

**KOMUNIKASI DINAS PEMUDA OLAHRAGA
KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN
BATU BARA DALAM MENGEMBANGKAN
DESTINASI WISATA**

TUGAS AKHIR

Oleh:
MUHAMMAD REZZA FAHLEVY
NPM 1803110273

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**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 : MUHAMMAD REZZA FAHLEVY
NPM : 1803110273
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 28 Agustus 2025
Waktu : Pukul 08.15 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom (.....)

PENGUJI II : Assoc.Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.si (.....)

PENGUJI III : Dr.SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Ikom. (.....)

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 : MUHAMMAD REZZA FAHLEVY
NPM : 1803110273
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Komunikasi Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Batu Bara Dalam Pengembangan Destinasi Wisata

Medan, 19 Agustus 2025

Pembimbing

Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos, M.I.Kom
NIDN: 0112118802

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

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


Dekan

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

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **MUHAMMAD REZZA FAHLEVY**, NPM **1803110273**, 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, 20 Oktober2025

Yang Menyatakan,



MUHAMMAD REZZA FAHLEVY

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahillobbil'alaamiin segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan petunjuk dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Selanjutnya shalawat beriringkan salam penulis sampaikan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah menyampaikan ajaran Islam kepada seluruh manusia, sehingga dengan ajaran Islam manusia akan memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat bagi yang mengamalkannya.

Atas limpahan rahmat, karunia, kelapangan, serta kesempatan-Nya pula saya berhasil melalui tantangan dan hambatan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Komunikasi Dinas Kebudayaan, Pemuda Dan Olahraga Serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara Dalam Mengembangkan Destinasi Wisata di Kabupaten Batu Bara”.

Penulisan skripsi ini merupakan kewajiban bagi setiap mahasiswa yang akan mengakhiri masa kuliahnya pada setiap perguruan tinggi seperti halnya pada perguruan tinggi swasta Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Ucapan terimakasih penulis ucapkan sedalam-dalamnya kepada ibunda penulis tercinta Hayati AMK yang telah memberikan doa, nasehat, serta dukungan baik moral maupun materil kepada penulis selama proses perkuliahan sampai dengan penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini juga merupakan sebuah usaha yang sederhana yang disusun penulis untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat-syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Dengan kerendahan hati dan kesadaran penuh, penulis sampaikan bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu dengan penuh rasa terima kasih yang sebesar-besarnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Agussani M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara beserta para stafnya yang telah memberikan kontribusi pembangunan sarana dan prasarana dan program kampus selama mengikuti perkuliahan.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Abrar Adhani, S.Sos.,M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dra. Hj. Yurisna Tanjung, MAP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos.,M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos.,M.I.Kom selaku Sekretaris

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Dosen Pembimbing saya Bapak Dr. Sigit Hardiyanto, S.Sos, M.I.Kom yang telah berperan besar dalam memberikan banyak arahan dan bantuan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik saya sampai sekarang ini.
9. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu surat menyurat saya dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Bapak/Ibu staff Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian.
11. Mhammad Rezza Fahlevy selaku diri penulis sendiri, penulis ucapkan terimakasih karena sudah berjuang sejauh ini. Tetap semangat dan sehat selalu, doa orang tuamu selalu mengiringi setiap langkah perjalanan hidupmu. Kamu hebat dengan versi terbaik dirimu sendiri.
12. Keluarga besar yang mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Kepada Praka Andre Setiawan selaku saudara yang telah memberikan banyak bantuan kepada penulis.
14. Kepada keluarga besar sendiri terimakasih atas dukungan serta motivasi dan yang selalu berada di samping dalam perjalanan penulis.

15. Teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan support serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap semoga keikhlasan dan ketulusan dalam mendukung penyusunan proposal skripsi ini mendapatkan balasan dari Allah SWT. Saran dan kritik yang membangun sangat penyusun harapkan guna perbaikan pada penyusunan proposal skripsi ini. Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Medan, 06 Agustus 2025

Penulis

Muhammad Rezza Fahlevy

**KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN, PEMUDA DAN
OLAHRAGA SERTA PARIWISATA KABUPATEN DELI
SERDANG DALAM MENGEMBANGKAN DESTINASI
WISATA KABUPATEN BATU BARA**

MUHAMMAD REZZA FAHLEVY

1803110273

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi tentang strategi komunikasi pemasaran objek wisata di Kabupaten Batu Bara dimana strategi komunikasi pemasaran digunakan untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk di pasar 5 jenis promosi (bauran promosi) yaitu iklan (advertising), penjualan tatap muka (personal selling), promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat dan publisitas (publicity and public relation), serta pemasaran langsung (direct marketing). Khususnya di Kabupaten Batu Bara sendiri juga memiliki beberapa objek wisata yang sangat di minati oleh masyarakat. Peneliti mengambil salah satu objek wisata di Kabupaten Batu Bara untuk di teliti yaitu Pantai Perjuangan Desa Lalang dusun Mesjid Barat. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan pengunjungan ke Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Batu Bara dan Objek Wisata Pasar Kamu. Teknik analisis data yang digunakan ialah observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, Peneliti menyimpulkan bahwa strategi pamesaran yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata ialah menggunakan strategi BAS (Branding, Advertising, Selling), media yang digunakan dalam mempromosikan objek wisata Batu Bara menggunakan media cetak, media elektronik dan media online. Yang memiliki tujuan/target pasar yang jelas untuk setiap objek wisata yang mereka punya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Objek Wisata

ABSTRACT

This research is based on marketing communication strategies for tourist attractions in Batu Bara Regency, where marketing communication strategies are used to convey messages to the public, especially target consumers regarding the existence of products in the market. 5 types of promotion (promotional mix), namely advertising, face-to-face sales (personal sales), sales promotion, public relations and publicity, and direct marketing. Especially in Batu Bara Regency itself, it also has several tourist attractions that are very popular with the public. Researchers took one of the tourist attractions in Batu Bara Regency to examine, Pantai Perjuangan Batu Bara Desa Lalang. Using qualitative research methods by visiting the Department of Culture, Youth and Sports as well as Batu Bara Tourism and the Pasar Kamu tourist attraction. The data analysis techniques used are observation, interviews and documentation. Based on the research results, the researcher concluded that the marketing strategy used by the Department of Culture, Youth and Sports and Tourism is using the BAS (Branding, Advertising, Selling) strategy, the media used in promoting the Deli Serdang tourist attraction uses print media, electronic media and online media. Which has a clear goal/target market for each tourist attraction they have.

Keywords: Communication Strategy, Marketing Communication, Batu Bara Tourist Attraction

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	5
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II URAIAN TEORITIS	8
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Pengertian Komunikasi	8
2.2 Defenisi Perencanaan Komunikasi	10
2.3 Komunikasi Pariwisata.....	12
2.4 Komunikasi Organisasi	16
2.4.1 Pengertian Komunikasi Organisasi	16
2.4.2 Dimensi Komunikasi Organisasi.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	18
3.2 Teknik Pengumpulan Data	20
3.3 Teknik Analisa Data.....	21
3.4 Waktu dan Lokasi Penelitian	22
3.4.1 Waktu Penelitian	22
3.4.2 Lokasi Penelitian	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	24

4.1 Hasil Penelitian	24
4.2 Pembahasan.....	25
4.3 Dokumentasi Wawancara Penelitian.....	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	42

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data Perkembangan Wisatawan Kabupaten Batu Bara Tahun 2016-2022	2
Tabel 4.1 Data dan Identitas Narasumber	24
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Narasumber.....	25
Tabel 4.3 Agama Para Narasumber	25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Facebook Disbudporapar	36
Gambar 4.2 Instagram Disbudporapar	36
Gambar 4.3 Twitter Disbudporapar	37
Gambar 4.4 Youtube Disbudporapar	37
Gambar 4.5 Tik Tok Disbudporapar	38
Gambar 4.6 Dokumentasi Oleh Staff Dinas	39
Gambar 4.7 Dokumentasi Wawancara	39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata adalah fenomena kontemporer yang didasarkan pada kebutuhan akan kesehatan dan perubahan iklim, penghargaan yang sadar akan keindahan alam, dan terutama menumbuhkan rasa cinta kepada keindahan alam. Untuk memenuhi kebutuhan spiritual, bepergian sudah menjadi kebutuhan umum, tidak hanya bagi orang kaya tetapi bagi semua orang. Sifat rabun manusia, yang berarti bahwa mereka memiliki keinginan yang tak terbatas yang harus selalu dipenuhi. Sumber daya alam Indonesia sangat kaya dan beragam, dan masyarakat mempertimbangkan bagaimana mengelolanya untuk memenuhi kebutuhan manusia dan meningkatkan kesejahteraan social (Mardiyantoro, 2023).

Sejak UU No. 22 Tahun 1999, yang kemudian diubah menjadi UU No. 32 Tahun 2004, dan kemudian diubah kembali menjadi UU No. 23 Tahun 2014, otonomi daerah telah ditetapkan sebagai hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat lokal dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia (Azhari, 2023).

Menurut Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.26/UM.001/MKP/2010, pedoman umum untuk program nasional pemberdayaan masyarakat (PNPM) mandiri, desa wisata adalah kombinasi atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan

masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang sesuai (Yohana, 2019).

