

**STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM
DIVERSIFIKASI EKONOMI MASYARAKAT
MELALUI USAHA UNIT KEMARITIMAN
DI DESA BAGAN SERDANG**

SKRIPSI

Oleh:

WULANDARI
NPM 1903110056

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLTIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2023

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **WULANDARI**
N P M : 1903110056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Rabu, 24 Mei 2023
W a k t u : Pukul 08.00 s/d selesai

TIM PENGUJI

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

(.....)

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

(.....)

PENGUJI III : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom.**

(.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP.

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



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **WULANDARI**
N.P.M : 1903110056
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM DIVERSIFIKASI EKONOMI MASYARAKAT MELALUI USAHA UNIT KEMARITIMAN DI DESA BAGAN SERDANG**

Medan, 24 Mei 2023

Dosen Pembimbing


AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

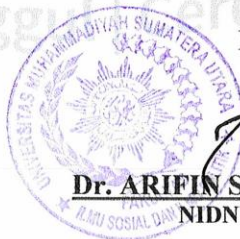

AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN : 0127048401

Medan,


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP.

NIDN | 0030017402



PERNYATAAN

Bismillahirrahmaniirrohim

Dengan ini saya WULANDARI, NPM 1903110056, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat 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 tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

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

Medan, 07 Juni 2023

Yang menyatakan,


WULANDARI

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Puji dan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan ni'mat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemerintah Dalam Mengembangkan Unit Usaha Kemaritiman di Kabupaten Deli Serdang** dengan baik. Salawat dan salam kepada Rasulullah Muhammad SAW, sebagai tauladan umatnya dan mudah-mudahan kita mendapat syafaat di hari kelak.

Penulisan skripsi ini adalah salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, dengan karunia Allah SWT atas segala nikmat dan kuasanya yang telah diberikan kepada penulis selama menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada orangtua saya bapak **H. Wagimin** dan **HJ. Mariati** yang telah membesarkan, merawat, mendidik, menyangi, dan memberikan saya dukungan semangat baik moral maupun materil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih secara langsung maupun tidak langsung penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Ibu Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Sahran Saputra, S. Sos, M. Sos Selaku Dosen Pendamping PPK Ormawa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Dr. Abrar Adhani Selaku Dosen Pembimbing Akademik selama menjalankan proses perkuliahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani kuliah.
10. Seluruh Staf Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu kelengkapan berkas-berkas dan informasi.
11. Pemerintahan Desa Bagan Serdang yang telah memberi izin untuk melakukan penelitian.
12. Teman-teman seperjuangan dalam melaksanakan Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (PPK Ormawa) yang berjuang hingga masuk ke Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional (PIMNAS).
13. Seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwasanya dalam mengerjakan skripsi ini masih banyak mempunyai kekurangan, baik dari segi penulisan hingga pembahasan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat untuk menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik dimasa yang akan datang. Akhir kata saya bersyukur kepada Allah SWT dan semoga selalu dalam lindungannya, Amin Yarobbal Allamin. Wassalamualaikum, wr, wb.

**Medan, 07 Mei
2023**

Penulis,

**Wulandari
1903110056**

**STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM
DIVERSIFIKASI EKONOMI MASYARAKAT
MELALUI USAHA UNIT KEMARITIMAN
DI DESA BAGAN SERDANG**

**Wulandari
1903110056**

ABSTRAK

Desa Pantai Labu Bagan Serdang memiliki kekayaan alam kemaritiman. Kekayaan alam pantai labu ini menjadi representasi bagaimana pengembangan usaha unit kemaritiman melalui partisipasi masyarakat local dapat memberikan kontribusi besar terhadap konservasi dengan sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya alam (SDA) yang cukup banyak, yang jumlah penduduk 1.674 dan 466 KK. Saat ini Sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai nelayan. Luas wilayah 600 hektar. Desa ini masih butuh dikembangkan secara holistik dan berkelanjutan. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitiannya adalah kualitatif Data penelitian kualitatif ini datanya diperoleh langsung dari informan atau subjek penelitian, melalui interview (wawancara) atau observasi (pengamatan). Teori digunakan sesuai dengan observasi peneliti dilapangan yaitu Konstruksi Sosial Atas Realitas dengan pendekatan stakeholder. Dengan mengenai kebutuhan desa pantai labu, maka peran stakeholders sangat penting dalam pengembangan destinasi pariwisata pantai labu Desa Bagan Serdang Kabupaten Deli Serdang. Tentunya dapat meningkatkan ekonomi masyarakat desa pantai labu melalui usaha unit kemaritiman yang ada.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pariwisata, Mengembangkan Destinasi, Desa Bagan Serdang

TOURISM COMMUNICATION STRATEGY IN DIVERSIFICATION COMMUNITY ECONOMY THROUGH BUSINESS UNITS MARITIME IN THE VILLAGE OF BAGAN SERDANG

**Wulandari
1903110056**

ABSTRACT

Pantai Labu Bagan Serdang Village has maritime natural wealth. The natural wealth of the pumpkin coast is a representation of how the development of a maritime unit business through the participation of the local community can make a major contribution to conservation with quite a lot of human resources (HR) and natural resources (SDA), which has a population of 1,674 and 466 households. Currently, most of the population work as fishermen. The area is 600 hectares. This village still needs to be developed holistically and sustainably. The method used by researchers in their research is qualitative. This qualitative research data is obtained directly from informants or research subjects, through interviews (interviews) or observation (observation). The theory used is in accordance with the observations of researchers in the field, namely the Social Construction of Reality with a stakeholder approach. Regarding the needs of the pumpkin beach village, the role of stakeholders is very important in the development of pumpkin beach tourism destinations, Bagan Serdang Village, Deli Serdang Regency. Of course, it can increase the economy of the people of Pantai Labu Village through the existing maritime unit business.

**Keywords: Tourism Communication Strategy, Developing Destinations,
Bagan Serdang Village**

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABLE	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Sistematis Penulisan.....	4
BAB II	5
URAIAN TEORITIS	5
A. Strategi.....	5
2.1 Pengertian Komunikasi	5
2.2 Pengertian Strategi	7
2.3 Komunikasi Pariwisata.....	8
2.4 Pariwisata.....	14
2.5 Jenis-Jenis Pariwisata.....	16
2.6 Unsur-Unsur Pariwisata	17
2.7 Tujuan Pariwisata.....	18
2.8 Pengembangan Destinasi Pariwisata	18
B. Kerangka Teori.....	23
2.9 Perencanaan Komunikasi	23
2.10 Teori Konstruksi Sosial	24

BAB III	26
METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Kerangka Konsep.....	26
3.3 Definisi konsep	27
3.4 Kategorisasi.....	28
3.5 Informan dan Narasumber.....	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data	28
3.7 Teknik Analisis Data	29
3.8 Lokasi dan waktu Penelitian.....	30
3.9 Deskripsi Ringkasan Objek Penelitian	31
BAB IV	32
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Deskripsi Identitas Narasumber.....	32
4.2 Hasil Penelitian	32
4.2.1 Informan Perangkat Desa	32
4.2.2 Informan KPP SUMUT.....	34
4.2.3 Informan IMM FISIP UMSU	35
4.2.4 Dampak Dari Adanya Pengembangan Destinasi Pantai Labu Untuk Diversifikasi Ekonomi Masyarakat Melalui Unit Usaha kemaritiman	36
4.2.5 Wawancara dengan Ibu Suliwati sebagai Ibu Rumah Tangga Istri Nelayan Berusia 34 Tahun, Pada September 2022.	37
4.2.6 Wawancara kedua dengan Ibu Pinem Sebagai Ibu Rumah Tangga Istri Nelayan Berusia 40 Tahun ,Pada September 2022.	38
BAB V	41
SIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA.....	43
Lampiran.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Pintu Masuk Pantai Labu.....	31
Gambar 4. 1 Mengutip Sampah.....	34
Gambar 4. 2 Penanaman Pohon Mangrove	34
Gambar 4. 3 Tanggul Manual.....	36
Gambar 4. 4 Mengutip Cangkang Kerang.....	38
Gambar 4. 5 Hasil Kerajinan Cangkang Kerang	39
Lampiran 1 Hasil Observasi Pantai Labu	45

