

**PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DINAS PARIWISATA
KOTA MEDAN DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT
“PESONA COLORFUL MEDAN”**

TUGAS AKHIR

Oleh:

DHIKAS AFIF FAVIAN
2003110157

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



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

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

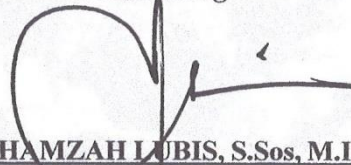
Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Dhikas Afif Favian
NPM : 2003110157
Program Studi : Humas
Judul Skripsi : PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DINAS PARIWISATA
KOTA MEDAN DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT
PESONA COLORFUL MEDAN

Medan, 12 Juni 2025

Pembimbing



FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom

NIDN : 0121058202

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi



Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom

NIDN : 0127048401

Dekan



Dr. Arifin Saleh, S.Sos. MSP

NIDN : 0030017402

PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Dhikas Afif Favian
NPM : 2003110157
Program Studi : Humas
Pada hari, tanggal : Rabu, 23 April 2025
Waktu : Pukul 08.00 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom (.....)
PENGUJI II : ELVITA YENNI, S,S,M.Hum (.....)
PENGUJI III : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

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

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

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, Dhikas Afif Favian NPM (2003110157), menyatakan dengan sungguh – sungguh :

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

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

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

Medan, 11 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Dhikas Afif Favian

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil ‘Allamin dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DINAS PARAWISATA KOTA MEDAN DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT PESONA COLORFUL MEDAN**. Sholawat beriring salam tidak lupa penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga syafaat beliau tercurahkan kepada kita semua. Skripsi ini merupakan tugas akhir bagi mahasiswa guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana program studi Ilmu komunikasi Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat diselesaikan dengan bimbingan dan dorongan dari beberapa pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Lembara ini sekaligus menjadi media bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terimakasih kepada orang tua saya yaitu ayahanda Budi Setiawan dan Ibunda saya Kartika Sari, Adek kandung saya Shakira Mifta Icasia, berkat kasih sayang serta dukungan yang telah diberikan kepada saya dalam menjalankan perkuliahan hingga tahap penyusunan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terimakasih 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 S.Sos., M.I.Kom selaku wakil dekan I fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibunda Dr. Hj. Yurisna Tanjung M.AP selaku wakil dekan III fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Ansori S.Sos., M.I.Kom dan Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos., M.I.Kom selaku ketua dan sekretaris program studi ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberikan arahan dan bimbingan beserta waktunya untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis menyadari dalam pengerjaan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dari segi pembahasan maupun segi penulisan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata hanya kepada Allah SWT penulis menyerahkan diri dan semoga kita tetap berada dalam lingkungannya. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak dan dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya.

Medan, 14 Juni 2025

DHIKAS AFIF FAVIAN

**PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DINAS PARAWISATA KOTA
MEDAN DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT PESONA COLORFUL
MEDAN**

DHIKAS AFIF FAVIAN
NPM; 2003110157

ABSTRAK

Pemanfaatan media digital dalam even pesona colorful medan dalam mempromosikan parawisata yang ada di Kota Medan merupakan sebuah gagasan terbaru dari Dinas Parawisata Kota Medan, dengan adanya even colorful medan tentunya dapat menarik banyak wisatawan lokal maupun luar daerah untuk datang ke Kota Medan khususnya dan Propinsi Sumatera Utara umumnya. Even Pesona Colorful Medan amat sangat membantu untuk menarik daya kunjung wisatawan karena menghadirkan beberapa kebudayaan dalam even tersebut termasuk kebudayaan lokal yang ada di Kota Medan. Pemanfaatna media digital digunakan dinas parawisata Kota Medan diawali pada tahun 2023 dan hingga saat ini karena memiliki dampak yang signifikan untuk mengembangkan parawisata Kota Medan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Deskriptif Kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer yaitu wawancara dan observasi serta data sekunder yaitu studi kepustakaan. Informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah Humas Dinas Parawisata Kota Medan dan masyarakat Umum. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital di era sekarang amat sangat membantu dalam hal ini adalah untuk mempromosikan parawisata di Kota Medan dengan menghadirkan beberapa pertunjukan kebudayaan yang ada di Kota Medan.

Kata Kunci : **Media Digital, Dinas Parawisata, Even Pesona Colorful Medan**

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pembatasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II URAIAN TEORITIS	8
2.1 Pengertian Komunikasi.....	8
2.2 Publik Relation	9
2.2.1 Pengertian Publik Relation.....	9
2.2.2 Tujuan Publik Relation	9
2.2.3 Tugas Publik Relation	10
2.3 Media Digital	12
2.3.1 Pengertian Media Digital	12
2.3.2 Manfaat Media Digital	13
2.3.3 Kelebihan dan Kekurangan Media Digital.....	15
2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Media Digital	16
2.4 Konsep Media Digital.....	17
2.4.1 Media Sosial Tiktok	17
2.4.2 Media Sosial Twitter	18
2.5 Pemasaran.....	19
2.6 Promosi.....	19
2.6.1 Pengertian Promosi	19
2.6.2 Langkah-Langkah Strategi Promosi.....	20
2.6.3 Tujuan Promosi	21
2.7 Even Colorful Medan	22

2.7.1 Pengertian Even	22
2.7.2 Pesona Colorful Medan.....	24
2.8 Dinas Parawisata Kota Medan.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Kerangka Konsep	29
3.3 Definisi Konsep	30
3.4 Kategorisasi	31
3.5 Narasumber.....	32
3.6 Teknik Pengumpul Data	32
3.7 Teknik Analisis Data	34
3.8 Lokasi Penelitian Dan Waktu Penelitian	34
3.8.1 Lokasi Penelitian.....	34
3.8.2 Waktu Penelitian.....	35
3.9 Deskripsi Singkat Tentang Objek Penelitian.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Deskripsi Narasumber.....	38
4.1.2 Hasil wawancara dengan Staff Humas Dinas Parawisata Kota Medan.....	39
4.1.3 Wawancara Hasil dengan Pegawai Dinas Parawisata Kota Medan.....	42
4.1.4 Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian.....	31
Tabel 4.1 Keadaan Narasumber Berdasarkan Jenis Kelamin	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kegiatan Colorful 2023.....	3
Gambar 2.1 Logo Colorful Medan Carnival.....	24
Gambar 2.2 Dinas Pariwisata Pemerintah Kota Medan.....	26
Gambar 3.1 Kerangka Konsep	30

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman pada era saat ini merupakan perkembangan yang berbasis pada kemajuan dunia teknologi. Hal ini dikarenakan pemanfaatan dunia digital sangat berpengaruh bagi masyarakat, sehingga media digital sudah seperti menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Oleh karena itu, hampir semua masyarakat menjadikan media digital sebagai alat untuk melakukan bisnis atau bahkan hanya sebagai media promosi untuk mengembangkan beberapa usaha masyarakat agar dapat diketahui di dunia digital.

Negara Indonesia juga dinobatkan sebagai salah satu negara dengan penggunaan internet atau media digital di dunia. Bahkan Kementerian Komunikasi dan Informatika mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 (Enam PuluhTiga Juta) orang/pengguna. Dari angka tersebut , 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Direktur Pelayanan Informasi Internasional Ditjen informasi dan komunikasi publik (IKP), Selamatta Sembiring mengatakan bahwa situs jejaring sosial yang paling banyak diakses adalah Facebook dan Twitter. Indonesia menempati peringkat Ke-4 pengguna facebook terbesar setelah Amerika Serikat, Brazil, dan India. (kominfo, november 2018)

Data dari Badan Pusat Statistik Sumatera Utara yang beralamat di Jalan Asrama No. 179 Medan, Kota Medan Propinsi Sumatera Utara. (BPS Sumut.com Maret 2024) menyatakan bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang

berkunjung di Sumatera melalui 4 (empat) pintu masuk pada bulan April 2024 mencapai 25.748 (dua puluh lima ribu tujuh ratus empat puluh delapan) kunjungan sementara pada bulan Maret 2024 jumlah wisatawan mancanegara 15.155 (lima belas ribu seratus lima puluh lima) wisman yang datang berkunjung di Sumatera Utara. Oleh karena itu, untuk terus meningkatkan wisatawan agar datang berkunjung adalah dengan cara promosi dengan menggunakan media digital yang sedang berkembang saat ini. Pemerintah Kota Medan melalui Dinas Parawisata juga harus memberikan ide-ide kreatif dalam memperkenalkan budaya dan parawista yang ada di Kota Medan dan Sumatera Utara.

Kecanggihan media teknologi atau digital amat sangat membantu perkembangan dan kebutuhan masyarakat. Perkembangan dunia digital juga berpengaruh bagi beberapa sektor, salah satunya adalah sektor parawisata. Melalui internet juga membantu dinas parawisata untuk mempromosikan beberapa kegiatan atau even agar diketahui oleh masyarakat secara luas. Salah satu contohnya adalah Dinas Parawisata Kota Medan, Dinas Parawisata Kota Medan pernah menyelenggarakan Even yang bernama Pesona Colorful Medan. Event tersebut bermaksud memperkenalkan budaya dan parawisata yang ada di Kota Medan khususnya dan Sumatera Utara Umumnya.

Media promosi even pesona colorful medan adalah melalui internet dan/atau sosial media, baik itu facebook, instagram dan juga tik-tok. Dengan pemanfaatan media tersebut maka masyarakat dapat menerima informasi tentang adanya even pesona colorful medan yang ada di Kota Medan. Oleh karena itu, saat

ini besar dan kecilnya suatu kegiatan dapat dilihat dari sosial media, karena apabila Pemerintah Kota Medan melalui Dinas Parawista Kota Medan terus melakukan promosi melalui internet atau sosial media yang sedang berkembang saat ini dapat mempengaruhi terlaksananya kegiatan dengan meriah. Hal ini juga dapat membuat masyarakat semakin berminat untuk dapat menghadiri dan memeriahkan kegiatan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Medan melalui Dinas Parawisata Kota Medan.