Dalam hal ini, setiap daerah otonomi memiliki hak untuk memanfaatkan dan mengembangkan potensi sumber dayanya sendiri. Pariwisata adalah salah satu sektor potensial yang dapat membantu pemerintah meningkatkan pendapatan daerah. Sektor ini telah mulai berkembang dan berfungsi sebagai trobosan pemerintah untuk meningkatkan ekonomi daerah. Setiap kabupaten/kota memiliki banyak objek wisata, beberapa di antaranya belum diketahui banyak orang tetapi sekarang dikenal oleh banyak orang. Masyarakat memiliki pandangan yang baik tentang pengembangan objek wisata ini. Salah satu contohnya adalah Pantai Perjuangan yang luas yang diberikan pemkab kepada Masyarakat untuk mengelola Pantai perjuangan dengan baik dan tidak ada lagi pemungutan liar serta harga makan yang sangat tidak wajar dan memberikan Kesan baik terhadap pengunjung Pantai perjuangan, sehingga citra atau nama baik wisata Pantai perjuangan baik dan terbangunnya kesejahteraan terhadap wisata tersebut.

Kabupaten Batu **Bara** memiliki total 42 tempat wisata. Pemerintah harus terus berupaya untuk mempertahankan dan mengembangkan bidang-bidang yang ada di Kabupaten Batu Bara, meskipun upaya pengembangan sektor wisata masih menghadapi beberapa kendala dan pengelolaan yang kurang optimal. Kurang optimal akan berdampak pada jumlah pengunjung. Data wisatawan yang datang ke Kabupaten Batu Bara dari tahun 2018 hingga 2022 ditunjukkan oleh pengurus Pantai (OK AMRI)

**Tabel 1. 1 Data Perkembangan Wisatawan Kabupaten Batu Bara
Tahun 2016-2022**

No.	Tahun	Jumlah
1	2016	210.000orang
2	2017	190.566 orang
3	2018	159.055 orang
4	2019	140.027 orang
5	2020	191.950 orang
6	2021	100.030 orang

Sumber: (OK AMRI)

Data di atas menunjukkan penurunan jumlah wisatawan yang mengunjungi tempat wisata Kabupaten Batu Bara dari tahun 2016 hingga 2021. Akibatnya, pemerintah dan penduduk lokal harus memperbaiki dan memperbarui tempat wisata ini. Dengan demikian, akan mengalami peningkatan, perkembangan, dan pembangunan ekonomi setiap tahunnya. Penurunan jumlah wisatawan disebabkan karena:

1. Adanya pemungutan liar kepada pengunjung dengan alasan berupa biaya kebersihan dan keamanan yang dilakukan oknum yang mengaku petugas wisata.
2. Harga makanan tidak sesuai dengan makanan yang dihidangkan pengunjung memesan makanan kepada penjual dan penjual membawakan menu makanan, dimenu tersebut tidak terlihat detail atau tidak dijumpai harga makanan dan minuman dimenu tersebut sehingga begitu dibayar harga tidak sesuai makanan dengan dihidangkan
3. Kurangnya fasilitas toilet di area wisata untuk para pengunjung, hal tersebut mengakibatkan kesusahan untuk berbisnis atau mandi, buang air kecil dan bab sehingga menjadi permasalahan yang belum teratasi.

4. Tempat parkir kendaraan kurang memadai dan kurang layak, hal tersebut mengakibatkan banyaknya kendaraan yang kehilangan helm atau sperpart kendaraan hilang dan tidak terpantau atau dijaga dengan baik.
5. Terdapat oknum yang memeras pengunjung atau pemalakan secara paksa dengan mengancam pengunjung, hal ini merupakan hal yang premanisme yang harus diberantas oleh pihak yang berwajib biar keamanan kenyamanan pengunjung tetap terjaga.
6. Kurangnya pengamanan di area wisata menyebabkan banyaknya kejahatan yang terjadi kepada pengunjung sehingga banyaknya hal yang tidak diinginkan terjadi seperti kehilangan handphone, dompet, sepeda motor.
7. Fasilitas atau akses menuju wisata kurang baik mengakibatkan banyaknya kendaraan susah melewati akses ke tempat wisata tersebut seperti bus pariwisata.
8. Tidak menjaga kebersihan Pantai dan sekitarnya terlihat kumuh berdampak kepada wisata yang penuh sampah dan kurang diperhatikan oleh pengelola Pantai sehingga Pantai tersebut terlihat sangat tidak nyaman bagi pengunjung.

Pariwisata berbasis masyarakat menekankan peran dan fungsi masyarakat setempat saat membangun wisata alam dan buatan manusia. Pariwisata berbasis masyarakat adalah alat untuk pembangunan masyarakat berdasarkan asas berikut: 1) Pelestarian lingkungan yang terjaga; 2) Kebanggaan masyarakat diakui; 3) Peran aktif anggota masyarakat di setiap aspek kehidupan; 4) Meningkatkan taraf hidup; 5) Membenarkan, mendukung, dan mempromosikan kepunyaan masyarakat atas pariwisata; 6). Menjaga dan melestarikan budaya dan keunikan local.

Tujuan wisata harus menguntungkan masyarakat, terutama jika pemerintah memperhatikan penataan masyarakat di sekitarnya. Untuk mendorong pemberdayaan sumber daya manusia yang kompeten, pemerintah memberikan bantuan ilmu dan modal melalui pelatihan, sekolah, dan bimbingan kewirausahaan. Ini terutama berlaku untuk penduduk di daerah wisata (Mardiyantoro, 2023).

Saat menyampaikan suatu ide atau gagasan, sangat penting untuk berkomunikasi dengan tepat sasaran. Menggunakan informasi untuk terhubung dengan lingkungan dan orang lain dikenal sebagai komunikasi. Jika komunikasi yang efektif dilakukan, keinginan akan dapat dicapai dan tidak akan terjadi kesalahan komunikasi. Kesalahan dalam proses komunikasi, baik dari sumbernya, medianya, maupun lingkungan di sekitarnya, menyebabkan masalah komunikasi muncul. Menurut Lasswell cara menjelaskan komunikasi yang efektif harus meliputi 5 unsur, yakni: komunikator (communicator, source, sender), pesan (message), media (channel, media), komunikan (communican, communicate, receiver, recipient), dan efek (effect, impact, influence) (Dhipa, 2023).

Kegiatan komunikasi banyak dipengaruhi oleh manajemen komunikasi yang digunakan. Sebaliknya, proses komunikasi pasti akan berdampak negatif jika tidak ada manajemen komunikasi yang baik. Tingkat keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai sasaran dan targetnya akan ditentukan oleh manajemen komunikasi yang baik (Yohana, 2019).

Dari perspektif komunikasi pemasaran, sebuah daerah diharapkan dapat menggunakan strategi yang tepat untuk menarik wisatawan atau pengunjung, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Agar menjadi tempat wisata yang kuat di benak orang, tempat tersebut harus memiliki reputasi dan kualitas yang kuat. Agar sebuah produk dapat terjual dengan baik di lapangan atau di pasaran, merek adalah bagian penting dari komunikasi pemasaran (Dhipa, 2023).

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang yang telah diuraikan, maka Penelitian ini berupaya memberikan penjelasan tentang komunikasi yang dilakukan Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Batu Bara berkomunikasi dalam mengembangkan destinasi wisata.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dimuat di atas, maka dapat dibuat rumusan masalah yang peneliti ambil adalah “Bagaimana komunikasi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara dalam mengembangkan destinasi wisata di Kabupaten Batu Bara”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk memberikan tentang gambaran tentang Komunikasi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Dalam Mengembangkan Destinasi Wisata Di Kabupaten Batu Bara. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

- a. Manfaat akademis diharapkan dapat memberikan perkembangan terhadap Metode Penelitian Kualitatif pada kajian Komunikasi pariwisata dan menambahkan ragam penelitian pola komunikasi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara sebagai bahan dan sumber refrensi bagi pembaca dan sebagai refrensi lainnya.

- b. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

- 1) Bagi Penulis

Dapat menambahkan wawasan dan pengalaman langsung dalam mengambil data dan informasi di Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara.

- 2) Bagi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Serta Pariwisata Kabupaten Batu bara dalam memberikan pelayanan yang baik dari segi komunikasi yang lebih efektif dalam mengembangkan destinasi Pariwisata di Kabupaten Batu Bara.

- 3) Bagi Pembaca Penelitian ini dapat memberikan manfaat pembaca untuk menambahkan wawasan dan mengetahui dan juga memahami tentang

komunikasi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Serta Pariwisata Kabupaten Batu Baradalam mengembangkan destinasi Pariwisata di Kabupaten Batu Bara.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai Latar Belakang, Komunikasi Pariwisata, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan juga Sistematika Penelitian.