DAFTAR TABLE

Tabel 3. 1 Kerangka Konsep	26
Tabel 3. 2 Kategorisasi	28

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata juga telah mengalami ekspansi dan diversifikasi berkelanjutan dan menjadi salah satu sektor ekonomi yang terbesar dan tercepat pertumbuhannya di dunia. Namun saat ini, semakin berkembangnya pariwisata justru menciptakan isu tersendiri di setiap wilayah terutama ketika pengembangan pariwisata lebih didominasi oleh nilai-nilai ekonomi. Hal ini menyebabkan kurangnya pengembangan nilai-nilai etika budaya, sosial, dan kearifan lingkungan dari masyarakat. Berbagai upaya telah dilakukan untuk mengembalikan kembali fungsi pariwisata yang sesungguhnya terutama yang selaras dengan gerakan pariwisata berkelanjutan. Konsep keberlanjutan saat ini telah diterapkan di berbagai sektor pembangunan, tak terkecuali pariwisata. Tujuan dari penerapan konsep keberlanjutan dalam pariwisata tidak lain adalah memberikan dampak positif atau manfaat terhadap lingkungan dan ekonomi masyarakat lokal, serta berdampak positif pada lingkungan sosial maupun kebudayaan di wilayah tersebut. (Pada et al., 2022)

Desa Bagan Serdang adalah salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Desa Bagan Serdang terdiri dari tiga dusun dan hampir keseluruhan dusun terletak di pesisir pantai. Daerah yang menjadi sasaran program ini adalah Dusun I, II,

dan Dusun III Desa Bagan Serdang, Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang. Desa ini memiliki sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya alam (SDA) yang cukup banyak, dengan jumlah penduduk 1.674 dan 466 KK. Saat ini Sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai nelayan. Luas wilayah 600 hektar. Desa ini masih butuh dikembangkan secara holistik dan berkelanjutan. Berada di pesisir laut dan masyarakat Desa Bagan Serdang kebanyakan memiliki mata pencaharian berhubungan dengan laut, seperti nelayan, petambak udang, pengepul kerang, pedagang ikan eceran dan tengkulak hasil tangkapan laut. Berdasarkan profil masyarakat desa, sebanyak 71% masyarakat menggantungkan hidupnya pada hasil laut. Terdapat dua institusi pendidikan di desa, yaitu TK dan SDN Bagan Serdang. Desa Bagan Serdang juga memiliki potensi wisata yang menjanjikan, terdapat pantai dengan luas 32 hektar dan hutan bakau dengan luas 63 hektar yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat namun tidak dimaksimalkan sebab minim pengelolaan.

Penggunaan media baru memiliki potensi besar untuk memfasilitasi berbagai aktivitas pengembangan desa wisata misalnya mendukung kecepatan dan efektivitas koordinasi dan komunikasi antar stakeholders, promosi dan pemasaran potensi dan daya tarik wisata, penguatan efektivitas tata kelola administrasi dengan sistem informasi digital. Burman, dkk, (2013) melaporkan teknologi komunikasi modern sangat penting bagi pembangunan perdesaan terutama untuk mendorong partisipasi, mendiseminasikan informasi serta untuk sharing pengetahuan dan keterampilan baru. (Prodi et al., 2021)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas terdapat beberapa rumusan masalah maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana strategi komunikasi parawisata dalam diversifikasi ekonomi masyarakat melalui usaha unit kemaritiman di Desa Bagan Serdang, yaitu:

- a. Bagaimana strategi komunikasi parawisata dengan pendekatan *stakeholder* dalam meningkatkan kemaritiman desa wisata?
- b. Bagaimana dampak komunikasi parawisata dalam diversifikasi ekonomi masyarakat melalui usaha unit kemaritiman di desa bagan Serdang?

1.3 Tujuan

- a. Untuk mengetahui strategi komunikasi parawisata dalam meningkatkan kemaritiman desa wisata.
- b. Untuk mengetahui dampak komunikasi parawisata dalam diversifikasi ekonomi masyarakat melalui usaha unit kemaritiman di desa bagan Serdang.

1.4 Manfaat

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang berkaitan dengan kemaritiman parawisata yang dapat dijadikan sebagai bahan rujukan penelitian lainnya.

b. Manfaat praktis

Diharapkan dapat berguna usaha unit kemaritiman oleh para masyarakat desa wisata.

1.5 Sistematis Penulisan

BAB I : Merupakan pendahuluan yang menerangkan latar belakang masalah, perumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian tersebut.

BAB II : Merupakan uraian teoritis yang menguraikan tentang strategi, komunikasi parawisata dalam diversifikasi ekonomi masyarakat melalui usaha unit kemaritiman.

BAB III : Merupakan metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan dan narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : Merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang menjelaskan hasil dan pembahasan penelitian.

BAB V : Merupakan penutup yang menguraikan tentang simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Strategi

2.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama-sama, disini maksudnya adalah sama makna. Suatu percakapan dapat dikatakan komunikatif apabila komunikan dan komunikator saling mengerti bahasa dan makna bahan percakapan. Komunikasi harus informatif juga persuasif, dengan kata lain, komunikasi tidak hanya bertujuan agar orang lain sebatas mengerti dan mengetahui, tapi juga agar orang lain menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan sesuatu kegiatan, dan lain-lain. Setelah menyadari pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik. Maka komunikasi yang pada awalnya merupakan pengetahuan kini menjadi ilmu. Seperti ilmu-ilmu lainnya, ilmu komunikasi pun menyelidiki gejala-gejala komunikasi secara ontologis (pengertian), aksiologis (proses), dan epistemologis (tujuan). Pada hakikatnya, proses komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). (Muhammadiyah & Utara, 2021)

Sedangkan komunikasi menurut Onong Uchjana Efendy adalah penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Sebenarnya masih banyak lagi

model komunikasi dalam pengertian secara umum, salah satu model komunikasi yang terkenal dan sederhana, serta mudah dimengerti adalah model menurut Lasswell komunikasi akan berjalan dengan baik apabila melalui lima tahap. Kelima tahap itu adalah *Who*: Siapa orang yang menyampaikan komunikasi (komunikator). *Say What*: Apa pesan yang disampaikan. *In Which Channel*: Saluran atau media apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi. *To Whom*: Siapa penerima pesan komunikasi (komunikan). *Whit what Effect*: Perubahan apa yang terjadi ketika komunikan menerima pesan komunikasi yang telah tersampaikan.