Gambar 1.1 Kegiatan Colorful 2023

Pada tahun 2023 pemerintah kota medan melalui dinas parawisata juga telah menyelenggarakan even pesona colorful medan. Kegiatan pesona colorful medan merupakan salah satu agenda yang didalamnya juga memperingati hari ulang tahun kota medan yang ke 433. Sekretaris Dinas Parawisata Kota Medan Yuda P Setiawan mengatakan bahwa kegiatan pesona colorful medan adalah dalam rangka untuk menyemarakkan hari ulang tahun kota medan yang ke 433.

Beliau juga mengatakan bahwa kegiatan ini dilakukan selama dua hari di lapangan benteng medan. Kegiatan tersebut juga diisi dengan perlombaan mewarnai dengan peserta 1.000 (seribu) siswa Sekolah dasar yang ada di Kota Medan, Pameran ekonomi kreatif, serta hiburan band lokal dan kegiatan ini dilaksanakan dengan maksud untuk hiburan rakyat. (news, juni 2023)

Adanya even pesona Colorful Medan yang diselenggarakan oleh pemerintah Kota Medan yang dalam hal ini di gagas oleh Dinas Pariwisata Kota Medan selain dapat memperkenalkan budaya-budaya yang ada di Kota Medan Khususnya dan Sumatera Utara Umumnya serta dapat membuat banyak wisatawan-wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri untuk datang dan berkunjung di Kota Medan dan daerah lainnya yang ada di Sumatera Utara. Untuk itu, kegiatan-kegiatan positif seperti ini jika semakin banyak diadakan seminimal mungkin 1 kali dalam setahun tentunya akan memiliki dampak positif. Dampak positif dapat berupa imateril maupun materil bagi pemasukan pemerintah Kota Medan dan Pembangunan tempat-tempat wisata yang ada di Kota Medan dan Sumatera Utara.

Dengan uraian diatas tersebut maka, sudah selaknyanya pemanfaatan media digital untuk segala aspek sangat berpengaruh di era saat ini. Oleh karena itu, maka pemanfaatan media sosial harus didukung dengan kolaborasi antara masyarakat dan juga pemerintah, sehingga apa yang menjadi agenda dari pemerintah masyarakat juga dapat dilibatkan dalam hal ini sebagai media promosi kegiatan. Indonesia juga kenal sebagai negara dengan tingkat pariwisata

tersebesar didunia karena budaya dan keindahan sumber daya alamnya sangat bisa membantu untuk perkembangan dunia parawisata yang ada di Indonesia.

Even colorful medan juga salah satu alat pemerintah untuk mengenalkan kedunia luar bahwa Indonesia khususnya Kota Medan adalah tempat yang menjadi pusat parawisata yang direkomendasikan untuk dikunjungi. Sudah saatnya dan selayaknya tempat-tempat wisata yang ada di Kota Medan dan Sumatera Utara di Kenal oleh masyarakat luas sehingga pembangunan-pembangunan juga akan semakin ditingkatkan untuk menopang tempat-tempat wisata hingga menjadi lebih baik dan menarik serta layak untuk dikunjungi.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengamati terkait dengan “Pemanfaatan Media Digital Dinas Parawisata Kota Medan Dalam Mempromosikan Event Pesona Colorful Medan”

1.2 Pembatasan Masalah

Untuk memperoleh fokus objek yang akan diteliti, peneliti membuat batasan masalah penelitian. Penelitian ini dilakukan terhadap Dinas Parawisata Kota Medan Propinsi Sumatera Utara.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian adalah Bagaimana Pemanfaatan Media Digital Dinas Parawisata Kota Medan Dalam Mempromosikan Event Pesona Colorful Medan.?

1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Pemanfaatan Media Digital Dinas Parawisata Kota Medan Dalam Mempromosikan Event Pesona Colorful Medan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Aspek Teoritis Untuk menambah wawasan bagi penulis tentang Pemanfaatan Media Digital Dinas Parawisata Kota Medan Dalam Mempromosikan Event Pesona Colorful Medan.
- b. Aspek Praktis Bagi instansi yang terkait diharapkan dipergunakan sebagai sumbangan pemikiran terhadap pihak terkait terkhusus kepada pemerintah Kota Medan. Khususnya terkait dengan pemanfaatan Media Digital Dinas Parawisata Kota Medan dalam mempromosikan even pesona colorful Medan.
- c. Aspek Akademis Hasil penelitian ini disumbangkan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara khususnya dalam rangka memperkaya literature bacaan dan khasanah penelitian bagi mahasiswa.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada penulisan skripsi ini, penulis membuat suatu sistematika dengan membagi penulisan menjadi V (Lima) Bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Manfaat Penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini mengemukakan teori-teori yang berkaitan dengan implementasi, kebijakan publik dan hak-hak pekerja.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari Metode Penelitian, Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Kategorisasi, Narasumber, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Lokasi Penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat tentang hasil penelitian dan Pembahasan

BAB V : PENUTUP

Bab ini memuat simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Pengertian Komunikasi

Pengertian Kata atau istilah “komunikasi” (dari bahasa inggris *communication*) berasal dari *comunication* dalam bahasa latin yang artinya artinya “berbagi” atau “menjadi milik bersama”. Dengan demikian, komunikasi menurut Lexicographer (ahli kamus bahasa), menunjukan pada suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Sementara itu, dalam Webster’s New Collegiate Dictionary dijelaskan bahwa komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi diantara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda, atau tingkah laku. (Zuwirna, 2020:5)

Menurut (Tita Melia Milyane, Dkk, 2022:2) komunikasi adalah bentuk interaksi antar manusia. Perbedaan unik antar manusia heterogen, membuat pola komunikasi juga begitu beragam. Seorang yang memiliki asal muasal adat yang berbeda, memiliki cara pandang yang berbeda pula terhadap suatu hal, termasuk dalam cara penerimaan pesan komunikasi. Begitu pula seorang yang memiliki tingkat pendidikan yang berbeda, jenis kelamin yang berbeda, pola asuh keluarga, lingkungan tempat dia berada, bahasa yang digunakan, sosiodemografis yang berbeda, membuat cara berpikir dan komunikasi sangat bervariasi.

Adapun unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut :

- a. Komunikator : *who (communicator, source, sender)*
- b. Pesan : *says what (message)*

- c. Media : *in which channel (channel, media)*
- d. Komunikan : *to whom (communicant, communicatee, reciever, recipient)*
- e. Efek : *(effect, impact, influence)*

2.2 Publik Relation

2.2.1 Pengertian Publik Relation

Menurut Edward L Berneys dalam bukunya Publik Relation menyatakan bahwa publik relation mempunyai tiga arti, yaitu:

- a. Memberi informasi kepada masyarakat.
- b. Persuasi yang dimaksudkan untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat terhadap lembaga, demi kepentingan dua belah pihak.
- c. Usaha untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan masyarakat dan sebaliknya.

Dapat disimpulkan bahwa penjelasan mengenai publik relation maka dapat disimpulkan bahwa publik relation adalah upaya untuk memberikan informasi kepada masyarakat yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat terhadap lembaga demi kepentingan kedua belah pihak.

2.2.2 Tujuan Publik Relation

Adapun tujuan dari publik relation adalah untuk mempromosikan produk atau layanan perusahaan atau organisasi. PR harus merancang dan melaksanakan program promosi yang efektif, seperti event management, sponsorship, dan media relations, dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dan membangun citra positif perusahaan atau organisasi di mata publik. dalam praktiknya, PR mencakup

berbagai kegiatan, termasuk penyusunan strategi komunikasi, pengelolaan media, manajemen krisis, pengelolaan acara, dan kegiatan promosi. Dalam melaksanakan tugasnya, PR bekerja dengan berbagai departemen di perusahaan atau organisasi, seperti pemasaran, keuangan, dan manajemen, untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan konsisten dengan visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan

2.2.3 Tugas Publik Relation

Bagi seorang PR sangat penting dalam membangun citra dan hubungan baik antara suatu perusahaan atau organisasi dengan publiknya. Dalam era digital dan komunikasi yang semakin kompleks, peran PR semakin krusial dalam memastikan pesan yang tepat disampaikan kepada target audiens dan mempertahankan reputasi yang baik. Berikut ini adalah beberapa tugas utama yang dilakukan oleh seorang PR:

a. Membangun Hubungan dengan Media

Seorang PR bertanggung jawab untuk menjalin dan memelihara hubungan baik dengan media massa seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Mereka merancang strategi komunikasi yang efektif, menyiapkan siaran pers, dan mengatur konferensi pers untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada media akurat dan positif.

b. Manajemen Krisis

Ketika perusahaan menghadapi situasi krisis atau kontroversi, PR berperan penting dalam merespons dan mengelola situasi tersebut. Mereka akan merancang strategi komunikasi yang tepat, memberikan

penjelasan yang jelas kepada media, serta bekerja sama dengan berbagai pihak terkait untuk mengatasi masalah dengan sebaik mungkin.

c. Komunikasi internal

juga terlibat dalam komunikasi internal perusahaan, yaitu menjaga saluran komunikasi yang efektif antara manajemen dan karyawan. Mereka dapat mengorganisir pertemuan, menyusun newsletter, atau mengelola platform komunikasi internal lainnya untuk memastikan bahwa informasi yang relevan dan penting disampaikan dengan baik kepada seluruh anggota organisasi.

d. Pengembangan Branding dan Citra

Seorang PR berperan dalam mengembangkan dan memelihara citra positif perusahaan atau organisasi di mata publik. Mereka bekerja dengan tim pemasaran untuk merancang strategi branding yang efektif, mengatur kehadiran perusahaan dalam acara-acara publik, dan mengelola kegiatan sosial yang dapat meningkatkan citra positif.

e. Media monitoring

Dalam dunia yang terus berkembang ini, informasi merupakan aset berharga. Bagi seorang PR, media monitoring adalah alat yang tak ternilai harganya. Dengan mengumpulkan dan menganalisis informasi dari berbagai sumber media, seorang PR dapat meningkatkan pemahaman tentang persepsi publik, mengidentifikasi peluang, serta merencanakan dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif.

