

**STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH
KABUPATEN ACEH SELATAN DALAM MERAIH
PREDIKAT DESTINASI KREATIF PADA OBJEK WISATA
PULAU DUA TAHUN 2022**

SKRIPSI

Oleh:

M IMAM ALFURQAN

1903110334

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

MEDAN

2024

PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : M. IMAM ALFURQAN

NPM : 1903110334

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Pada hari, tanggal : Jumat, 23 Februari 2024

Waktu : Pukul 09.00-15.00 WIB

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

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

PENGUJI III : Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
PANITIA PENGUJI

Ketua

Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP

Sekretaris

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

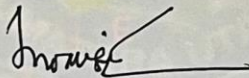
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : M IMAM ALFURQAN
NPM : 1903110334
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan Dalam Meraih Predikat Destinasi Kreatif Pada Objek Wisata Pulau Dua

Pembimbing



Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., MAP

0115037102

Disetujui Oleh


Ketua Program Studi



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

0127048401

Dekan



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

0030017402

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, M IMAM ALFURQAN , NPM 1903110334, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

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

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

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

Medan, 23 Februari 2024

Yang Menyatakan,



M Imam Alfurqan

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya kepada kita, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu yang di beri judul ” **STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH KABUPATEN ACEH SELATAN DALAM MERAH PREDIKAT DESTINASI KREATIF PADA OBJEK WISATA PULAU DUA**”.

Tugas dari penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk bisa menempuh ujian sarjana ilmu komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Program Studi Ilmu Komunikasi. Didalam pengerjaan skripsi ini telah banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, disini penulis sampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada Orang tua tercinta **Bapak Agusfardin (alm)** yang telah memberikan kesempatan ke tiga kalinya untuk saya kuliah, beliau memang tidak sempat melihat saya wisuda, namun beliau mampu mengajarkan penulis tentang memulai sesuatu hingga akhir, **dan Ibu Faizah** yang telah banyak memberikan doa dan dukungan kepada penulis secara moril maupun materil hingga skripsi ini dapat selesai dan terima kasih juga kepada :

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

2. Bapak Dr. Rudianto S.Sos M.Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Ibu Hj. Dra.Yurisna Tanjung, MAP selaku Dekan III Fakultas Ilmu Sosial Ilmu dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Bapak Faizal Hamzah Lubis S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
8. Bapak Dr. Irwan Syari Tanjung, S.Sos, M.AP selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah begitu banyak memberikan ilmu, masukan, waktu, tenaga, saran, pikiran, dan kesabarannya selama membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
10. Kepada Bapak Muchsin, ST selaku Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan yang sudah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian di tempat ini.

11. Kepada Bapak Harlizar selaku Kepala Desa Ujong pulo rayeuk yang sudah memberikan informasi terkait penelitian ini.
12. Kepada Zainur rizki monkuba dan huswatul selaku masyarakat setempat yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.
13. Kepada sahabat penulis samiaji dan aryuda putra yang sudah memberi dukungan untuk penyelesaian penulisan skripsi ini.
14. Yang tak kalah pentingnya, Putri Satria dan Arif Zikri Fardin selaku saudara penulis. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini.

Wassalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Medan, Febuari 2024

Penulis

M Imam Alfurqan
1903110334

**STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH
KABUPATEN ACEH SELATAN DALAM MERAIH
PREDIKAT DESTINASI KREATIF PADA OBJEK WISATA
PULAU DUA TAHUN 2022**

M IMAM ALFURQAN

1903110334

ABSTRAK

Wisata bahari merupakan salah wisata yang sangat diminati para wisatawan pada saat, selain keindahan laut dan pantai keberadaan sebuah pulau kecil juga sangat menarik perhatian termasuk salah satunya wisata pulau dua Aceh Selatan yang berhasil meraih kemenangan dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia Tahun 2022. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menjelaskan strategi komunikasi pariwisata Pemerintah Aceh Selatan dalam pencapaian Anugerah Pesona Indonesia Tahun 2022. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dari berbagai macam sumber, yaitu observasi, wawancara, serta dokumentasi yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan dan kemudian didokumentasikan secara pribadi melalui gambar dan foto. Adapun tahapan dalam proses analisis data yaitu penyeleksian data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini ialah pemerintah Aceh Selatan sangat memanfaatkan keberadaan sosial media dalam pencapaian ini dan tentunya tidak lepas dari manajemen komunikasi pariwisata yang baik. Ditemukan bahwa strategi komunikasi pariwisata yang digunakan oleh Pemerintah Aceh Selatan tidak lepas dari kajian-kajian yang ada didalam komunikasi pariwisata.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Anugerah Pesona Indonesia

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II URAIAN TEORITIS	9
2.1 Defenisi Strategi Komunikasi	9
2.2 Defenisi Komunikasi Pariwisata	11
2.3 Defenisi Pariwisata	17
2.4 Defenisi Destinasi Kreatif (Anugerah Pesona Indonesia).....	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Kerangka Konsep.....	22
3.3 Defenisi Konsep.....	23
3.4 Kategori Penelitian.....	25
3.5 Informan dan Narasumber	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	26

3.7	Teknik Analisi Data	28
3.8	Waktu dan Lokasi Penelitian	29
BAB 1V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		30
4.1	Hasil Penelitian	30
4.2	Hasil Wawancara	31
BAB V PENUTUP.....		51
5.1	Kesimpulan	51
5.2	Saran	52
DAFTAR PUSTAKA.....		53
DEKOMENTASI		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategori Penelitian	25
Tabel 4.1 Identitas Narasumber	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep	23
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Surat Diterima Untuk Penelitian

Lampiran 3 SK-1 Permohonan Persetujuan Judul Skripsi

Lampiran 4 SK-2 Penetapan Judul Skripsi Dan Pembimbing

Lampiran 5 SK-3 Permohonan Seminar Proposal Skripsi

Lampiran 6 SK-4 Undangan/ Panggilan Seminar Proposal Skripsi

Lampiran 7 SK- 5 Berita Acara Bimbingan Skripsi

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan bisnis yang sangat besar dan Indonesia mempunyai peluang untuk memainkan peranan didalamnya. Dengan potensi wilayah tanah air yang terdiri dari belasan ribu pulau dan ratusan variasi adat dan budaya yang masing-masing memiliki keunikan tersendiri, maka Pariwisata akan tumbuh menjadi suatu Industri yang sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang sangat cerah dikemudian hari bagi pembangunan Nasional. Pariwisata dapat menyediakan lapangan kerja dan kesempatan berusaha menumbuhkan kebudayaan dan kesenian dan bagi wisatawan domestic dan Pariwisata itu berguna untuk mengasah rasa cinta tanah air dan meningkatkan disiplin Nasional. Pariwisata adalah sistem multi kompleks dengan berbagai aspek yang saling terkait dan saling mempengaruhi antar sesama (Waani, 2016).

Dalam dunia kepariwisataan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan akan dilihat di sebut “atraksi” atau lazim pula dinamakan objek wisata” atraksi atau objek wisata, baik hadir secara natural, maupun yang biasa berlangsungnya setiap hari serta khusus diadakan pada waktu tertentu. Sedangkan daerah wisata atau yang biasa disebut “daerah tujuan wisata” merupakan daerah yang memiliki objek wisata yang memikat sebagai tujuan kunjungan wisata. Dimana, objek tersebut antara lain: panorama keindahan alam yang

menakjubkan seperti gunung, lembah, air terjun, danau, pantai, matahari terbit, cuaca, udara, dan lain-lain yang berkaitan dengan keadaan alam sekitarnya. Disamping itu ada juga yang merupakan budaya hasil ciptaan manusia seperti monumen, candi, bangunan klasik, peninggalan purbakala, museum, arsitektur kuno, seni tari, musik/gamelan, agama, adat istiadat, upacara, pekan raya, peringatan/perayaan, pertandingan, pameran/kegiatan-kegiatan budaya, sosial yang bersifat khusus yang menonjol dan meriah (Tunggala & Saadjad, 2019).

Hal tersebut diatas merupakan potensi pariwisata yang jika dikembangkan dengan tepat dapat menjadi salah satu sumber pendapatan negara yang besar. Selain itu potensi tersebut didukung oleh pernyataan World Tourism Organization (WTO) bahwa terdapat kecenderungan semakin besarnya minat dan preferensi masyarakat baik global, regional maupun nasional untuk dapat mengkonsumsi barang dan jasa yang bersifat alami. Dalam hal ini, pariwisata merupakan fenomena kemasyarakatan, yang menyangkut manusia, masyarakat, kelompok, organisasi, kebudayaan, dan sebagainya, yang merupakan objek kajian sosiologi. Namun demikian kajian sosiologi belum begitu lama dilakukan terhadap pariwisata, meskipun pariwisata sudah mempunyai sejarah yang sangat panjang. Hal ini terkait dengan kenyataan bahwa pariwisata pada awalnya lebih dipandang sebagai kegiatan ekonomi, namun tujuan utama pengembangan pariwisata

adalah untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, baik bagi masyarakat maupun negara (Tunggala & Saadjad, 2019).

Pulau dua termasuk dalam wilayah administrasi kecamatan Bakongan timur Desa Ujong Pulo Rayeuk, dengan luas pulau seluas 5 ha dan panjang garis pantai 815,46 meter. Pulau dua dapat dijangkau melalui transportasi darat, dimana lokasi menuju Pulau Dua dapat ditempuh dengan melewati Kecamatan Bakongan Timur dan Bakongan, yang dilanjutkan dengan perahu nelayan untuk menyeberang sekitar 20 menit penyeberangan. Pulau dua mempunyai ragam keindahan dengan kondisi pulau yang asri, hamparan laut biru, pantai dengan pasir putih, serta deretan pohon kelapa, ketapang dan cemara, yang menjadi daya tarik wisata untuk dikunjungi. Karena lokasi yang strategis dan daya tarik wisata yang menunjang, Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan pada tahun anggaran 2016 telah mulai memprogramkan pengembangan wisata Pulau Dua, Kecamatan Bakongan Timur, untuk dijadikan destinasi wisata unggulan di Aceh Selatan (Rahman et al., 2018).

Pengembangan yang telah dilakukan cukup berhasil, hal ini dibuktikan dengan menangnya Pulau Dua dalam kategori Destinasi Kreatif pada Anugerah API 2022 yang dilaksanakan di AAC Dayan Dawood Banda Aceh 25 November 2022 lalu.

Menurut Tanjung (2021) Pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal dapat mewujudkan masyarakat yang kreatif dalam mengenalkan potensi daerah, khususnya budaya sebagai daya tarik yang

unik serta dapat mendukung perkembangan ekonomi kreatif bagi masyarakat lokal. Untuk hal ini diperlukan kerjasama antara pemangku kepentingan yaitu pemerintah daerah dalam hal ini Pemerintah Daerah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, pengelola pariwisata, dan masyarakat untuk bergotong royong membangun pariwisata berbasis kearifan lokal yang ada. Hal tersebut merupakan urgensi perlunya dilakukan kajian komunikasi pariwisata.