Ilmu Komunikasi merupakan salah satu ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisipliner. Itu semua terjadi karena ilmu komunikasi berkembang dari beberapa pendekatan (Surip, 2013:13). Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar-menukar pendapat (Widjaja,2000:13). Dan menurut Roger komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat di pahami oleh pihak lain, komunikasi akan juga efektif apabila pesan yang di sampaikan dapat di tafsir oleh penerima pesan tersebut (Mulyana, 2008:69). (Muhammadiyah & Utara, 2021)

Titik penekanan dalam model komunikasi ini lebih kepada pesan yang disampaikan mampu menyebarluaskan yang bersifat informative, persuasif

kepada sasaran agar memperoleh hasil optimal dalam objek pengembangan pariwisata.

2.2 Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategia* (*stratos* = militer; dan *ag* =memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi (Jain, 1990 dalam Tjiptono 2008). Berdasarkan penjelasan tersebut, strategi komunikasi pariwisata dapat dimaknai sebagai pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi demi mencapai tujuan berwisata (Agama et al., 2019).

Menurut Jack Trout dalam bukunya *Trout On Strategy*, strategi adalah bagaimana bertahanhidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi baik di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan jadi yang pertama daripada menjadi yang lebih baik. (Suyanto, 2007:16) Menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert Jr. (dalam Tjiptono, 2007:3), konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu:

- Perspektif apa yang ingin organisasi lakukan (*intends to do*), strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung

dalam strategi ini adalah bahwa manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. (Di & Utara, 2020)

- Perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*), strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pandangan ini diterapkan bagi para manajer yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan. Jadi pernyataan strategi secara eksplisit merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil akan bersifat subyektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain. (Tjiptono, 2002:4) Setelah pasar disegmentasi ke dalam kelompok-kelompok pelanggan potensial dengan karakteristik dan perilaku serupa, pemasar kemudian harus bisa memilih segmen pasar mana yang akan dituju, aktivitas tersebut dinamakan *targeting*. (Kartajaya, 2005:71)

2.3 Komunikasi Pariwisata

Dalam kajian komunikasi pariwisata memiliki pengertian suatu aktivitas manusia dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan kesuatu daerah/subjek wisata akan dikunjungi wisatawan sambil menikmati objek wisata ke tempat-tempat wisata yang lainnya ,supaya wisatawan tahu tempat yang akan

dikunjunginya dan sangat tertarik lagi untuk mendatangi tempat wisata lainnya.
(Di & Utara, 2020)

Komunikasi parawisata memiliki kedekatan biologis dengan kajian-kajian dan parawisata yang melahirkannya. Komunikasi menyumbangkan teori-teori komunikasi persuasif, teori komunikasi massa, teori komunikasi kelompok. Sementara pariwisata menyumbangkan kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan SDM serta kelembagaan kepariwisataan. Dari dua definisi ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi pariwisata adalah suatu aktivitas manusia dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan ke suatu daerah maupun objek wisata yang akan dikunjungi wisatawan sambil menikmati perjalanan dari suatu objek wisata ke objek wisata lainnya, agar wisatawan tertarik dan sampai pada suatu tindakan untuk mengunjungi. (Bungin, 2015: 44) Kajian dari komunikasi parawisata mempunyai bidang kajiannya yang dituliskan oleh Burhan Bungin dalam bukunya “Komunikasi Pariwisata” sebagai berikut:

a. Komunikasi Pemasaran

Pariwisata Bidang komunikasi pemasaran pariwisata (touris communication marketing) atau disingkat (TCM). Bidang TCM mengkaji secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang kajian ini menjelaskan 4P, 7P, Communication Mix, Marketing Mix, dan hal ihwal tentang TCM Bidang ini adalah bidang yang secara utuh membicarakan TCM dalam konteks teoretis dan praktis yang lengkap, namun tidak spesifik dalam konteks-konteks spesialis.

b. Brand Destinasi

Brand destinasi adalah kajian tentang brand destinasi dalam konteks brand produk destinasi, di mana brand destinasi adalah media dan pesan itu sendiri di dalam konteks dan proses komunikasi pemasaran secara umum dan khususnya di dalam konteks pemasaran pariwisata. Selain dikaji brand sebagai media dan sebagai pesan itu sendiri, dikaji pula bagaimana konstruksi sosial brand destinasi, sebagaimana hubungan brand dengan produk destinasi, brand dengan aksesibilitas, dengan pemasaran pariwisata, brand dengan SDM dan kelembagaan pariwisata. Juga dikaji brand induk pariwisata, sub-brand dan brand induk baru. Semua sifat dan jenis brand dikaji di sini, termasuk city brand, state brand, dan nation brand. Begitu pula publisitas brand dan branding juga menjadi kajian-kajian penting diperbincangan ini.

c. Manajemen Komunikasi Pariwisata

Dalam kajian ini, prinsip-prinsip manajemen komunikasi menjadi ulasan-ulasan penting yang dilakukan dan diterapkan di bidang komunikasi pariwisata. Kajian ini mengulas mengenai bagaimana manajemen diterapkan di bidang komunikasi pariwisata, yaitu bagaimana memenejemen pemasaran pariwisata, memenejemen destinasi, memenejemen asesibilitas dan memenej SDM serta kelembagaan pariwisata. Bagaimana peran pimpinan dan leadership, bagaimana mengatur orang-orang, mengatur anggaran dan mengatur alat-alat dan

mesin komunikasi pariwisata. Terpenting pula di sini bagaimana mengatur berbagai macam saluran media komunikasi yang digunakan di dalam komunikasi pariwisata. (Pratama2, 2022)

d. Komunikasi Transportasi Pariwisata

Masyarakat pariwisata (*tourism community*) memerlukan informasi tentang aksesibilitas ke destinasi pariwisata. Karena itu salah satu yang terpenting adalah informasi transportasi ketika akan bepergian ke destinasi pariwisata. Hal ini sangat penting dan mengambil hampir separuh perhatian mereka akan berwisata. Karena itu, perhatian khusus di bidang ini sangat penting. Kajian komunikasi pariwisata ini menyangkut media atau saluran-saluran komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi transportasi pariwisata, dampak informasi terhadap masyarakat pariwisata, umpan balik yang diharapkan. Kajian ini juga menyangkut tentang alat dan jenis transportasi, anggaran yang diperlukan, masalah keamanan dan keselamatan transportasi, transportasi alternatif, dan koneksitas dengan akomodasi penginapan, motel, guest house, dan sebagainya apabila ada keadaan emergency di jalan. Mengenai anggaran yang diperlukan dan pilihan yang harus dibuat sehingga menghindari pengeluaran yang tidak perlu. Prinsip utama di dalam transportasi komunikasi ini adalah keamanan, kenyamanan, keterjangkauan, komunikasi alternatif seperti *word of mouth* (dari mulut ke mulut) dan media sosial serta media literasi lainnya.

e. Komunikasi Visual Pariwisata

Bidang komunikasi visual pariwisata adalah bidang desain grafis yang sangat menantang di bidang industri pariwisata. Karena bidang ini akan selalu berkembang di masa depan di mana kajiannya diarahkan kepada komunikasi entrepreneurship, kreativitas, seni, dan kebebasan berkreasi. Komunikasi visual pariwisata mengambil sisi kajian konseptual konten komunikasi yang diterapkan pada industri kreatif yang menghasilkan souvenir, cenderamata, oleh-oleh yang memiliki ikon local tourism yang berkesan dan menjadi brand pariwisata. Kajian juga menyangkut pendekatan sistem komunikasi pariwisata dengan destinasi, venue, transportasi, hotel, dan stakeholder pariwisata. Pembentukan jaringan komunikasi bisnis dengan pihak-pihak lain yang potensial seperti bank, pasar, dan tokoh masyarakat juga harus dikaji di bidang ini.