BAB II: URAIAN TEORITIS

Bab ini membahas mengenai Komunikasi Pariwisata, Komunikasi Organisasi, Pariwisata dan Destinasi Wisata

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai Jenis dan Pendekatan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Lokasi dan Waktu Penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan selama melakukan penelitian.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berisikan simpulan dan saran

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Melihat komunikasi dari perspektif etimologis dan terminologis adalah dua cara untuk memahaminya secara umum. Secara etimologis, istilah "komunikasi" berasal dari bahasa Latin, "*communicatio*", yang berasal dari kata "*communis*", yang berarti "sama". Menurut pemahaman ini, komunikasi terjadi jika orang-orang yang terlibat di dalamnya memiliki pemahaman yang sama tentang apa yang sedang dikomunikasikan. Dengan kata lain, jika orang-orang yang terlibat di dalamnya saling memahami apa yang sedang dikomunikasikan, hubungan mereka bersifat komunikatif (Nurhadi, 2017).

Sebagai makhluk sosial, manusia selalu ingin berbicara satu sama lain, bertukar pikiran dan pendapat, berbagi pengalaman hidup, dan bekerja sama agar hidup di Bumi. Dalam sistem kemanusiaan, keinginan manusia dapat terwujud melalui interaksi-interaksi yang dilakukan oleh manusia. Ada banyak keinginan dan kebutuhan dalam aktivitas kehidupan manusia yang menunjukkan bahwa manusia mempunyai naluri untuk hidup bersama sesama manusia; ini termasuk kebutuhan untuk kasih sayang dan kepuasan, serta kebutuhan untuk diawasi (Lubis, 2020).

Menurut Terry dan Franklin, komunikasi adalah proses pertukaran informasi dan perasaan di antara dua atau lebih orang, yang penting untuk manajemen efektif. Sangat mungkin untuk berkomunikasi secara pribadi sebagai

cara untuk mempengaruhi seseorang karena alat indera kita dapat membantu mempengaruhi dan membujuk orang lain (Lubis, 2020).

Secara terminologis, komunikasi adalah proses menyampaikan pesan kepada orang lain. Menurut pengertian ini, komunikasi melibatkan banyak orang atau manusia, sehingga disebut sebagai komunikasi manusia (komunikasi manusia). Meskipun pengertian ini secara paradigmatis, banyak definisi yang diberikan oleh para ahli, namun satu hal yang dapat disimpulkan dari semua definisi itu adalah bahwa komunikasi adalah proses menyampaikan suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau menceritakan sesuatu (Nurhadi, 2017).

Menurut (Bungin, 2017) Komunikasi sosial adalah bagian dari sosialisasi. Kelompok sosial akan dilindungi melalui komunikasi sosial. Komunikasi sosial memberikan stabilitas dan tertib sosial. Komunikasi sosial mengkomunikasikan nilai-nilai lama dan baru yang diagungkan oleh suatu masyarakat. Kesadaran masyarakat tentang menjalin kehidupan bersama dengan orang lain dalam lingkungan tertentu dipupuk, dibangun, dan diperluas. Masalah sosial dapat diselesaikan melalui komunikasi sosial.

Salah satu aktivitas dasar manusia adalah berkomunikasi. Melalui komunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari di rumah, di tempat kerja, di pasar, di masyarakat, atau di mana saja mereka berada. Semua orang akan terlibat dalam komunikasi. Kehidupan manusia bergantung pada komunikasi. Komunikasi menyebabkan pengetahuan manusia berkembang setiap hari. Selain itu, masyarakat dan komunikasi adalah bagian dari

sistem sosial yang saling membutuhkan satu sama lain (ALHIDAYATULLAH, 2022).

Komunikasi didefinisikan sebagai "proses atau tindakan menyampaikan pesan (*message*) dari pengirim ke penerima melalui suatu medium (*channel*) yang biasanya mengalami gangguan (*noice*).\" Komunikasi harus membawa perubahan dan dilakukan dengan maksud (ALHIDAYATULLAH, 2022).

Selain memberikan informasi, komunikasi membuat komunikan berperilaku sesuai dengan harapan komunikator. Pemasaran dimulai dengan menyampaikan informasi tentang barang dan jasa kepada konsumen yang tepat. Ini memberi konsumen kesadaran tentang barang, jasa, atau layanan dan membantu mereka memutuskan untuk membeli barang yang ditawarkan. Komunikasi pemasaran adalah kombinasi dari studi komunikasi dan pemasaran. Dalam jangka waktu tertentu, komunikasi pemasaran adalah proses strategis untuk memilih, mengembangkan, melaksanakan, mengevaluasi, dan berkoordinasi dengan semua pemangku kepentingan organisasi (Haryono, 2022).

2.2 Definisi Perencanaan Komunikasi

Perencanaan adalah proses menetapkan tujuan perusahaan. Selanjutnya, berikan (artikulasikan) dengan jelas strategi dan taktik apa yang akan digunakan untuk mempengaruhi tujuan perusahaan, serta tindakan dan evaluasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Proses komunikasi pemasaran diperlukan untuk mencapainya (Puspita, 2019).

John Middleton (1978) menyatakan bahwa perencanaan komunikasi adalah proses penempatan sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan

organisasi. Sumber daya ini tidak hanya terdiri dari komunikasi interpersonal dan media, tetapi juga setiap kegiatan yang bertujuan untuk mengubah perilaku dan menumbuhkan keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam rangka menyelesaikan tugas-tugas yang dibebani oleh organisasi (Hutagaol, 2019).

Robin Mehall menyatakan bahwa perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menguraikan langkah-langkah komunikasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu; metode yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan tersebut; kepada siapa program komunikasi ditujukan; peralatan yang diperlukan; dan waktu yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut (Hutagaol, 2019).

Menurut Allan Hancock ada dua jenis perencanaan komunikasi: Perencanaan Komunikasi Strategik dan Perencanaan Komunikasi Operasional. Tipe pertama adalah kebijaksanaan komunikasi yang menetapkan alternatif untuk mencapai tujuan jangka panjang dan berfungsi sebagai dasar untuk perencanaan operasional jangka pendek. Perencanaan Komunikasi Operasional: Perencanaan komunikasi operasional adalah proses yang dilakukan oleh suatu organisasi atau lembaga pemerintah untuk menentukan strategi untuk mencapai tujuan mereka. perencanaan yang mengharuskan orang untuk melakukan hal-hal tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Perencanaan operasional komunikasi terdiri dari dua kategori: a. Perencanaan infrastruktur komunikasi (*hardware*) dan b. Perencanaan program komunikasi (*software*) (Nursholeha, 2020).

Perencanaan komunikasi menganalisis tiga aspek sistem terpadu: kebijakan pembangunan dan publik, sistem infrastruktur komunikasi, dan teknologi. Perencanaan komunikasi menggunakan elemen komunikasi seperti sumber, pesan, media, target sasaran, dan efek (sebuah perub) (Nurjanah, 2018).

Perencanaan komunikasi yang efektif akan menghasilkan model yang efektif untuk digunakan saat membuat kebijakan. Analisis masalah, analisis khalayak, rumusan tujuan, pemilihan media dan saluran komunikasi, rencana produksi media, rencana manajemen, dan evaluasi adalah langkah-langkah dalam perencanaan komunikasi sesuai dengan model Assifi French (Nurjanah, 2018).

2.3 Komunikasi Parawisata

Menurut (Bungin, 2017) Komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian utama yang menarik untuk dikembangkan. Bidang-bidang ini akan terus berkembang seiring dengan kompleksitas kajian komunikasi pariwisata. Bidang-bidang yang dimaksud adalah berikut dibawah ini:

1. Komunikasi Pemasaran Pariwisata: Istilah untuk komunikasi pemasaran pariwisata adalah komunikasi pemasaran pariwisata, atau TCM. Bidang TCM ini mengkaji komunikasi pemasaran secara keseluruhan. Kajian ini memberikan penjelasan tentang 4P, 7P, Komunikasi Campuran, dan Campuran Pemasaran tentang TCM. Ini adalah bidang yang secara menyeluruh membahas TCM dalam konteks teoritis dan praktis yang lengkap, tetapi tidak spesifik dalam konteks ahli.

2. Kajian tentang merek destinasi sebagai media dan pesan dalam komunikasi pemasaran, khususnya dalam pemasaran pariwisata, disebut merek destinasi.
3. Manajemen Komunikasi Pariwisata: Kajian ini membahas prinsip-prinsip manajemen komunikasi yang telah dilakukan dan diterapkan dalam bidang komunikasi pariwisata. Kajian ini membahas bagaimana manajemen diterapkan dalam bidang komunikasi pariwisata, termasuk memenej pemasaran pariwisata, destinasi, aksesibilitas, sumber daya manusia, dan kelembagaan pariwisata.
4. Komunikasi Transportasi Pariwisata: Komunitas pariwisata membutuhkan informasi tentang aksesibilitas ke destinasi wisata. Karena itu, informasi tentang cara mendapatkan transportasi ke tempat wisata adalah salah satu yang paling penting. Perhatian khusus di bidang ini sangat penting karena ini sangat penting dan mengambil hampir separuh perhatian mereka selama perjalanan.
5. Komunikasi Visual Pariwisata: Komunikasi visual pariwisata sangat menantang dalam hal desain grafis. Karena itu, bidang ini akan terus berkembang di masa depan, dengan fokus studinya pada pentas, komunikasi bisnis, seni, dan kebebasan kreatif. Komunikasi visual pariwisata adalah bagian dari studi konseptual konten komunikasi yang diterapkan pada industri kreatif yang menghasilkan barang dagangan seperti cinderamata dan oleh-oleh yang memiliki ikon lokal yang menarik dan menjadi merek pariwisata.