Sebagai seorang PR yang optimal, informasi tambahan seperti media monitoring merupakan salah satu kunci sukses dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab dalam bidang kehumasan.

Melalui media monitoring, seorang PR dapat mengetahui bagaimana perusahaan atau mereknya dipandang oleh publik. Mereka dapat melacak liputan media, mengukur eksposur perusahaan dalam berbagai kanal media, dan mengevaluasi respon publik terhadap kegiatan perusahaan. Dengan informasi ini, PR dapat merespons dengan cepat terhadap berita atau isu yang berkaitan dengan perusahaan, serta mengelola krisis dengan lebih efektif.

2.3 Media Digital

2.3.1 Pengertian Media Digital

Secara tata bahasa, istilah media ini bisa diartikan menjadi perantara atau medium, yang mencerminkan alat (sarana) untuk menyampaikan proses mengajar, baik secara digital maupun non digital. Dalam bahasa Inggris, media bisa didefinisikan sebagai cara utama dari komunikasi massa termasuk dalam publikasi, penyiaran dan internet. Namun dalam bahasa Arab, persamaannya adalah *wasail* yang artinya jalan maupun sarana. (Hendra & Dkk, 2023:1)

Dalam pendapat Hamdan Husain Batubara bahwa Media baru disebut juga *new media digital*. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk data, teks, suara dan berbagai jenis gambar yang dalam bentuk format digital dan disebar

luaskan melalui jaringan beroptik broadband, satelit dan sistem gelombang mikro. (Hamdan Husain Batubara, 2021:3)

Menurut (Andi Asari, Dkk, 2023:2) dalam bukunya media teknologi merupakan sarana atau alat komunikasi kolektif yang digunakan untuk menyimpan dan menyampaikan data dan informasi. Teknologi media juga telah membuat komunikasi semakin mudah. Bahkan internet tidak diragukan lagi telah menjadi teknologi nomor satu dan paling efektif yang mempengaruhi semua aspek kehidupan manusia. Media elektronik kini hadir dalam bentuk tablet, laptop, desktop, ponsel, pemutar mp3, DVD, sistem permainan, radio, dan televisi.

2.3.2 Manfaat Media Digital

Menurut (Andi Asari, Dkk, 2023:2) dalam bukunya media teknologi merupakan sarana atau alat komunikasi kolektif yang digunakan untuk menyimpan dan menyampaikan data dan informasi. Teknologi media juga telah membuat komunikasi semakin mudah. Bahkan internet tidak diragukan lagi telah menjadi teknologi nomor satu dan paling efektif yang mempengaruhi semua aspek kehidupan manusia. Media elektronik kini hadir dalam bentuk tablet, laptop, desktop, ponsel, pemutar mp3, DVD, sistem permainan, radio, dan televisi.

Selain itu, Media digital memiliki beberapa keunggulan dalam konteks pendidikan, termasuk meningkatkan keterlibatan siswa di kelas, membantu siswa dengan ide-ide yang kompleks, menumbuhkan kesadaran kritis, mempromosikan kesetaraan, dan banyak keuntungan lainnya. Guru harus mengenali dan memanfaatkan sumber belajar yang ada, baik yang sudah mapan (by design)

maupun yang baru digunakan, karena sumber belajar dan media pembelajaran menawarkan jangkauan kemampuan yang bervariasi (by utilization). (Andri Kurniawan, Dkk, 2022:15)

Ada beberapa manfaat utama dari penggunaan media pembelajaran berbasis teknologi, diantaranya:

1. Interaktif dan Menarik.

Media pembelajaran teknologi seperti video, animasi, permainan edukatif, dan simulasi dapat membuat pembelajaran lebih menarik dan interaktif bagi peserta didik.

2. Visualisasi Konsep Abstrak.

Teknologi memungkinkan visualisasi konsep abstrak atau kompleks secara lebih jelas dan mudah dipahami melalui gambar, grafik, dan animasi.

3. Aksesibilitas dan Fleksibilitas

Peserta didik dapat mengakses konten pembelajaran kapan saja dan dimana saja melalui perangkat teknologi seperti computer, tablet, dan smartphone.

4. Pengayaan Konten.

Teknologi memungkinkan penyajian konten pembelajaran dalam berbagai format, termasuk teks, gambar, audio dan video.

5. Pemantauan dan Evaluasi

Sistem pembelajaran berbasis teknologi sering dilengkapi dengan fitur pemantauan dan evaluasi yang memungkinkan pendidik untuk melacak perkembangan dan kemajuan peserta didik secara terperinci.

2.3.3 Kelebihan dan Kekurangan Media Digital

Media digital adalah semua media berbasis elektronik yang dapat digunakan untuk menyimpan data atau keperluan lainnya. Saat ini, semua orang membutuhkan media digital. Selain memudahkan proses penyimpanan data, media digital juga membantu proses komunikasi. Namun sayangnya media digital memiliki sejumlah kekurangan dan kelebihan. Adapun yang menjadi kelebihan media digital adalah :

1. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pekerjaan maupun proses belajar.
2. Mendukung proses pekerjaan dan pembelajaran jarak jauh.
3. Kecepatan dan jangkauan pengiriman pesannya lebih luas.

Salah satu kekurangan media digital, yaitu sulitnya orang yang gagap teknologi untuk mengimabngi atau menggunakannya. Orang yang gagap teknologi cenderung kesulitan dalam menggunakan media digital yang ada. Karena itu, mereka perlu belajar dan dilatih dengan seksama. Kekurangan media digital lainnya adalah butuh jaringan internet untuk mengaksesnya, sejumlah fitur dalam media digital harus diakses dengan internet. Terakhir, kekurangan media digital, yakni membutuhkan perangkat khusus. Media digital hanya bisa diakses jika kita memiliki perangkat, seperti laptop atau gadget.

2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Media Digital

Era digital telah mengubah cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Teknologi dan media sosial memainkan peran penting dalam memfasilitasi interaksi sosial di dunia maya. Berikut ini adalah lima faktor pendorong yang memengaruhi interaksi sosial di era digital:

1. Akses Mudah ke Teknologi

Salah satu faktor paling penting dalam meningkatnya interaksi sosial di era digital adalah akses mudah ke teknologi. Dengan semakin terjangkaunya perangkat seperti *smartphone*, tablet, dan komputer, setiap orang memiliki kemampuan untuk terhubung dengan orang lain secara instan di mana saja dan kapan saja.

2. Media Sosial

Platform media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan WhatsApp telah menjadi tempat utama untuk interaksi sosial di era digital. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi pemikiran, foto, video, dan pengalaman hidup mereka dengan cepat dan mudah. selain itu, sejumlah *platform* tersebut memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan teman, keluarga, dan orang lain dengan minat yang sama

3. Pengembangan komunitas online

Era digital juga mendorong pembentukan komunitas *online*. Melalui forum diskusi, grup minat khusus, dan *platform* komunitas

lainnya, orang dapat terhubung dengan orang-orang dengan minat dan tujuan yang serupa.

4. Kemajuan Teknologi Komunikasi

Perkembangan teknologi komunikasi, seperti *video call*, aplikasi pesan instan, dan konferensi web, telah memungkinkan interaksi sosial yang lebih mendalam dan personal di era digital. Dengan teknologi ini, setiap orang dapat berkomunikasi secara langsung melalui suara dan gambar, menciptakan pengalaman yang lebih dekat dengan interaksi tatap muka.

5. Adopsi kebiasaan digital

Adopsi kebiasaan digital oleh masyarakat juga menjadi faktor pendorong interaksi sosial di era digital. Banyak orang mengandalkan teknologi untuk melakukan aktivitas sehari-hari, seperti berbelanja, mencari informasi, dan mencari hiburan.

2.4 Konsep Media Digital

2.4.1 Media Sosial Tiktok

Tiktok adalah salah satu aplikasi di jejaring social dan merupakan music video yang didirikan oleh Zhang Yiming pada septembet 2016 di China oleh Perusahaan Bye Dance. Aplikasi tiktok pada awalnya dinamai Douiyin yaitu aplikasi yang berisikan video pendek. Aplikasi Douyin bekermbang pesat di China, hanya dalam waktu setahun Diuyin telah berhasil mendapatkan satu juga pengguna dengan satu miliar tayangan video setiap hari (Malimbe, Wani, & Suwu, 2021) Minat pengguna aplikasi Douyin yang tinggi di Cina membuat

Perusahaan melakukan ekspansi ke luar Cina dan mengganti nama aplikasi Douyin menjadi TikTok seperti yang kita kenal sekarang. Aplikasi TikTok dimanfaatkan oleh penggunanya sebagai sarana hiburan, berekspresi, dan bertukar informasi lewat unggahan melalui video pendek. Misi dari aplikasi TikTok yaitu untuk menginspirasi, berkreasi, dan membawa kesenangan sehingga hadirnya aplikasi TikTok juga mendorong kreativitas masyarakat untuk membuat konten yang menarik. Saat ini TikTok memiliki 11 kantor global yang tersebar di seluruh penjuru dunia yaitu Los Angeles, New York, Jakarta, Seoul, Tokyo, Singapura, Dubai, Berlin, London, Paris, dan Mumbai (TikTok.com)

2.4.2 Media Sosial Twitter

Twitter merupakan media sosial yang hadir dengan format yang berbeda, di mana twitter memiliki konsep yaitu menyebarkan informasi pesan secara singkat, padat dan real time dengan kalimat yang kurang dari 140 karakter kepada pembacanya di seluruh dunia yang bisa digunakan sebagai sarana penyebar informasi kepada semua orang baik yang dikenal maupun tidak, untuk memberitahukan keberadaan penggunanya.

