27(1), 90–111. <https://doi.org/10.22146/jkn.61859>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thariq, M., & Anshori, A. (2017). Komunikasi adaptasi mahasiswa indekos. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 156–173. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/interaksi.v1i2.1201>
- Trisnawati, A. E., Wahyono, H., & Wardoyo, C. (2018). Pengembangan Desa Wisata dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(1), 29–33. <https://doi.org/10.17977/jptpp.v3i1.10356>
- Umar, F. Q., Tawakkal, G. T. I., & Sobari, W. (2023). Analisis Kepemimpinan Politik BUMDes Kerto Raharjo dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Ekowisata Boonpring. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 7(2), 419–446. <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i2.28072>
- Widyasari, B. F., Akiriningsih, T., & Suharto. (2022). Partisipasi Masyarakat Dalam Mendukung Kegiatan Pariwisata Di Desa Wisata Hijau Bilebante Kabupaten Lombok Tengah. *Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 3(2), 94–103. <https://doi.org/10.53565/sabbhatayatra.v3i2.638>
- Zamzami, & Sahana, W. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Journal Educational Research and Social Studies*, 2(1), 25–37. <https://doi.org/http://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss> Strategi
- Zuwirna. (2020). *Buku Dasar-Dasar Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Acc Pembimbing.

20/1 - 2025



**STRATEGI KOMUNIKASI BADAN USAHA MILIK DESA BARTONG
DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI DAN PARTISIPASI
MASYARAKAT MELALUI SADAR WISATA**

TENGGU AZIZAH NUR

2103110210

Identitas Narasumber

Nama :
Pendidikan :
Pekerjaan :
Jabatan :
Usia :
Alamat :

Daftar Pertanyaan:

1. Seberapa sering Badan Usaha Milik Desa Bartong melakukan komunikasi dengan masyarakat terkait program sadar wisata?
2. Dalam sebulan terakhir, berapa kali Badan Usaha Milik Desa mengadakan kegiatan seperti sosialisasi atau rapat bersama masyarakat?
3. Apakah komunikasi yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa Bartong bersifat formal (seperti melalui rapat resmi) atau informal (seperti diskusi santai)? Apakah juga melibatkan pemangku kepentingan?
4. Dalam situasi formal dan informal, apakah pendekatan komunikasi yang digunakan berbeda? Jika iya, bagaimana perbedaannya?
5. Apa saja pesan utama yang disampaikan oleh Badan Usaha Milik Desa Bartong untuk meningkatkan motivasi dan partisipasi masyarakat terhadap program sadar wisata?
6. Bagaimana Badan Usaha Milik Desa memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dan relevan dengan kondisi masyarakat Desa Bartong?

7. Saluran komunikasi apa saja yang digunakan oleh Badan Usaha Milik Desa Bartong untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat (misalnya, pertemuan langsung, media sosial, selebaran)?
8. Apakah saluran komunikasi tertentu dianggap lebih efektif oleh Badan Usaha Milik Desa? Jika iya, mengapa?
9. Apakah masyarakat dapat dengan mudah memberikan umpan balik kepada Badan Usaha Milik Desa? Jika iya, melalui saluran apa?
10. Bagaimana evaluasi Badan Usaha Milik Desa terhadap efektivitas strategi komunikasi yang telah dilakukan selama ini?



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila mempunyai surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/IIU/2024

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

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

Nomor : 216/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025
Lampiran : -,-
Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 20 Rajab 1446 H
20 Januari 2025 M

Kepada Yth : **Ketua Badan Usaha Milik Desa Bartong**
Kecamatan Sipispis, Kabupaten Serdang Bedagai

di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

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

Nama mahasiswa : **TENGGU AZIZAH NUR**
N P M : 2103110210
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **STRATEGI KOMUNIKASI BADAN USAHA MILIK
DESA BARTONG DALAM MENINGKATKAN
MOTIVASI DAN PARTISIPASI MASYARAKAT
MELALUI SADAR WISATA**

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



Cc : File.

Dekan,

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





**EMERINTAH KABUPATEN SERDANG BEDAGAI
KECAMATAN SIPPIS
DESA BARTONG**

Kode Pos. 20992

Bartong, 04 Februari 2025

Nomor : 18.45.3/474/60/V/2025
Sifat : Penting
Lampiran : -
Perihal : Konfirmasi Permohonan Izin
Penelitian Mahasiswa/i

Kepada Yth,
Dekan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di,-
Tempat.

Dengan Hormat

Berkenaan dengan surat dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor: 216/KET/II.3.AU/UMSU-/F03/2025 tanggal 20 Januari 2025, Perihal Permohonan Izin Penelitian Mahasiswa yang diajukan kepada Badan Usaha Milik Desa Bartong oleh Mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Yaitu:

Nama : **TENGGU AZIZAH NUR**

NPM : 2103110210

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Maka Bersama ini kami sampaikan Kepada Bapak/Ibu Dekan, Bahwa Mahasiswa/i tersebut di atas kami "*terima dan izinkan*" untuk melakukan penelitian di Desa Bartong Kecamatan Sipipis Kabupaten Serdang Bedagai.

Demikianlah Surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

KEPALA DESA BARTONG



HERIANDI DAMANIK



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

UIN-PT/STK/PT/IAK KPI/PT/ST/2022

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/IAK KPI/PT/ST/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20219 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
Website: <http://fisp.umcu.ac.id> Email: fisp@umcu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

PERMCHONAN PERSetujuan
JUDUL SKRIPSI

Medan, 17 Oktober 2024

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

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : Tengku Azizah Nur
NPM : 2103110210
Program Studi : Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh : 119 SKS, IP Kumulatif 3,87

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Komunikasi Badan usaha Milik Desa Bartong Dalam Meningkatkan Motivasi Dan partisipasi Masyarakat Melalui sadar wisata.	 14 Nov 24
2	Pola perubahan komunikasi interpersonal pada interaksi Remaja pedesaan di Desa Tanjung Medan.	
3	Persepsi Masyarakat tentang Program CSR Bidang sosial di PT Herfinta Kabupaten Labuhan Batu selatan.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

006.21.311

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

Medan, tanggal 15 November 2024

Ketua
Program Studi.....