6. Komunikasi Online Pariwisata: Media online sangat penting untuk komunikasi pariwisata karena dapat digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk pemasaran. Saat ini, media online memiliki lima kemampuan: menyimpan atau mengupload data, mengolah data, mengeluarkan data (*download*), berkomunikasi, dan membuat gambar. Oleh karena itu, kelima kemampuan ini dipelajari dalam konteks komunikasi pariwisata.
7. *Public Relations* dan MICE: *Public relations* dan MICE adalah bidang yang sangat menarik dalam komunikasi pariwisata karena keduanya merupakan salah satu pintu masuk ke destinasi pariwisata. Karena itu, PR sangat penting untuk mengatur semua program MICE, mulai dari merencanakan dan merumuskannya hingga sponsorship, pemasaran, akomodasi, pelaksanaan, evaluasi, dan perenungan.
8. Riset Komunikasi Pariwisata: Komunikasi pariwisata adalah salah satu ujung tombak pengembangan kajian, dan karena itu, riset ini sangat diharapkan. Riset komunikasi pariwisata dapat mengambil subjek dari bidang-bidang kajian komunikasi pariwisata.

Komunikasi pariwisata tidak jauh berbeda dari komunikasi umum. Komunikasi pariwisata juga menekankan pada komunikator sebagai pengirim pesan, dan komunikator adalah lembaga, perusahaan, atau pihak yang memproduksi dan menyampaikan informasi yang berkaitan dengan pariwisata. Dalam konteks pariwisata, elemen pesan yang dimaksud adalah informasi yang berkaitan dengan pariwisata itu sendiri. Namun, dalam komunikasi pariwisata,

komunikasikan adalah individu atau masyarakat luas yang akan menerima pesan dari komunikator (Romadhan, 2023).

Komunikasi yang digunakan oleh pengelola pariwisata berbeda-beda tergantung pada situasi dan kondisi tempat wisata. Dalam komunikasi pariwisatanya, beberapa orang menekankan penggunaan media sosial, sementara yang lain menekankan iklan di media, atau brosur atau poster, dan sebagainya (Romadhan, 2023).

Berkaitan dengan masalah komunikasi pemasaran, juga perlu didefinisikan jenis modernnya, seperti komunikasi yang kreatif, emosional, inovatif, dan terintegrasi. Dengan kata lain, efektifitas adalah usaha intelektual dan sikap yang didasarkan pada usaha tersebut, yang selalu diukur untuk menjamin keberhasilan komersial (Haryono, 2022).

Namun, penting untuk diingat bahwa efektivitas adalah ukuran keberhasilan pasar dan produktivitas. Menurunkan biaya dan meningkatkan margin operasi adalah hasilnya. Sebaliknya, keberhasilan terkait dengan kemampuan organisasi untuk membuat pendekatan unik untuk menerima peluang bisnis melalui komunikasi dan pertukaran informasi. Konsep strategi promosi dekat dengan komunikasi. Promosi menggunakan berbagai jenis komunikasi, seperti periklanan, publisitas, komunikasi dari mulut ke mulut, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung (Haryono, 2022).

2.4 Komunikasi Organisasi

2.4.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Organisasi biasanya terdiri dari berbagai unit kerja atau departemen yang masing-masing memiliki tugas dan fungsi kerja, sehingga mereka harus berkomunikasi untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan saat melakukan pekerjaan mereka. Komunikasi organisasi didefinisikan sebagai menyampaikan dan menafsirkan pesan di antara unit komunikasi yang termasuk dalam suatu organisasi tertentu (BIDA, 2022).

2.4.2 Dimensi Komunikasi Organisasi

Menurut Lawrence D. Brennan (BIDA, 2022) komunikasi internal adalah proses di mana orang berbicara tentang ide dan pendapat secara vertikal dan mendatar sesuai dengan struktur organisasi, dan dilakukan oleh karyawan dan administrator perusahaan dalam upaya mencapai tujuan organisasi. Ini terjadi melalui komunikasi vertikal dan horizontal:

- a. Komunikasi vertikal adalah jenis komunikasi yang mengalir dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Komunikasi ke bawah membahas informasi tentang pembagian tugas kerja, biasanya berupa pengarahan atau instruksi, petunjuk, dan informasi kepada bawahan. Komunikasi ke atas membahas masalah dan memberikan saran. Selain itu, keluhan dari bawahan biasanya disampaikan melalui komunikasi ke atas.
- b. Komunikasi horizontal terjadi ketika pesan dikirim dan diterima secara mendatar antar anggota staf satu sama lain dan antara pegawai dan anggota staf lain yang merupakan pihak internal dari sebuah organisasi.

Penggunaan komunikasi horizontal yang tepat akan mempermudah koordinasi pekerjaan, memudahkan penyelesaian konflik, meningkatkan pemahaman personel, dan memberikan dukungan.

- c. Komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan organisasi dengan pihak luar disebut komunikasi eksternal. Komunikasi eksternal dapat didefinisikan sebagai pertukaran informasi dua arah yang dilakukan oleh pihak internal organisasi dengan individu yang tidak termasuk dalam organisasi, seperti pemegang saham, pemasok, stakeholder, dan sebagainya. Penerapan komunikasi eksternal didasarkan pada kebutuhan organisasi untuk beradaptasi dengan keadaan dan kondisi di luar organisasi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dapat menggunakan jenis penelitian kualitatif dan kuantitatif. Kedua jenis penelitian ini dapat memberikan wawasan yang komprehensif terkait dengan peran dan dampak komunikasi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dalam mengembangkan destinasi wisata di Kabupaten Batu Bara.

Penelitian kualitatif memungkinkan pemahaman mendalam tentang persepsi, pendapat, dan pengalaman stakeholder terkait. Metode wawancara, studi kasus, dan analisis konten dapat digunakan untuk mendapatkan pandangan yang mendalam tentang bagaimana komunikasi berperan dalam pengembangan destinasi wisata.

Pendekatan Penelitian ini akan menjelaskan secara rinci mengenai komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dalam konteks pengembangan destinasi wisata. Dengan penelitian yang dilakukan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami dan meningkatkan peran komunikasi dalam pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Batu Bara.

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka pemikiran merupakan kajian teoritis tentang bagaimana hubungan teori dengan berbagai konsep yang ada perumusan masalah. Kerangka pemikiran menjelaskan hubungan antara konsep atau variabel yang akan diteliti, Menyusun

jawaban sementara terhadap permasalahan yang melibatkan konsep yang diteliti. dengan kata lain dalam tahap kerangka konsep, peneliti telah berteori tentang gejala permasalahan yang akan diteliti. Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.3 Defenisi Konsep

Adapun definisi konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi pariwisata adalah komunikasi yang dilakukan oleh pengelola wisata dalam memberikan pesan pesan pariwisata dalam rangka memasarkan kegiatan yang mengacu pada pengelolaan destinasi wisata.
2. Komunikasi organisasi adalah proses pengambilan Keputusan yang didasarkan atas hasil yang diperoleh dari manajemen organisasi.
3. Destinasi wisata adalah tempat wisata yang menjadi referensi wisatawan dalam menentukan Lokasi wisata yang dituju.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi dalam penelitian ini digunakan untuk memudahkan peneliti untuk mendeskripsikan temuan data konkret untuk menjawab rumusan masalah yang diteliti. Adapun kategorisasi yang disajikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Konsep Teoritis	Kategorisasi
Komunikasi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara Dalam Mengembangkan Destinasi Wisata	1. Komunikasi Pemasaran Pariwisata 2. Pesan dalam komunikasi pemasaran 3. Manajemen Komunikasi Pariwisata 4. Komunikasi Transportasi Pariwisata 5. Komunikasi Visual Pariwisata 6. Komunikasi Online Pariwisata

3.5 Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara:

1. Wawancara dengan Pejabat Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga, serta Pariwisata: Melibatkan pejabat kunci yang terlibat langsung dalam perencanaan dan implementasi program pengembangan destinasi wisata. Pertanyaan dapat berkisar pada strategi komunikasi, program unggulan, dan evaluasi terhadap hasil yang telah dicapai.
2. Wawancara dengan pelaku pariwisata lokal: Melibatkan pemilik usaha pariwisata, pengelola homestay, dan pihak terkait lainnya. Fokus wawancara dapat diberikan pada dampak program komunikasi terhadap partisipasi mereka dalam pengembangan destinasi.
3. Wawancara dengan pemuda dan masyarakat lokal: Mendapatkan pandangan langsung dari pemuda dan masyarakat terkait peran serta mereka dalam program pengembangan destinasi wisata serta persepsi mereka terhadap komunikasi dari pemerintah.

b. Observasi:

Dalam penelitian ini Observasi yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung di lokasi destinasi wisata, acara kebudayaan, atau kegiatan olahraga yang menjadi fokus pengembangan. Observasi ini dapat memberikan pemahaman lebih dalam tentang interaksi masyarakat dan wisatawan.

c. Dokumentasi

Selain observasi dan wawancara, peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi seperti mengambil gambar, tulisan dan dokumen-dokumen lainnya. Dokumentasi digunakan untuk sebagai alat bukti keterangan penelitian yang dilakukan.