Twitter mengalami peningkatan popularitas di tahun 2012, dimana pada tahun itu sudah ada 150 juta pengguna aktif. Lebih dari 600 juta pengguna di twitter aktif menggunakannya pada tahun 2014. Pada awal 2013, sudah ada 350 juta tweet setiap harinya. Pada saat itu, Twitter menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh setiap orang. Sebelum Twitter, Facebook menjadi media sosial yang terkenal, namun setelah Twitter hadir, perlahan-lahan Twitter menjadi

media sosial yang banyak digemari oleh banyak orang. Twitter sendiri didirikan oleh Jack Dorsey yang merupakan seorang mahasiswa di Universitas New York.

2.5 Pemasaran

Istilah pemasaran (Marketing) sering dipertukarkan dengan istilah penjualan, distribusi, ataupun perdagangan. Pemasaran merupakan konsep yang menyeluruh, sedangkan penjualan, distribusi dan perdagangan hanya merupakan salah satu bagian atau kegiatan dalam sistem pemasaran secara keseluruhan. Pemasaran mempunyai arti yang lebih luas dari pada penjualan, pemasaran mencakup usaha Perusahaan yang ditandai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara promosi dan penjualan produk tersebut. Jadi pemasaran juga merupakan kegiatan saling berhubungan sebagai suatu sistem untuk menghasilkan laba. (Ngatno, 2017:7)

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial dari individu dan kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran nilai produk dengan pihak lain, hal ini juga diharapkan mampu untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya.

2.6 Promosi

2.6.1 Pengertian Promosi

Pada hakikatnya promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah efektivitas pemasaran yang berusaha untuk

menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Ada tiga unsur pokok dalam struktur komunikasi pemasaran, yaitu Pelaku Komunikasi, Material Komunikasi, Proses komunikasi. (Arif Fakhruddin, Dkk, 2022:51)

2.6.2 Langkah-Langkah Strategi Promosi

Sebelum melakukan promosi untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang akan ditawarkan, maka promosi harus melalui langkah-langkah yang dapat menarik minat konsumen. Adapun langkah –langkah strategi promosi adalah sebagai berikut: (Anisatun Nurul Uluwiyah, 2022:12)

1. Mengidentifikasi audiens sasaran

Perencanaan promosi diawali dengan mengidentifikasi audiens sasaran terlebih dahulu. Audiens sasaran diartikan sebagai khalayak pasar yang diinginkan perusahaan, meliputi calon pembeli.

2. Menentukan tujuan promosi

Perusahaan harus mempunyai tujuan promosi yang ingin dicapai. Tujuan promosi akan memudahkan perusahaan memilih alat promosi.

3. Merancang Pesan

Langkah komunikator selanjutnya mengembangkan pesan efektif. Pesan harus dapat perhatian. Mempertahankan minat, menimbulkan keinginan, dan memperoleh tindakan.

4. Memilih saluran dan media komunikasi

Pemilihan penggunaan sarana saluran dan media komunikasi harus dilakukan secara tepat, dimulai dari evaluasi karakteristik isi dan tujuan dari sebuah pesan yang akan disampaikan, dan media yang digunakan serta dimiliki oleh masyarakat secara luas setiap harinya.

5. Menentukan anggaran promosi

Keputusan yang sulit dihadapi perusahaan (lembaga) adalah menetapkan berapa biaya atau anggaran yang harus dikeluarkan untuk melaksanakan promosi, karena promosi memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan.

2.6.3 Tujuan Promosi

Tujuan Promosi dalam program pemasaran adalah untuk mencapai tujuan komunikasi yang di syaratkan oleh manajemen pada setiap audiens. Sebuah tanggungjawab pemasaran merupakan rencana koordinasi strategi promosi terintegrasi dan penyeleksian strategi spesifik untuk setiap komponen promosi. Penting untuk mengetahui apakah komunikasi mulut ke mulut antara pembeli dan kegiatan komunikasi organisasi lain memengaruhi audiens sasaran perusahaan. (Marissa Grace Haque-fawzi, Dkk, 2022 : 231)

1. Komposisi strategi promosi terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:
 - a. *Advertising* (Periklanan)
 - b. *Personal selling* (tenaga penjualan individu)
 - c. *Salles promotion* (promosi penjualan)
 - d. *Direct marketing* (pemasaran langsung)
 - e. *Interactive/internet* (pemasaran interaktif/internet)

- f. *Public relation* (hubungan masyarakat)
- 2. Pengembangan strategi promosi, beberapa kegiatan yang terlibat dalam desain strategi promosi terdiri dari;
 - a. Menetapkan tujuan komunikasi
 - b. Memutuskan peran setiap komponen penyusun program promosi
 - c. Menentukan anggaran promosi
 - d. Menyeleksi strategi untuk setiap komponen promosi
 - e. Pengintegrasian dan pengimplementasian strategi komponen promosi
 - f. Mengevaluasi keefektifan pengintegrasian strategi promosi.
- 3. Tujuan-tujuan komunikasi, membantu menentukan beberapa komponen strategi promosi yang digunakan dalam program pemasaran.
- 4. Keputusan peran dan komponen promosi, misal peran tenaga penjualan mungkin memperoleh penjualan atau malahan saluran informasi bagi organisasi distribusi tentang keistimewahan dan aplikasi produk.

2.7 Even Colorful Medan

2.7.1 Pengertian Even

Menurut (Any Noor, 2013:8), event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan

masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Dengan kata lain event adalah sebuah program yang akan dilakukan secara terencana untuk suatu tujuan, ragam acara amat banyak tergantung dari ide yang melandasi terlaksananya hal itu. Berbeda dengan kegiatan yang spontan, acara dilakukan berdasarkan rencana yang telah disusun sebelumnya.

Event-event juga tentunya memiliki beberapa jenis-jenis sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dalam event tersebut. Adapun jenis-jenis event adalah sebagai berikut:

1. *Privatae Party*
2. Penyelenggaraan Ulang Tahun
3. *Wedding Organizer*
4. Music Dan Hiburan
5. *Brand Activation*
6. *Mice*
7. *One Stop Service Agency*

2.7.2 Pesona Colorful Medan



Gambar 2.1 Logo Colorful Medan Carnival

Menyemarakkan HUT ke-433 Kota Medan, Pemko akan menyelenggarakan Colorful Medan Carnival Tahun dan Event Pesona Indonesia Expo 2023 . Selain itu, Pemko juga mempromosikan produk unggulan pada ajang Pekan Raya Sumatra Utara ke-49. Hal ini terungkap dalam rapat koodinasi dipimpin oleh Asisten Ekonomi Pembangunan Agus Suriyono, Senin (12/6) di Ruang Rapat III kantor Wali Kota. Ikut dalam rapat itu Plt Kadis Pariwisata Viza Fandhana dan Sekretaris Yuda P Setiawan serta segenap perwakilan perangkat daerah dan kecamatan di lingkungan Pemko Medan. Dalam rapat itu, Sekretaris Dinas Pariwisata Yuda P Setiawan memaparkan, Colorful Medan Carnival Tahun 2023 akan dihelat selama dua hari, yakni 30 Juni sampai 1 Juli 2023 di Lapangan Benteng dan kawasan sekitarnya. "Pada 30 Juni akan digelar Lomba Mewarnai dengan peserta 1.000 siswa SD, pameran ekonomi kreatif, juga hiburan band lokal. 1 Juli siang digelar pawai karnaval dan malam harinya panggung hiburan

rakyat," sebut Yuda. Terkait Event Pesona Indonesia Expo 2023, lanjut Yuda, akan digelar mulai 2 sampai 9 Juli.

Adapun tempat penyelenggaraan perhelatan ini di Hotel Karibia dan Podomoro Delipark Medan. Yuda menerangkan, mulai 2 sampai 4 Juli diisi dengan kegiatan pemilihan Miss Globa World Kids & Teen 2023. Selanjutnya mulai 5 sampai 9 Juli kegiatan digelar di Podomoro Deli Park. "Berbagai materi acara akan menyemarakkan perhelatan ini, di antaranya talkshow, fashion show, fashion runway, dance competition, modeling competition dan music concert," sebutnya. Dia menambahkan, mulai pertengahan bulan ini juga Pemko mempromosikan potensi unggulan Kota Medan pada pelaksanaan Pekan Raya Sumatera Utara yang Ke – 49 Tahun 2023 yang dilaksanakan pada tanggal 16 Juni s/d 17 Juli 2023. Beberaa dipandang perlu melibatkan OPD Pemerintah Kota Medan. Pada rapat itu, Agus mengingatkan seluruh perangkat daerah berkolaborasi untuk menyukseskan kegiatan perhelatan ini. "Ini merupakan rangkaian kegiatan untuk menyemarakkan HUT Kota. Mari kita bekerja maksimal untuk kesuksesan perhelatan ini," ucapnya. Dalam rapat itu dilakukan pembagian tugas masing-masing perangkat daerah. Setiap perwakilan perangkat daerah pun mengungkapkan kesiapan untuk menyukseskan kegiatan ini. (Sumber : Dinas Kominfo Kota Medan)

2.8 Dinas Parawisata Kota Medan

Pengertian Dinas berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2017 tentang pedoman pembentukan dan klasifikasi

cabang dinas dan unit pelaksanaan teknis daerah Pasal 1 ayat (13) disebutkan bahwa Dinas adalah perangkat daerah yang merupakan unsur pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah. Adapun pengertian pariwisata berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang keparawisataan Pasal 1 ayat (3) disebutkan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah



Gambar 2.2 Dinas Pariwisata Pemerintah Kota Medan

Jl. Prof. H. M. Yamin No.40, Gg. Buntu, Kec. Medan Timur, Kota Medan,
Sumatera Utara

Dinas Parawista dihadirkan di tiap-tiap Kabupaten dan Kota tentunya dengan maksud adalah membantu tugas kepala daerah terkait dengan bidang diwilayah kerjanya. Dinas Parawisata pada setiap wilayah yang ada di Indonesia juga memiliki Tugas dan fungsinya sebagai cabang kedinasan pusat dalam membantu kepala daerah dan bertanggung jawab kepada kepala daerah diwilayahnya.