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

Pemohon,

(Tengku Azizah Nur)
Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi.....

Abrar Adhani
NIDN:





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila membuat surat ini agar disertakan nomor dan tanggalnya

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/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

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
Nomor : 2059/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 15 November 2024, dengan ini menetapkan judul Tugas Akhir Mahasiswa dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **TENGGU AZIZAH NUR**
N P M : 2103110210
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Semester : **VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025**
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **STRATEGI KOMUNIKASI BADAN USAHA MILIK DESA BARTONG DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI DAN PARTISIPASI MASYARAKAT MELALUI SADAR WISATA**

Pembimbing : **Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.LKom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 006.21.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 15 Mei 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 13 Djumadil Awwal 1446 H
15 November 2024 M

Dekan 

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



Tembusan :

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





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Dikembangkan untuk meningkatkan kualitas pendidikan

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK.KP/PT/XXI/2022

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

Website: <https://filsip.umsu.ac.id> Email: filsip@umsu.ac.id Instagram: @umsumedan Facebook: umsumedan YouTube: umsumedan

Sk-3

**PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.

Medan, 23 Desember 2024

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 : Tengku Azizah Nur
N P M : 2103110210
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 tanggal 15 November 2024 dengan judul sebagai berikut :

Strategi komunikasi Badan Usaha Mlrik Desa Bartang
Dalam Meningkatkan Motivasi Dan Partisipasi
Masyarakat Melalui Sador wisata.

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 1 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


(ABRUR ADHANI)

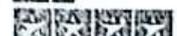
NIDN: 01 1111 78 04.

Pemohon,


(Tengku Azizah Nur)



STARS



Agensi Kelayakan Malaysia
Malaysia Qualifications Agency



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 2270/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Senin, 30 Desember 2024
 Waktu : 14.00 WIB s.d. selesai
 Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
 Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



No	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
6	AYUNDA MULYA	2103110067	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA KARANG ANYER DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI KECAMATAN GUNUNG MALIGAS KABUPATEN SIMALUNGUN
7	TENGGU AZZAH NUR	2103110210	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI BADAN USAHA MILIK DESA BARTONG DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI DAN PARTISIPASI MASYARAKAT MELALUI S.A.DAR WISATA
8	DHEA SYAFITRI	2103110111	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	PERAN KOMUNIKASI TERAPEUTIK DALAM MENINGKATKAN KEPuasan PASIEN PADA LAYANAN KLINIK YOMA Di KABUPATEN SIMALUNGUN
9	NANDA ALYCIA SYAHRANI	2103110275	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	PERSEPSI MASYARAKAT KOTA MEDAN TENTANG PELAKSANAAN PEMUNGUTAN SUARA PADA PILKADA SERENTAK TAHUN 2024
10	MUTARA MALSHARA KHAIRANI	2103110121	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	PENGARUH KEPEMIMPINAN, KOMUNIKASI ORGANISASI DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI SEKRETARIAT DPRD KABUPATEN ACEH SINGKIL



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 647/JUND/III.3.AU/UMSU-03/F/2025



Unggul | Cerdas | Terpercaya

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 20 Maret 2025
Waktu : 08.30 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



SK-10

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
6	FEBRINA WJLANDARI NASUTION	2103110119	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANIL, M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO THRIFTHING MEDAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI MASYARAKAT
7	FAZIA SYHAQIRA	2103110106	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. PERKEBUHAN NUSANTARA III (PERSERO) DALAM PENYALURAN BANTUAN SOSIAL KEPADA UMKM MEDAN
9	NANDA ALCYIA SYAHFANI	2103110275	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	PERSEPSI MASYARAKAT KOTA MEDAN TENTANG PELAKSANAAN PEMUNGUTAN SUARA PADA PILKADA. SERENTAK TAHUN 2024
9	YUNYUN NOVITA DAMANIK	2103110235	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANIL, M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.	STRATEGI KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. HUTABAYU MARSADA SIMALUNCUN DALAM PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT
10	TENGGU AZIZAH NUR	2103110210	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.	H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANIL, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI BADAN USAJA MILIK DESA BARTONG DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI DAN PARTISIPASI MASYARAKAT MELALUI SADR WISATA

Notulis Sidang :

1. Ditandatangani oleh :



Prof. Dr. ABRAR ADHANIL, M.I.Kom.

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.

Medan, 18 Ramadhan 1445 H

18 Maret 2025 M



Sekretaris
Prof. Dr. ABRAR ADHANIL, M.I.Kom



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Tengku Azizah Nur
Tempat/ Tanggal Lahir : Sumberjo, 30 Juni 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Jl. Mesjid Gang Bersama Sei Agul Medan Barat
Anak Ke : 3 (tiga) dari 4 (empat) bersaudara



Nama Orang Tua

Ayah : Tengku Asfan
Ibu : Rantini
Alamat : Desa Tanjung Medan Kecamatan Kampung Rakyat
Kabupaten Labuhan Batu Selatan

Pendidikan Formal

1. SDN 115461 Tanjung Medan
2. SMP N 1 Kampung Rakyat
3. SMA N 1 Kampung Rakyat
4. S1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, 14 Mei 2025

Tengku Azizah Nur