3.3 Teknik Analisa Data

Analisis data adalah metode yang digunakan untuk menyusun data yang dikumpulkan selama penelitian secara sistematis dan terorganisir, menjabarkan data pada setiap kategori yang sesuai, menyusun dan akhirnya mengidentifikasi data mana yang penting dan mana yang tidak penting. Setelah itu, kesimpulan dirangkum untuk menjadi lebih mudah dipahami.

Salah satu dari banyak metode yang telah dipelajari untuk menganalisis data adalah analisis model interaktif, yang terdiri dari tiga tahapan dan mencakup:

1. Reduksi data:

Reduksi data adalah proses mengolah data dengan menyusun data yang telah dikumpulkan dan di pilih berdasarkan pertanyaan yang telah disusun

didalam pedoman wawancara sehingga hanya data yang penting yang dapat dikontrol menjadi temuan penelitian.

2. Penyajian Data:

Data adalah kumpulan informasi yang telah disusun secara sistematis dan disajikan dalam bentuk kesimpulan. Tujuan penyajian data adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang masalah yang sedang diteliti.

3. Verifikasi data adalah tahapan terakhir, di mana data yang telah disimpulkan sebelumnya digunakan untuk menentukan maknanya. Selama awal perjalanan ke lokasi penelitian, verifikasi dapat dilakukan tanpa berhenti.

3.4 Waktu dan Lokasi Penelitian

3.4.1 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini direncanakan untuk dilaksanakan selama periode tertentu yang memadai untuk mengumpulkan data yang representatif dan mengamati perkembangan dalam pengembangan destinasi wisata. Rencananya, waktu penelitian dapat dibagi menjadi beberapa tahap, termasuk:

- a. Tahap Persiapan (1 bulan): Menetapkan kerangka kerja penelitian, Menyiapkan instrumen penelitian, termasuk kuesioner, panduan wawancara, dan alat pengumpulan data lainnya, Mendapatkan izin dan dukungan dari pihak berwenang di Kabupaten Batu Bara.
- b. Tahap Pengumpulan Data (2-3 bulan): Melakukan survei dan wawancara dengan berbagai masyarakat, termasuk penjual makan dipantai perjuangan,

Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata, pelaku pariwisata lokal, pemuda, dan masyarakat umum.

- c. Mengumpulkan data sekunder terkait program dan kegiatan yang dilakukan oleh instansi terkait.
- d. Tahap Analisis Data (1-2 bulan): Menganalisis data kualitatif dan kuantitatif yang telah dikumpulkan, mengidentifikasi pola, temuan, dan kesimpulan dari data penelitian.
- e. Tahap Penyusunan Laporan (1 bulan): Menyusun laporan hasil penelitian yang mencakup temuan, analisis, dan rekomendasi, Memeriksa dan mengkaji ulang keseluruhan laporan untuk memastikan keakuratan dan keberlanjutan temuan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam pemahaman tentang bagaimana komunikasi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata memengaruhi pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Batu Bara.

3.4.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini terfokus di Kabupaten Batu Bara Utara, Indonesia. Kabupaten Batu Bara dipilih karena memiliki potensi wisata yang beragam, mencakup warisan budaya, kegiatan pemuda, olahraga, dan sektor pariwisata yang terus berkembang. Dalam penelitian ini, penekanan akan diberikan pada upaya komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dalam mengembangkan destinasi wisata di wilayah tersebut.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata yang terletak di Pantai Perjuangan, Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara. Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis mengambil data dari hasil wawancara akan di analisis serta dijelaskan dalam bentuk narasi. Pertanyaan yang di ajukan kepada informan sesuai dengan agenda wawancara yang sebelumnya sudah di tetapkan.

Penelitian ini berisi narasi hasil wawancara dari 5 narasumber secara langsung, yang terdiri dari tiga orang dari Masyarakat dan pengelola Pantai Perjuangan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Batu Bara. Adapun jumlah Narasumber yang penulis wawancarai sebanyak 5 orang. Berikut tabel 4.1 berisi identitas narasumber yang telah diwawancarai oleh penulis

Tabel 4.1 Data dan Identitas Narasumber

No	Nama	Jabatan
1	Amran	Penjual Makanan Dan Menyediakan Pondok
2	Nurjannah Pandini S.Pd	Bendahara Pantai Perjuangan
3	Muhammad Hafiz	Kepala Pemuda Setempat
4	OK Amri	Sebagai Pengurus Pantai Perjuangan
5	Hayati AMK	Bidan Kampung

Sumber: Hasil Penelitian 2023

Pada tabel 4.2 terdapat jenis kelamin narasumber. Berikut adalah data jenis kelamin narasumber:

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Narasumber

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	3
2	Perempuan	2
	Jumlah	5

Sumber: Hasil Penelitian 2023

Pada tabel 4.3 terdapat agama dari para narasumber. Berikut adalah agama para narasumber:

Tabel 4.3 Agama Para Narasumber

No	Agama	Jumlah
1	Islam	5
2	Kristen	-
3	Budha	-
4	Konghucu	-
5	Hindu	-
	Jumlah	5

4.2 Pembahasan

Berikut ini pembahasan penelitian dari wawancara langsung bersama Kepala Bidang dan Tim Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Untuk mengetahui bagaimana Komunikasi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara dalam Mengembangkan Destinasi Wisata di Batu Bara, dapat dilihat pada hasil wawancara berikut ini.

Peneliti menanyakan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan judul yang diangkat pada penelitian ini:

Pertanyaan pertama peneliti, Bagaimana pendapat anda mengenai komunikasi antara Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dengan pelaku destinasi wisata di Kabupaten Batu Bara, Narasumber Nurjannah Pandini s.pd menjawab:

“komunikasi yang dilakukan kepada destinasi wisata berjalan dengan baik, selalu melakukan perbaikan dan pembaruan untuk selalu mengembangkan kembali destinasi wisata agar para wisatawan dapat menikmati suasana tanpa adanya keluhan, banyaknya pengunjung juga sebagai daya tarik warga luar daerah berantusias pesat melihat destinasi wisata ini karena Dinas Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Serta Pariwisata Kabupaten batu Bara merupakan wadah dan pembinaan bagi pelaku destinasi wisata yang ada di Kabupate Batu Bara.”

Dalam hal ini dijelaskan informan Nurjannah Pandini S.Pd bahwa Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dengan pelaku destinasi wisata di Kabupaten Batu Bara melakukan komunikasi dengan baik sehingga hasil akhir selalu ada pembaruan dalam destinasi wisata untuk menarik pengunjung baik warga dalam daerah maupun luar daerah. Hal ini tampak terlihat dengan hasil survey beberapa persen banyaknya pengunjung dalam destinasi wisata.

Pertanyaan kedua, Apakah aksesibilitas dan fasilitas destinasi wisata SDA di Kabupaten Batu Bara sudah optimal? Narasumber Nurjannah Pandini menjawab:

“Aksesibilitas dan juga fasilitas pada tempat wisata yang ada di Kabupaten Deli Serdang sedang menuju proses optimal. Namun belum semua destinasi wisata dapat dikatakan berjalan secara optimal dikarenakan adanya beberapa hal fasilitas yang dikelola oleh masyarakat sendiri. Menilik kembali dengan banyaknya pengunjung, maka pihak kedinasan terus melakukan upaya dengan merevisi segala sesuatu yang kurang baik terutama yang mencakup fasilitas dan juga aksesibilitas yang dikelola untuk mendapatkan hasil yang baik sesuai dengan tujuan dan harapan Dinas Pariwisata Kabupaten Batu Bara selama ini”

Dalam hal ini menyikapi jawaban yang dijelaskan oleh informan Nurjannah Pandini S.Pd, artinya aksesibilitas dan juga fasilitas yang tersedia pada destinasi wisata SDA yang ada di Kabupaten Batu Bara sedang dalam proses untuk menuju optimal. Namun masih ada beberapa destinasi wisata yang belum

dapat dikatakan optimal baik secara fasilitas maupun aksesibilitas, hal itu dikarenakan masih adanya destinasi wisata yang dikelola oleh masyarakat sendiri. Namun Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata tidak diam menanggapi hal tersebut, mereka terus melakukan revisi terhadap segala sesuatu yang dilihat kurang memadai terkhusus mengenai fasilitas dan juga aksesibilitas pada destinasi wisata yang ada di Kabupaten Batu Bara. Hal tersebut juga dilakukan karena melihat antusias warga lokal yang mengarahkan pihak terkait belajar lebih banyak dalam menyediakan kelengkapan fasilitas serta aksesibilitas destinasi wisata SDA.