Berdasarkan Peraturan Gubernur Sumatera Utara Nomor 35 Tahun 2017 Tentang Tugas, Fungsi, Uraian Tugas Dan Tata Kerja Dinas Kebudayaan Dan Parawisata Propinsi Sumatera Utara, pada Pasal 2 ayat (1) disebutkan bahwa tugas dinas parawisata adalah melaksanakan urusan bidang kebudayaan dan parawisata yang menjadi kewenangan propinsi dan tugas pembantuan kepada daerah propinsi.

Sementara itu berdasarkan Pasal 2 ayat (2) Peraturan Gubernur Sumatera Utara Nomor 35 Tahun 2017 Tentang Tugas, Fungsi, Uraian Tugas Dan Tata Kerja Dinas Kebudayaan Dan Parawisata Propinsi Sumatera Utara disebutkan bahwa fungsi dinas Kebudayaan dan Parawisata adalah sebagai berikut:

1. Perumusan kebijakan kebudayaan, kesenian tradisional, cagar budaya, permusiuman, warisan budaya, destinasi parawisata, pemasaran parawisata, pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan dan perlindungan hak intelektual, pengembangan sumber daya parawisata dan ekonomi kreatif sesuai ruang lingkup tugasnya.
2. Pelaksanaan kebijakan kebudayaan, kesenian tradisional, cagar budaya, permusiuman, warisan budaya, destinasi parawisata, pemasaran parawisata, pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan dan perlindungan hak intelektual, pengembangan sumber daya parawisata dan ekonomi kreatif sesuai ruang lingkup tugasnya.
3. Pelaksanaan evaluasi kebudayaan, kesenian tradisional, cagar budaya, permusiuman, warisan budaya, destinasi parawisata, pemasaran

parawisata, pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan dan perlindungan hak intelektual, pengembangan sumber daya parawisata dan ekonomi kreatif sesuai ruang lingkup tugasnya.

4. Pelaksanaan administrasi kebudayaan, kesenian tradisional, cagar budaya, permusiuman, warisan budaya, destinasi parawisata, pemasaran parawisata, pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan dan perlindungan hak intelektual, pengembangan sumber daya parawisata dan ekonomi kreatif sesuai ruang lingkup tugasnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

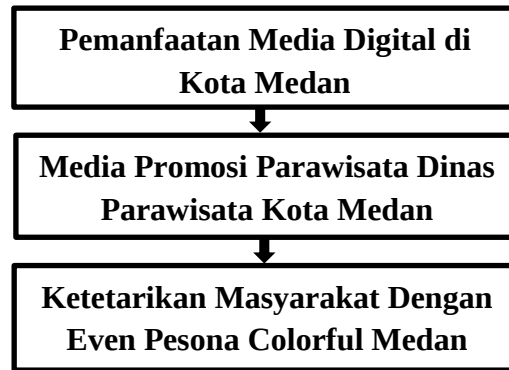
Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Zuchri Abdussamad (2021:48) penelitian kualitatif adalah untuk mencari kebenaran relatif, dan apabila ilmu sosial itu sebagai softer sciences, that is, the human or social sciences, maka paradigma adalah apa yang dipikirkan atau apa yang dibayangkan tentang dunia ini. Penelitian deskriptif kualitatif memiliki tujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya. Penelitian ini bersifat deskriptif maka dari itu diperlukan landasan teori sebagai pemandu peneliti dalam memfokuskan permasalahan yang di angkat sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu social yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka (Afrizal, 2015:9).

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan suatu hubungan antara konsep satu dengan konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konsep ini digunakan untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Konsep utama dalam penelitian ini adalah

Pemanfaatan Media Digital Dinas Parawisata Kota Medan Dalam Mempromosikan Event Pesona Colorful Medan.

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber: Dalam penelitian 2024

3.3 Definisi Konsep

Definisi konsep merupakan penjabaran tentang konsep-konsep yang telah dikelompokkan ke arah variabel agar lebih terarah. Konsep merupakan abstraksi suatu ide atau gambaran mental, yang dinyatakan dalam suatu kata atau simbol. Konsep dinyatakan juga sebagai bagian dari pengetahuan yang dibangun dari berbagai macam karakteristik. Maka akan ditentukan beberapa definisi konsep yang berhubungan dengan yang akan diteliti, antara lain:

- a) Pemanfaatan adalah suatu kegiatan proses, cara atau perbuatan menjadikan suatu yang ada menjadi bermanfaat.
- b) Media Digital adalah media yang kontennya berupa gabungan data, teks, suara, dan gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband dan sistem gelombang mikro.

- c) Dinas Parawisata adalah merupakan unsur pelaksanaan pemerintah daerah bidang parawisata dan ekonomi kreatif yang dipimpin oleh kepala dinas yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Bupati / Wali Kota melalui Sekretaris daerah.
- d) Media Promosi adalah segala bentuk alat, media, atau aktivitas yang digunakan untuk mempromosikan serta mengomunikasikan isi pesan terkait produk.
- e) Even Colorful Medan adalah sebuah even yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Medan melalui Dinas Parawisata Kota Medan

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi penelitian adalah salah satu kumpulan yang disusun atas dasar pikiran, institusi, atau kriteria tertentu. Kategorisasi penelitian menunjukkan bagaimana caranya mengukur suatu variabel penelitian sehingga diketahui dengan jelas apa yang menjadi kategori penelitian pendukung untuk analisis dari variabel tersebut. Kategorisasi dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi	Sub Kategorisasi
Media digital	• Instagram • TikTok • Facebook • Website Resmi

3.5 Narasumber

Narasumber adalah orang yang memberikan informasi dan pendapatnya mengenai sebuah informasi. Biasanya opini atau pendapat tersebut diambil lewat wawancara. Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh maka dalam penelitian ini yang menjadi narasumber adalah Dinas Parawisata Kota Medan.

Narasumber juga merupakan sebagai informan. Informan penelitian adalah subjek atau pihak yang mengetahui atau memberikan informasi maupun kelengkapan mengenai objek penelitian. Untuk menentukan informan peneliti menggunakan teknik Purposive dengan kriteria:

- a. Pemanfaatan media digital dalam melihat daya tarik masyarakat terhadap perkembangan Dunia Parawisata Kota Medan.
- b. Pelaksanaan kegiatan even colorful Medan dalam upaya memperkenalkan budaya dan parawisata Kota Medan Sumatera Utara.

Berdasarkan kriteria tersebut maka informan/narasumber pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kepala Dinas Parawisata Kota Medan sebanyak 1 (orang)
- b. Staff Dinas Parawisata Kota Medan sebanyak 2 (orang)

3.6 Teknik Pengumpul Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data agar menjadi sistematis, data yang digunakan untuk

menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan, karena data yang diperoleh akan dijadikan landasan dalam mengambil kesimpulan. Agar data yang dikumpulkan baik dan benar instrumen pengumpulan datanya pun harus baik, dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian (Rahmadi, 2011:71). Untuk memperoleh data primer. Data yang didapatkan secara langsung melalui kegiatan sebagai berikut :

- 1) Wawancara adalah cara untuk memperoleh informasi dengan bertanya langsung dengan yang diwawancarai
- 2) Observasi atau yang disebut pula pengamatan, meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indra. Jadi mengobservasi dapat dilakukan melalui penglihatan, peraba dan pengecap.

2. Data Sekunder

Untuk memperoleh data sekunder, diperlukan cara dengan studi kepustakaan melalui membaca, mengutip, menyalin, dan menganalisis wacana, data, teori yang berkaitan dengan permasalahan yang akan di bahas.

3.7 Teknik Analisis Data

menurut Syafrida Hafni Sahir (2022:28) teknik pengumpul data adalah merupakan proses dalam sebuah penelitian dan merupakan bagian yang penting. Teknik analisis data dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis intetraktif. Terdapat tiga komponen dalam teknik analisis ini, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

- a) Reduksi data. merupakan komponen utama dalam analisis yang merupakan proses seleksi, memfokuskan, penyederhanaan, dan abstrak data, proses ini berlangsung sepanjang penelitian.
- b) Penyajian data. Merupakan suatu rangkaian organisasi informasi deskripsi dalam bentuk narasi yang memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Kajian ini merupakan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis.
- c) Penarikan kesimpulan adalah simpulan yang harus di verifikasi agar cukup mantap dan benar-benar bisa di pertanggung jawabkan. Oleh karena itu perlu dilakukan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan penelusuran data.

3.8 Lokasi Penelitian Dan Waktu Penelitian

3.8.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Dinas Parawisata Kota Medan yang beralamat di Jalan Prof. H.M Yamin Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Propinsi Sumatera Utara.

3.8.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 05 bulan september sampai dengan tanggal 05 bulan Desember tahun 2024

3.9 Deskripsi Singkat Tentang Objek Penelitian

Pada Tahun 2023 pemerintah Kota Medan melalui Dinas Parawisata Kota Medan bersama stakeholder yang terkait telah menyelenggarakan even skala daerah yang bernama even colorful Medan. Even tersebut diselenggarakan pemerintah kota medan dengan tujuan untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Kota Medan Khususnya dan Propinsi Sumatera Utara Umumnya. Pada kegiatan tersebut banyak memamerkan kebudayaan yang ada di Kota Medan dan Sumatera Utara.