f. Komunikasi Kelompok Pariwisata

Bidang komunikasi kelompok pariwisata menyangkut kemampuan pribadi pelaku pariwisata baik pemilik destinasi, penguasa venue atau bahkan kemampuan pribadi pramuwisata dan pandu wisata. Bisnis pariwisata bukan bisnis personal, tetapi bisnis yang dijalankan secara berkelompok sehingga keterampilan komunikasi kelompok menjadi penting. Hal-hal lain yang penting pula dalam kajian ini seperti penyelenggaraan *event*, dinamika kelompok, kemampuan bertutur, penguasaan sejarah destinasi, dan *venue* wisata.

g. Komunikasi Online Pariwisata

Media online menjadi kajian tersendiri di dalam komunikasi pariwisata, karena itu media online tidak saja dapat digunakan untuk berbagai kepentingan di dalam dunia pariwisata. Ada lima kemampuan media online saat ini, yaitu kemampuan menyimpan (upload) informasi, kemampuan mengolah informasi, kemampuan mengeluarkan informasi (download), menyebarkan komunikasi dan kemampuan mengkonstruksi citra informasi. Jadi kelima-lima kemampuan media online ini dikaji di dalam penerapannya di dalam komunikasi pariwisata.

h. *Public Relations* dan MICE

Bidang *Public Relations* dan MICE ini adalah bidang yang sangat menarik dalam komunikasi pariwisata, karena bidang ini menjadi salah satu pintu masuk pariwisata ke destinasi. Karena itu peran PR sangat diperluka untuk mengatur semua program MICE, mulai dari merencanakan dan merumuskan program MICE, masalah *funding explore, sponsorship*, pemasaran MICE, akomodasi MICE sampai dengan pelaksanaan (implementasi MICE), evaluasi dan perencanaan event MICE berikut menjadi kajian panjang di dalam komunikasi pariwisata.

i. Riset Komunikasi Pariwisata

Salah satu ujung tombak pengembangan kajian adalah riset, karena itu komunikasi pariwisata juga menaruh harapan yang tinggi kepada riset ini.

Riset komunikasi pariwisata dapat mengambil objek-objek riset pada bidang-bidang kajian komunikasi pariwisata. (Di & Utara, 2020)

2.4 Pariwisata

Dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Kata wisatawan (*tourist*) merujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari traveler atau visitor (I Gde Pitana & I Ketut Surya, 2009:35). Pengembangan pariwisata pada dasarnya adalah pengembangan masyarakat, wilayah, dan selanjutnya perlu didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

- a. Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas budaya dan tradisi lokal.
- b. Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan secara merata pada penduduk lokal.
- c. Berorientasi pada pengembangan wiraswasta berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja tinggi dan berorientasi pada teknologi kooperatif.
- d. Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penyumbang tradisi budaya dengan dampak negatif seminim mungkin.

Pariwisata adalah kawasan geografis yang spesifik berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait.

Menurut Cooper dkk dalam Sunaryo (2013: 159) menjelaskan bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata terdiri dari komponen-komponen utama sebagai berikut:

- a. Obyek daya' tarik wisata (*Attraction*) yang mencakup keunikan dan daya tarik berbasis alam, budaya, maupun buatan/artificial.
- b. Aksesibilitas (*Accessibility*) yang mencakup kemudahan sarana dan sistem transportasi.
- c. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata.
- d. Fasilitas umum (*Ancillary Service*) yang mendukung kegiatan pariwisata.
- e. Kelembagaan (*Institutions*) yang memiliki kewenangan, tanggung jawab dan peran dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata. (Di & Utara, 2020)

Dalam pengembangan kepariwisataan, sarana pendukung perlu mendapat perhatian baik dari segi fasilitas umum juga pemberdayaan masyarakat sekitarnya. Dengan melibatkan partisipasi masyarakat sejak awal, maka akan lebih terjamin kesesuaian program pengembangan dengan aspirasi masyarakat setempat.

Menurut pedoman pengembangan kawasan pariwisata yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Pariwisata, pengembangan pariwisata apabila ditinjau dari pengelolalannya serta hubungan antara usaha pariwisata yang berlokasi dalam suatu wilayah dibagi dalam:

- a. Pariwisata terpadu/terintegrasi yaitu badan usaha yang mengelola secara bersama dan saling menunjang sarana pariwisata didalam suatu wilayah dan yang telah ditetapkan sebagai pusat kunjungan.
- b. Pariwisata tunggal/terkonsentrasi yaitu sistem pengelolaan bentangan alam yang mempunyai batas dan luas tertentu, memiliki potensi wisata alam atau sosial-budaya, menjadi objek wisata yang dipersiapkan sebagai tempat hiburan dengan berbagai fasilitas pemukiman dan fasilitas lainnya bagi wisatawan oleh suatu perusahaan atau badan usaha. (Asriandy, 2016)

2.5 Jenis-Jenis Pariwisata

Penggolongan jenis obyek wisata akan terlihat dari ciri-ciri khas yang ditonjolkan oleh tiap-tiap obyek wisata. Menurut Mappi (2001:30-33) dalam skripsi Angga Pradikta (2013:15) Objek wisata dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu:

- a. Objek wisata alam, misalnya: laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.
- b. Objek wisata budaya, misalnya: upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke

sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum dan lain-lain.

- c. Objek wisata buatan, misalnya: sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain. (Asriandy, 2016)

2.6 Unsur-Unsur Pariwisata

Agar diversifikasi usaha unit kemaritiman Desa Bagan Serdang dapat menjadi destinasi wisata yang baik, maka harus ada unsur-unsur pariwisata seperti pendapat ahli dibawa ini. Menurut Pendit (1994) unsur-unsur yang terlibat dalam industri pariwisata meliputi hal-hal sebagai berikut.

a. Attraction

Attraction atau atraksi adalah produk utama sebuah destinasi wisata. Atraksi berkaitan dengan *what to see* dan *what to do*. Apa yang bisa dilihat dan apa yang bisa dilakukan oleh wisatawan di destinasi tersebut. Atraksi bisa berupa keindahan alam, keunikan alam, serta atraksi buatan manusia seperti sarana permainan dan hiburan yang unik dan berbeda dari daerah atau negara lain.

b. Amenity

Amenity atau amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas

berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap maupun beristirahat serta restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain juga yang dibutuhkan wisatawan saat berada di destinasi, seperti toilet umum, rest area, tempat parkir, tempat sampah yang sebaiknya tersedia di sebuah destinasi. Tentu saja fasilitas tersebut juga perlu melihat dan mengkaji situasi dan kondisi dari destinasi.

c. Accessibility

Accessibility atau aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan merupakan aspek penting bagi perkembangan sebuah destinasi. (Di & Utara, 2020)

2.7 Tujuan Pariwisata

Daerah tujuan wisata harus memiliki atraksi wisata sebagai media untuk menarik minat wisatawan tanpa terkecuali Ekowisata Desa Bagan Serdang. A.Ihkaryono, (1997:11) mendefenisikan, "... daerah yang berdasarkan kesiapan sarana dan prasarana dinyatakan siap menerima kunjungan wisatawan". Menurut Yoeti (1996) menyatakan bahwa, "... daya tarik wisata atau "tourist attraction", istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. (Di & Utara, 2020)