Tentunya dalam pencapaian yang sudah berhasil didapatkan oleh Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan hal ini tidak lepas dari proses komunikasi pariwisata dan strategi komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah dan dinas terkait tersebut. Defhany (2020) mengatakan komunikasi pariwisata sangat berperan penting dalam mempromosikan beragam potensi objek wisata daerah yang belum disentuh oleh pemerintah ataupun publik serta wisatawan lokal maupun mancanegara, mengingat banyaknya objek wisata diberbagai daerah yang mengunggulkan citra dalam persaingan dengan tujuan mengembangkan objek wisata yang bersaing demi cirikhas serta keunikan objek wisata agar dapat dilirik oleh wisatawan.

Menurut Onong Uchjana Effendy strategi komunikasi adalah sebuah panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan yang direncanakan strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis. (Edi, 2018, hal. 5). Menurut Liliweri terdapat beberapa

tujuan dari strategi komunikasi yaitu, mengumumkan, memotivasi, mendidik, menginformasikan, dan mendukung pengambilan keputusan (Lubis et al., 2021).

Strategi Komunikasi yang melibatkan peran pemerintah daerah, dinas pariwisata, pelaku bisnis pariwisata serta masyarakat setempat tentunya akan menghasilkan sebuah pariwisata yang berkembang secara optimal, berdasarkan latar belakang dan uraian diatas maka penulis memutuskan untuk mengangkat judul “STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH KABUPATEN ACEH SELATAN DALAM MERAH PREDIKAT DESTINASI KREATIF PADA OBJEK WISATA PULAU DUA.”

1.2 Batasan Masalah

Karena keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti, maka peneliti memberi batasan dalam penelitian ini. Penelitian hanya terfokus pada strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan pemerintah Kabupaten Aceh Selatan dalam pencapaian Destinasi Kreatif di Ajang Anugerah Pesona Indonesia Award 2022.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan Dalam Pencapaian Destinasi Kreatif di Ajang Anugerah Pesona Indonesia Award 2022?”.

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan

Setiap penelitian pasti memiliki arah dan tujuan. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah “Mengetahui Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan Dalam Pencapaian Destinasi Kreatif di Ajang Anugerah Pesona Indonesia Award 2022”.

b. Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam rangka mengembangkan khasanah ilmiah, keilmuan komunikasi dan kajian massa khususnya yang berhubungan dengan dunia *komunikasi pariwisata*. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman dalam mengadakan penelitian selanjutnya yang lebih mendalam, khususnya dalam dunia industri dan komunikasi pariwisata Indonesia.

2. Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu referensi bagi mahasiswa untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan pemerintah dalam memajukan pariwisata lokal yang ada di daerah mereka. Selain itu penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi informasi ilmu pengetahuan dan

masuk kepada pembaca agar mengetahui strategi komunikasi pariwisata.

Kemudian peneliti juga mengharapkan penelitian ini bisa memberikan wawasan dan pengalaman dalam melangsungkan penelitian terkhusus tentang cara mengetahui strategi komunikasi pariwisata

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini berisi tentang uraian dari Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Uraian teoritis yaitu menjelaskan dan menguraikan, tentang pengertian dari Strategi Komunikasi, Komunikasi Pariwisata, Pariwisata dan Destinasi Kreatif.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, defenisi konsep, teknik pengumpulan data, teknik analisi data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan merupakan berisi tentang Hasil Penelitian dan tentang Pembahasan Penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bagian penutup isi merupakan uraian dan penjelasan tentang Simpulan dan Saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Defenisi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy ialah sebuah panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, yang berarti bahwa sebuah pendekatan (*approach*) dapat berada kapan saja tergantung dari situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi memiliki dua aspek penting yang harus dipahami dan dipelajari dengan baik, yaitu strategi yang dimaknai secara makro (*Planned multimedia strategy*) serta secara mikro (*single communication medium strategy*). Hal ini sangat penting dalam memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi komunikasi secara praktisi nantinya.

Dari kedua aspek tersebut strategi komunikasi memiliki fungsi ganda yaitu, 1) menyebarluaskan isi dan pesan dari komunikasi yang sifatnya informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk mendapatkan hasil yang optimal; 2) menjadi jembatan bagi *cultural gap*, dimana suatu program yang asalnya dari suatu produk kebudayaan lain dianggap baik untuk diterapkan serta dijadikan milik kebudayaan sendiri hal itu sangat bergantung dari bagaimana strategi komunikasi mengemas

informasi tersebut dalam hal mengkomunikasikannya. Dari hal tersebut dapat terlihat bahwa makna dari strategi komunikasi lebih mengarah kedalam upaya pengemasan pesan agar dapat dikomunikasikan secara efektif (Edi, 2018).

2.1.1 Sifat Strategi Komunikasi

Dalam perencanaan komunikasi tentunya terdapat strategi komunikasi didalamnya, didalam perencanaan akan terlihat sumber pesan, pesan, proses pengolahan pesan, dan bagaimana pesan digunakan didalam proses komunikasi. Berbicara sifat strategi komunikasi tentu keberadaanya sangat melekat dan terintegrasi dengan berbagai macam perencanaan komunikasi, dengan demikian sifat strategi komunikasi dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Bagian terintegrasi dari kajian perencanaan komunikasi.
- b. Membutuhkan peran dari kredibilitas komunikator.
- c. Latar (*Setting*) komunikasi yang jelas
- d. Digunakan sebagai proses komunikasi diberbagai situasi.
- e. Implementasinya yang sangat terasa didalam kajian organisasi.
- f. Bermanfaat dalam pengukuran tingkat efektivitas pesan yang disampaikan apakah dapat dimengerti atau dipahami.

Dari beberapa sifat tersebut, strategi komunikasi juga memiliki sifat yang adaptif dengan situasi dan kajian dari objek yang ada dibidang komunikasi. Terdapat sifat khusus dari strategi komunikasi yaitu, dapat mencerminkan suatu epistemologis dari semua implementasi model, teori,

serta jenis komunikasi yang memiliki tujuan untuk menguasai ranah komunikasi sehingga dapat memperoleh target komunikasi yang tepat (Edi, 2018).

2.2 Defenisi Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata merupakan kajian yang berkembang dari bersatunya beberapa disiplin ilmu didalam satu kajian yaitu komunikasi dan pariwisata. Dengan demikian, maka kajian ini merupakan hasil bagian dari perkembangan ilmu secara multilinear dengan bergabungnya beberapa disiplin ilmu. Kedekatan biologis yang dimiliki kajian komunikasi pariwisata berasal dari kajian – kajian komunikasi dan pariwisata yang melahirkan kajian tersebut. Komunikasi dalam hal ini menyumbangkan teori – teori komunikasi kelompok, komunikasi interpersonal, komunikasi persuasif, dan komunikasi massa. Sedangkan kajian pariwisata dalam hal ini menyumbangkan *field* destinasi pariwisata, kajian pemasaran pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan kelembagaan kepariwisataan serta sumber daya manusia (SDM).

Dalam menjadikannya suatu disiplin ilmu, komunikasi pariwisata dibantu berbagai kajian dan disiplin lain yang terbagi dua, yaitu disiplin yang sangat dominan dalam menyumbangkan teori – teorinya dan disiplin yang letaknya lebih jauh, tetapi tetap menyumbangkan teorinya pada kajian ilmu komunikasi pariwisata. Pemasaran dan komunikasi pemasaran merupakan disiplin yang terdekat. Teori – teori ini menyumbangkan

tentang teori komunikasi, unsur – unsur pemasaran, strategi pemasaran, teori produk , teori brand serta branding.

Disiplin yang dekat dengan kajian ini lainnya ialah konstruksi sosial media massa dan sosiologi komunikasi. Disiplin tersebut dalam kajian ini menyumbangkan tentang teori pencitraan media massa dan pengaruh media yang nantinya dapat digunakan untuk melakukan penguatan terhadap proses branding dan konstruksi sosial brand. Dalam menjalankan hal tersebut yang terpenting pula ialah *public relations* yang bertugas dalam menangani tentang relasi pencitraan, negosiasi dan perencanaan – perencanaan yang berkaitan dengan diselenggarakannya *event MICE*. Disiplin teknologi juga turut menyumbangkan pengetahuan terhadap kemajuan teknologi dan komunikasi yang nantinya dapat dipergunakan sebagai media komunikasi pemasaran pariwisata.

Perlu kita ketahui bahwa bidang – bidang kajian yang menyumbangkan teori – teorinya terhadap komunikasi pariwisata ini memungkinkan dimasa yang akan mendatang menjadi kajian – kajian baru disekitar komunikasi pariwisata. Hal ini tergantung pada akselerasi ilmuwan dibidang komunikasi pariwisata dalam mengamati fenomena – fenomena yang nantinya akan tumbuh di sekitaran disiplin ilmu ini. Namun tidak menutup kemungkinan akan terjadi hal sebaliknya, kajian ini akan hilang dari khazanah ilmu pengetahuan karena bidang – bidang yang ada didalamnya tidak diminati oleh masyarakat dan sebagainya (Burhan, 2015, hal. 92–94).

2.2.1 Bidang - bidang Kajian Komunikasi Pariwisata

Terdapat beberapa kajian utama yang dikembangkan dalam komunikasi pariwisata sebagai bidang – bidang kajian yang menarik. Bidang – bidang ini akan terus berkembang seiring berjalannya waktu sejalan dengan berkembangnya kompleksitas kajian yang ada pada komunikasi pariwisata. Bidang – bidang tersebut ialah komunikasi pemasaran pariwisata, brand destinasi, manajemen komunikasi pariwisata, komunikasi transportasi pariwisata, komunikasi visual pariwisata, komunikasi kelompok pariwisata, komunikasi *online* pariwisata, *public relations* dan MICE, dan riset komunikasi pariwisata.

1. Komunikasi Pemasaran Pariwisata

Komunikasi pemasaran pariwisata (*tourism communication marketing*) atau TMC. Bidang ini mengkaji 4P, 7P, *Communication Mix*, *Marketing Mix* dan hal tentang TCM. Bidang ini merupakan bidang yang secara keseluruhan membahas TCM dalam konteks teoritis dan praktis yang lengkap, namun tidak spesifik dalam konteks – konteks spesialis.

2. Brand Destinasi

Hal ini mengkaji tentang brand destinasi dalam konteks brand produk destinasi, dimana kita ketahui Brand destinasi merupakan salah satu strategi pemasaran suatu wilayah atau daerah meliputi kabupaten atau kota untuk mem-positioning dengan kuat dan representative secara global. Brand destinasi juga menjadi sebuah identitas suatu

daerah dengan menampilkan seluruh potensi yang dimilikinya. Sebagai salah satu strategi pemasaran pariwisata daerah, maka identitas maupun tagline dirancang berdasarkan potensi nyata daerah dengan segala keunikannya. Brand destinasi merupakan sebuah usaha untuk membangun merek di wilayah tertentu sehingga dapat membentuk citra sebuah daerah secara local maupun global.

3. Manajemen Komunikasi Pariwisata

Dalam hal ini yang menjadi ulasan – ulasan penting yang dilakukan serta diterapkan dibidang komunikasi pariwisata ialah prinsip – prinsip manajemen. Kajian ini membahas tentang bagaimana manajemen diterapkan dibidang komunikasi pariwisata, yaitu dengan bagaimana mengatur atau memajemen pemasaran pariwisata, destinasi, asesibilitas serta mengatur SDM kelembagaan pariwisata. Bagaimana peran pimpinan serta *leadership*, bagaimana memajemen individu, anggaran dan berbagai macam saluran media komunikasi yang digunakan didalam proses komunikasi pariwisata.