Pertanyaan ketiga, Bagaimana cara komunikasi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dalam melakukan pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Batu Bara? Narasumber Ahmad Dailani menjawab:

”Upaya komunikasi yang dilakukan Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata yaitu dengan melakukan Monitoring dan juga Pengembangan Pelatihan Sosialisasi di 134 destinasi pariwisata yang ada di Kabupaten Batu Bara dan sudah pasti melibatkan masyarakat sekitar destinasi wisata tersebut. Tujuannya adalah untuk mendengar masukan dan keluhan masyarakat sekaligus memberikan pelatihan kepada masyarakat yang juga menjadi pelaku ekonomi disekitar tempat wisata. Hal itu dilakukan dalam bentuk pengembangan seluruh destinasi wisata yang ada di Kabupaten Batu Bara”

Dalam hal ini dijelaskan oleh informan Ahmad Dailani dalam menyikapi pertanyaan tersebut adalah, informan mengatakan bahwa upaya yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara untuk melakukan pengembangan destinasi yang ada di Kabupaten Batu Bara adalah dengan cara monitoring dan juga melakukan pengembangan pelatihan serta

sosialisasi yang melibatkan masyarakat sekitar destinasi wisata yang ada. Kegiatan tersebut dilakukan pada 134 titik destinasi pariwisata yang ada di Kabupaten Batu Bara dan hal itu dilakukan dengan tujuan untuk mendengar masukan dan keluhan masyarakat sekitar untuk mendukung kinerja Dinas Pariwisata dalam mengembangkan destinasi wisata yang ada. Kegiatan juga dilakukan sesuai dengan proses pengumpulan data secara rutin untuk mengukur kemajuan serta mengevaluasi penilaian efektifitas program pada akhir periode yang bertujuan mendapatkan umpan balik bagi kebutuhan program yang sedang berjalan untuk mengetahui kesenjangan antara perencanaan dan target.

Pertanyaan keempat, Bagaimana manajemen Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Serta Pariwisata dalam membangun dan meningkatkan jumlah wisatawan yang ada di Kabupaten Batu Bara? Narasumber Muhammad Hafiz menjawab:

“Untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan khususnya di Kabupaten Batu Bara, maka dilakukannya promosi objek wisata kemudian juga sosialisasi, monitoring, dan juga peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat dalam pengembangan wisata di Kabupaten Batu Bara. Semua kegiatan tersebut dianggap sangat penting untuk membangun dan juga meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Sesuai dengan rencana di awal, dimana Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Serta Pariwisata terus melakukan revisi di berbagai bidang, termasuk mengembangkan jumlah kunjungan dengan tujuan untuk mengembangkan wisata yang ada di Batu Bara”

Dalam hal ini dijelaskan informan Muhammad Hafiz bahwa, upaya yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dalam membangun dan meningkatkan jumlah wisatawan yang ada di Kabupaten Batu Bara adalah dengan melakukan promosi pada seluruh objek wisata yang ada.

Tidak lupa juga melakukan sosialisasi, monitoring dan meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat untuk menghasilkan hasil yang diinginkan selama ini. Hal tersebut juga dilakukan agar target pemasaran tercapai sehingga jumlah pengunjung wisatawan setiap periode akan mengalami peningkatan sesuai dengan target. Banyak cara yang dilakukan dalam proses pemasaran kepada para pembaca yang hidup di zaman generasi-Z yakni dengan beberapa media whatsapp, tiktok, instagram dan sebagainya. Memahami banyaknya kegunaan yang didapat dalam proses pemasaran maka narasumber juga harus lebih teliti dan epik dalam menggunakan media internet seperti sekarang agar tidak terjadi penyalagunaan.

Pertanyaan kelima, Bagaimana cara pelaku usaha di bidang wisata bekerja sama dengan pemerintah Batu Bara? Narasumber Nur Annisa Matondang menjawab:

“Para pelaku usaha yang ada di daerah destinasi wisata Kabupaten Batu Bara selalu berkoordinasi secara terus menerus. Koordinasi tersebut antara pihak pengelola destinasi wisata dengan pihak pemerintah khususnya Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara. Dimana diketahui bersama bahwa dengan cara berkoordinasi, maka kedua belah pihak dapat menghasilkan komunikasi yang baik. Koordinasi sendiri bertujuan untuk memberikan informasi kepada pelaku usaha mengenai lokasi, kegiatan dan hal-hal lain yang cocok agar kegiatan di sekitar destinasi wisata dapat dilaksanakan dengan keselarasan yang semestinya”

Dalam hal ini dijelaskan oleh informan Amran mengenai cara berkoordinasi pihak pengelola destinasi wisata dengan pihak pemerintah yaitu dengan terus dilakukannya koordinasi secara berulang dengan tujuan agar tidak terjadinya *miss communication* atau kesalah pahaman antara pelaku usaha dengan pemerintah. Upaya terus dilakukan pihak narasumber agar destinasi wisata terus mengalami peningkatan setiap periodenya. Kesempatan emas untuk narasumber

yang dapat secara langsung berkoordinasi dengan pihak pemerintah sekaligus mengenalkan secara menyeluruh target pemasaran destinasi wisatanya. Koordinasi yang dilakukan juga bertujuan untuk memberikan informasi kepada pelaku usaha terkait lokasi, kegiatan yang dilakukan serta lainnya yang cocok agar kegiatan yang berlangsung disekitar lokasi wisata dapat dilaksanakan dengan adanya keselarasan sesuai yang diharapkan oleh kedua belah pihak.

Pertanyaan keenam, Apa saja yang didapat pemerintah dari pelaku usaha wisata yang ada di Kabupaten Batu Bara? Narasumber Amran menjawab:

“Berbicara mengenai apa saja yang didapat oleh Pemerintah Kabupaten Batu Bara terkait dengan adanya pelaku usaha disekitar destinasi wisata adalah PAD Pendapatan Asli Daerah. Dan PAD di Dinas Pariwisata terbagi atas tiga (3) yaitu Restoran, Hiburan, dan Hotel. Dapat ditarik kesimpulan bahwa ketiga kegiatan dan bentuk usaha tersebut sangat berpengaruh dengan pendapatan pemerintah. Pada tahun 2023, Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang didapat berjumlah sekitar 23 milyar dan hasil tersebut hanya dari bentuk usaha berupa restoran. Diketahui ketiga nya saling berhubungan dan di harapkan dengan kegiatan pemerintah yang sampai saat ini tetap merevisi untuk mengembangkan destinasi wisata yang ada maka pendapat yang akan di dapatkan kedepannya pasti juga akan mengalami peningkatan.”

Dalam hal ini dijelaskan informan Amran, dimana Pendapatan Asli Daerah (PAD) Dinas Pariwisata saat ini paling besar di dapat dari kegiatan usaha dalam bentuk restaurant. Bahkan di tahun 2023, Pemerintah Kabupaten Amran memiliki pendapatan 23 milyar hanya dari restaurant saja. Namun, pemerintah sampai saat ini tetap melakukan kegiatan pengembangan destinasi wisata dengan merevisi segala sesuatu yang kurang untuk mendapatkan hasil yang optimal dan juga untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pemerintah Kabupaten Batu Bara juga sangat sadar jika ketiga hal tersebut saling berkaitan, sehingga ketiga hal

tersebut dianggap penting dan dijadikan sebagai sumber pendapatan daerah. Segala bentuk upaya pemerintah bertujuan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah sehingga memperoleh harapan memperlancar jalannya pembangunan dan pemerintah daerah. Hal ini sesuai dengan potensi daerah sebagai bentuk perwujudan terbaik dari destinasi wisata.

Pertanyaan ketujuh. Bagaimana bentuk komunikasi yang anda lakukan untuk mengajak wisatawan asing berkunjung destinasi wisata yang ada di Kabupaten Batu Bara? Narasumber Ok Amri menjawab:

“Upaya yang dilakukan untuk mengajak orang-orang berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Kabupaten Ok Amri adalah dengan membuat video terkait wisata yang tersedia. Kemudian video-video tersebut di upload dan disebarluaskan di media sosial. Tujuannya adalah untuk menciptakan daya tarik orang-orang yang melihat video tersebut sehingga memutuskan mereka untuk berkunjung ke Kabupaten Batu Bara. Selain itu, ingin memperlihatkan ke semua orang bahwa Kabupaten Batu Bara juga sangat banyak memiliki tempat berwisata yang potensial dan wajib dikunjungi. Mengingat Kabupaten tersebut merupakan salah satu Kabupaten terbesar di Provinsi Sumatera Utara. Kemudian ikut mempromosikan destinasi wisata dengan cara memasarkan wisata tersebut dengan membuat paket-paket destinasi wisata seperti Adventure, Kuliner, Budaya, dan Religi”

Dalam hal ini dijelaskan informan Tarisa Paradita terkait bagaimana cara menarik perhatian pengunjung yang dilakukan narasumber adalah dengan berbagai cara dan salah satunya adalah ikut mempromosikan seluruh destinasi wisata yang ada di Kabupaten Batu Bara. Banyak sekali bentuk promosi yang bisa dilakukan, seperti hal nya membuat video terkait objek wisata yang harus di kunjungi. Tidak dapat dipungkiri bahwa Kabupaten Batu Bara sendiri merupakan salah satu Kabupaten terbesar yang ada di Provinsi Sumatera Utara. Sehingga Kabupaten ini memiliki berbagai destinasi wisata yang potensial dan menarik.

Media sosial merupakan wadah yang paling penting untuk mempromosikan wisata-wisata tersebut, terlebih hampir semua orang saat ini bermain media sosial. Seperti yang disebutkan narasumber yaitu dengan memanfaatkan media internet seperti membuat video terbaiknya agar dilirik warga lokal bahkan wisatawan asing. Tak hanya itu, menawarkan berbagai paket wisata juga dinilai efektif untuk menarik hati para orang-orang yang mengetahui informasi tersebut. Pemasaran dengan mengandalkan media internet dengan penggunaan *tik tok*, *facebook*, dan *instagram* ini membuat akselerasi cepat ke mancanegara dalam hitungan menit dengan info-info terupdate.