Pada kegiatan even colorful medan ini selain sebagai alat promosi yang secara langsung untuk menarik minat warga setempat juga menarik minat wisatawan luar daerah. Hal ini dikarenakan Dinas Parawisata Kota Medan memanfaatkan media digital sebagai alat promosi sehingga dapat mencakup daerah luar Kota Medan. Banyak video yang telah beredar disosial media juga menjadi alat bagi pemerintah kota medan untuk menarik minat wisatawan luar daerah.

Pemanfaatan media digital sebagai alat promosi amat sangat membantu demi meningkatkan kunjungan wisatawan luar daerah dan juga merambah hingga ke mancanegara. Kegiatan seperti ini terbilang sangat kreatif dalam membantu mengembangkan dunia parawisata kota medan. Karena dalam kegiatan ini

menghadirkan beberapa kebudayaan yang mungkin banyak masyarakat luar daerah yang belum mengetahui.

Dan berdasarkan Data dari Badan Pusat Statistik Sumatera Utara yang beralamat di Jalan Asrama No. 179 Medan, Kota Medan Propinsi Sumatera Utara. (BPS Sumut.com Maret 2024) menyatakan bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung di Sumatera melalui 4 (empat) pintu masuk pada bulan April 2024 mencapai 25.748 (dua puluh lima ribu tujuh ratus empat puluh delapan) kunjungan sementara pada bulan Maret 2024 jumlah wisatawan mancanegara 15.155 (lima belas ribu seratus lima puluh lima) wisman yang datang berkunjung di Sumatera Utara. Oleh karena itu, untuk terus meningkatkan wisatawan agar datang berkunjung adalah dengan cara promosi dengan menggunakan media digital yang sedang berkembang saat ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Dalam bab ini penulis membahas serta menyajikan deskripsi data yang telah diperoleh dari hasil penelitian lapangan melalui metode-metode pengumpulan data dan dengan cara pendekatan kualitatif, yaitu penulis yang datang langsung ke lokasi penelitian dengan melakukan wawancara dengan narasumber yaitu Staff Humas Dinas Parawisata Kota Medan dan Pegawai yang ada di Dinas Parawisata Kota Medan yang dimana para narasumber akan menjawab sesuai dengan pertanyaan berserta permasalahan dalam penelitian dan kemudian akan ditarik satu kesimpulan. Analisis dalam penelitian ini terfokus pada Dinas Parawisata Kota Medan tentang pemanfaatan Media digital Dinas Parawisata Kota Medan Dalam Mempromosikan Even Pesona Colorful Medan. Penulis juga dalam melakukan pengumpulan data dan dokumentasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kemudian melakukan wawancara. Sumber data dalam penelitian itu terdiri dari 2 orang staff humas Dinas Parawisata Kota Medan dan Pegawai Dinas Parawisata Kota Medan.

Wawancara dilakukan pada tanggal 05 November 2024 sampai dengan 15 November 2024 di Dinas Parawisata Kota Medan. Wawancara dilakukan untuk memperoleh jawaban dari rumusan masalah penelitian serta data-data yang dapat mendukung dalam penelitian ini. Data-data tersebut berupa jawaban dan

pertanyaan dari para narasumber yang nantinya akan dipergunakan dalam analisis penelitian dalam bab ini.

Wawancara ini dilakukan melalui proses Tanya jawab secara lisan oleh penulis kepada para narasumber untuk memperoleh suatu informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan penelitian ini. Wawancara ini dilakukan secara terpimpin yaitu wawancara sebelumnya sudah mempersiapkan terkait dengan pertanyaan yang berupa permasalahan yang ada dalam rumusan masalah dan nantinya akan ditanya kepada informan sesuai dengan kebutuhan daripada penelitian ini. Adapun hasil penelitian adalah sebagai berikut:

4.1.1 Deskripsi Narasumber

Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari staf humas dan pegawai Dinas Pariwisata Kota Medan. Adapun keadaan narasumber sebagai berikut:

Tabel 4.1 Keadaan Narasumber Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Nama	Jeni Kelamin	Jabatan	Usia
1	ANDIKA TARIGAN	Laki-Laki	Staf Humas	36 Tahun
2	PUTRI ADE SARI	Perempuan	Pegawai	29 Tahun

Sumber: Hasil dalam penelitian tahun 2024

4.1.2 Hasil wawancara dengan Staff Humas Dinas Parawisata Kota Medan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan narasumber yaitu staf dinas parawisata Kota Medan yaitu Bapak Andika Tarigan, maka penulis akan menguraikan satu persatu terkait dengan hasil wawancara dari jawaban-jawaban pertanyaan yang diberikan oleh narasumber.

Adapun pertanyaan yang ditanyakan kepada narasumber beserta jawabannya adalah sebagai berikut:

a) Bagaimana pelaksanaan even pesona colorful Medan.?

Dalam pertanyaan ini bapak andika menjawab bahwa pelaksanaan even pesona colorful Medan sejak awal pelaksanaanya menghadirkan beberapa pameran kebudayaan yang ada di Kota Medan khususnya dan kebudayaan sumatera utara umumnya. Dan dalam kegiatan even pesona colorful medan ini bertujuan untuk mempromosikan kebudayaan yang ada di Kota Medan sehingga dapat menarik daya minat para wisatawan lokal dan luar daerah.

b) Apa saja yang menjadi target dinas parawisata Kota Medan dengan adanya pelaksanaan even pesona colorful Medan

Dalam pertanyaan ini bapak andika menjawab bahwa yang menjadi target dalam even pesona colorful medan adalah dapat mempromosikan kebudayaan Kota Medan khususnya agar daya kunjungan masyarakat lokal maupun luar daerah Kota medan dapat meningkat sehingga pendapatan daerah dalam parawisata dapat bertambah. Even seperti sangat berguna sehingga masyarakat dapat mengenali kebudayaan-kebudayaan Kota Medan yang tereskpos di even pesona colorful medan.

- c) Apa saja manfaat dengan diadakanyaa even pesona colorful Medan bagi parawisata di Kota Medan

Selain target yang telah dikemukakan dalam pertanyaan sebelumnya bahwa manfaat dari diselenggarakannya even pesona colorful medan adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait dengan kebudayaan apa saja yang ada di Kota Medan. Selain itu dengan pengetahuan masyarakat terkait dengan kebudayaan yang ada di Kota Medan tentunya manfaat dari even ini diselenggarakan adalah bahwa memberikan daya memikat untuk masyarakat agar tertarik untuk berkunjung ke Kota Medan.

- d) Apa saja bentuk media yang digunakan oleh Dinas Parawisata Kota Medan terkait dengan diselenggarakan even pesona colorful Medan

Bentuk media yang digunakan oleh Dinas Parawisata Kota Medan adalah berbagai sosial media seperti Facebook, Youtube, Tikok dan website Dinas Parawisata Kota Medan yang dalam hal ini memberikan informasi kepada masyarakat Kota Medan bahwa akan ada diselenggarakannya pameran kebudayaan. Dengan demikian masyarakat yang mengetahui even ini dapat menghadiri dan melihat secara langsung pameran yang ada pada even pesona colorful Medan.

- e) Dalam rangka apa saja even ini digunakan dilaksanakan oleh Dinas Parawisata Kota Medan

Even pesona colorful medan dilaksanakan dalam rangka memperingati hari jadi Kota Medan. Selain mempromosikan kebudayaan yang ada dikota medan dinas parawisata kota medan juga memberikan hiburan rakyat dengan cara

menampilkan berbagai macam hiburan seperti musik, pameran kebudayaan serta perlombaan yang di adakan oleh dinas parawisata kota medan khususnya perlombaan ini diperuntuk oleh anak-anak.

- f) Keuntungan apa yang diperoleh oleh dinas parawisata Kota Medan dengan dilaksanakan even pesona colorful Medan

Keuntungan yang diperoleh dalam kegiatan even pesona colorful medan adalah memberikan roda ekonomi bagi UMKM yang ada pada saat even pesona colorful medan. Selain itu memberikan hiburan rakyat kepada masyarakat Kota Medan khususnya. Serta yang paling penting adalah keuntungan bagi pendapatan daerah dikarenakan banyak wisatawan lokal maupun luar daerah yang mengunjungi Kota Medan.

- g) Apa saja saran dari Dinas Parawisata Kota Medan terhadap Masyarakat untuk membantu mempromosikan parawisata Kota Medan.

Bapak Andika selaku staff bagian humas di dinas parawisata kota medan meberikan saran kepada masyarakat bahwa ketika even pesona colorful medan ini diselenggarakan, untuk masyarakat harus ikut serta memeriahkan kegiatan ini dikarenakan semakin banyak kegiatan ini terekspos dalam dunia nyata maupun dunia maya maka daya tarik kunjungan wisatawan akan lebih meningkat

- h) Apakah dengan diadakannya even pesona colorful medan, parawisata kota medan meningkat.

Dengan adanya kegiatan even pesona colorful medan ini daya kunjung wisatawan meningkat. Hal ini dikarenakan di era yang sekarang ini banyak masyarakat menggunakan smartphone nya untuk membuat video dan di share ke

social mediannya. Sehingga masyarakat yang tidak tau tentang kegiatan ini dapat informasi dengan adanya video-video singkat para masyarakat yang hadir langsung. Apalagi masyarakat di Kota Medan hampir keseluruhan memiliki social media maka promosi yang dilakukan oleh di dinas parawisata Kota Medan sudah sangat tepat.

- i) Adakah kerugian yang dialami dalam pelaksanaan even pesona colorful medan.