4. Komunikasi Transportasi Pariwisata

Informasi mengenai transportasi menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh masyarakat pariwisata karena hal itu merupakan hal terpenting ketika akan melakukan kegiatan wisata. Oleh karena itu perhatian dibidang ini juga sangat penting. Kajian komunikasi pariwisata juga menyangkut media atau saluran – saluran komunikasi yang dipergunakan untuk menyampaikan informasi transportasi

pariwisata, dampak informasi terhadap masyarakat pariwisata, serta umpan balik yang diharapkan. Kajian ini juga menyangkut perihal alat serta jenis transportasi, anggaran transportasi, keamanan dan keselamatan transportasi, transportasi alternatif, serta koneksitas dengan hal akomodasi perhotelan, *guesthouse* dan lain sebagainya.

5. Komunikasi Visual Pariwisata

Bidang ini merupakan bidang yang bergerak pada kegiatan desain grafis yang sangat mendukung didalam bidang industri pariwisata. Oleh karena itu bidang ini akan berkembang seiring berjalannya waktu dimana kajiannya khusus diarahkan kepada komunikasi *entrepreneurship*, kreativitas, seni, serta kebebasan berkreasi. Bidang ini mengambil sisi kajian konseptual konten komunikasi yang nantinya diterapkan oleh industri kreatif yang menghasilkan *souvenir*, oleh – oleh yang memiliki ikon *local tourism* yang khas dan menjadi brand pariwisata.

6. Komunikasi Kelompok Pariwisata

Bidang ini tentunya menyangkut kemampuan pribadi pelaku pariwisata baik itu sebagai pemilik destinasi pariwisata, penguasa atau kemampuan pribadi yang dimiliki pramuwisata serta pandu wisata. Bisnis pariwisata adalah bisnis yang dijalankan secara kelompok sehingga keahlian komunikasi kelompok adalah hal yang harus diperhatikan.

7. Komunikasi Online Pariwisata

Dalam komunikasi pariwisata media *online* menjadi sebuah kajian tersendiri, karena media *online* tidak hanya dapat digunakan untuk media pemasaran, media *online* juga dapat digunakan untuk berbagai macam kepentingan didalam ranah pariwisata. Terdapat lima kemampuan media *online* saat ini , antara lain kemampuan menyimpan (*upload*) informasi, mengelola informasi, mengeluarkan informasi (*download*), menyebarkan komunikasi serta mengkonstruksikan citra informasi. Jadi keseluruhan dari kemampuan media *online* ini dikaji didalam penerapannya dibidang komunikasi pariwisata.

8. Public Relations dan MICE

Bidang ini merupakan bidang yang sangat menarik didalam komunikasi pariwisata, karena peran PR sangat diperlukan dalam mengatur keseluruhan program dari MICE, dimulai dari perencanaan sampai dengan perumusan program MICE, masalah *funding explore*, *sponsorship*, pemasaran MICE, akomodasi MICE sampai dengan implementasi MICE, evaluasi serta perencanaan kegiatan MICE menjadi pembahasan panjang didalam komunikasi pariwisata.

9. Riset Komunikasi Pariwisata

Dalam sebuah pengembangan riset adalah sebuah ujung tombak sebuah kajian, oleh karena itu komunikasi pariwisata juga meletakkan harapan yang tinggi terhadap sebuah riset. Riset komunikasi pariwisata

dapat berupa pengambilan objek – objek riset pada bidang – bidang kajian komunikasi pariwisata (Burhan, 2015).

2.3 Defenisi Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa sansekerta jika ditinjau secara etimologi yang memiliki persamaan makna dengan *tour*, yang memiliki makna berputar-putar dari satu tempat ketempat lain menurut (Yoeti, 1996). UNWTO, organisasi pariwisata dunia, mendefenisikan pariwisata sebagai kegiatan perjalanan dan tinggal seseorang di luar tempat tinggal serta lingkungannya selama tidak lebih dari satu tahun berurutan untuk berwisata, bisnis, atau tujuan lain dengan tidak untuk bekerja ditempat yang dikunjungi tersebut.

Keparawisataan adalah pengertian secara jamak yang dapat diartikan sebagai hal-hal yang berhubungan dengan pariwisata, dimana dalam bahasa inggris disebut dengan istilah *tourism*. Subjek wisata dalam kegiatan kepariwisataan merupakan orang-orang yang melakukan perjalanan wisata sedangkan obyek wisata merupakan tujuan wisatawan. Sebagai dasar untuk mengkaji serta memahami berbagai istilah dalam kepariwisataan, kita dapat berpedoman pada Bab 1 pasal 1 Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan (Lingga & Vany, 2020, hal. 25–26).

2.3.1 Jenis- Jenis Wisata

Ditinjau dari jenisnya wisata dapat dibagi menjadi dua jenis , yaitu sebagai berikut :

1. Wisata Alam, yang terdiri dari :
 - a. Wisata Pantai (*Marine tourism*), adalah sebuah kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk menyelam, memancing, berenang, dan olahraga air serta kegiatan yang dilakukan di air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
 - b. Wisata Etnik (*Etnik tourism*), adalah sebuah perjalanan dalam menikmati perwujudan kebudayaan dan melihat gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
 - c. Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*), adalah sebuah wisata yang dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, keindahan pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang sudah langka, serta jenis flora yang suda jarang ditemukan.
 - d. Wisata Buru, adalah wisata yang dilakukan di Negara – Negara yang memang memiliki ketersediaan lahan atau daerah hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah.
 - e. Wisata Agro, adalah jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek – proyek perkebunan, pertanian, dan lading pembibitan dimana bertujuan untul melakukan studi didalam proses wisata tersebut.

2. Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari:
 - a. Peninggalan dari masa prasejarah kepurbakalaan serta dan monument, wisata ini termasuk kedalam golongan budaya, monument nasional, kota, desa, gedung bersejarah, bangunan keagamaan, serta tempat – tempat yang memiliki nilai sejarah lainnya yang memiliki daya tarik wisata utama dibanyak negara.
 - b. Museum serta fasilitas budaya lainnya, adalah wisata yang berhubungan dengan aspek dalam serta kebudayaan disuatu tempat atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan temanya , seperti museum sejarah, arkeologi, entologi, seni dan kerajinan, serta sejarah alam (Lingga & Vany, 2020).

2.3.2 Komponen – komponen Pengembangan Pariwisata

Menurut Inskeep, diberbagai macam literature dimuat berbagai macam komponen – komponen wisata. Komponen tersebut terdiri dari komponen dasar dan komponen yang selalu ada dari sebuah wisata. Komponen – komponen tersebut saling berinteraksi satu sama lain. Berikut pengelompokan dari komponen – komponen wisata :

- a. Atraksi dan kegiatan – kegiatan wisata

Semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan dari suatu tempat serta kegiatan – kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan wisata yang dapat menarik wisatawan untuk menunjungi sebuah obyek wisata.

b. Akomodasi

Berbagai macam jenis fasilitas yang berhubungan dan bergerak pada bidang pelayanan untuk para wisatawan yang berniat melakukan wisata panjang disebut obyek wisata.

c. Fasilitas dan pelayanan wisata

Semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kegiatan berwisata. Fasilitas yang dimaksud ialah *tour and travel operations* (pelayanan dan penyambutan). Fasilitas tersebut misalnya: restoran, toko kerajinan, cendra mata, bank, tempat penukaran uang, kantor informasi wisata, pelayanan pribadi, fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum, dan fasilitas perjalanan.

d. Fasilitas dan pelayanan transportasi

Termasuk transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata, transportasi penghubung kawasan wisata dan kawasan pembangunan, transportasi internal yang menghubungkan atraksi dan pelayanan transportasi yang berhubungan dengan transportasi air, darat, dan udara.

e. Infrastruktur lain

Infrastruktur yang dimaksud seperti penyediaan air bersih, listrik, telekomunikasi dan lain lain.

f. Elemen Kelembagaan

Kelembagaan yang dimaksud ialah kelembagaan yang dipergunakan untuk mengelola dan membangun kegiatan wisata, termasuk

perencanaan tenaga kerja, program pendidikan serta juga dalam melaksanakan pelatihan; menyusun strategi marketing dan promosi; menstrukturisasi organisasi wisata sektor umum dan swasta; peraturan dan perundang – undangan yang berhubungan dengan wisata; mengendalikan program ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya (Lingga & Vany, 2020)

2.4 Defenisi Destinasi Kreatif (Anugerah Pesona Indonesia)

Kategori Destinasi kreatif Anugerah Pesona Indonesia merupakan sebuah program yang diadakan oleh Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia dalam rangka memberikan apresiasi kepada masyarakat penggerak sektor pariwisata yang memiliki upaya mempercepat pembangunan Daerah, mendorong transformasi sosial, budaya dan ekonomi Daerah. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah wisata pulau dua yang berada di Aceh Selatan.

Pulau dua merupakan salah satu objek wisata yang memiliki keindahan pesona laut begitu menawan. Letak tempat wisata itu di Kecamatan Bakongan Timur, Aceh Selatan. Untuk menuju ke pulau dua pengunjung dapat menyewa boat seharga Rp.50.000 perorang sudah termasuk pulang pergi dari pulau itu. Ragam fasilitas tersedia di wisata pulau, seperti dermaga apung, penyewaan ban untuk mandi, sanitasi, musalla, dan menjual ragam makanan juga minuman.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Creswell penelitian kualitatif ialah sebuah proses penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena – fenomena sosial dan manusia dengan menciptakan paparan menyeluruh dan kompleks yang disajikan menggunakan kata – kata, melaporkan pandangan dengan terperinci yang diperoleh dari suatu sumber informasi, serta dilaksanakan dalam latar (*setting*) yang alamiah (Gunawan, 2017, hal. 83).

Menurut Sugiyono penelitian kualitatif didasari oleh filsafat post-positivisme, karena hal ini berguna untuk mempelajari sebuah objek yang bersifat alamiah (berlawanan dengan eksperimen), peneliti berperan sebagai instrument kunci, pengambilan sampel, sumber data yang dilaksanakan dengan purposive dan snowball, teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil dari penelitian kualitatif lebih intens terhadap makna dari pada generalisasi (Fadli, 2021).

3.2 Kerangka Konsep

Notoadmojo menyatakan bahwa kerangka konsep penelitian ialah suatu uraian serta visualisasi hubungan atau keterkaitan antara satu konsep

dengan konsep yang lainnya, atau antara satu variable dengan variable yang lain dari masalah yang akan diteliti (Aprilia & Dedeh, 2018).