2.8 Pengembangan Destinasi Pariwisata

Keberhasilan dalam pengembangan desa wisata sangat terkait dengan strategi pengelolaan yang melibatkan cukup banyak *stakeholders*, potensi mendukung strategi pariwisata desa perlu adanya mekanisme keterkaitan sinergis secara

bersama-sama untuk mencapai kemajuan wilayah dan memberikan kemanfaatan pada para pelaku masyarakat setempat. Kajian Hardianto (2019) tentang *Penta Helix* pengembangan pariwisata secara konseptual merupakan kolaborasi dari lima komponen yang terdiri dari pemerintah, akademisi, swasta, media dan lembaga pendukung. Sedangkan penelitian Susilo, dkk, (2016) dengan fokus pada jenis *stakeholders* yang terlibat dalam pengembangan desa wisata menggambarkan ada dua jenis *stakeholders* yaitu *stakeholders* primer yang terdiri dari: pengurus desa wisata, pemerintah daerah, pelanggan, masyarakat sekitar, *travel agent*; dan *stakeholders* sekunder yang terdiri dari: media masa, asosiasi dan generasi muda (Kasim et al., 2017).

Dalam Subejo (2020) telah mengembangkan konsep desain strategi komunikasi yang dikenal dengan ACADA. Model strategi komunikasi ACADA mencakup: *Assessment, Communication Analysis, Design, Action*. Selain desain dasar dalam program komunikasi pembangunan, hal yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan komunikasi program pembangunan adalah pendekatan komunikasi. Rao (2013) secara garis besar memilah pendekatan komunikasi menjadi tiga yang mencakup: *advocacy, social mobilization, dan behavior change communication (behavior development) communication* (Prodi et al., 2021).

Peran *stakeholders* dalam pengembangan desa wisata dapat diidentifikasi 2 (dua) kelompok *stakeholders* yaitu: *stakeholders internal* dan *stakeholders eksternal*. *stakeholders internal* merupakan yang berada pada dalam desa wisata, terdiri dari aparatur desa (Kepala Desa, perangkat desa, LMD). Sedangkan *stakeholders eksternal* berada pada luar desa wisata, terdiri dari (Dinas Pariwisata,

Dinas Ketahanan, Dinas Pertanian, Dinas perhubungan, Pemerintahan Kecamatan, Perguruan Tinggi, BUMDES, KPP SUMUT, Media Partner dan Pengunjung. Dalam pengembangan desa wisata di Desa Bagan Serdang dapat dikelompokkan dalam beberapa tipe atau pola relasi yang mencakup pada:

- 1) Sosialisasi.
- 2) Pelatihan.
- 3) Penyuluhan.
- 4) Laporan.
- 5) Koordinasi.
- 6) Promosi dan pendamping.

Dalam proses berupa tingkat kepuasan, tingkat kepentingan, tingkat pengaruh, tingkat dampak dan lainnya sesuai kebutuhan, *stakeholder* yakni orang yang memiliki minat maupun kepentingan dalam perusahaan hal ini bisa menyangkut kepentingan finansial atau kepentingan lainnya, bila orang tersebut terkena pengaruh dari apa yang terjadi pada perusahaan baik itu dampak negatif maupun positif orang tersebut dapat dikatakan sebagai *stakeholder* menurut Thompson, (2011) membagi *stakeholder* menjadi beberapa jenis *stakeholder* yaitu, sebagai berikut :

1. *Stakeholder* subyek

Stakeholder ini memiliki kapasitas yang rendah dalam pencapaian tujuan, akan tetapi dapat menjadi pengaruh dengan membentuk aliansi dengan *stakeholder* lainnya.

2. *Stakeholder* kunci

Stakeholder kunci merupakan *stakeholder* yang memiliki kewenangan secara legal dalam hal pengambilan keputusan atau pihak yang

berpengaruh kuat atau penting terkait dengan masalah kebutuhan dan perhatian terhadap kelancaran suatu kegiatan. *Stakeholder* yang dimaksud adalah unsur eksekutif sesuai levelnya, legislative, eksekutif, yudikatif, dan instansinya. Misalnya *stakeholder* kunci untuk suatu keputusan untuk suatu kebijakan daerah kabupaten, beberapa bagian yang terkait di dalamnya adalah: pemerintah, DPRD, Dinas yang membawahi langsung kebijakan yang bersangkutan (Fairuza, 2019).

3. *Stakeholder* pendukung

Stakeholder pendukung adalah stakeholder yang tidak memiliki kaitan kepentingan secara langsung terhadap suatu kebijakan tetapi memiliki kepedulian dan keprihatinan sehingga mereka turut bersuara dan berpengaruh terhadap sikap masyarakat dan keputusan legal pemerintah. Yang termasuk dalam *stakeholder* pendukung yaitu:

- a. Lembaga (aparatur) pemerintah dalam suatu wilayah tetapi tidak memiliki tanggungjawab langsung.
- b. Lembaga pemerintah yang terkait dengan isu tetapi tidak memiliki kewenangan secara langsung dalam pengambilan keputusan.
- c. Lembaga swadaya masyarakat (LSM) setempat: LSM yang bergerak di bidang yang sesuai dengan rencana, manfaat, dampak yang menjadi muncul dari suatu kebijakan yang memiliki kepedulian (termasuk organisasi dalam bidang terkait).

- d. Perguruan tinggi: kelompok akademisi yang memiliki pengaruh penting dalam pengambilan keputusan pemerintah.
 - e. Pengusaha (Badan Usaha) yang terkait.
4. *Stakeholder* pengikut lain

Beberapa bagian yang terkait di dalamnya adalah sebagai berikut:

- a. Masyarakat: Masyarakat yang terkait dengan proyek atau kebijakan, yakni masyarakat yang diidentifikasi akan memperoleh manfaat dan yang akan terkena dampak dari proyek atau kebijakan tersebut.
- b. Tokoh Masyarakat: anggota masyarakat yang oleh masyarakat ditokohkan dilingkungan masyarakat tersebut sekaligus dianggap dapat mewakili aspirasi masyarakat.
- c. Pihak *Manajer public*: lembaga/badan *public* yang bertanggungjawab dalam pengambilan suatu keputusan. (Sulastri, 2017)

Dengan adanya peran *stakeholder* perlu untuk menjalankan perencanaan dalam pengembangan proyek destinasi wisata. Fungsi dan peran masing-masing *stakeholder* yang melaksanakan serta mengorganisasikan unit kemaritiman agar difungsikan secara optimal pada jalinan komunikasi antara *stakeholder* yang bergerak untuk menghasilkan rumusan kebijakan pengembangan ekowisata yang sedang dikembangkan ke dalam unit usaha kemaritiman ini sangat penting untuk kesejahteraan diversifikasi ekonomi masyarakat Desa Bagan Serdang.

Komunikasi pariwisata diharapkan dapat menghasilkan beberapa model kebijakan serta strategi yang baik untuk mengembangkan, meningkatkan sektor pariwisata hingga wisatawan bisa berkunjung ke Desa Bagan Serdang. Hal ini menjadi masalah yang serius bagi pariwisata Desa Bagan Serdang terkait dengan tidak diolahnya kemaritiman laut yang berkelanjutan atau tidak menjadi destinasi andalan lagi. Bertitik tolak dari permasalahan kesenjangan yang ada, maka dilakukan penelitian untuk dapat merumuskan dan memformulasikan strategi yang relevan terkait dengan kondisi pariwisata Deli Serdang Desa Bagan Serdang. Maka dari itu peneliti ingin menelaah strategi komunikasi pariwisata dalam diversifikasi ekonomi masyarakat melalui usaha unit kemaritiman di Desa Bagan Serdang.

B. Kerangka Teori

2.9 Perencanaan Komunikasi

Perencanaan adalah pernyataan tertulis mengenai segala sesuatu yang akan atau yang harus dilakukan. Sifat perencanaan selalu berorientasi ke masa yang akan datang (*future oriented*). Perencanaan komunikasi adalah pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakan tentang bagaimana suatu kegiatan komunikasi akan atau harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai dengan yang kita inginkan. Bidang pekerjaan perencanaan merupakan salah satu fungsi pekerjaan manajerial. Menurut Wahyudi (2010) sebuah perencanaan komunikasi harus cermat dan tepat dalam menentukan siapa berbicara apa pada siapa melalui apa. Tahapan perencanaan komunikasi pada dasarnya terdiri dari:

- 1) tahap identifikasi masalah komunikasi
- 2) tahap perumusan tujuan komunikasi.
- 3) tahap penetapan rencana strategik.
- 4) tahap penetapan rencana operasional.
- 5) tahap penyusunan rencana evaluasi, dan
- 6) tahap merencanakan rekomendasi.

2.10 Teori Konstruksi Sosial

Model teori ini diperuntukkan pengembangan pariwisata Desa Bagan Serdang melalui unit kemaritiman, yang mana pada pendekatan pariwisata ini. Penelitian menggunakan teori Konstruksi Sosial Atas Realitas dengan pendekatan *stakeholder*. Teori ini diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Konstruksi Sosial Atas Realitas menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, bahwa individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (Bungin, 2011). Berger dan Luckmann mendasari pemikiran teori konstruksi sosial atas realitas pada aliran fenomenologis, yakni proses sosial di antara anggota masyarakat berlangsung secara alami. Burger dan Luckmann menjelaskan bahwa isi pesan konstruksi sosial terhadap realitas berawal dari pemimpin kepada bawahan, begitu juga yang terjadi pada guru kepada murid, orang tua kepada anak, dan lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konstruksi sosial terhadap realitas dipengaruhi oleh pihak penguasa yang melakukan pesan konstruksi sosial terhadap realitas, sementara orang umum merupakan pihak yang dikonstruksi. (Pratiwi et al., 2018)

Bagi peneliti teori Peter L. Berger dan Thomas Luckmann sangat cocok bagi pengembangan pariwisata unit kemaritiman untuk desa wisata Bagan Serdang yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi desa.

BAB III

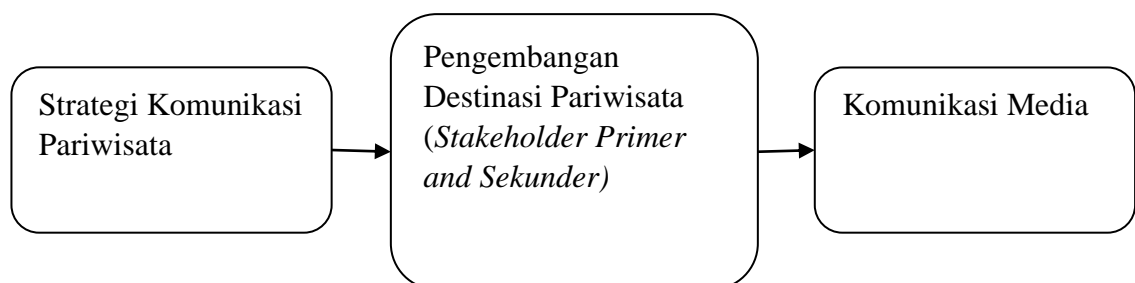
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian yang berfokus pada data non-numerik seperti kata-kata, gambar, atau audio. Penelitian kualitatif biasanya dilakukan dengan teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, atau analisis dokumen (Luh & Agustini, 2010).

3.2 Kerangka Konsep

Penentuan kerangka pemikiran digunakan sebagai seperangkat konsep dan definisi yang saling berhubungan dan mencerminkan suatu pandangan yang sistematis mengenai permasalahan fenomena. Adapun kerangka konsep pada penelitian ini adalah:



Tabel 3. 1 Kerangka Konsep

3.3 Definisi konsep

Konsep adalah istilah atau definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Adapun definisi konsep dari penelitian adalah:

- a. Komunikasi adalah proses mengirim dan menerima pesan. Sedangkan komunikasi yang efektif terjadi kalau individu mencapai pemahaman yang sama, merangsang pihak lain melakukan tindakan, dan mendorong untuk berpikir dengan cara yang baru.
- b. Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.
- c. Komunikasi design visual adalah Desain Komunikasi Visual bisa dikatakan sebagai seni menyampaikan pesan (*arts of communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target audience sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Sedangkan Bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya.
- d. Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada. Sesuai dengan asal kata eksistensi sendiri yaitu *exsistere*, yang artinya keluar dari melampaui atau mengatasi.

3.4 Kategorisasi

Konsep	Indikator
Strategi komunikasi parawisata dalam diversifikasi ekonomi masyarakat melalui usaha unit kemaritiman di Desa Bagan Serdang	<ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="911 454 1375 600">1. strategi komunikasi yang digunakan dalam mengembangkan destinasi wisata Desa Bagan Serdang .<li data-bbox="911 622 1375 835">2. dampak dari adanya pengembangan diversifikasi ekonomi masyarakat desa wisata, Desa Bagan Serdang dibantu oleh <i>stakeholder</i> yang terlibat.<li data-bbox="911 857 1375 1003">3. adanya peningkatan ekonomi dari pengembangan usaha unit kemaritiman Desa Bagan Serdang.<li data-bbox="911 1025 1375 1205">4. Adanya akses wisata yang dituju oleh wisatawan untuk mengunjungi kemaritiman laut pada Desa wisata Bagan Serdang.

Tabel 3. 2 Kategorisasi

3.5 Informan dan Narasumber

Informan dan Narasumber dalam penelitian ini berjumlah sebanyak enam (6) orang diantaranya: *Stakeholder* Lembaga Perangkat Desa Bagan Serdang, KPP SUMUT, akademis dan narasumber tiga (3) orang.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah teknik penelitian yang paling sosiologis dari semua teknik penelitian sosial. Ini karena bentuknya yang berasal dari interaksi verbal antara peneliti dan informan. Wawancara. Metode wawancara yang digunakan penulis adalah wawancara, yaitu bertujuan untuk memperoleh bentuk-bentuk tertentu mengenai informasi dari sasaran penelitian. Wawancara dilakukan agar dimana peneliti berusaha mengetahui diri secara psikologis dan dunia sosial subyek penelitian secara mendalam. Hal inilah yang peneliti terapkan di setiap informan yang akan diwawancarai, baik dari pemerintahan desa maupun pihak KPP SUMUT. Tujuan digunakannya metode ini untuk memperoleh data secara jelas dan konkrit tentang strategi komunikasi pariwisata Kabupaten Deli Serdang Desa Bagan Serdang dalam mengembangkan destinasi wisata.

2. Pengamatan (*Observation*)
3. Dokumentasi (*Documentation*)

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Sugiono adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Menurut Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, sebagaimana di kutip oleh Basrowi dan Suwandi yakni proses-proses analisis data kualitatif dapat dijelaskan dalam tiga langkah yaitu:

1. Reduksi data (*Data Reduction*)
2. Penyajian data (*Presentation of data*)
3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verivication*)

3.8 Lokasi dan waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi penelitian ini adalah tempat wilayah pantai Desa Bagan Serdang, Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Waktu yang dibutuhkan peneliti yaitu 2 bulan dimulai dari Agustus hingga September 2022.

3.9 Deskripsi Ringkasan Objek Penelitian

Diversifikasi ekonomi masyarakat desa wisata melalui usaha unit kemaritiman yang ada di Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang. Memiliki hambatan dalam pengembangan pantai yang untuk dijadikan pariwisata pada desa wisata.



Gambar 3. 1 Pintu Masuk Pantai Labu

Sumber : Dokumentasi Penelitian

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Identitas Narasumber

Deskripsi identitas narasumber adalah menguraikan atau memberikan gambaran mengenai identitas narasumber dalam penelitian ini maka diketahui sejauh mana identitas narasumber dalam penelitian ini. Penelitian menggunakan teknik pengumpulan data melalui proses wawancara dan observasi. Setelah melakukan penelitian, peneliti mendapatkan data dari hasil wawancara ada lima (5) yang diwawancarai. Diantaranya, pemerintah perangkat desa, KPP SUMUT serta masyarakat setempat desa wisata Bagan Serdang, Pantai Labu.

4.2 Hasil Penelitian

Penyajian data yang akan ditampilkan oleh peneliti didasarkan pada tiap-tiap kategori yang telah ditentukan, sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan verifikasi, analisis data dan penarikan kesimpulan. Berikut penyajian data berdasarkan kategorisasi:

4.2.1 Informan Perangkat Desa

Menurut Ibu Lindawati yang merupakan perangkat desa memiliki jabatan sekretaris di Desa Bagan Serdang Pantai Labu. Dalam memberikan informasi kepada masyarakat tentang hal-hal yang berkaitan dengan mengembangkan Pariwisata Kabupaten Deli Serdang Pantai Labu semua sudah berjalan cukup baik yang sesuai dengan

harapan program kami dibantu oleh kedatangan mahasiswa IMM Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara selama ini peran mereka memberikan gagasan ide untuk melestarikan pantai kembali agar bisa unit kemaritiman ini menjadikan perekonomian masyarakat maju berkembang baik sesuai dengan keinginan pemerintahan desa. Dengan peran *Stakeholder* pihak universitas melalui Mahasiswa Fisip yang melakukan pengabdian desa yang diperlombakan melalui program KEMENDIKBUD RISET yaitu PPK ORMAWA. Hal ini sangat membantu kami sebagai perangkat desa dalam pengembangan desa wisata di Desa Bagan Serdang dapat dikelompokkan dalam beberapa metode yang mencakup pada: menghimbau kepada masyarakat setempat dengan dilakukannya Sosialisasi, lalu setelah sosialisasi berjalan lancar. Maka dilakukan Pelatihan dalam usaha unit ekonomi kemaritiman pantai. Selanjutnya dilakukan Penyuluhan yang mengajak peran anak-anak desa dalam “mengutip sampah”. Bagi kami sebagai pemerintahan desa sangat senang kehadiran peran *Stakeholder* IMM FISIP dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.



Gambar 4. 1 Mengutip Sampah

Sumber: Dokumentasi Hasil Penelitian

4.2.2 Informan KPP SUMUT



Gambar 4. 2 Penanaman Pohon Mangrove

Sumber: Dokumentasi Hasil Penelitian

Sebagai Kantor Pelayanan Pajak (KPP SUMUT) yang bekerjasama dengan pemerintahan desa untuk melestarikan pantai labu, cara yang kami lakukan ini dengan penanaman bibit pohon hutan mangrove yang berfungsi untuk ketika nanti pencegahan terjadinya pasang air laut. Bantuan dari KPP SUMUT kepada masyarakat dilakukan dengan senang hati.

4.2.3 Informan IMM FISIP UMSU

Setelah observasi, maka ditemukan faktor-faktor permasalahan yang selama ini masyarakat Desa Bagan Serdang keluhkannya. Sebagai *stakeholders eksternal* memberikan upaya dalam penanganan permasalahan yang terjadi, guna upaya memecahkan masalah ini untuk membantu dalam pengembangan pariwisata destinasi pantai labu. Peneliti ikutserta dalam program dari KEMENDIKBUD melalui program PPK ORMAWA yang mana kami memberikan strategi komunikasi kepada warga tiap-tiap permasalahan yang ada untuk dapat memecahkan permasalahan dengan baik salah satunya seperti pembuatan tanggul manual, proses pembuatan tanggul manual ini mengajak masyarakat melalui metode strategi pada pemerintahan desa telah himbauan. Dengan mengumpulkannya bekas botol minum yang besar, lalu setelah dikutipkannya sampah yang telah masyarakat melakukannya, sampahnya ditiriskan atau dijemur sebentar, lalu ditarukkan kedalam botol minum yang mereka kumpulkan. Setelah dilakukan sebanyak-banyak untuk pembuatan tanggul, maka mengajak masyarakat membuat tanggul manual setiap pinggiran pantai dan daerah rumah yang dekat pantai. Hal ini

dilakukan untuk mencegah agar tidak terjadinya bencana banjir yang mengakibatkan pencemaran lingkungan tidak sehat.



Gambar 4. 3 Tanggul Manual

Sumber: Dokumentasi Hasil Penelitian

4.2.4 Dampak Dari Adanya Pengembangan Destinasi Pantai Labu Untuk Diversifikasi Ekonomi Masyarakat Melalui Unit Usaha kemaritiman

Sangat memiliki dampak perubahan yang besar. Dampak sektor pariwisata terhadap perekonomian Dampak pariwisata saat ini antara lain adalah: pertama, Dampak ekonomi yaitu, sebagai sumber devisa negara; kedua, Dampak sosial yaitu, sebagai penciptaan lapangan pekerjaan; dan yang terakhir adalah Dampak kebudayaan yaitu, memperkenalkan kebudayaan dan kesenian. Ketiga point diatas dapat dijelaskan, yaitu sebagai berikut:

a. Dampak Ekonomi.

1) Meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah desa

4.2.5 Wawancara dengan Ibu Suliwati sebagai Ibu Rumah Tangga Istri Nelayan Berusia 34 Tahun, Pada September 2022.

Tentunya kami sebagai masyarakat desa setempat dapat merasakan perlahan perubahan dalam peningkatan pendapatan ekonomi, yang mana kami diberi pelatihan dalam kerajinan pembuatan cangkang kulit kerrang, yang awalnya berserakan dimana-mana sehingga sangat memungkinkan terjadinya pencemaran lingkungan yang tidak sehat. Disini bukan saja ibu-ibu nelayan saja diberikan pelatihan kerajinan tetapi, anak-anak nelayan diajarkan dalam mengumpulkan cangkang yang berserakan.



Gambar 4. 4 Mengutip Cangkang Kerang

Sumber: Dokumentasi Hasil Penelitian

4.2.6 Wawancara kedua dengan Ibu Pinem Sebagai Ibu Rumah Tangga Istri Nelayan Berusia 40 Tahun ,Pada September 2022.

Hasilnya dari pembuatan kerajinan yang diajarkan mahasiswa IMM FISIP UMSU ini mendapatkan peningkatan kami, yang awalnya sebagai ibu nelayan kesehariannya tidak memiliki pekerjaan kami. Kemudian kami diajarkan dalam pembuatan kerajinan kulit cangkang kerang lalu dipasarkan *offline* dan *online* seperti aplikasi belanja shopee.



Gambar 4. 5 Hasil Kerajinan Cangkang Kerang

Sumber: Dokumentasi Hasil Penelitian

b. Dampak Sosial

1) Semakin luasnya lapangan kerja

Melalui usaha unit kemaritiman masyarakat Desa Bagan Serdang sangat berdampak terhadap masyarakat yang terus bekerjasama dan gotong royong untuk meningkatkan dan menjaga nama pantai labu dalam diversifikasi ekonomi masyarakat pantai labu. Contohnya seperti pembuatan tanggul manual.

c. Dampak Kebudayaan

1) Mendorong pelestarian budaya dan peninggalan sejarah.

2) Mendorong terpeliharanya lingkungan hidup, dan Wisatawan selalu menikmati segala sesuatu yang khas dan asli

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, serta hasil penyajian data maka kesimpulan dari penelitian yang berjudul strategi komunikasi parawisata dalam diversifikasi ekonomi masyarakat melalui usaha unit kemaritiman di Desa Bagan Serdang, berjalan dengan baik dan strategi komunikasi yang paling efektif dalam mengembangkan unit usaha kemaritiman menggunakan komunikasi persuasif yang bersifat mengajak dan dibarengi dengan media-media yang ada seperti media sosial serta sosialisasi kepada masyarakat disekitar pantai labu.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan langsung mengenai Strategi Komunikasi Pemerintah Dalam Mengembangkan Unit Usaha Kemaritiman di Kabupaten Deli Serdang yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pengelola pantai labu sebaiknya meningkatkan kesadaran pentingnya menjaga, memelihara serta melestarikan kekayaan alam yang ada dengan mengolah sedikit menjadi olahan alam buatan manusia.
2. Sebagai masyarakat haruslah lebih aktif lagi dalam mengikuti sosialisasi pada Usaha Unit Kemaritiman.
3. Pemerintah desa harus lebih memperhatikan lagi mengenai pengenalan pantai labu, agar tidak ada lagi terabaikan kekayaan alam dan untuk

sumber daya manusia lebih dipedulikan lagi agar tidak ada kesenjangan ekonomi, serta keamanan pantainya, memperbaiki infrastruktur yang rusak di sepanjang perjalanan menuju pantai.

DAFTAR PUSTAKA

- Agama, I., Negeri, I., & Ponorogo, I. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA PONOROGO DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM TAHUN WISATA 2019*.
- Asriandy, I. A. N. (2016). *STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA AIR*.
- Di, B., & Utara, S. (2020). *Strategi komunikasi pariwisata dalam meningkatkan minat berwisata di Sumatera Utara*. 9, 28–44.
- Fairuza, M. (2019). *Kolaborasi antar Stakeholder dalam Pembangunan Inklusif pada Sektor Pariwisata (Studi Kasus Wisata Pulau Merah di Kabupaten Banyuwangi)*. 1–13.
- Kasim, A., Hamid, N. A., & Rashid, S. M. (2017). *INTERNATIONAL CONFERENCE ON MEDIA STUDIES 2017*.
- Luh, N., & Agustini, P. (2010). *Strategi Komunikasi Pemasaran Ekowisata pada Destinasi Wisata Dolphin Hunting Lovina*. 1, 45–51.
- Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2021). *Strategi komunikasi pariwisata oleh dinas pariwisata kabupaten langkat dalam mengembangkan destinasi wisata mancanegara tangkahan*.
- Pada, L., Wisata, D., & Provinsi, D. (2022). *Strategi Komunikasi Pembangunan Berkelanjutan Berbasis Kearifan*. 3(2).
<https://doi.org/10.24853/independen.x.x.xx-xx>
- Pratama², M. I. dan Y. A. (2022). *WISATA KEBUN KELULUT SANGATTA SELATAN (STUDI KASUS PT PERTAMINA EKSPLORASI DAN*

PRODUKSI ASSET 5 SANGATTA FIELD). 0042, 131–144.

<https://doi.org/10.24198/share.v11i2.37779>

Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjafirah, N. A. (2018). *Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung City*. 6(1), 78–90.

Prodi, S., Sekolah, P. K. P., Ugm, P., Pkp, S., Pertanian, F., Prodi, S., Pembangunan, K., Ugm, S. P. S., Cirebon, M., Prodi, S., Pembangunan, K., Ugm, S. P. S., Prodi, S., Pembangunan, K., Ugm, S. P. S., Pkp, P. S., Pascasarjana, S., Prodi, S., Fakultas, P. K. P., ... Jati, G. (2021). *Strategi Komunikasi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pengembangan Ketahanan Desa Wisata Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cirebon*. 27(1), 90–111.

Sulastri. (2017). *PERAN STAKEHOLDER DALAM PENGELOLAAN OBJEK WISATA KEBUN RAYA MASSENREMPULU ENREKANG*.

Lampiran.



Lampiran 1 Hasil Observasi Pantai Labu

**Sumber: Dokumentasi Penelitian dan Sebagai *Stakeholder* dari PPK
ORMAWA FISIP UMSU 2022**



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

UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 https://fislip.umsu.ac.id fislip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

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

Medan, 08 Februari 2023

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : WULANDARI
 NPM : 1903110056
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Tabungan sks : 140,0 sks, IP Kumulatif 3,43

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Komunikasi Parawisata Dalam Diversifikasi Ekonomi Masyarakat melalui Usaha Unit Kemitrahan di Desa Bagan Serdang	✓
2	Strategi Pemasaran Ekonomi Masyarakat Desa Bagan Serdang melalui Usaha Unit Kemitrahan	
3	Strategi Komunikasi Parawisata dalam Pengembangan Ekowisata Desa Bagan Serdang Kabupaten Deli Serdang	

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.

Medan, tgl. 08 Februari 2023

Ketua,

AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I. Kom
 NIDN: 0127040401

Pemohon

WULANDARI

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi.....

AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I. Kom
 NIDN: 0127040401



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 732/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

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



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGLUJI			Judul Skripsi
			PENGLUJI I	PENGLUJI II	PENGLUJI III	
35	NOVI RAHMADHANI ARIEF	1903110210	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PERAN KOMUNIKASI KEPALA DESA BAGAN SERDANG KABUPATEN DELI SERDANG DALAM PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT
36	EHIDA NUR AWALLAH	1903110196	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNIT USAHA KEMARITIMAN DESA BAGAN SERDANG DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT
37	ARIF ABDILLAH	1903110109	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CAHAYA TERASI SERDANG DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
38	MULLANDARI	1903110056	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM DIVERSIFIKASI EKONOMI MASYARAKAT MELALUI USAHA UNIT KEMARITIMAN DI DESA BAGAN SERDANG
39	INDAH ADELLA	1903110065	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PERAN KOMUNIKASI MICRO VOLUNTEER BERBASIS APLIKASI DIGITAL DALAM MEMBANTU AKTIVITAS KESEHARIAN PENYANDANG TUNANETRA DI SUMATERA UTARA

Notulis Sidang :

1.

Ditandatangani oleh :

Prof. Dr. M. H. A. N. Rektor
Prof. Dr. M. H. A. N. Wakil Rektor
Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M. Hum

Medan, 02 Dzulhaidjah 1444 H

22 Mei 2023 M

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

Paritia Ujian

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

Sekretaris