Dalam penyelenggaraan kegiatan ini dinas parawisata kota medan ataupun pemerintahan kota medan sama sekali tidak mengalami kerugian baik materi maupun non materi. Kegiatan ini diselenggarakan sangat bermanfaat

4.1.3 Wawancara Hasil dengan Pegawai Dinas Parawisata Kota Medan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan narasumber yaitu Pegawai dinas parawisata Kota Medan yaitu Ibu Putri Ade Sari, maka penulis akan menguraikan satu persatu terkait dengan hasil wawancara dari jawaban-jawaban pertanyaan yang diberikan oleh narasumber.

Adapun pertanyaan yang ditanyakan kepada narasumber beserta jawabannya adalah sebagai berikut:

- a) Bagaimana pelaksanaan even pesona colorful Medan.?

Dalam pertanyaan ini Ibu Putri menjawab bahwa pelaksanaan even pesona colorful Medan sejak awal pelaksanaanya menghadirkan beberapa pameran kebudayaan yang ada di Kota Medan khususnya dan kebudayaan sumatera utara umumnya. Dan dalam kegiatan even pesona colorful medan ini bertujuan untuk

mempromosikan kebudayaan yang ada di Kota Medan sehingga dapat menarik daya minat para wisatawan lokal dan luar daerah.

- b) Apa saja yang menjadi target dinas pariwisata Kota Medan dengan adanya pelaksanaan even pesona colorful Medan

Dalam pertanyaan ini Ibu Putri menjawab bahwa yang menjadi target dalam even pesona colorful medan adalah dapat mempromosikan kebudayaan Kota Medan khususnya agar daya kunjungan masyarakat lokal maupun luar daerah Kota medan dapat meningkat sehingga pendapatan daerah dalam pariwisata dapat bertambah. Even seperti sangat berguna sehingga masyarakat dapat mengenali kebudayaan-kebudayaan Kota Medan yang tereskpas di even pesona colorful medan.

- c) Apa saja manfaat dengan diadakanyaa even pesona colorful Medan bagi pariwisata di Kota Medan

Selain target yang telah dikemukakan dalam pertanyaan sebelumnya bahwa manfaat dari diselenggarakannya even pesona colorful medan adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait dengan kebudayaan apa saja yang ada di Kota Medan. Selain itu dengan pengetahuan masyarakat terkait dengan kebudayaan yang ada di Kota Medan tentunya manfaat dari even ini diselenggarakan adalah bahwa memberikan daya memikat untuk masyarakat agar tertarik untuk berkunjung ke Kota Medan.

- d) Apa saja bentuk media yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kota Medan terkait dengan diselenggarakan even pesona colorful Medan

Bentuk media yang digunakan oleh Dinas Parawisata Kota Medan adalah berbagai sosial media seperti Facebook, Youtube, Tiktok dan website Dinas Parawisata Kota Medan yang dalam hal ini memberikan informasi kepada masyarakat Kota Medan bahwa akan ada diselenggarakannya pameran kebudayaan. Dengan demikian masyarakat yang mengetahui even ini dapat menghadiri dan melihat secara langsung pameran yang ada pada even pesona colorful Medan.

e) Dalam rangka apa saja even ini digunakan dilaksanakan oleh Dinas Parawisata Kota Medan

Even pesona colorful medan dilaksanakan dalam rangka memperingati hari jadi Kota Medan. Selain mempromosikan kebudayaan yang ada dikota medan dinas parawisata kota medan juga memberikan hiburan rakyat dengan cara menampilkan berbagai macam hiburan seperti musik, pameran kebudayaan serta perlombaan yang di adakan oleh dinas parawisata kota medan khususnya perlombaan ini diperuntuk oleh anak-anak.

f) Keuntungan apa yang diperoleh oleh dinas parawisata Kota Medan dengan dilaksanakan even pesona colorful Medan

Keuntungan yang diperoleh dalam kegiatan even pesona colorful medan adalah memberikan roda ekonomi bagi UMKM yang ada pada saat even pesona colorful medan. Selain itu memberikan hiburan rakyat kepada masyarakat Kota Medan khususnya. Serta yang paling penting adalah keuntungan bagi pendapatan daerah dikarenakan banyak wisatawan lokal maupun luar daerah yang mengunjungi Kota Medan.

- g) Apa saja saran dari Dinas Parawisata Kota Medan terhadap Masyarakat untuk membantu mempromosikan parawisata Kota Medan.

Ibu Putri selaku Pegawai bagian humas di dinas parawisata kota medan memberikan saran kepada masyarakat bahwa ketika even pesona colorful medan ini diselenggarakan, untuk masyarakat harus ikut serta memeriahkan kegiatan ini dikarenakan semakin banyak kegiatan ini terekspos dalam dunia nyata maupun dunia maya maka daya tarik kunjungan wisatawan akan lebih meningkat

- h) Apakah dengan diadakannya even pesona colorful medan, parawisata kota medan meningkat.

Dengan adanya kegiatan even pesona colorful medan ini daya kunjung wisatawan meningkat. Hal ini dikarenakan di era yang sekarang ini banyak masyarakat menggunakan smartphone nya untuk membuat video dan di share ke social mediannya. Sehingga masyarakat yang tidak tau tentang kegiatan ini dapat informasi dengan adanya video-video singkat para masyarakat yang hadir langsung. Apalagi masyarakat di Kota Medan hampir keseluruhan memiliki social media maka promosi yang dilakukan oleh di dinas parawisata Kota Medan sudah sangat tepat.

- i) Adakah kerugian yang dialami dalam pelaksanaan even pesona colorful medan.

Dalam penyelenggaraan kegiatan ini dinas parawisata kota medan ataupun pemerintahan kota medan sama sekali tidak mengalami kerugian baik materi maupun non materi. Kegiatan ini diselenggarakan sangat bermanfaat

4.1.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Andika Tarigan dan Ibu Putri Ade Sari dari Dinas Pariwisata Kota Medan, kegiatan even Pesona Colorful Medan merupakan bentuk nyata dari penerapan strategi Public Relations (PR) dalam dunia pariwisata.

1. PR sebagai Promosi Budaya

Menurut teori PR, salah satu tugas utamanya adalah membangun hubungan baik antara instansi dengan masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan kebudayaan Kota Medan kepada masyarakat lokal maupun wisatawan luar. Ini sejalan dengan fungsi PR sebagai jembatan komunikasi.

2. Meningkatkan Daya Tarik Wisata

PR juga berfungsi meningkatkan citra daerah. Dari jawaban narasumber, terlihat bahwa target utama even ini adalah agar kunjungan wisatawan meningkat dan dampaknya bisa menambah pendapatan daerah.

3. Media Sosial Sebagai Alat PR Modern

Dinas Pariwisata menggunakan media sosial seperti Facebook, TikTok, YouTube, dan website resmi sebagai sarana promosi. Ini sesuai dengan perkembangan PR modern yang memanfaatkan media digital untuk menjangkau masyarakat secara luas dan cepat.

4. Dampak Positif untuk Masyarakat

Kegiatan ini juga berdampak langsung pada masyarakat, seperti meningkatkan pendapatan UMKM dan memberikan hiburan rakyat. Ini mencerminkan peran PR dalam membangun hubungan baik dengan komunitas.

5. Tidak Ada Kerugian

Dari keterangan narasumber, kegiatan ini tidak menimbulkan kerugian, baik secara materi maupun non-materi. Ini menunjukkan bahwa perencanaan dan pelaksanaan acara dilakukan dengan baik dan efektif.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pemanfaatan Media Digital Dinas Parawisata Kota Medan Dalam Mempromosikan Even Pesona Colorful Medan. Peneliti mencoba menarik beberapa kesimpulan dari uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, yaitu:

1. Even Pesona Colorful Medan diselenggarakan dengan tujuan untuk mempromosikan kebudayaan yang ada di Kota Medan untuk dapat memberikan daya tarik kunjungan kepada masyarakat lokal dan luar daerah Kota Medan.
2. Even pesona colorful medan diselenggarakan pada saat memperingati hari jadi kota medan, sehingga selain mempertunjukan pameran kebudayaan Kota Medan even ini diselenggarakan untuk memberikan kepada masyarakat hiburan-hiburan pada saat memperingati hari jadi Kota Medan.
3. Manfaat even ini adalah membantu meningkatkan daya kunjungan wisatawan luar daerah dan Lokal sehingga dapat memberikan masukan kas daerah karena daya kunjungan masyarakat sangat meningkat paska even ini diselenggarakan