Adapun kerangka konsep penelitian yang dapat dijelaskan yaitu, strategi komunikasi pariwisata Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan dalam pencapaian Pulau Dua sebagai Destinasi Kreatif pada ajang Anugerah Pesona Indonesia 2022, maka konsep penelitian yang digunakan ialah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Kerangka Konsep



Sumber: Hasil Olahan 2022

3.3 Defenisi Konsep

Menurut Singarimbun dan Efendi defenisi dari konsep ialah konsep sebagai istilah atau defenisi yang berguna untuk mendeskripsikan secara abstrak suatu peristiwa atau kejadian, keadaan, individu atau kelompok yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Melalui sebuah konsep, peneliti diharapkan mampu menyederhanakan pemikirannya melalui satu istilah

untuk beberapa kejadian (*events*) yang berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Istilah ini dipergunakan untuk mewakili sebuah realitas yang kompleks (Rahardjo, 2014). Adapun defenisi konsep dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

- a. Strategi komunikasi menurut Middleton ialah kombinasi yang terbaik semua elemen komunikasi seperti komunikator, komunikan, pesan, saluran penerima sampai kepada pengaruh (efek) yang disusun untuk mecapai sebuah tujuan komunikasi efektif, sedangkan menurut Rogers strategi komunikasi ialah suatu rancangan yang telah dibuat guna mengubah tingkah laku manusia menuju skala yang lebih besar melalui transfer ide – ide terbaru (Wijaya, 2015).
- b. Komunikasi Digital adalah proses penyampaian pesan atau informasi yang bersumber dari komunikator kepada komunikan menggunakan media digital. Komunikasi digital memiliki karakteristik yang sangat berbeda dari komunikasi tradisional. Komunikasi digital memiliki keunggulan dalam proses membentuk, mengemas dan menyajikan pesan dengan proses yang lebih cepat dan mudah, dalam hal daya tari komunikasi digital juga memiliki keunggulan yaitu terdapat beragam fitur teknologi yang memungkinkan pesan yang dikemas akan tersampaikan dengan cara – cara yang unik dan menarik (Khairul & Agus, 2017).

- c. Prestasi adalah sebuah hasil usaha yang berhasil dicapai dari apa yang telah diusahakan dan dikerjakan baik secara individual maupun kelompok.

3.4 Kategori Penelitian

Tabel 4.1 Kategori Penelitian

No	Konsep Teoritis	Indikator
1.	Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah kabupaten aceh selatan	1. Komunikasi Pemasaran Parawisata 2. Manajemen Komunikasi Parawisata 3. Komunikasi Visual Parawisata 4. Komunikasi <i>Online</i> Parawisata
2.	Dalam pencapain anugrah pesona indonesia tahun 2022	1. Daya Tarik Pengunjung 2. Pantai Putih 3. Hampanan Laut Samudra Hindia 4. Deretan Pohon Kelapa 5. Toilet Umum 6. Tempat Ibadah 7. Transportasi Penyebrangan

Sumber: Hasil olahan 2023

3.5 Informan dan Narasumber

Narasumber adalah orang – orang yang ikut terlibat dalam objek penelitian dimana para narasumber akan dimanfaatkan peneliti dalam mencari informasi terkait objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, narasumber pada penelitian ini terdiri dari 3 narasumber diantaranya ialah

Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan, kepala desa ujung pulo rayeuk kecamatan bakongan timur dan masyarakat sekitar pulau dua

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang nantinya dapat digunakan untuk memberikan diagnosa dan kesimpulan. Observasi hanya berlaku pada perilaku/sesuatu yang tampak, sehingga potensi potensi perilaku seperti sikap, sebuah pendapat jelas tidak dapat diobservasi. Selain itu, sesuatu dapat dikatakan observasi apabila mempunyai sebuah tujuan; mengamati, melihat, mencermati suatu perilaku tidak dapat dikatakan observasi jika tidak memiliki sebuah tujuan.

Observasi dilakukan dengan cara berpartisipasi (observasi partisipan) dalam kegiatan yang akan diobservasi ataupun tidak, secara jelas observasi merupakan teknik pengumpulan data yang penting dalam proses penelitian kualitatif. Observasi merupakan teknik mendasar bagi penelitian kualitatif, setting menjadi catatan dasar sedangkan saksi mata menghitung tindakan sosial yang terjadi. Dalam penelitian kualitatif observasi merupakan deskripsi dari kejadian, tindakan, orang, dan objek, observasi juga digunakan dalam proses pengumpulan data interaktif, seperti observasi partisipan(Uhar, 2018,

hal. 209–211).

2. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif metode pengumpulan data melalui wawancara umumnya berfungsi untuk mendalami suatu kejadian atau kegiatan pada subjek penelitian. Pada dasarnya wawancara merupakan proses percakapan, namun percakapan yang memiliki sebuah tujuan. Wawancara sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif, karena banyak hal – hal yang tidak memungkinkan untuk diobservasi, seperti perasaan, pikiran, motif serta pengalaman narasumber.

Oleh karena itu, wawancara dapat didefinisikan sebagai cara untuk memahami atau memasuki perspektif orang lain tentang dunia dan kehidupan sosial, dalam melakukan proses wawancara peneliti harus memiliki pemahaman yang baik akan topik yang akan dibahas sesuai dengan fokus penelitian (Uhar, 2018).

3. Dokumentasi

Dokumen adalah sebuah rekaman kejadian yang ditulis atau dicetak dokumen dapat berupa catatan anekdot, surat, buku harian, foto, dan dokumen – dokumen lainnya. Dalam teknik pengumpulan data interaktif, peneliti dapat menemukan dokumen dari partisipan yang menawarkan untuk memberi rekaman pribadi kepada peneliti. Dokumen juga dapat menghasilkan informasi yang melatar belakangi suatu peristiwa atau aktivitas tertentu. Dokumen merupakan sebuah rekaman kejadian masa lalu yang ditulis atau dicetak ulang, dokumen

biasanya dikatalogkan serta ditampilkan dalam sebuah tempat penyimpanan kumpulan arsip ataupun perpustakaan.

3.7 Teknik Analisi Data

Teknik analisi data adalah sebuah proses mencari serta menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam satu kategori, menjabarkan kedalam unit – unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih data dari segi kepentingan serta memilih data yang ingin dipelajari, serta menciptakan kesimpulan sehingga dapat dipahami dengan mudah untuk diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data kualitatif bersifat induktif, artinya suatu analisis data berdasarkan kepada data yang diperoleh, kemudian dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan oleh data yang di dapat, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang sehingga kemudian dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang telah diperoleh(Sugiyono, 2013, hal. 243–244).

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah teknik analisis kualitatif, yaitu data yang diperoleh berasal dari hasil pengumpulan data kemudian diinterpretasikan sesuai dengan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi serta

diuraikan secara deskriptif untuk mengidentifikasi masalah bagaimana strategi komunikasi pariwisata Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan dalam pencapaian Destinasi Kreatif di Ajang API AWARD 2022. Adapun proses penelitian data dan pengolahan data pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Penyeleksian data, pemeriksaan data, kelengkapan dan kesempurnaan data serta kejelasan data yang diperoleh.
2. Reduksi data/pembentukan abstraksi dengan data yang telah ada seperti observasi, wawancara dan inti sari dari dokumen.
3. Penyajian data melalui proses pencatatan, pengetikan, penyuntingan dan disusun kedalam bentuk teks yang akan diperluas.
4. Penarikan kesimpulan data yang telah diperoleh dan disusun, selanjutnya ialah melakukan penarikan kesimpulan.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di dua lokasi, di kantor Dinas Pariwisata kabupaten Aceh Selatan dan di Kecamatan Bakongan Timur. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan september 2023 sampai dengan selesai.

BAB 1V
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi mengenai Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan Dalam Meraih Predikat Destinasi Kreatif Pada Objek Wisata Pulau Dua, peneliti mewawancarai beberapa informan. Yang mana informan yang peneliti wawancarai merupakan orang-orang yang ikut adil dalam pencapaian tersebut, serta masyarakat yang merasakan dampak positif destinasi pulau dua ini. Berikut tabel identitas informan yang peneliti wawancarai:

Tabel 4.1 identitas informan

NO	NAMA	USIA	PEKERJAAN
1.	Muchsin, ST	48	Dinas pariwisata
2.	Harlizar	51	Keuchik
3.	Zainur rizki monkuba	27	Karyawan swasta
4.	Huswatul fitrah	28	Nelayan

Sumber: Hasil Penelitian Tahun 2023

4.2 Hasil Wawancara

Penyajian data yang akan disajikan oleh peneliti berdasarkan informasi yang didapat, sehingga dapat memudahkan peneliti untuk melakukan analisis data serta penarikan kesimpulan.

Pencapaian Pulau Dua sebagai juara pertama pada kategori Destinasi Kreatif dalam anugerah API 2022 yang di gelar di ACC Dayan Dawood Banda Aceh, Jumat 25 November 2022 lalu, tentu tidak lepas dari persiapan dan perancaan yang matang. Banyak pihak yang ikut adil dalam persiapan ini, diantaranya Dinas Parawisata Aceh Selatan, Pemerintah Gampong, Serta peran masyarakat Pulau Dua yang mendukung persiapan tersebut. Berbagai persiapan pun dilakukan, mulai dari memperbaiki pengelolaan Pulau Dua serta juga promosi, baik sosialisasi secara langsung maupun menggunakan media masa dan digital. Hal ini dilakukan agar masyarakat luas dapat mengenal wisata Pulau Dua, serta mendukung Pulau Dua untuk meraih kemenangan di ajang API tahun 2022 tersebut.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Muchsin, ST selaku Kepala Dinas Aceh Selatan, memberikan informasi tentang berbagai persiapan dan strategi yang dilakukan Dinas Parawisata sebelum mengikuti ajang tersebut, sehingga mampu meraih kemenangan di ajang API Tahun 2022 kategori Destinasi Kreatif. Beliau mengungkapkan :

Sebelum mengikuti ajang tersebut pemerintah Aceh Selatan membuat perencanaan terlebih dahulu, dengan membagi kawasan strategi wisata Aceh Selatan menjadi beberapa kelompok. Diantaranya ialah kawasan wisata bahari (pantai), kawasan wisata alam, dan agro wisata, berdasarkan

kelompok tersebut Pulau Dua termasuk kedalam kelompok wisata bahari (pantai). Wisata pulau dua memiliki daya tarik tersendiri dengan keindahan laut dan pantainya, dibuktikan dengan banyaknya pengunjung yang berdatangan pada saat waktu libur. Pemerintah Aceh Selatan melihat wisata ini sangat potensial dan perlu dikembangkan agar kedepan lebih banyak wisatawan yang tertarik untuk datang berkunjung. Ini juga menjadi alasan kenapa wisata pulau dua dipilih oleh pemerintah aceh selatan untuk mengikuti ajang API tersebut. Langkah selanjutnya sebelum mengikuti ajang tersebut pemerintah aceh selatan membuat perencanaan dengan melihat keadaan dan kondisi Pulau Dua, setelah melakukan observasi terhadap Pulau Dua Pemerintah Aceh Selatan memperbaiki kekurangan yang ada di wisata pulau dua, Seperti fasilitas umum, fasilitas pendukung dan transportasi menuju Kepulauan Dua. Setelah tahap perbaikan fasilitas dan sistem pengelolaan pulau dua rampung, maka tahap selanjutnya Pemerintah Aceh Selatan melakukan promosi kepada masyarakat. Dapat dikatakan promosi tersebut cukup berhasil menarik para wisatawan untuk datang, bukan hanya wisatawan lokal namun juga wisatawan luar daerah. Dengan keberhasilan tersebut dari itu pemerintah Aceh Selatan mencoba untuk ikut dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia Tahun 2022.

Ajang Anugerah Pesona Indonesia Tahun 2022 merupakan ajang perdana pulau dua dalam event wisata yang ada di Indonesia, dalam ajang tersebut wisata pulau dua berhasil masuk kedalam nominasi 10 besar lalu memenangkan ajang tersebut. Keberhasilan tersebut tidak terlepas promosi

yang dilakukan serta inovasi-inovasi dari pemerintah aceh selatan, salah satu inovasi yang dilakukan pemerintah aceh selatan dengan mengembangkan inovasi gerakan desa cinta wisata. Memberikan hak penuh kepada desa untuk mengelola wisata dengan kearifan lokal serta budaya yang ada disana, dapat membuat wisata tersebut menjadi berkembang dengan baik dengan dukungan masyarakat setempat.

Dalam memenangkan ajang API Tahun 2022 ada beberapa indikator yang mempengaruhi pulau dua meraih kemenangan di ajang tersebut, meningkatnya angka wisatawan yang berkunjung bahkan mencapai ribuan pertahunya serta tingkat popularitas pulau dua di media sosial dan media masa. Dalam pencapain tersebut tidak terlepas dari strategi yang digunakan oleh pemerintah aceh selatan, memperbaiki dan mengembangkan pulau dua merupakan strategi yang dilakukan untuk menarik pengunjung datang sebanyak mungkin kepulau dua. Kesempatan tersebut di mamfaatkan oleh pemerintah aceh selatan untuk melakukan sosialisasi secara langsung kapada masyarakat yang berkunjung, untuk mendukung pulau dua dalam ajang Anugrah Pesona Indonesia Tahun 2022. Kepuasan publik terhadap tempat wisata merupakan point penting dalam Ajang Anugrah Pesona Indonesia, maka dari itu pelayanan di pulau sangat di perhatikan agar para pengunjung merasa nyaman dan puas dengan wisata pulau dua dan bersedia mendukung pulau dalam ajang tersebut.

Menarik minat pengunjung untuk datang sangat tidak mudah dilakukan, maka dari itu diperlukan kerja sama dengan pihak-pihak lainnya, ada beberapa kerja sama yang dilakukan oleh pemerintah aceh selatan yaitu dengan berbagai media masa dan kelompok-kelompok pencinta wisata untuk mempromosikan wisata pulau dua. Terlepas dari itu pemerintah aceh selatan juga melakukan berbagai macam cara lainnya dengan membuat baliho promosi, brosur yang dapat dibagikan kepada masyarakat umum, serta video visual dan iklan yang dibagikan di sosial media. Usaha yang dilakukan pemerintah aceh selatan untuk mempromosikan wisata pulau dua terbilang sangat berhasil dengan meningkatnya jumlah pengunjung dan meraih kemenangan di ajang Anugrah Pesona Indonesia Tahun 2022.

Selain Dinas Parawisata Aceh Selatan peneliti juga melakukan wawancara dengan Kepala Desa atau Keuchik kawasan Pulau Dua, yaitu dengan bapak Harlizar. Guna mendapatkan informasi terkait dengan pengelolaan wisata pulau dua, inovasi yang dilakukan pihak desa serta dampak yang dirasakan masyarakat sekitar wisata pulau setelah meraih kemenangan di ajang Anugrah Pesona Indonesia Tahun 2022. Beliau mengatakan :

Dalam pengelolaan wisata pulau dua pihak desa terlebih dahulu meluruskan pembagian hasil dari wisata pulau dua, baik itu dengan ahli waris pulau dua, PAD, maupun dengan masyarakat sekitar. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi permasalahan kedepannya terkait dengan

pembagian hasil dari wisata pulau dua tersebut. Selain itu pemerintah desa juga memperhatikan dengan baik kondisi pulau dua demi kenyamanan pengunjung, mulai dari mempersiapkan pemadu wisata di pulau dua dan juga merawat fasilitas yang ada di wisata pulau dua. Dalam persiapan pengembangan wisata pulau dua pihak desa melakukan kerja sama dengan pemerintah daerah aceh selatan yaitu Dinas Parawisata Aceh Selatan. Dampak kerja sama tersebut membuahkan hasil dengan dibangun nya fasilitas umum, fasilitas pendukung serta sistem pengelolaan yang lebih baik. Selain itu kerja sama juga dilakukan oleh pihak desa dengan masyarakat setempat untuk bersama-sama mengembangkan wisata pulau dengan ikut adil dalam menyambut pengunjung yang datang ke wisata pulau dua dan memfasilitasi para pengunjung seperti menyediakan perahu penyeberangan. Ini dilakukan agar para pengunjung merasa nyaman dan puas dengan pelayan dan fasilitas yang disediakan di wisata pulau dua tersebut.

Sebagai pihak yang bertanggung jawab atas pengelolaan wisata pulau dua, maka pihak desa melakukan beberapa inovasi agar pengelolaan wisata pulau dua berjalan dengan baik dengan tujuan agar pengunjung tetap nyaman dan merasa puas dengan wisata pulau dua tersebut. Adapun inovasi yang dilakukan yaitu dengan memperhatikan fasilitas yang tersedia agar selalu dalam kondisi yang baik, memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pengunjung, mengawasi keselamatan pengunjung dengan memantau kondisi cuaca dalam penyeberangan menuju wisata kepulau

dua. Harapannya inovasi tersebut dapat menarik lebih banyak lagi wisatawan dan membangun citra baik wisata pulau dua pada kalayak ramai. Inovasi ini dapat berjalan dengan baik juga tidak terlepas dari kerja sama dengan masyarakat sekitar yang ikut adil dalam pengelolaan wisata pulau dua itu sendiri.

Dalam mengikuti ajang Anugerah Pesona Indonesia Tahun 2022 dibalik memperbaiki fasilitas dan sistem pengelolaan, pihak desa juga melakukan promosi kepada kalayak ramai untuk mendukung wisata pulau dua pada ajang tersebut. Berbagai cara promosi dilakukan agar wisata pulau dua mendapatkan banyak dukungan dalam ajang tersebut, tidak dipungkiri jika hal ini memang harus dilakukan agar wisata pulau dua dapat masuk dalam nominasi di ajang tersebut. Pihak desa menyadari betul jumlah dukungan mempengaruhi hasil yang akan didapat dalam ajang tersebut, maka dari itu langkah promosi dilakukan dengan maksimal agar mendapatkan hasil yang diinginkan.

Sosialisasi langsung dengan pengunjung merupakan salah satu dari sekian banyak cara yang dilakukan oleh pihak desa untuk mendapatkan dukungan dalam ajang tersebut. Memamfaat kan pengunjung sebagai media penyebar informasi tentang wisata pulau dua guna menarik pengunjung lain, merupakan cara yang cukup efektif untuk dilakukan tanpa harus mengeluarkan biaya sedikitpun. Inilah sebab kenapa pihak desa selalu memperhatikan kenyamanan pengunjung demi membangun citra baik wisata pulau dua setelah liburan disana. Selain itu pihak desa selalu

mendorong kepada masyarakat sekitar untuk berinovasi memanfaatkan wisata pulau dua untuk menjadi lahan pencarian sampingan. Salah satunya dengan membuat aksesoris khas pulau dua untuk dijual kepada para pengunjung yang akan menjadi cendra mata para pengunjung setelah berkunjung di wisata pulau dua tersebut. Cendra mata yang dibawa pulang oleh para pengunjung juga bisa menjadi salah satu sarana promosi pulau dua kepada orang lain yang melihat keunikan cendra mata tersebut. Salah satu cendra mata khas dan menjadi identitas wisata pulau dua yaitu gelang tangan, kalung, kaos bergambarkan pulau dua dan lainnya.

Selain itu pemasangan spanduk-spanduk promosi wisata pulau dua juga dilakukan oleh pihak desa. Pemasangan spanduk promosi tersebut dilakukan di badan jalan lintas Nasional, hal ini bertujuan agar para pengendara lintas nasional dapat melihat keindahan dan daya tarik wisata pulau dua di tempat tersebut dengan harapan hal tersebut dapat menarik minat para pengendara untuk dapat berkunjung di wisata pulau dua suatu saat. Pembagian selebaran brosur juga dilakukan baik itu pada pengendara jalan nasional maupun pada pengunjung yang pulang, guna informasi tentang wisata pulau dua dapat tersebar kepada semua kalangan masyarakat. selain itu pihak desa juga melakukan promosi menggunakan media masa, dengan membuat artikel berkaitan dengan pesona wisata pulau dua disertai dengan gambar yang dimuat kemedi masa lokal. Promosi ini dilakukan agar dapat menjangkau para pembaca di luar daerah dan bersedia mendukung wisata pulau dua dalam ajang API Tahun 2022.

Promosi di media sosial juga menjadi salah satu upaya yang dilakukan oleh pihak desa dalam meraih dukungan masyarakat terhadap wisata pulau dua dalam ajang API tersebut. Membuat konten-konten singkat tentang keindahan pulau dua dan menyebarkan kedia sosial merupakan cara yang cukup efektif dilakukan, cara ini terbilang cukup berhasil di karenakan meningkatnya jumlah pengunjung yang berdatangan ke wisata pulau dua. Tidak hanya itu keberhasilan promosi melalui konten singkat media sosial menarik banyak dukungan dari masyarakat luas untuk mendukung wisata pulau dua dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia Tahun 2022. Keberhasilan dalam promosi tersebut membuat beberapa dampak positif bagi wisata pulau dua yaitu meningkatnya jumlah pengunjung dan dukungan dari masyarakat luas sehingga wisata pulau dua dapat meraih kemenangan pad ajang Anugerah Pesona Indonesia Tahun 2022.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan bapak Huswatul fitrah, sebagai masyarakat di lingkup wisata pulau dua yang ikut adil dalam pengelolaan wisata pulau dua. Dalam wawancara tersebut didapatkan beberapa informasi berkaitan dengan dampak wisata pulau dua terhadap masyarakat sekitar, upaya yang dilakukan masyarakat dalam mendukung pengembangan pulau serta mengikuti ajang Anugrah Pesona Indonesia Tahun 2022. Dalam wawancara tersebut beliau mengatakan :

Sebagai masyarakat dalam lingkup wisata pulau dua, tentunya menjadi sebuah kewajiban untuk mendukung dan ikut adil dalam pengembangan

wisata pulau dua dalam mengikuti ajang Anugrah Pesona Indonesia Tahun 2022. kesadaran masyarakat dalam mendukung tempat wisata tersebut tidak terlepas dari program pemerintah Aceh Selatan yaitu sosialisasi Desa cinta wisata. Program ini dilakukan oleh pemerintah Aceh Selatan dengan tujuan agar pengembangan wisata lebih mudah, jika masyarakat di lingkup tempat wisata tersebut mendukung dan bekerjasama dalam pengembangan tempat wisata tersebut untuk kedepannya.

Sebelum dilakukan pengembangan oleh pihak pemerintah Aceh Selatan pulau dua sudah cukup menarik perhatian banyak masyarakat untuk berkunjung, namun pada saat itu belum adanya fasilitas yang cukup memadai di wisata pulau dua jika dibuka untuk umum. Pengunjung hanya bisa dapat menikmati keindahan pulau dua hanya dari bibir pantai, hal ini di akibatkan belum adanya fasilitas transportasi penyeberangan untuk ke pulau dua dan juga belum adanya izin dari masyarakat sekitar untuk melintas ke pulau dua bagi pengunjung luar pada saat itu. Namun setelah melihat peluang potensial maka pemerintah Aceh Selatan mulai mengembangkan wisata pulau dua dibantu dengan masyarakat sekitar.

Setelah pengembangan dilakukan dengan membuat fasilitas bagi pengunjung, wisata pulau dua dengan cepat menjadi tempat wisata yang ramai dengan pengunjung dari berbagai penjuru baik lokal maupun dari luar daerah. Dengan keberhasilan itu pemerintah Aceh Selatan mendaftarkan pulau dalam ajang Anugrah Pesona Indonesia Tahun 2022. Masyarakat di lingkup wisata pulau dua sangat mengapresiasi dan

mendukung wisata pulau dua dalam mengikuti ajang tersebut dengan harapan agar pulau dapat dikenal oleh masyarakat luas. Dalam mengikuti ajang tersebut masyarakat juga ikut andil melakukan berbagai aspek persiapan mulai dari segi fasilitas maupun promosi guna meraih dukungan dari pengunjung dalam mengikuti ajang tersebut.

Berbicara mengenai fasilitas masyarakat sangat memperhatikan kesiapan fasilitas yang akan digunakan oleh pengunjung di wisata pulau dua. Ada beberapa fasilitas yang di siapkan oleh masyarakat dalam menunjang wisata pulau dua salah satunya transportasi penyeberangan yang akan digunakan oleh pengunjung untuk melintas ke pulau dua. Transportasi yang digunakan untuk melintas merupakan perahu-perahu masyarakat yang berada di lingkup wisata pulau dua, perahu yang akan digunakan oleh pengunjung juga harus diperhatikan kelayakannya demi kenyamanan dan keselamatan pengunjung. Selain itu promosi juga dilakukan oleh masyarakat guna mendapatkan dukungan dari para pengunjung dalam ajang Anugrah Pesona Indonesia. Dalam melakukan promosi masyarakat melakukan berbagai macam cara di antara nya dengan komunikasi langsung, berbagi cerita dan sejarah legenda pulau dua yang cukup menarik kepada para pengunjung. Disamping itu promosi juga dilakukan dengan membagikan brosur-brosur wisata pulau dua kepada para pengunjung, menyebarkan konten-konten vidio singkat tentang keindahan dan pesona pulau dua kedia sosial guna mendapatkan dukungan dari kelayak ramai dalam ajang Anugrah Pesona Indonesia. Usaha tersebut

membuahkan hasil dengan cukup banyak pengguna media sosial yang tertarik dan mendukung pulau dua di ajang tersebut, dan puncaknya pulau dua dapat meraih kemenangan di ajang Anugerah Pesona Indonesia Tahun 2022 lalu.

Berbicara tentang keberhasilan meraih kemenangan dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia, tentu banyak mamfaat yang di dapatkan dibalik kemenangan tersebut. Selain popularitas wisata pulau dua yang semakin meningkat tentunya tingkat kunjungan juga meningkat drastis, hal ini dibuktikan dengan adanya penyanyi lokal Aceh yang melakukan pembuatan vidioklip untuk lagu nya di wisata pulau dua. Masyarakat di lingkup pulau dua juga merasakan dampak tersebut seiring dengan meningkatnya kunjungan wisatawan di pulau dua, hal ini dapat diliat dari bertambahnya transpotasi penyeberangan guna memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung. Permintaan dan penjualan aksesoris khas wisata pulau dua juga meningkat, hal ini tidak terlepas dari banyaknya kunjungan ke pulau dua setelah meraih kemenangan di ajang API Tahun 2022.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan bapak Zainur rizki monkuba selaku masyarakat di lingkup wisata pulau dua, beliau menyampaikan beberapa informasi berkaitan dengan dampak wisata pulau dua sebelum memenangkan ajang Anugerah Pesona Indonesia dan susudah memenangkan ajang tersebut, baik itu terhadap masyarakat di

lingkup wisata pulau dua maupun terhadap pulau dua itu sendiri. Beliau menyampaikan :

Sebelum dilakukannya pengembangan terhadap pulau dua, pengunjung yang tertarik terhadap keindahan pulau dua hanya bisa menikmati keindahan nya dari bibir pantai saja dan melihat dari jauh. Hal ini diakibatkan dengan tidak adanya fasilitas untuk pengunjung, baik di pulau dua itu sendiri maupun fasilitas penyeberangan untuk ke pulau dua. Selain itu tidak adanya izin dari ahli waris pulau dua juga menjadi alasan kenapa pulau dua tidak bisa di akses oleh para pengunjung tanpa seizin ahli waris terlebih dahulu. Pihak pemerintah desa dan masyarakat juga tidak bisa memutuskan pemberian izin untuk akses pulau dua sebagai tempat wisata, dikarenakan adanya ahli waris pemilik pulau dua yang lebih berhak atas pulau dua tersebut. Melihat peluang dan ramai nya pengunjung yang tertarik dengan pulau dua, pihak masyarakat melalui pemerintahan desa melakukan musyawarah dan membuat kesepakatan dengan pihak ahli waris pulau dua untuk membuka dan memberikan izin terhadap para pengunjung untuk bisa menyeberang ke pulau dua. Setelah itu pulau dua mulai dibuka untuk umum sebagai tempat wisata bahari tanpa adanya fasilitas apapun disana terkecuali perahu penyeberangan milik masyarakat.

Melihat potensi yang cukup besar dengan meningkatnya pengunjung setiap tahun nya, akhirnya pemerintah Aceh Selatan melakukan pengembangan terhadap wisata pulau untuk lebih baik dengan membuat fasilitas penunjang bagi pengunjung. Pengembangan ini bekerja sama

dengan masyarakat, pemerintah desa, serta ahli waris pulau dua agar pengembangan wisata pulau dua menjadi maksimal dan matang. Unsur pertama yang diperhatikan dalam pengembangan wisata pulau dua ialah menyediakan fasilitas penunjang seperti kamar mandi umum, transportasi penyeberangan yang layak, dermaga serta aksesoris pelengkap lainnya. pengembangan tersebut cukup berhasil dengan meningkatnya secara drastis tingkat kunjungan ke pulau dua. Keberhasilan ini dimanfaatkan pemerintah Aceh Selatan dengan mendaftarkan pulau dua dalam ajang Anugrah Pesona Indonesia Tahun 2022.

Dalam mengikuti ajang tersebut berbagai strategi dilakukan oleh pemerintah Aceh Selatan, berkerjasama dengan masyarakat dan pemerintah desa di lingkup wisata pulau dua demi memenangkan ajang tersebut. Melakukan pemasaran pulau dua kepada masyarakat luas dilakukan guna menarik pengunjung dan mendapatkan dukungan dalam ajang tersebut. Membuat iklan tentang keindahan pulau dua di media masa maupun media sosial, pemasangan baliho promosi, membagikan brosur merupakan sebagian strategi yang dilakukan Pemerintah Aceh Selatan. Namun jika dilihat dari semua bentuk promosi yang dilakukan, promosi yang sangat efektif yaitu promosi di media sosial. Banyak pengguna media sosial yang kagum dengan keindahan pulau dua setelah melihat iklan maupun konten-konten singkat tentang pulau dua di media sosial. Dukungan pun terus berdatangan terhadap pulau dua dalam ajang

Anugerah Pesona Indonesia, sehingga bisa meraih kemenangan dalam ajang tersebut Tahun 2022 lalu.

Jika dilihat cukup banyak dampak setelah kemenangan tersebut yang dirasakan, baik Pemerintah Aceh Selatan, masyarakat, Pemerintah Desa, maupun Ahli waris pulau dua. dengan meningkatnya pengunjung di wisata pulau dua maka penghasilan pulau dua juga semakin meningkat, selain itu usaha milik masyarakat di lingkup wisata pulau dua menjadi lebih ramai dengan kedatangan para pengunjung pulau dua. Terpenting masyarakat lebih sadar untuk menjaga kebersihan lingkungan demi menjaga keindahan alam yang menjadi objek wisata banyak orang dari penjuru daerah.

4.1 Pembahasan

Dalam mendapatkan informasi dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber diantaranya Kepala Dinas Pariwisata Aceh Selatan, Kepala Desa (Keuchik), dan dua orang masyarakat di pulau dua. Dalam proses wawancara peneliti tidak mendapatkan hambatan dalam mendapatkan informasi semua berjalan seperti mana mestinya. Para narasumber menyampaikan informasi dengan baik sehingga memudahkan peneliti dalam menganalisis dan menyimpulkan hasil wawancara tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi sangat berpengaruh terhadap tujuan yang ingin di capai dan menunjukkan

dampak yang besar dalam proses menuju target yang telah ditentukan. Diperlukan perencanaan yang matang agar proses berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Dalam hasil penelitian terungkap bahwa pemasaran dan promosi wisata pulau dua kepada publik, Pemerintah Aceh Selatan menggunakan berbagai strategi komunikasi parawisata guna mencakup semua lini masyarakat.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dijabarkan dan dipaparkan, maka dari itu peneliti mencoba membahas hasil penelitian dengan teori-teori yang ada, antara lain sebagai berikut :

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan para informan, maka terungkap bahwasanya dalam meraih kemenangan dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia Tahun 2022 informan menggunakan strategi komunikasi parawisata dalam mendapatkan dukungan publik di ajang tersebut. Diantara lain sebagai berikut :

1. Komunikasi Pemasaran Parawisata

Kemenangan pulau dua dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia Tahun 2022 tidak terlepas dari pemasaran yang cukup baik, pemerintah Aceh Selatan paham betul daya tarik dan dukungan publik sangat berpengaruh dalam meraih kemenangan di ajang tersebut. Maka dari itu untuk meningkatkan daya tarik tersebut pemerintah Aceh Selatan memanfaatkan seluruh media baik itu media masa maupun media sosial dalam memasarkan wisata pulau dua tersebut. Konsep yang digunakan dalam pemasaran pulau dua yaitu 4P (*product, price,*

place, promotion), produk yang ditawarkan Pemerintah Aceh Selatan kepada publik ialah wisata pantai dan laut Samudera Hindia, untuk biaya hanya dikenakan biaya penyeberangan yang sudah di cantumkan pada saat promosi, tempat nya memenuhi standar kelayakan dengan segala fasilitas yang sudah siapkan, berkaitan dengan promosi sudah sangat baik dengan memanfaatkan semua peluang yang ada baik di media masa maupun media sosial. Metode ini sangat efektif dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengunjung dan mendapatkan banyak dukungan dari publik dalam meraih kemenangan di ajang API Tahun 2022.

2. Manajemen komunikasi parawisata

Sebelum pengembangan wisata pulau dua dilakukan, hal utama yang dibicarakan ialah mengatur pembagian hasil wisata pulau dua dengan berbagai pihak terkait. Ini merupakan salah satu strategi agar pengelolaan wisata pulau dua berjalan dengan baik. Pulau dua dikelola langsung oleh pihak pemerintahan desa atas izin ahli waris pemilik pulau dua bekerja sama dengan pihak pemerintahan daerah Aceh Selatan dalam pengembangannya, tentu dengan ini wisata pulau dua memiliki legalitas dan izin yang jelas. Kenyamanan para pengunjung menjadi prioritas utama bagi pengelola wisata pulau dua, berkaitan dengan itu pengelola menyiapkan para pemandu wisata bagi pengunjung dan membuat rambu-rambu pemberitahuan agar para pengunjung lebih ter arah. Kelayakan fasilitas lainnya juga di

perhatikan seperti kelayakan transportasi penyeberangan, toilet umum, air bersih serta dermaga.

3. Komunikasi Transportasi Parawisata

Dalam menyediakan transportasi penyeberangan ke pulau dua, para pengurus wisata pulau dua sangat memperhatikan kelayakan perahu-perahu yang akan digunakan untuk penyeberangan demi kenyamanan dan keselamatan para pengunjung. Perahu yang dianggap tidak layak atau sudah berumur tua tidak di beri izin untuk dipergunakan dalam transportasi penyeberangan untuk mengangkut para pengunjung. Perahu yang tergolong layak akan diwarnai dengan sedemikian rupa agar menjadi lebih menarik untuk dilihat oleh para pengunjung. Untuk keamanan transportasi penyeberangan, waktu tempuh, serta tarif yang di keluarkan sebelum itu juga telah di informasikan kepada publik pada saat promosi dilakukan.

4. Komunikasi Visual Parawisata

Membagikan brosur kepada para pengunjung serta pemasangan baliho dibaju jalan yang menggambarkan keunikan dan keindahan wisata pulau dua merupakan sisi konseptual konten yang dilakukan oleh pemerintah Aceh Selatan dalam menarik minat para pengunjung lainnya. selain itu terdapat juga souvenir seperti kaos bergambarkan pulau dua aksesoris khas pulau dua serta minuman jus nipah yang sangat fenomenal, yang memiliki nilai kreatif yang tinggi serta keunikan yang menggambarkan ciri khas wisata pulau dua tersebut.

5. Komunikasi *Online* Parawisata

Dalam meraih kemenangan di ajang Anugerah Pesona Indonesia Tahun 2022, proses komunikasi *Online* parawisata yang dilakukan oleh Pemerintah Aceh Selatan memberikan dampak yang cukup besar. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya dukungan publik terhadap keikutsertaan pulau dua dalam ajang tersebut. Membagikan konten-konten singkat tentang keindahan pulau dua merupakan salah satu yang dilakukan terus menerus selama ajang ini masih berlangsung. Konten yang disebar akan terus diperbarui agar para publik tidak merasa bosan, dan selalu menarik perhatian publik. Selain itu membangun citra baik di mata publik juga dilakukan dengan membuat iklan yang akan disebar di media sosial berkaitan dengan fasilitas dan keindahan yang ada di wisata pulau dua.

Berdasarkan hasil penelitian berkaitan dengan fasilitas yang ada di wisata pulau dua menurut pemerintah Aceh Selatan sudah cukup memadai, dengan tersedia transportasi penyeberangan, toilet umum, air bersih, beberapa pondok, dermaga, serta pemandu wisata. Pihak pemerintah Aceh Selatan menyerahkan sepenuhnya pengelolaan tempat wisata pulau dua kepada desa untuk dikelola secara mandiri pasca meraih kemenangan dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia Tahun 2022 lalu. Pemerintahan Desa memiliki tanggung jawab menjaga dan merawat terutama fasilitas yang telah dibangun,

mengelola pulau dua dengan baik, serta menjaga keindahan dan kebersihan lingkungan wisata pulau agar keasrian nya tetap terjaga.

Berbicara tentang promosi, pemerintah Aceh Selatan telah melakukan yang terbaik dalam melakukan promosi wisata pulau dua kepada publik. Memamfaatkan segala peluang yang ada baik melalui media masa maupun media sosial untuk meningkatkan daya tari pengunjung. Keberhasilan pemerintahan Aceh Selatan dalam segi promosi membawa kemenangan bagi wisata pulau dua dalam ajang API Tahun 2022 serta meningkatkan jumlah pengunjung ke wisata pulau.

Dalam penelitian ini terungkap bahwasnya kerja sama yang dibangun dalam mengembangkan pulau dua sangat baik, antara pemerintahan Aceh Selatan, Pemerintah Desa, dan Masyarakat. Setiap pihak memiliki peran masing-masing, pemerintahan Aceh Selatan melakukan pembangunan fasilitas dan melakukan promosi wisata, pemerintahan Desa bertanggung jawab merawat fasilitas yang sudah di bangun serta sistematika pengelolaan wisata pulau dua, untuk masyarakat kenyamanan para pengunjung merupakan prioritas utama dengan itu masyarakat menunjukkan rasa terbuka terhadap para pengunjung dan siap membantu bila ada pengunjung yang merasa dalam kendala. Kekompakan ini tidak lepas dari keberhasilan pemerintahan Aceh Selatan dalam merealisasikan program Desa Cinta Wisata. Dalam program tersebut pemerintah melakukan edukasi

kepada masyarakat untuk menjaga dan mencintai wisata yang ada di Desa yang itu sendiri.

Dari hasil penelitian juga bisa dilihat begitu banyak manfaat yang di dapatkan baik dari segi ekonomi maupun lingkungan. Dari segi ekonomi ada peningkatan penghasilan baik itu pemilik perahu penyeberangan maupun masyarakat yang berdagang, dari segi lingkungan masyarakat lebih peka terhadap menjaga kebersihan lingkungan hidup.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari uraian dan hasil penyajian data yang sudah dituangkan secara lengkap maka kesimpulan dari penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan Dalam Meraih Predikat Destinasi Kreatif Pada Objek Wisata Pulau Dua menggunakan implementasi dari bidang kajian-kajian komunikasi pariwisata yang sifatnya berupa perencanaan dan pengelolaan serta diiringi dengan pemanfaatan digitalisasi, seperti komunikasi pemasaran pariwisata, manajemen komunikasi pariwisata, komunikasi visual pariwisata, dan komunikasi online pariwisata. Pemerintah Aceh Selatan juga memenuhi kriteria atau indikator penilaian yang sudah ditetapkan dijang API Tahun 2022 Berdasarkan data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber, pemerintah Aceh Selatan juga melibatkan masyarakat setempat dalam pengelolaan, perencanaan dan pengimplementasian strategi komunikasi pariwisata yang telah ditentukan dan dirancang oleh Pemerintah Aceh Selatan bersama dengan masyarakat sekitar.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti timbul saran yang akan disampaikan peneliti yaitu:

1. Diharapkan kepada pemerintah Aceh Selatan terus melakukan pendampingan terhadap wisata pulau dua agar bisa terus berkembang lagi kedepan nya.
2. Kepada pemerintah Desa dan masyarakat agar menjaga fasilitas yang sudah ada dan terus memberikan pelayan terbaik terhadap pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, pratiwi yudi, & Dedeh, S. (2018). *KELELAHAN DAN KESEHATAN KERJA NELAYAN*. 2(2).
- Burhan, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata Toursim Comunication Pemasaran dan Brand Destinasi*. PRENAMEDIA GROUP.
- Defhany, D. defhany, Edlina, R., & Eriend, D. (2020). *Strategi Komunikasi Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Sumatera Barat Dalam Meningkatkan Brand Image Objek Wisata Di Sumatera Barat*. 5(1), 96–110. <https://doi.org/10.33884/commed.v5i1.1508>
- Edi, S. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktisi di Era Global*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Gunawan, I. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. PT Bumi Aksara.
- Khairul, A., & Agus, R. (2017). *KOMUNIKASI DIGITAL BERBENTUK MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI BAGI KEPALA, PUSTAKAWAN, DAN TENAGA PENGELOLAH PERPUSTAKAAN*. 6(3), 204–208.
- Lingga, S., & Vany, O. (2020). *PENGANTAR PEMASARAN PARIWISATA*. Alvabeta,CV.
- Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, S. (2021). *Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid - 19*. 1039–1045.
- Rahardjo, M. (2014). *Antara Konsep, Proposisi, Teori, Variabel dan Hipotesis dalam Penelitian*.
- Rahman, M. K., Ahyuni, & Purwaningsih, E. (2018). Pemetaan Potensi Kawasan Wisata Pantai Pulau Dua Kecamatan Bakongan Timur Kabupaten Aceh Selatan. *Buana*, 3(3), 451–465.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, Cv.
- Tanjung, I. S., Tanjung, H., & Wibowo, Y. S. (2021). *Development of Tourism Communication Model Based on Local Wisdom in Padangsidempuan*. 9877–9885.
- Tunggala, S., & Saadjad, K. A. (2019). Strategi Komunikasi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 197. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.2714>
- Uhar, S. S. (2018). *Metode Penenlitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. PT Refika Aditama.

DOKUMENTASI



Dokumentasi Piagam Penghargaan Anugerah Pesona Indonesia Tahun 2022



Dokumentasi wawancara dengan kepala dinas pariwisata aceh selatan



Dokumentasi Wawancara Dengan Kepala Desa



Dokumentasi Wawancara Dengan Bapak Zainur Rizki Monkuba



Dekomentasi Dengan Bapak Huswatul Fitrah

PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA

(Kepala Dinas Parawisata Kabupaten Aceh Selatan)

Hari/Tanggal Wawancara : Kamis 23 november 2023

Lokasi Wawancara : Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan

Usia : 48

Jenis Kelamin : laki-laki

Waktu Wawancara : 15.00

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya M. Imam Alfurqan, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait tugas akhir/skripsi dengan judul: Strategi Komunikasi Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan Dalam Meraih Predikat Destinasi Kreatif Pada Objek Wisata Pulau Dua. Dengan ini saya memerlukan informasi dari Bapak/Ibu/Saudara/I terkait dengan penelitian saya, atas bantuan dan informasinya serta kesediaaanya saya ucapkan terimakasih.

Pertanyaan Wawancara :

1. Apa saja persiapan Dinas Pariwisata dalam mengembangkan wisata pulau dua selama mengikuti API Award ?
2. Inovasi apa yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam pengelolaan pulau dua selama mengikuti API Award ?

3. Apa saja indikator-indikator yang membuat pulau dua meraih predikat destinasi kreatif di ajang API Award ?
4. Apakah implementasi komunikasi pariwisata berperan dalam pencapaian pulau dua di ajang API Award ?
5. Strategi komunikasi pariwisata seperti apa yang dilakukan oleh dinas pariwisata dalam pencapaian di ajang API Award ?
6. Perlukah komunikasi pemasaran pariwisata dalam pencapaian ini, komunikasi pemasaran pariwisata seperti apa yang dilakukan dinas pariwisata dalam pencapaian di ajang API Award?
7. Bagaimana implementasi komunikasi visual pariwisata yang dilakukan oleh dinas pariwisata dalam pencapaian pulau dua di ajang API Award ?
8. Apa tantangan dan hambatan dalam pengelolaan pulau dua selama mengikuti Ajang API Award ?

PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA

(Kepala Desa Ujong Pulo Rayeuk)

Hari/Tanggal Wawancara : Senin 11 desember 2023

Lokasi Wawancara : Rumah Kepala Desa

Usia : 51 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Waktu Wawancara : 14.30 WIB

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya M. Imam Alfurqan, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait tugas akhir/skripsi dengan judul: Strategi Komunikasi Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan Dalam Meraih Predikat Destinasi Kreatif Pada Objek Wisata Pulau Dua. Dengan ini saya memerlukan informasi dari Bapak/Ibu/Saudara/I terkait dengan penelitian saya, atas bantuan dan informasinya serta kesediaaanya saya ucapkan terimakasih.

Pertanyaan Wawancara :

1. Bagaimana pengelolaan pulau dua dalam menyambut wisatawan yang berkunjung ?
2. Bagaimana peran pemerintah desa ujong pulo rayeuk dalam pengelolaan pulau dua ?

3. Bagaimana peran masyarakat dalam pengelolaan wisata pulau dua ?
4. Upaya seperti apa yang dilakukan pemerintah ujong pulo rayeuk sehingga wisata pulau dua meraih kemenangan di ajang API Award ?
5. Apa dampak yang dirasakan setelah meraih kemenangan di ajang API Award?

PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA

(Masyarakat Setempat Wisata Pulau Dua)

Hari/Tanggal Wawancara :

Lokasi Wawancara :

Usia :

Jenis Kelamin :

Waktu Wawancara :

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya M. Imam Alfurqan, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait tugas akhir/skripsi dengan judul: Strategi Komunikasi Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan Dalam Meraih Predikat Destinasi Kreatif Pada Objek Wisata Pulau Dua. Dengan ini saya memerlukan informasi dari Bapak/Ibu/Saudara/I terkait dengan penelitian saya, atas bantuan dan informasinya serta kesediaaanya saya ucapkan terimakasih.

Pertanyaan Wawancara :

1. Bagaimana menurut anda tentang sarana dan fasilitas yang tersedia di wisata pulau dua ?
2. Apasaja upaya yang dilakukan oleh pemerintah desa ujong pulo rayeuk dalam meraih predikat destinasi wisata kreatif ajang API Award?

3. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh pemerintah desa ujong pulo rayeuk dalam dalam meraih predikat destinasi wisata kreatif ajang API Award ?
4. Apakah masyarakat juga ikut serta dalam pencapaian ini ?
5. Kontribusi seperti apa yang dilakukan masyarakat dalam pencapaian ini ?
6. Dampak apa yang saudara/i rasakan setelah meraih predikat destinasi wisata kreatif di ajang API Award ?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

RIWAYAT PRIBADI PENULIS

Nama Lengkap : M. Imam Alfurqan
Tempat/Tanggal Lahir : Tapaktuan september 1999
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat KTP : jalan anggur no.63 Desa Arafah
Email : mimamalfurqan@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

Nomor Induk Mahasiswa : 1903110334
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Alamat Perguruan Tinggi : Jalan Mukhtar Basri no. 3 Medan

NO	TINGKAT	TEMPAT	TAHUN KELULUSAN
1.	Taman Kanak-Kanak (TK)	Al – Ihsan KasikPutih	2005
2.	Madrasah Ibtidaiyah Negeri (MIN)	MIN Negeri Suaq Samadua	2011
3.	Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN)	MTsN Negeri Samadua	2014
4.	Madrasah Aliyah Negeri (MAN)	MAN Negeri 1 Aceh Selatan	2017
5.	Perguruan Tinggi	Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara	2019 – Sekarang

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



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/PT/XII/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : 1966/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2023
Lampiran : --
Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 24 Rabiul Akhir 1445 H
08 November 2023 M

Kepada Yth : **Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan**
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

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

Nama mahasiswa : **M. IMAM ALFURQAN**
N P M : 1903110334
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : IX (Sembilan) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH
KABUPATEN ACEH SELATAN DALAM MERAHAI PREDIKAT
DESTINASI KREATIF PADA OBJEK WISATA PULAU DUA**

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



Cc : File.



Dekan,

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



Lampiran 2 Surat Diterima Untuk Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN ACEH SELATAN
DINAS PARIWISATA
Jln. T. Ben Mahmud No. 4 – 6 E-mail : disparacehselatan@gmail.com
Website : <https://www.dispar.acehselatankab.go.id>
TAPAKTUAN KodePos 23718



SURAT KETERANGAN

Nomor : 070/142/2023

Yang bertamda tangan dibawah ini :

Nama : MUCHSIN, ST
Nip : 19740701 200604 1 005
Jabatan : Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : M. IMAM ALFURQAN
Nim : 1903110334
Program Study : Ilmu Komunikasi
Universitas : Muhammadiyah Sumatera Utara

Telah selesai melakukan penelitian di Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan guna memperoleh data/ dokumen/keterangan untuk bahan penulisan tugas akhir yang berjudul : “Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan Dalam Meraih Predikat Destinasi Kreatif pada Objek Wisata Pulau Dua”, dan setelah penyusunan akhir selesai, diharapkan dapat menyampaikan 1 (satu) eks tugas akhirnya ke Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Selatan.

Demikian surat keterangan ini dibuat , untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tapaktuan, 24 November 2023

Kepala Dinas Pariwisata
Kabupaten Aceh Selatan

MUCHSIN, ST

Pembina Tk. I / Nip. 19740701 200604 1 005

Lampiran 3 SK-1 Permohonan Persetujuan Judul Skripsi



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XII/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fkip.umsu.ac.id> fkip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

SK-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

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

Medan,20.....

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama Lengkap : M. IMAM ALFURQAN
 N P M : 1903110329
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 SKS diperoleh : SKS, IP Kumulatif

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diajukan	Persetujuan
1	Strategi komunikasi pariwisata Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan dalam meraih predikat des wisata kreatif pada objek wisata pulau dua	<i>[Signature]</i> 23 Juni 2023
2	Komunikasi kesehatan ibu dan anak dalam meningkatkan pengetahuan pada pasien di klinik bedah RPS Arsyam	
3	Komunikasi Ordani Jahi Elpula desa dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap pembangunan pada Desa Arsyam	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
 - Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.
- Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

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

209.19.311

Pemohon,

(M. IMAM ALFURQAN)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi

[Signature]

(Dr. Imran Syam')

NIDN: 0115037102

Medan, tanggal20.....

Ketua

Program Studi: 11 Juli 2023

[Signature]

NIDN:



Lampiran 4 SK-2 Penetapan Judul Skripsi Dan Pembimbing



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

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

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

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 1239/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **23 Juni 2023**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **M. IMAM ALFURQAN**
N P M : 1903110334
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH KABUPATEN ACEH SELATAN DALAM MERAH PREDIKAT DESTINASI KREATIF PADA OBJEK WISATA PULAU DUA**
Pembimbing : **Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 209.19.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 23 Juni 2024.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 23 Dzulhijjah 1444 H
11 Juli 2023 M


Dekan
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0630017402



Tembusan :

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



Lampiran 5 SK-3 Permohonan Seminar Proposal Skripsi



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

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisiip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [fumsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

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

Sk-3

PERMOHONAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth. Medan,20....
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : M. IMAM ALFURQAN
NPM : 1903110334
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 1903110334/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2023, tanggal 22 Juni 2023, dengan judul sebagai berikut :

Strategi komunikasi pariwisata pemerintah Kabupaten Aceh
gelatan dalam merain Predikat destinasi kreatif pada obyek
wisata Pulau dua

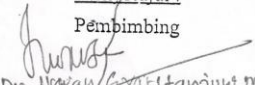
Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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


Menyerujui :

Pembimbing


(Dr. Hanih Gharitani, M. AR)

NIDN:

Pemohon,


(M. IMAM ALFURQAN)



Lampiran 6 SK-4 Undangan/ Panggilan Seminar Proposal Skripsi

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 1919/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 02 Noveinber 2023
Waktu : 08.30 WIB s.d. selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

SK-4




No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
16	M. IMAM ALFURQAN	1903110334	Dr. FADHIL PAHLEVI Hidayat, S.I.Kom., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI T.J.G, S.Sos., M.AP.	STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH KABUPATEN ACEH SELATAN DALAM MERAHAI PREDIKAT DESTINASI KREATIF PADA OBJEK WISATA PULAU DUA
17	TRI AGUNG MUARADHYKA	1903110081	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA PESAN MORAL IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "PERILAKU KONSUMTIF" DI KANAL YOUTUBE BAGAS DWI RIZKY
18	MUHAMMAD HAFIDZ NURHIDAYAT	1703110010	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN MEDIA INFORMASI O.I.EH KEPOLISIAN DAERAH SUMATERA UTARA PADA OPERASI KETUPAT 2023
19	DIAN FERNANDA	1803110274	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom.	KOMUNIKASI MITIGASI DALAM MENGURANGI RESIKO BENCANA BAGI MASYARAKAT PASAMAN BARAT SUMATERA BARAT
20	LAILA PUTRI SARI	1903110319	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI T.J.G, S.Sos., M.AP.	STRATEGI HUMAS DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN DALAM MENGEMBANGKAN OBJEK WISATA "DELENG KUTU" DI KECAMATAN BERASTAGI KABUPATEN KARO

Medan, 16 Rabiul Akhir 1445 H
31 Oktober 2023 M

Deklarasi
(Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.)
BDDPT MQA STARS

Lampiran 7 SK-5 Berita Acara Bimbingan Skripsi



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAI-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Muktiar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fslp.umsu.ac.id> fslp@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)


Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : M. IMAM ALFURBAN
 N P M : 1903110334
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Strategi komunikasi Pariwisata pemerintahan Kabupaten Aceh Selatan dalam meraih Predikat destinasi kreatif Pada objek wisata Pulau dua

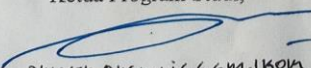
No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	30/9/23	Bimbingan proposal skripsi	HA
2.	9/10/23	Ace proposal skripsi	HA
3.	10/10/23	Bimbingan hasil seminar proposal skripsi	HA
4.	20/10/23	Bimbingan penyusunan Daftar Wawancara	HA
5.	18/12/23	Bimbingan pembuatan bab IV BAK hasil penelitian	HA
6.	22/12/23	Bimbingan BAB I & II	HA
7.	27/12/23	Bimbingan penyusunan Daftar isi, tabel dan lampiran	HA
8.	16/01/24	Ace skripsi	HA

Medan, 16 Januari 2024.



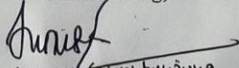
(Muhammad Saifullah, S.Sos.,MSP.)
 NIDN: 0030017402

Ketua Program Studi,




(Akmal Anshoris, S.Sos.,M.Ikom)
 NIDN: 0127048401


Pembimbing,



(Irvan Syarifuddin)
 NIDN: 0115037102




Lampiran 8 SK-10 Undangan Panggilan Ujian Skripsi




UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
 Nomor : 308/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Jumat, 23 Februari 2024
 Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

QR Code: 

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
6	TRI AGUNG MUARADHYKA	1903110081	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ S.Sos., M.I.Kom	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA PESAN MORAL IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "PERILAKU KONSUMTIF" DI KANAL YOUTUBE BAGAS DWI RIZKY
7	M. MAM ALFUROAN	1903110334	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., MAP	STRATEGI KOMUNIKASI PARAWISATA PEMERINTAH KABUPATEN ACEH SELATAN DALAM MERAH PREDIKAT DESTINASI KREATIF PADA OBJEK WISATA PULAU DUA
8	MUHAMMAD FARHANSYAH b	1903110224	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	Dr. MUHAMMAD THARIQ S.Sos., M.I.Kom	ANALISIS FRAMING TERHADAP PEMBERTAAN PERTEMUAN AHY-PUAN DI TV ONE DAN METRO TV
9	ARYA LUKMAN HAKIM	1903110084	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	M.A	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom	POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA PERSATUAN KELUARGA DAERAH PIAMANI
10	LILLO AKBAR RAISYUNURA	1903110321	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	OPINI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP PEMBERTAAN BEGAL PADA PORTAL MEDAN TALK


Notulis Sidang :
 1. Ditayangkan oleh :
 a.n.f. Rektor
 Wakil Rektor I

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

Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

Panitia Ujian

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

Medan, 11 Syaban 1445 H
 21 Februari 2024 M



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