Pertanyaan kedelapan, Kegiatan apa saja yang ada di Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara Khususnya di bidang? Narasumber Hayati Amk menjawab:

“Berbicara mengenai kegiatan yang rutin dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Batu bara untuk mencapai target pemasaran adalah, aktif melakukan kegiatan pemasaran atau promosi. Seperti yang sudah dijelaskan diatas, promosi yang dilakukan sangat beragam sekali. Mulai dari berbentuk video objek wisata, menawarkan berbagai paket wisata, melakukan event dan juga tidak lupa melibatkan berbagai stackholder dan juga mengikutsertakan seluruh lapisan masyarakat untuk ikut bersama-sama mempromosikan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Batu Bara”

Dalam hal ini dijelaskan oleh informan Tarisa Paradita dengan adanya target pemasaran yang terus dilakukan agar mengalami peningkatan destinasi wisata. Kegiatan yang mendukung khususnya di bidang PAREKRAF seperti melakukan langsung event yang melibatkan *stackholder*, masyarakat ataupun melakukan promosi pemasaran target marketing kemudian juga pembuatan video menarik terkait objek wisata yang harus dikunjungi. Kegiatan pemasaran tersebut

tidak henti-hentinya dilakukan guna untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Batu Bara dan juga untuk meningkatkan pendapatan daerah tersebut. Bahkan sampai saat ini Pemerintah Kabupaten Batu Bara merangkul banyak pihak, terkhusus anak muda kreatif seperti Tarisa untuk mendorong kemajuan wisata yang ada di Batu Bara.

Pertanyaan kesembilan, apakah yang menjadi tantangan bagi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dalam menjalankan kegiatan dan aktifitasnya? Narasumber Hayati Amk menjawab:

“Berbicara mengenai tantangan, segala sesuatu yang akan dikerjakan baik di Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata maupun kedinasan lain yang berhubungan dengan masyarakat pasti akan mengalami berbagi tantangan. Hal tersebut tergantung bagaimana kita menyikapi tantangan tersebut. Untuk saat ini, stakeholder adalah tantangan terbesar bagi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata. Karena kedinasan harus melakukan peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) secara terus-menerus untuk mengembangkan dan mempermudah berkembangnya destinasi di Kabupaten Batu Bara. Stakeholder yang bersebrangan dengan Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata menjadi tugas besar pihak-pihak terkait untuk menyelesaikan tantangan tersebut. Hal tersebut semakin membuat yakin jika sosialisasi, koordinasi dan juga pelatihan merupakan kegiatan yang dinilai efektif untuk mengurangi tantangan-tantangan seperti itu”.

Dalam hal ini dijelaskan oleh informan Hayati Amk bahwa segala sesuatu yang berhubungan dengan masyarakat atau yang dikenal dengan *stackholder* adalah suatu tantangan terbesar bagi suatu instansi maupun perseorangan. Namun hal itu tidak membuat Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata diam, melainkan semakin banyak mencari jalan keluar yang dianggap bisa merangkul seluruh stakeholder yang ada untuk sama-sama merasakan keuntungannya. Banyak sekali kegiatan yang dilakukan pemerintah daerah untuk

menyelesaikan tantangan seperti itu, misalnya saja melakukan peningkatan SDM dengan diadakannya pelatihan, kemudian sosialisasi dan juga melakukan koordinasi antara pemerintah dengan stakeholder. Walaupun faktanya, masih banyak masyarakat yang kurang antusias mengembangkan destinasi wisata dan mereka hanya *start* pada pemikiran awal yang fokus pada pembuatan video saja tanpa adanya pembaruan ataupun revisi perbaikan dalam destinasi wisata.

Pertanyaan kesepuluh, Berikan saran Bapak/Ibu untuk Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara untuk memajukan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Batu Bara. Narasumber Lisa Maulida menjawab:

“Saran yang ingin disampaikan ialah, harus terus melakukan pengembangan, inovasi, dan evaluasi sehingga daya tarik masyarakat di dalam maupun luar daerah Kabupaten Batu Bara untuk mengunjungi destinasi wisata dapat meningkat dan bertahan. Kemudian juga harus sama-sama berkomitmen bagi semua pelaku usaha wisata untuk meningkatkan kenyamanan khususnya untuk pengunjung yang datang berwisata. Kedepannya juga ingin sekali memiliki salah satu destinasi wisata unggulan yang menjadi ciri khas Kabupaten Batu Bara dan membuat orang sangat tertarik untuk berwisata di Kabupaten ini. Dan yang terpenting harus meningkatkan SDM yang ada di Kabupaten Batu Bara. Karena bagaimanapun semua itu harus di benahi dari karakter dan tingkah laku masyarakat kita sendiri”.

Dalam hal ini dijelaskan informan Hayati Amk terkait saran yang ingin disampaikan yaitu terus melakukan pengembangan khususnya pengembangan sumber daya manusia yang ada di Kabupaten Batu Bara. Komitmen bagi semua pelaku usaha untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung juga harus terus dilakukan karena mengingat itu semua berdampak dan akan kembali ke masyarakat Batu Bara lagi. Sampai saat ini juga sedang diusahakan agar Batu

Bara memiliki satu destinasi wisata unggulan yang dapat dikenal oleh masyarakat luas dan menjadi ciri khas dari Kaabupaten Batu Bara.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Komunikasi Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Serta Pariwisata Batu Bara Dalam Mengembangkan Destinasi Wisata Di Kabupaten Batu Bara, peneliti menarik kesimpulan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara sudah cukup bagus karena melibatkan banyak pihak. Selain itu, Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara juga sudah cukup optimal melakukan pengembangan destinasi wisata dengan melakukan berbagai kegiatan yang bermanfaat. Diketahui sampai sekarang, pemerintahan Kabupaten Batu Bara juga turut andil dalam pelatihan dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk ikut membantu perkembangan destinasi wisata tersebut

Pemerintah sangat yakin, SDM adalah kunci awal terbentuknya komunikasi yang baik sehingga dapat menghasilkan tujuan yang sama dan Bersama-sama mewujudkan Kerjasama yang baik. Kegiatan promosi wisata juga dilakukan dengan melibatkan Duta Pariwisata Kabupaten Batu Bara, dimana yang bersangkutan juga memanfaatkan media massa sebagai wadah promosinya. Tak hanya itu, berbagai event berbaur wisata juga gencar dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara

5.2 Saran

Selain kessimpulan, peneliti juga ingin memberikan saran berupa:

1. Lebih sering mengadakan kegiatan/event yang dapat menarik perhatian publik dan tetap mengutamakan promosi wisata dan kebudayaan yang ada.
2. Memberikan keterampilan bagi seluruh Staff Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata dalam komunikasi dua arah kepada pihak-pihak terkait agar setiap kegiatan yang akan dilaksanakan dapat berjalan dengan baik dan benar.
3. Aktif dengan perkembangan trend yang ada di social media sebagai strategi promosi. Harus selalu mengevaluasi setiap kegiatan yang berlangsung dan tetap jaga nama baik Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Batu Bara.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhidayatullah. (2022). Metode Komunikasi Inter Personal Pada Pelayanan Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan Listrik Negara (Persero) Rayon Takengon Kabupaten Aceh Tengah (Studi deskriptif keluhan tarif listrik di kampung Bebesen). *Jurnal TELANGKE, Vol 4 No 1 Januari 2022*, 01-15.
- Azhari, B. A. (2023). Peran Pemerintah Kabupaten Batu bara Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Daerah Melalui Sektor Pariwisata . *Jurnal Akuntansi AKTIVA, Vol. 4, No. 1, 2023*.
- Bida, S. S. (2022). Komunikasi Organisasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara Dalam Upaya Pengembangan Pariwisata. *Jurnal Administrasi Publik*.
- Bungin, B. (2017). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destination*. Jakarta: Kencana.
- Dhipa, A. Y. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.
- Fajriani. (2023). Peran Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Membangun Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Aceh Barat. *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial-Volume 9 Nomor 1*.
- Hutagaol, A. A. (2019). Perencanaan Komunikasi Indonesian Youth Educate And Social Dalam Mengimplementasikan Program I-Yes. *Jom Fisip Vol. 6: Edisi I Januari – Desember 2019*.
- Lubis, M. S. (2020). Komunikasi Antarpribadi Guru Dan Siswa Dalam Mencegah Kenakalan Remaja. *Jurnal Network Media Vol: 3 No. 1*.
- Mardiyantoro, C. (2023). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pariwisata. *Jurnal Soshum Insentif*.
- Nurhadi, Z. F. (2017). Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian-ISSN: 2461-0836*.
- Nurjanah. (2018). Perencanaan Komunikasi Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Dakwah Risalah*.
- Nursholeha, N. (2020). Perencanaan Komunikasi Dinas Sosial Kota Cirebon. *Prosiding Hubungan Masyarakat*.

- Puspita, A. (2019). Perencanaan Komunikasi Pemasaran (Studi Pada Pt.Rizma Tour & Travel Banjarmasin). *Mutakallimin; Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Yohana, N. (2019). Manajemen Komunikasi Dinas Pariwisata Kebudayaan, Kepemudaan Dan Olahraga Dalam Mengembangkan Potensi Desa Wisata Di Kabupaten Bengkalis. *Komunikasi, Vol. XIII No. 01, Maret 2019*, 1-12.

Ace
lg/8 2025
Sigit Hardadi

DRAFT WAWANCARA

**KOMUNIKASI DINAS PEMUDA OLAHRAGA KEBUDAYAAN DAN
PARIWISATA KABUPATEN BATU BARA DALAM PENGEMBANGAN
DESTINASI WISATA**

Identitas Pewawancara

Nama : Muhammad Rezza Fahlevy
NPM : 1803110273
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Identitas Informan

Nama :
Usia :
Pekerjaan :
Pendidikan :

PERTANYAAN

1. Menurut Anda, bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan dalam rangka mengembangkan destinasi wisata di Kabupaten Batubara?
2. Bagaimana cara efektif mempromosikan destinasi wisata melalui saluran media sosial seperti iklan, konten kreatif di Kabupaten Batubara?
3. Bagaimana cara memanfaatkan pemasaran digital untuk menjangkau wisatawan potensial secara lebih luas dan personal di Kabupaten Batubara?
4. Bagaimana pesan yang akan dirancang dan disampaikan untuk menarik perhatian wisatawan di Kabupaten Batubara?
5. Bagaimana menurut anda cara memanfaatkan pemasaran digital untuk menjangkau wisatawan potensial secara lebih luas dan personal di Kabupaten Batubara?

6. Bagaimana cara mengukur efektivitas kampanye pemasaran pariwisata di Kabupaten Batubara?
7. Bagaimana komunikasi verbal dan non verbal berperan dalam interaksi antara penyedia layanan transportasi dan wisatawan di Kabupaten Batubara?
8. Bagaimana komunikasi yang jelas dan akurat dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dalam menggunakan transportasi wisata di Kabupaten Batubara?
9. Bagaimana cara Anda memvisualisasikan desain pesan sebagai media promosi pariwisata di Kabupaten Batubara?
10. Bagaimana komunikasi visual dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pariwisata di Kabupaten Batubara?



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar dicantumkan 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. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PTX/12022

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-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

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

Medan, Jumadil 25 - 04-2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : MUHAMMAD REZZA FAHLEVY
NPM : 1803110273
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
SKS diperoleh : 1340. SKS, IP Kumulatif 2,61.

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Komunikasi antar budaya dalam mempertahankan hubungan harmonis antar etnis di Kota Kuala Tanjung.	
2	Komunikasi Dinas Kebudayaan, pemuda dan Olahraga serta pariwisata Kabupaten Batu bara dalam mengembangkan destinasi wisata	<u>28 April 2025</u>
3	Peran pegawai dinas bidang pariwisata disporpar dalam promosi objek wisata pantai perkuangan Kabupaten Batu bara.	

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

244.18.311

Pemohon,

Medan, tanggal 7 Mei 2025

Ketua,

Program Studi:.....

Pung
(MUHAMMAD REZZA FAHLEVY)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi:.....

NIDN:.....

Dr. Sigat Hardiyanto
NIDN: 0112118802



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menerima surat ini agar disebarkan
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/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 845/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **07 Mei 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa	: MUHAMMAD REZZA FAHLEVI
N P M	: 1803110273
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VIII (Delapan) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: KOMUNIKASI DINAS PEMUDA OLAHRAGA KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN BATU BARA DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA

Pembimbing : **Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.LKom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 244.18.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 07 November 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 09 Dzulqaidah 1446 H
07 Mei 2025 M



Assoc. Prof. DR. H. SALEH, MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan :

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



PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 24 June 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Muhammad Reza Fahlevy
N P M : 1803110273
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 045/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2025 tanggal 07 mei 2025 dengan judul sebagai berikut :

Komunikasi Danar kebudayaan pemuda dan olahraga serta pariwisata kabupaten batu bara dalam pengembangan destinasi wisata

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK - 1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

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

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

Menyetujui
Pembimbing

Permohon.

NIDN: 0127048401

NIDN: 0112118802

Muhammad Reza Fahlevy



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

Nomor : 1097/UND/IL.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 26 Juni 2025
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 UJIAN TUGAS AKHIR
45	RIZKI MAULIDA	1903110273	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	MODEL KOMUNIKASI INTERPERSONAL GURU DALAM MENGATASI PERILAKU AGRESIF DAN DESTRUKTIF DI SEKOLAH AZZAKIYAH ISLAMIC LEADERSHIP MEDAN
47	TASYA KAMILA AZHAR	1903110215	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS FAKTOR PENYEBAB KEGAGALAN FILM INDONESIA BERTEMA KOREA DI PASAR DOMESTIK
48	MUHAMMAD REZZA FAHLEVI	1903110273	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN, PEMUDA DAN OLARAGA SERTA PARWISATA KABUPATEN BATU BARA DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA
49					
50					

Medan, 28 Dzulhijah 1446 H
24 Juni 2025 M





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Dita empuhkan kuali in apa dilaatkan
numpu dan tan pgaheya

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. 191/WK/BAN-PT/AK.KP/PT/XII/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Benri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6022400 - 60224507 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisp.umsu.ac.id> fisp@umsu.ac.id [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id) [umsu.ac.id](https://www.umsu.ac.id)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap : MUHAMMAD REZZA FAHREY.....
NPM : 1803110273.....
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI.....
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : KOMUNIKASI DAN DIPERAGAMA.....
(Skripsi Dan Jurnal Ilmiah)

No	Tanggal	Kegiatan Admis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	08-05-2025	menganalisis data lapangan dan menguatkan masalah lapangan.	✓
2.	10-05-2025	membenahi kerangka konsep dan definisi konsep.	✓
3.	22-05-2025	mengkoreksi penulisan daftar pustaka.	✓
4.	06-06-2025	membenahi cara penulisan dan tata letak table.	✓
5.	12-06-2025	membuat kerangka konsep serta melakukan perombakan tempat.	✓
6.	28-06-2025	melakukan penelitian ulang dan memasukkan data yang baru.	✓
7.	07-07-2025	melakukan perombakan judul.	✓
8.	20-07-2025	memasukkan hasil wawancara kedata dan memperbaiki tulisan.	✓
9.	10-08-2025	melakukan kajian ulang tentang data skripsi dan pemberahan ulang.	✓
10.	14-08-2025	Acc untuk disidangkan.	✓

Medan, 13 Agustus 2025

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, Msp.
NIDN: 0030017402

Dr. KH. H. ANSHORI S. Sos, M. I. Kom.
NIDN: 0127048401

Dr. SIGIT HARDIYANTO S. Sos, M. I. Kom.
NIDN: 0112118802



Agensi Ketersisian Malaysia
Malaysia Qualifications Agency

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 1488/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 28 Agustus 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



SK-10

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
51	RYANDI DWIKI RIZA	1903110280	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	Dra. ZULFAHM, M.LKom	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.LKom	ANALISIS ISI PEMBERITAAN EDY RAHMAHYADI COPOT KADIS PUPR PADA CNN INDONESIA
52	AKBAR WARDHANA	1803110164	Dra. ZULFAHM, M.LKom	CORRY NOVICA AP, SINAGA, S.Sos, MA	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.LKom	ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT MIGRASI KE TV DIGITAL "PASTI CLING" DI CHANNEL YOUTUBE ZONATPI
53	MUHAMMAD REZZA FALEMI	1803110273	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.LKom	Asoc. Prof. Dr. LEVYIA KHAIRANI, M.Si	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos, M.LKom	KOMUNIKASI DINAS PEMUDA OLARAGA KEBUDAYAAN DAN PARIMISATA KABUPATEN BATU BARA DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA
54	JEGATHISWARAN	1803110200	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.LKom	CORRY NOVICA AP, SINAGA, S.Sos, MA	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.LKom	PERAN PHOTOGRAPHY MAXX NATION SEBAGAI MEDIA PROMOSI COMPANY PROFILE DI KOTA MEDAN
55	ASTRI ROTONISA SIREGAR	1803110187	Asoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.	Asoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.LKom	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.LKom	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL RISOL YONI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN

Notulis Siderang :

Medan, 03 Rabiul Awwal 1447 H

28 Agustus 2025M



Asoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.



Dr. ABRAR ADHANI, M.LKom



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama Lengkap : MUHAMMAD REZZA FAHLEVY
Tempat, Tanggal Lahir : Desa lalang, 20 juni 1999
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Status : Belum Menikah
Alamat : Desa Lalang,Dusun Mesjid Barat
No. HP : 082272266079
Email : rezarezza230@gmail.com

Pendidikan Formal

1. 2007-2012 SD Negeri 018440 lalang
2. 2012-2015 SMP Swasta IT Al-ihya Tj Gading
3. 2015-2017 SMA Swasta Mitra Inalum
4. 2018-Sekarang Terdaftar sebagai mahasiswa FISIP Program Studi Ilmu komunikasi konsentrasi Humas Tahun 2018

Demikian daftar riwayat hidup saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat sipergunakan dengan sepenuhnya.

Hormat Saya

Muhammad Rezza Fahlevy