5.2 Saran

1. Saran kepada pemerintah Kota Medan dan juga dinas pariwisata kota medan adalah setiap even kegiatan ini dilaksanakan tentunya akses menuju lokasi even harus memadai seperti halnya tempat parkir ataupun fasilitas penunjang lainnya seperti sarana toilet.
2. Saran kepada pemerintah Kota Medan dan juga dinas pariwisata kota medan adalah setiap even promosi kegiatan harus dilakukan di beberapa media sosial sehingga masyarakat kota medan yang menggunakan media sosial sehari-hari dapat mengetahui bahwa dinas pariwisata kota medan akan menyelenggarakan kegiatan ini.
3. Saran kepada pemerintah Kota Medan dan juga dinas pariwisata kota medan adalah setiap even selain pameran kebudayaan even ini harus berisikan kegiatan yang bersifat memiliki daya tarik seperti perlombaan-perlombaan yang dikhususkan untuk umum bukan hanya golongan umur tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, (2015), “*metode penelitian kualitatif*”, Jakarta : Rajawali Pers
- Andi Asari, Dkk, (2023), “*Media Pembelajaran Era Digital*”, Yogyakarta : CV. Istana Agency
- Andri Kurniawan, Dkk (2022), “*Aplikasi Pembelajaran Digital*” Padang : PT. Global Eksekutif
- Anisatun Nurul Uluwiyah, (2022), “*Startegi Bauran Promosi Promotional Mix Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*” Depok : CV. Mulia Pustaka Utama.
- Arif Fakhruddin, Dkk, (2022), “*Bauran Pemasaran*”, Sleman : CV Budi Utama
- Hendra & Dkk(2023), “*Media Pembelajaran Berbasis Digital Teori dan Praktis*”, Jambi: SonPedia Publishing Indonesia.
- Marissa Grace Haque-fawzi, Dkk, (2022), “*Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi*”, Tangerang : Pascal Books
- Ngatno, (2017), “*Manajemen Pemasaran*” Semarang : E.F Press Digimedia
- Ridhahani, (2020), “*Metodologi Penelitian Dasar bagi mahasiswa dan peneliti pemula*”, Banjarmasin : Pascasarjana Uin Antasari
- Syafrida Hafni Syahir, (2022), “*Metodologi Penelitian*”, Bojonegoro: KMB Indonesia Tita Melia Milyane, Dkk, (2022) “*Penghantar Ilmu Komunikasi*”. Bandung : Widina Bhakti Persada Bandung
- Zuchri Abdusssamad, (2021), “*Metode Penelitian Kualitatif*”, Makasar:CV Syakir Media Pers
- Zuwirna, (2020), “*Dasar-Dasar Komunikasi*”, Jakarta : Kencana
- Peraturan Gubernur Sumatera Utara Nomor 35 Tahun 2017 Tentang Tugas, Fungsi, Uraian Tugas Dan Tata Kerja Dinas Kebudayaan Dan Parawisata Propinsi Sumatera Utara
- [https://:Kominfo.com](https://kominfo.com)
- Lubis, F. H., & Saleh, A. (2020). Konstruksi sosial pada prakti pemberdayaan masyarakat dalam program CRS. *Jurnal Intervensi Sosial dan Pembangunan (JISP)*, 1(1), 29-43
- Anshori, A., Rudianto, R., & Izharasya, J. R. (2023). Pemahaman literasi politik pemili pemula dalam upaya pencegahan informasi hoax pemilu 2024. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu komunikasi*, 7(2), 177-184.
- Saleh, A., Rudianto, R., Anshor, A., & Adhani, A (2021). Political communication n medan regional head election during the COVID-19 pandemic. *Jurnal ASPIKOM*, 6(1), 197-207.

Handwritten signature and date:
14/9 24

1. Bagaimana pelaksanaan event pesona colorfull medan?
2. apa saja yang menjadi target dinas pariwisata kota medan dengan adanya pelaksanaan event pesona colorfull medan?
3. apa saja manfaat dengan diadakannya event pesona colorfull medan bagi pariwisata di kota medan?
4. apa saja bentuk media yang digunakan oleh dinas pariwisata terkait dengan diselenggarakan event pesona colorfull medan?
5. dalam rangka apa saja event ini dilaksanakan oleh dinas pariwisata di kota medan?
6. keuntungan apa ya g telah diperoleh oleh dinas pariwisata dengan diselenggarakan event pesona colorfull medan?
7. apa saja saran dari dinas pariwisata terhadap masyarakat kota medan untuk membantu mempromosikan pariwisata kota medan?
8. media digital seperti apa yang digunakan oleh dinas pariwisata kota medan dalam mempromosikan pariwisata kota medan?
9. apakah dengan diadakannya event pesona colorfull medan, pariwisata kota medan meningkat?
10. Adakah kerugian yang dialami dalam pelaksanaan event pesona colorfull medan?



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila marjawa surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/1/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fislip.umsu.ac.id> fislip@umsu.ac.id [umsuMEDAN](https://www.facebook.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.youtube.com/umsuMEDAN)

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

Medan, 7 Juni 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 : DHIKAS AFIF FAHIAN
N P M : 2003110157
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
SKS diperoleh : 127,0 SKS, IP Kumulatif 3,53.

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Pemanfaatan media digital dinas pariwisata kota medan dalam mempromosikan event "Pesona Lolorpul Medan"	<u>✓</u> <u>7/6-24</u>
2	Pola komunikasi CV. karya BIAS Utama tdk dalam mengatasi komplain pelanggan di kota Medan.	
3	Peran komunikasi interpersonal bidan dalam memberikan informasi tahapan imunisasi pada orang tua balita klinik Rizki di medan.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

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

193.20-311

Pemohon,

(DHIKAS AFIF FAHIAN)

Medan, tanggal 7 Juni 2024

Ketua

Program Studi.....

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi.....

(Signature)
NIDN:

(Signature)
NIDN:



Agensi Kelayakan Malaysia
Malaysian Qualifications Agency



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi 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 SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 943/SK/IL3.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 : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M Tentang Panduan Penulisan Skripsi dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **07 Juni 2024**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut

Nama mahasiswa : **DHIKAS AFIF FAVIAN**
N P M : 2003110157
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DINAS PARIWISATA KOTA MEDAN DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT "PESONA COLORFUL MEDAN"**

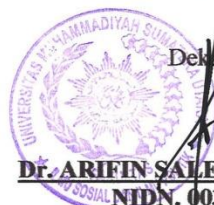
Pembimbing : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU Tahun 2021.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing skripsi sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 193.20.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul skripsi, pembimbing skripsi dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 07 Juni 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 30 Dzulqa'idah 1445 H
07 Juni 2024 M



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

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/IBAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022

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

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

fisip@umsu.ac.id

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

[umsu.medan](#)

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, Jum'at 30 Ags 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 : DHIKAS AEF FAVIAN
N P M : 2003110157
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 943.../SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024. tanggal 07 JUNI 2024 dengan judul sebagai berikut :

PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DINAS PARIWISATA KOTA MEDAN
DALAM MEMPRAMOSIKAN EVENT "PESONA COLORFUL MEDAN".

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

(PAZAL HENDRI WARS)

NIDN: 0121038202

Pemohon,

(DHIKAS AEF FAVIAN)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1560/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 04 September 2024
Waktu : 09.00 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
16	RINDI ANTIKA	2003110179	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	MANAJEMEN KOMUNIKASI PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN SEMANGAT KERJA JURNALIS MEDIA ONLINE DETIKSUMUT
17	DHIKAS AFIF FAVIAN	2003110157	CORRY NOVICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DINAS PARISWATA KOTA MEDAN DALAM MEMROMOSKAN EVENT "PESONA COLORFUL MEDAN"
18					
19					
20					

Medan, 28 Shafar 1446 H
02 September 2024 M

Delegasi

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

MOA

CS STARS

DRP-PT



UMSU
Unggul | Cordas | Terpercaya

Memperoleh surat akreditasi dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi

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/IBAN-PT/Ak.KPI/PT/XI/2022
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

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPS

Nama Lengkap : DHIKAS AUF FAVIAN
NPM : 2003110157
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Digital Dinas Pariwisata Kota Medan dalam mempromosikan event "Pesona Colorful Medan"

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	07-06-2024	Penetapan judul Skripsi	
2.	24-06-2024	revisi bab 1 Latar belakang	
3.	28-06-2024	revisi kategorisasi penelitian	
4.	19-08-2024	Acc Seminar proposal	
5.	06-09-2024	Revisi draft wawancara	
6.	14-09-2024	Acc draft wawancara	
7.	26-09-2024	Bimbingan bab 4 hasil wawancara	
8.	09-04-2025	Revisi bab 4 pembahasan	
9.	11-04-2025	Acc Sidang meja hijau	

Medan, 15 APRIL 2025



Ketua Program Studi,

(AKHYAR ANSHORIS, S.Sos., M.I. Kom.)
NIDN : 0127048401

Pembimbing,

(FARMAN HUSNAN LUBIS)
NIDN : 0121058202



Agensi Kelayakan Malaysia
Malaysia Qualifications Agency



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sik-10



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

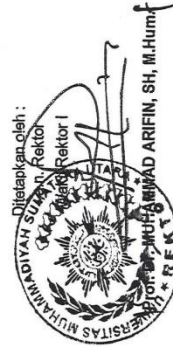
Nomor : 727/LUND/IL.3.AU/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 23 April 2025
Waktu : 09.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UNSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
26	HASIL	2003110233	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	OFINI PUSLIK PEMILIHAN KEPALA DAERAH SERENTAK TAHUN 2024 KOTA LHOEKSEUMAWE
27	ELVIA ANABELA	2003110137	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	MCDL KOMUNIKASI INTERAKSIONAL SALES CV. INDOTECH WATER DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN
28	AJI HAIKAL HASIBUAN	2003110278	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	KOMUNIKASI PELATIH DALAM MEWUJUDKAN KETANGGUHAN MENTAL ATLET BASKET DI AKADEMI BASKET MEDAN
29	DAFFA ALIF SYAM	2003110126	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	REPRESENTASI NILAI MORAL DALAM FILM PENDEK "PINJOL" KARYA IT'S DZEE DAN "PENAGIH HUTANG" KARYA NORTH FILM
30	DHIKAS AFIF FAVIAN	2003110157	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DINAS PARIWISATA KOTA MEDAN DALAM MEMROMOSIKAN EVENT "PESONA COLORFUL MEDAN"

Notulis Sidang :

1.



Ditandatangani oleh :

Rektor

Rektor I



Ketua

Sekretaris

Medan, 22 Syawal 1446 H
21 April 2025 M

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI., M.I.Kom



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Dhikas Afif Favian
Tempat/Tgl. Lahir : Medan, 18 Desember 2002
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Jl. Gaharu. Blok. F. No. 7
Anak ke : 1

Nama Orang Tua

Ayah : Budi Setiawan
Ibu : Kartika Sari
Alamat : Jl. Gaharu. Blok. F. No. 7

Pendidikan Formal

1. SD Muhammadiyah 02 Medan
2. SMP Pertiwi Medan
3. SMA Dharmawangsa Medan
4. Kuliah Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara