

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP DUTA AGAM
INONG SEBAGAI IKON DI KOTA LHOKSEUMAWE**

SKRIPSI

Oleh :

SENNY FEBRIANI

NPM 1603110060

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

MEDAN

2020

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

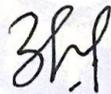
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : SENNY FEBRIANI
NPM : 1603110060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP DUTA AGAM
INONG SEBAGAI IKON DI KOTA LHOKSEUMAWE

Medan, 12 Agustus 2020

PEMBIMBING



ELVITA YENNI, S.S, M.Hum

DISETUJUI OLEH
KETUA PROGRAM STUDI



NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom.

DEKAN

Unggul | Cerdas | Terpercaya



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : SENNY FEBRIANI
NPM : 1603110060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, Tanggal : Rabu, 12 Agustus 2020
Waktu : 08.30 Wib s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. YAN HENDRA, M.Si

PENGUJI II : JUNAIDI, S.PdI, M.Si

PENGUJI III : ELVITA YENNI, S.S, M.Hum

(.....)

(.....)

(.....)

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP

Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN



Dengan ini saya, SENNY FEBRIANI, NPM 1603110060, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau mengambil karya ilmiah orang lain, adalah tindakan kejahatan yang dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau 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 secara tertulis di dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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

1. Skripsi ini saya beserta nilai-nilai 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, Agustus 2020
Yang Menyatakan



SENNY FEBRIANI
NPM. 1603110060

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil'alaminn, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai. Salam dan shalawat tercurah kepada Nabi Muhammad shalallahu alaihi wassalam yang telah membawa kabar tentang ilmu pengetahuan kepada umatnya yang berguna untuk kehidupan didunia dan akhirat kelak.

Skripsi merupakan salah satu syarat wajib untuk menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini berisikan **“Persepsi Masyarakat Terhadap Duta Agam Inong Sebagai Ikon Di Kota Lhokseumawe”**, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena dalam proses penyelesaiannya tidak sedikit kesulitan dan hambatan dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa doa, usaha, bimbingan, dan juga arahan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta . Ayahanda Fachrurrazi dan Ibunda Eliza yang telah membesarkan, mendidik, memberi dukungan moral maupun materi, nasehat serta lantunan doa. Sehingga anakmu mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Ibu Elvita Yenni, SS, M.Hum selaku Dosen Pembimbing dan selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing, medidik, mendukung, dan memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP slaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Drs. Zulfahmi M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Bapak Abrar Adhani S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik penulis.

7. Ibu Nurhasanah Nasution S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

8. Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

9. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik saya sampai sekarang ini.

10. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu surat menyurat saya dalam penyelesaian skripsi ini.

11. Risma Dwiyanti, Fatma Zaura Bachtiar, Hafidhah Hanim, Serta Syarifah Nazirah Fattaya dan Nurul Husna yang tiada henti memberi ilmu pengetahuan kepada penulis, dan bersedia menerima penulis untuk melakukan penelitian.

12. Keluarga besar penulis, yang mendukung dan mendoakan penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Kakak tersayang Wyda Farzayana dan Adik tersayang Nazla Salsabela terima kasih selalu membangkitkan semangat, tawa kecilmu selalu menghibur ketika rasa putus asa menghampiri.

13. Khadijah Discussion yaitu Dinda Pratiwi, Afni Syahrida dan Ersya Mega Bintang, yang selalu menemani dari awal masuk kuliah sampai akhir penulisan skripsi serta teman-teman seperjuangan angkatan 2016 terima kasih juga telah menjadi keluarga di kampus.

14. Zihan Shahiba yang selalu membantu dan memberi semangat kepada penulis.

15. Devina Sari Harahap sebagai teman penulis yang selalu menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi serta dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.

16. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Walau tidak tertulis, Insya Allah perbuatan kalian menjadi amal baik, Aamiin

Akhir kata, peneliti memohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Namun, peneliti berharap saran serta kritik dalam rangka perbaikan penulisan skripsi ini, Terima kasih.

Medan, 10 agustus 2020

Penulis,

Senny Febriani

ABSTRAK

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP DUTA AGAM INONG SEBAGAI IKON DI KOTA LHOKSEUMAWE

SENNY FEBRIANI
NPM : 1603110060

Salah satu ikon yang melekat pada Indonesia adalah potensi wisatanya. Indonesia dipenuhi dengan sumber daya alam, kekayaan budaya, adat istiadat, objek wisata, wisata kuliner, musik tradisional, religi, dan lain sebagainya. Hal ini yang menjadi daya tarik yang sangat kuat bagi para wisatawan, baik lokal maupun wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia dengan tujuan ingin menikmati keindahan alam dan kekayaan wisatanya. Peneliti mengambil lokasi penelitian di Kota Lhokseumawe. Penelitian dengan judul “ Persepsi Masyarakat Terhadap Duta Agam Inong Sebagai Ikon di Kota Lhokseumawe “, memiliki rumusan masalah Bagaimanakah Persepsi Masyarakat Terhadap Duta Agam Inong sebagai Ikon di Kota Lhokseumawe. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Persepsi Masyarakat Terhadap Duta Agam Inong Sebagai Ikon Di Kota Lhokseumawe. Teori-teori yang digunakan adalah teori komunikasi, teori komunikasi interpersonal, persepsi masyarakat. Jenis penelitian yang di ambil adalah deskriptif kualitatif. Tahap pengumpulan data penelitian yaitu melakukan proses wawancara tatap muka dengan narasumber, observasi serta dokumentasi, hasil pengamatan, dan hasil pembicaraan yang dianalisis yaitu 5 (lima) orang informan yang terdiri dari masyarakat remaja yang usia 17tahun-20tahun. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa persepsi masyarakat yang digunakan oleh masyarakat remaja dengan berkomunikasi interpersonal. Berdasarkan adanya sosialisasi dan membuat suatu kegiatan Duta Agam Inong menjadi dampak positif kepada masyarakat.

Kata Kunci : Komunikasi, Komunikasi Interpersonal , Persepsi Masyarakat

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pembatasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.5.2 Manfaat Praktis	5
1.5.3 Manfaat Akademis	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1 Pengertian Komunikasi	7
2.1.1 Fungsi Komunikasi	8
2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi	9
2.2 Pengertian Komunikasi Interpersonal	11
2.2.1 Fungsi Komunikasi Interpersonal	13
2.2.2 Sifat-Sifat Komunikasi Interpersonal	14

2.2.3	Komponen-komponen Komunikasi Interpersonal.....	15
2.2.4	Tujuan Komunikasi Interpersonal.....	19
2.2.5	Faktor-faktor Komunikasi Interpersonal.....	21
2.3	Pengertian Persepsi Masyarakat.....	24
2.3.1	Persepsi.....	24
2.3.1.1	Proses Terjadinya Persepsi.....	24
2.3.1.2	Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi.....	25
2.3.2	Masyarakat.....	26
2.4	Ikon Kota.....	28
2.5	Agam Inong.....	30
	BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Kerangka Konsep.....	33
3.3	Definisi Konsep.....	34
3.4	Kategorisasi.....	35
3.5	Informan dan Narasumber.....	36
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7	Teknik Analisis Data.....	37
3.8	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	39
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1	Hasil Penelitian.....	40
4.2	Pembahasan.....	54

BAB V PENUTUP	58
5.1 Simpulan	58
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Karangka Konsep.....	34
Tabel 3.2 Kategorisasi.....	36

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Indonesia salah satu negara kepulauan, terbukti dari Sabang sampai Merauke dalam setiap jajaran pulau terdapat beragam potensi. Salah satu ikon yang melekat pada Indonesia adalah potensi wisatanya. Indonesia dipenuhi dengan sumber daya alam, kekayaan budaya, adat istiadat, objek wisata, wisata kuliner, musik tradisional, religi, dan lain sebagainya. Hal ini yang menjadi daya tarik yang sangat kuat bagi para wisatawan, baik lokal maupun wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia dengan tujuan ingin menikmati keindahan alam dan kekayaan wisatanya. Beragam budaya serta potensi wisata yang ada di setiap provinsi di Indonesia menjadi ciri khas masing-masing dari provinsi tersebut.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi wisata adalah provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Aceh merupakan daerah istimewa dan diberi kewenangan otonomi khusus. Aceh terletak di ujung utara pulau Sumatra dan merupakan provinsi paling barat di Indonesia. Jumlah penduduk provinsi Aceh saat ini mencapai sekitar 5.281.891 jiwa. Kota Lhokseumawe adalah sebuah kota di provinsi Aceh.

Kota Lhokseumawe merupakan sebuah Kota di Aceh, kota ini memiliki sejuta pesona, panorama alam yang menakjubkan dan masih

banyak tersembunyi. Sehingga masih banyak orang yang belum mengetahui akan keindahan dan tempat keren yang ada di Lhokseumawe. Lhokseumawe punya banyak spot objek wisata , mulai dari spot budaya, situs bersejarah, spot foto-foto kekinian, lautan atau pantai yang sangat memanjakan mata. Dalam memperkenalkan potensi wisata serta tempat Kota Lhokseumawe kepada wisatawan, selain pengelolaan tempat wisatanya yang baik dibutuhkan juga promosi yang kreatif dan efektif sehingga informasi mengenai potensi wisata yang ada di Kota Lhokseumawe dapat diterima baik oleh khalayak. Hal ini bukan hanya menjadi peran Pemerintahan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, melainkan ini juga menjadi tugas dan tanggung jawab seluruh masyarakat Kota Lhokseumawe khususnya generasi muda yang memiliki tingkat kreatifitas yang tinggi.

Peran pemuda sebagai komunikator dalam mempromosikan sebuah daerah sangat dibutuhkan oleh pemerintah. Menurut Kelman yang dikutip di buku Metode Penelitian dan Teori Komunikasi Hamidi (2007), mengemukakan bahwa terjadinya komunikasi yang efektif jika komunikator memiliki *ethos* atau *credibility* (ahli dan dapat dipercaya), memiliki daya tarik (*attractiveness*) dan kekuasaan (*power*). Serta diharapkan mampu bekerjasama dengan pemerintahan atau dinas terkait. Sehingga pesan yang disampaikan diharapkan dapat diterima baik oleh komunikan, menghasilkan feedback atau umpan balik dan terjadinya efek

persuatif. Figur yang dapat membantu dalam memperkenalkan atau mempromosikan potensi wisata suatu daerah yaitu Duta Wisata.

Dengan adanya ajang pemilihan Duta Wisata di setiap daerah di Indonesia diharapkan lahir suatu generasi muda kreatif dan inovatif. Sehingga mampu menjadi promotor untuk mempromosikan potensi wisata yang ada di daerah tersebut. Di Kota Lhokseumawe setiap tahun diadakan pemilihan Duta Wisata dari putra putri asal Kota Lhokseumawe atau yang dalam bahasa daerah Aceh disebut dengan Agam Inong.

Agam Inong sebagai Duta Wisata Aceh yang berada dibawah naungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan memiliki peran penting dalam memperkenalkan potensi wisata Kota Lhokseumawe kepada massa yang lebih luas. Pemilihan duta wisata ini diharapkan mampu menjadi inspirator dan motivator bagi generasi muda dalam menjalankan peran dan fungsinya di masyarakat. Dalam menjalankan peran sebagai duta wisata Kota Lhokseumawe dibutuhkan kemampuan atau keahlian dalam mempromosikan potensi wisata. Serta memiliki penampilan yang menarik yang mampu mempengaruhi massa.

Agam Inong sebagai komunikator harus memiliki kemampuan tersebut. Sehingga meningkatkan kunjungan wisatawan yang dapat menarik minat para wisatawan untuk memilih Kota Lhokseumawe sebagai tempat untuk berkreasi.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Persepsi Masyarakat Terhadap Duta Agam Inong Sebagai Ikon di Kota Lhokseumawe “. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah melalui proses wawancara kepada masyarakat yang mengetahui adanya Duta Agam Inong di Kota Lhokseumawe.

1.2 PEMBATASAN MASALAH

Untuk memperjelas penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka penelitian penulisan ini dibatasi untuk informan masyarakat berusia remaja berumur 17-20 tahun di Kota Lhokseumawe yang mengetahui tentang adanya Duta Agam Inong yang berjumlah 5 orang.

1.3 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, inti permasalahan dari penelitian ini yaitu Bagaimana Persepsi Masyarakat Terhadap Duta Agam Inong sebagai Ikon di Kota Lhokseumawe .

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap duta agam inong sebagai ikon di kota lhokseumawe dan untuk menambah wawasan penulis tentang masalah yang diteliti dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah suatu informasi baru dalam bidang Ilmu Komunikasi.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1.5.1 Manfaat teoritis

- a. Untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan tentang Persepsi Masyarakat Terhadap Duta Agam Icong Sebagai Ikon Di Kota Lhokseumawe.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian studi Ilmu komunikasi dan juga dapat dijadikan sebagai langkah awal bagi pengembangan penelitian .

1.5.2 Manfaat praktis

- a. Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis mengenai persepsi masyarakat terhadap duta agam inong sebagai ikon di kota lhokseumawe.
- b. Dapat dijadikan sebagai rujukan awal atau perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

1.5.3 Manfaat akademis

Penelitian ini dapat berguna terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, diantaranya dapat berguna dalam memperluas teori dan kajian ilmu komunikasi pada umumnya, dan bidang dunia publik relation pada khususnya. Kemudian hasil penelitian ini pun diharapkan dapat menjadi sebuah rujukan bagi para peneliti dalam penelitian selanjutnya dan memperkaya khasannah penelitian di kalangan FISIP UMSU serta menjadi sumber

bacaan di lingkungan FISIP UMSU khususnya ilmu komunikasi.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Bab I Pendahuluan	Merupakan pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.
Bab II Uraian Teoritis	Merupakan Uraian teoritis yang menguraikan tentang persepsi masyarakat Duta Agam Inong sebagai Ikon.
Bab III Metode Penelitian	Merupakan persiapan dari penelitian yang menguraikan tentang metodologi penelitian , kerangka konsep.
Bab IV Hasil Penelitian	Merupakan pembahasan yang menguraikan tentang ilustrasi penelitian, hasil dan pembahasan.
Bab V Penutup	Merupakan penutup yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 PENGERTIAN KOMUNIKASI

Komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti sama. *Communico, communicatio* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*make to common*). Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Oleh sebab itu, komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lainnya (*communication depends on our ability to understand one another*) dan kemampuan penyesuaian dengan pihak yang diajak berkomunikasi (Hermawan, 2012:4). Suatu percakapan dapat dikatakan komunikatif apabila komunikan dan komunikator saling mengerti bahasa dan makna bahan percakapan. Komunikasi harus informatif juga persuasif dengan kata lain, komunikasi tidak hanya bertujuan agar orang lain sebatas mengerti dan mengetahui. Tapi juga agar orang lain menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu kegiatan, dan lain-lain. Setelah menyadari pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik. Maka, komunikasi yang pada awalnya merupakan pengetahuan kini menjadi ilmu. Seperti ilmu-ilmu lainnya, ilmu komunikasi pun menyelidiki gejala komunikasi secara ontologis (pengertian), aksiologis (proses), dan epistemologis (tujuan). Pada hakikatnya, proses komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada

orang lain (komunikasikan). Komunikasi akan berhasil apabila disampaikan dengan perasaan yang disadari (effendy, 2011:54).

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Dari pengertian komunikasi yang sederhana ini, maka kita bisa mengatakan bahwa suatu proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung tanpa didukung oleh unsur-unsur, pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*), penerima (*receiver*), dan akibat/pengaruh (*effect*). Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi (Cangara, 2014:25), sementara itu komunikasi adalah pertukaran informasi dalam sistem lambang-lambang yang bersifat umum diantara satuan-satuan pengirim dan penerima yang dalam tata protokol terjadi dalam proses pengiriman pesan satu arah yang dapat menghasilkan efek balikan demi menghubungkan satu entitas dengan entitas lain dari suatu sesi percakapan (Liliweri, 2011:37).

2.1.1 Fungsi Komunikasi

William I. Loren Anderson (Mulyana, 2010:7) mengategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu :

1. Fungsi Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri untuk kelangsungan hidup.

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) pada seseorang. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal.

3. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual biasanya dapat terlihat pada suatu komunitas yang melakukan upacara-upacara yang disebut oleh para antropolog sebagai *rites of passage*, seperti upacara kelahiran, upacara pernikahan, siraman dan lain-lain.

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Komunikasi yang berfungsi menerangkan atau memberitahukan (*to inform*) mengandung muatan persuasi dalam arti bahwa fakta atau informasi yang disampaikannya adalah kebenaran.

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Agar sebuah proses komunikasi menjadi efektif, diperlukannya unsur-unsur yang paling mendasar sebagai persyaratan terjadinya komunikasi, terdapat sembilan unsur yang menjadi faktor-faktor kunci, yaitu (Effendy, 2011:18) :

1. *Sender* : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. *Encoding* : penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambing.
3. *Message* : pesan yang merupakan seperangkat lambing bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
4. *Media* : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. *Decoding* : pengawasandian, yaitu proses dimana komunikasi menetapkan makna pada lambing yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
6. *Receiver* : komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. *Respons* : tanggapan, seperangkat reaksi kepada komunikan setelah diterpa pesan.
8. *Feedback* : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
9. *Noise* : gangguan yang tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

2.2 PENGERTIAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Komunikasi Interpersonal (*interpersonal communication*) dikatakan sebagai komunikasi anantara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun non verbal. Komunikasi Interpersonal merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.

Setelah melalui proses interpersonal tersebut, maka pesan-pesan disampaikan kepada orang lain, proses pertukaran informasi antara seseorang dengan seseorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. Dengan tambahnya orang-orang yang terlibat dalam komunikasi menjadi bertambah komplekslah komunikasi tersebut.

Komunikasi interpersonal merupakan kegiatan aktif bukan pasif. Komunikasi interpersonal bukan hanya komunikasi dari pengirim pada penerima pesan. Begitupula sebaliknya, melainkan komunikasi timbal balik antara pengirim dan penerima pesan. Komunikasi interpersonal bukan sekedar serangkaian rangsangan-tanggapan, stimulus-respon, akan tetapi serangkaian proses saling menerima, penyerapan dan penyampaian tanggapan yang telah diolah oleh masing-masing pihak.

Komunikasi interpersonal juga berperan untuk saling mengubah dan mengembangkan, perubahan tersebut melalui interaksi dalam komunikasi, pihak-pihak yang terlibat untuk memberi inspirasi, semangat, dan dorongan agar dapat merubah pemikiran, perasaan, dan sikap sesuai dengan topik yang dikaji bersama. Komunikasi interpersonal dilakukan menghasilkan hubungan yang efektif dan kerjasama bisa ditingkatkan maka kita perlu bersikap terbuka, sikap percaya, sikap mendukung, dan terbuka yang mendorong timbulnya sikap yang paling memahami, menghargai, dan saling mengembangkan kualitas. Hubungan interpersonal perlu ditumbuhkan dan ditingkatkan dengan memperbaiki hubungan dan kerjasama antara berbagai pihak.

Pentingnya suatu komunikasi interpersonal berlangsung antara dialogis yang menunjukkan terjadinya interaksi, seseorang yang terlibat dalam komunikasi bentuk ini berfungsi ganda, masing-masing pembicara dan pendengar secara bergantian. Dalam proses komunikasi dialogis nampak adanya upaya dari para pelaku komunikasi untuk terjadi rasa saling menghormati bukan disebabkan status sosial melainkan didasarkan pada anggapan bahwa masing-masing adalah manusia yang berhak dan wajib, pantas dan wajar dihargai dan dihormati sebagai manusia.

Komunikasi interpersonal dibandingkan dengan komunikasi lainnya. Dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini dan perilaku komunikan. Alasannya karena komunikasi ini berlangsung tatap muka, karena dengan itu terjadilah kontak pribadi

(personal contact), ketika menyampaikan pesan umpan balik berlangsung seketika (immediate feedback) mengetahui pada saat itu tanggapan komunikasi terhadap pesan yang dilontarkan pada ekspresi wajah dan gaya bicara.

2.1.1 Fungsi Komunikasi Interpersonal

Tanpa di sadari, keberadaan komunikasi interpersonal telah berperan aktif dalam kehidupan, bahkan tidak sedikit manusia yang melakukan praktik komunikasi interpersonal ini.

Menurut Enjang (2009: 77-79) komunikasi interpersonal memiliki fungsi yaitu :

- a. Memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis. Dengan komunikasi interpersonal, kita bisa memenuhi kebutuhan sosial atau psikologis kita.
- b. Mengembangkan kesadaran diri. Melalui komunikasi interpersonal akan terbiasa mengembangkan diri.
- c. Matang akan konvensi sosial. Melalui komunikasi interpersonal kita tunduk atau menentang konvensi sosial.
- d. Konsisten hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi interpersonal kita menetapkan hubungan kita. Kita berhubungan dengan orang lain, melalui pengalaman dengan mereka dan melalui percakapan-percakapan bersama mereka.

- e. Mendapatkan informasi yang banyak. Melalui komunikasi interpersonal, kita juga akan memperoleh informasi yang lebih. Informasi yang akurat dan tepat waktu merupakan kunci untuk membuat keputusan yang efektif.
- f. Bisa mempengaruhi atau dipengaruhi orang lain.

2.2.2 Sifat-Sifat Komunikasi Interpersonal

Menurut sifatnya, komunikasi antar pribadi ini dapat dibedakan atas dua macam yaitu :

- a. Komunikasi Diadik (Dyadic Communication) ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi Diadik menurut pace dapat dilakukan dalam 3 bentuk yakni :
 - 1) Percakapan berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan lebih personal.
 - 2) Dialog, berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam dan lebih personal.
 - 3) Wawancara sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan lainnya berada pada posisi menjawab.
- b. Komunikasi kelompok kecil (small group communication) ialah proses komunikasi yang berlangsung tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggotanya saling berinteraksi satu sama lain dan komunikasi kecil ini banyak

dinilai dari sebagai tipe komunikasi kecil ini banyak dinilai dari sebagai tipe komunikasi antar pribadi. Karena anggotanya terlibat dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung secara tatap muka. Pembicaraan berlangsung secara terpotong-potong dimana semua peserta bisa berbicara dalam kedudukan yang sama dengan kata lain tidak ada pembicaraan tunggal yang mendominasi.

2.2.3 Komponen-komponen Komunikasi Interpersonal

Dari pengertian komunikasi interpersonal yang telah diuraikan di atas, dapat diidentifikasi beberapa komponen yang harus ada dalam komunikasi interpersonal. Menurut Suranto A. W (2011: 9) komponen-komponen komunikasi interpersonal yaitu:

1) Sumber/ komunikator

Merupakan orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi, yakni keinginan untuk membagi keadaan internal sendiri, baik yang bersifat emosional maupun informasional dengan orang lain. Kebutuhan ini dapat berupa keinginan untuk memperoleh pengakuan sosial sampai pada keinginan untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku orang lain. Dalam konteks komunikasi interpersonal komunikator adalah individu yang menciptakan, memformulasikan, dan menyampaikan pesan.

2) Encoding

Encoding adalah suatu aktifitas internal pada komunikator dalam menciptakan pesan melalui pemilihan simbol- simbol verbal dan non verbal, yang disusun berdasarkan aturan-aturan tata bahasa, serta disesuaikan dengan karakteristik komunikan.

3) Pesan

Merupakan hasil enco ding. Pesan adalah seperangkat simbol-simbol baik verbal maupun non verbal, atau gabungan keduanya, yang mewakili keadaan khusus komunikator untuk disampaikan kepada pihak lain. Dalam aktivitas komunikasi, pesan merupakan unsur yang sangat penting. Pesan itulah disampaikan oleh komunikator untuk diterima dan diinterpretasi oleh komunikan.

4) Saluran

Merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan orang ke orang lain secara umum. Dalam konteks komunikasi interpersonal, penggunaan saluran atau media semata-mata karena situasi dan kondisi tidak memungkinkan dilakukan komunikasi secara tatap muka.

5) Penerima/ komunikan

Seseorang yang menerima, memahami, dan menginterpretasi pesan. Dalam proses komunikasi interpersonal, penerima bersifat aktif, selain menerima pesan melakukan pula proses interpretasi dan memberikan umpan balik. Berdasarkan umpan balik dari komunikan inilah seorang komunikator akan dapat mengetahui keefektifan komunikasi yang telah dilakukan, apakah makna pesan dapat dipahami secara bersama oleh kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan.

6) Decoding

Decoding merupakan kegiatan internal dalam diri penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macam- macam data dalam bentuk “mentah”, berupa kata-kata dan simbol-simbol yang harus diubah kedalam pengalaman- pengalaman yang mengandung makna. Secara bertahap dimulai dari proses sensasi, yaitu proses di mana indera menangkap stimuli.

7) Respon

Yakni apa yang telah diputuskan oleh penerima untuk dijadikan sebagai sebuah tanggapan terhadap pesan. Respon dapat bersifat positif, netral, maupun negatif. Respon positif apabila sesuai dengan yang dikehendaki komunikator. Netral berarti respon itu tidak menerima ataupun menolak keinginan komunikator.

Dikatakan respon negatif apabila tanggapan yang diberikan bertentangan dengan yang diinginkan oleh komunikator.

8) Gangguan (noise)

Gangguan atau noise atau barrier beraneka ragam, untuk itu harus didefinisikan dan dianalisis. Noise dapat terjadi di dalam komponen-komponen manapun dari sistem komunikasi. Noise merupakan apa saja yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian dan penerimaan pesan, termasuk yang bersifat fisik dan phsikis.

9) Konteks komunikasi

Komunikasi selalu terjadi dalam suatu konteks tertentu, paling tidak ada tiga dimensi yaitu ruang, waktu, dan nilai. Konteks ruang menunjuk pada lingkungan konkrit dan nyata tempat terjadinya komunikasi, seperti ruangan, halaman dan jalanan. Konteks waktu menunjuk pada waktu kapan komunikasi tersebut dilaksanakan, misalnya: pagi, siang, sore, malam. Konteks nilai, meliputi nilai sosial dan budaya yang mempengaruhi suasana komunikasi, seperti: adat istiadat, situasi rumah, norma pergaulan, etika, tata krama, dan sebagainya.

Komunikasi interpersonal merupakan suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Orang yang saling berkomunikasi tersebut adalah sumber dan penerima. Sumber melakukan

encoding untuk menciptakan dan memformulasikan menggunakan saluran. Penerima melakukan decoding untuk memahami pesan, dan selanjutnya menyampaikan respon atau umpan balik. Tidak dapat dihindarkan bahwa proses komunikasi senantiasa terkait dengan konteks tertentu, misalnya konteks waktu. Hambatan dapat terjadi pada sumber, encoding, pesan, saluran, decoding, maupun pada diri penerima.

2.2.4 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Arni Muhammad (2005:168) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal mempunyai beberapa tujuan, yaitu:

1) Menemukan Diri Sendiri

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah menemukan personal atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kita untuk berbicara tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita. Adalah sangat menarik dan mengasyikkan bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikan yang luar biasa pada perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita.

2) Menemukan Dunia Luar

Hanya komunikasi interpersonal menjadikan kita dapat memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang

berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui datang dari komunikasi interpersonal, meskipun banyak jumlah informasi yang datang kepada kita dari media massa hal itu seringkali didiskusikan dan akhirnya dipelajari atau dialami melalui interaksi interpersonal.

3) Membentuk dan Menjaga Hubungan

Penuh arti salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita pergunakan dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

4) Berubah Sikap dan Tingkah Laku

Banyak waktu kita pergunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Kita boleh menginginkan mereka memilih cara tertentu, misalnya mencoba diet yang baru, membeli barang tertentu, melihat film, menulis membaca buku, memasuki bidang tertentu dan percaya bahwa sesuatu itu benar atau salah. Kita banyak menggunakan waktu waktu terlibat dalam posisi interpersonal.

5) Untuk Bermain Dan Kesenangan

Bermain mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama adalah mencari kesenangan. Berbicara dengan teman mengenai aktivitas kita pada waktu akhir pekan, berdiskusi mengenai olahraga, menceritakan cerita dan cerita lucu pada umumnya hal itu adalah

merupakan pembicaraan yang untuk menghabiskan waktu. Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam itu dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dari semua keseriusan di lingkungan kita.

6) Untuk Membantu

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Kita semua juga berfungsi membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari-hari. Kita berkonsultasi dengan seorang teman yang putus cinta, berkonsultasi dengan mahasiswa tentang mata kuliah yang sebaiknya diambil dan lain sebagainya. dapat disimpulkan bahwa ketika melakukan komunikasi interpersonal, setiap individu dapat mempunyai tujuan yang berbeda-beda, sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

2.2.5 Faktor-Faktor Komunikasi Interpersonal

Banyak hal yang menjadi faktor-faktor yang meningkatkan hubungan interpersonal, misalnya dari kualitas komunikasi itu sendiri. Faktor yang mempengaruhinya antara lain:

a. Percaya (Trust)

berbagai faktor yang paling mempengaruhi komunikasi antar pribadi adalah faktor kepercayaan. Apabila antara suami dan istri memiliki rasa saling percaya maka akan terbina saling pengertian

sehingga terbentuk sikap saling terbuka, saling mengisi, saling mengerti dan terhindar dari kesalahpahaman. Sejak tahap perkenalan dan tahap peneguhan, kepercayaan menentukan efektivitas komunikasi. Ada tiga faktor utama yang menumbuhkan sikap percaya yaitu :

1) Menerima, adalah kemampuan berhubungan dengan orang lain tanpa menilai dan tanpa berusaha mengendalikannya. Sikap menerima tidak semudah yang dikatakan. Kita selalu cenderung menilai dan sukar menerima. Akibatnya, hubungan interpersonal tidak dapat berlangsung seperti yang diharapkan.

2) Empati, hal ini dianggap sebagai memahami orang lain yang tidak mempunyai arti emosional bagi kita.

3) Kejujuran, menyebabkan perilaku kita dapat diduga, ini mendorong orang lain untuk dapat percaya pada kita. Dalam proses komunikasi interpersonal pada pasangan suami istri, kejujuran dalam berkomunikasi amatlah penting.

Menurut psikologi humanistik, pemahaman interpersonal terjadi melalui self disclosure, feedback, dan sensitivity to the disclosure of other. Kesalahpahaman dan ketidakpuasan dalam suatu jalinan antar pribadi diakibatkan oleh ketidakjujuran, tidak adanya keselarasan antara tindakan dan perasaan, serta terhambatnya pengungkapan diri.

b. Sikap Supportif

sikap yang mengurangi sikap defensif dalam berkomunikasi yang dapat terjadi karena faktor-faktor personal seperti ketakutan, kecemasan, dan lain sebagainya yang menyebabkan komunikasi interpersonal gagal, karena orang defensif akan lebih banyak melindungi diri dari ancaman yang ditanggapinya dalam komunikasi dibandingkan memahami pesan orang lain.

c. Sikap Terbuka

Sikap ini amat besar pengaruhnya dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif. Dengan komunikasi yang terbuka diharapkan tidak akan ada hal-hal yang tertutup, sehingga apa yang ada pada diri suami juga diketahui oleh istri, demikian sebaliknya. Dengan sikap saling percaya dan supportif, sikap terbuka mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai, dan paling penting saling mengembangkan kualitas hubungan interpersonal. Walaupun berkomunikasi merupakan salah satu kebiasaan dengan kegiatan sepanjang kehidupan, namun tidak selamanya akan memberikan hasil seperti yang diharapkan.

2.3 PENGERTIAN PERSEPSI MASYARAKAT

2.3.1 Persepsi

Persepsi dalam kamus ilmiah adalah pengamatan, penyusunan dorongan-dorongan dalam kesatuan-kesatuan, hal mengetahui, melalui

indera, tanggapan (indera) dan daya memahami. Oleh karena itu, kemampuan manusia untuk membedakan mengelompokkan dan memfokuskan yang ada dilingkungan mereka disebut sebagai kemampuan untuk mengorganisasikan pengamatan atau persepsi. Persepsi adalah sekumpulan tindakan mental yang mengatur impuls-impuls sensorik menjadi suatu pola bermakna.

Menurut Asrori (2009:21) pengertian persepsi adalah proses individu dalam menginterpretasikan, mengorganisasikan dan memberi makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan di mana individu itu berada yang merupakan hasil dari proses belajar dan pengalaman. Dalam pengertian persepsi tersebut terdapat dua unsur penting yakni interpretasi dan pengorganisasian. interpretasi merupakan upaya pemahaman dari individu terhadap informasi yang diperolehnya. Sedangkan perorganisasian adalah proses mengelola informasi tertentu agar memiliki makna.

2.3.1.1 Proses Terjadinya Persepsi

Proses terjadinya persepsi menurut Hamka, proses terjadinya persepsi melalui tahap-tahap sebagai berikut :

- a. Tahap pertama, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kealaman atau proses fisik, yaitu proses fisik, yaitu proses ditangkapnya suatu stimulus (objek) oleh panca indera.

- b. Tahap kedua, merupakan tahap yang dikenal dengan proses fisiologis, yaitu proses diteruskannya stimulus atau objek yang telah diterima alat indera melalui syaraf-syaraf sensoris ke otak.
- c. Tahap ketiga merupakan proses yang dikenal dengan nama proses psikologis, yaitu proses dalam otak, sehingga individu mengerti, menyadari, menafsirkan dan menilai objek tersebut.
- d. Tahap keempat, merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan, gambaran atau kesan.

2.3.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

David krech dan Richard menyebutkan sebagai faktor fungsional, faktor struktural, faktor situasional dan faktor personal sebagai berikut :

- a. Faktor Fungsional, adalah faktor yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Faktor personal yang menentukan persepsi adalah objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.
- b. Faktor struktural, adalah faktor yang berasal semata-mata dari sifat. stimulus fisik efek-efek saraf yang ditimbulkan pada system saraf individu.

- c. Faktor Situasional, faktor ini banyak berkaitan dengan bahasa nonverbal. Petunjuk proksemik, petunjuk kineksik, petunjuk wajah, petunjuk paralinguistik adalah beberapa dari faktor situasional yang mempengaruhi persepsi.
- d. Faktor personal, faktor personal ini terdiri atas pengalaman, motivasi dan kepribadian.

Dengan demikian dari beberapa konsep persepsi diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses pengorganisasian dan proses penafsiran seorang terhadap stimulasi yang dipengaruhi oleh berbagai pengetahuan, keinginan dan pengalaman yang relevan terhadap stimulasi yang dipengaruhi oleh perilaku manusia dalam menentukan pilihan hidupnya. (Walgito, 2010:111)

2.3.2 Masyarakat

Manusia adalah makhluk sosial yang hidup bermasyarakat, hidup bermasyarakat dapat diartikan sebagai hidup dalam suatu pergaulan. Kata masyarakat berasal dari bahasa arab 'syarka' yang artinya ikut serta (partisipasi). Sedangkan dalam bahasa inggris dipakai istilah 'society' yang berasal dari kata 'socius' yng artinya kawan. Aristoteles mengemukakan bahwa manusia ini adalah 'zoon politicon' yaitu makhluk sosial yang hanya menyukai hidup pergolongn atau sedikitnya mencari teman bersama lebih suka daripada hidup tersendiri.

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, masyarakat merupakan sekelompok manusia yang bertempat tinggal dalam suatu wilayah tertentu dengan batas-batas yang jelas dan menjadi faktor utamanya ialah adanya hubungan yang kuat diantara anggota kelompok dibandingkan hubungan dengan orang-orang diluar kelompoknya. Sedangkan menurut Hasan Sadhily, masyarakat adalah golongan besar atau kecil terdiri dari beberapa manusia yang dengan atau karena sendirinya bertalian secara golongan dan pengaruh-mempengaruhi satu sama lain.

Pengaruh dan pertalian hubungan yang terjadi dengan sendirinya menjadi unsur yang ada bagi masyarakat. Masyarakat bukannya ada dengan hanya menjumlahkan adanya orang-orang saja, diantara mereka harus ada pertalian satu sama lain. Masyarakat merupakan satu kesatuan yang selalu berubah karena proses masyarakat yang menyebabkan perubahan itu. Dalam zaman biasa masyarakat mengenal kehidupan yang teratur dan aman, disebabkan oleh karena pengorbanan sebagai kemerdekaan dari anggota-anggota baik dengan paksa maupun sukarela.

Jadi kesimpulannya dikatakan bahwa persepsi masyarakat adalah suatu proses dimana sekelompok manusia yang hidup dan tinggal bersama dalam wilayah tertentu dan memberikan pemahaman atau tanggapan terhadap hal-hal atau peristiwa yang

terjadi dilingkungannya. Ada 3 faktor yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Yaitu :

1. Pelaku persepsi, bila seseorang memandang suatu objek dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya dan penafsiran itu sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi dari pelaku persepsi individu itu.
2. Target atau objek, karakteristik-karakteristik dan target yang diamati dapat mempengaruhi persepsi seperti kecenderungan kita untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan atau yang mirip.
3. Situasi, dalam hal ini penting untuk melihat konteks objek atau peristiwa sebab unsur-unsur lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi kita.

2.4 IKON KOTA

Pemahaman filosofi pendekatan arsitektural sebuah ikon kota. Ikon kota adalah sebuah karya arsitektur (seni menata ruang dan menemukan bentuk) dan sebuah hasil dari kajian estetika (keindahan) bentuk dan makna (filosofi) manusia dan budaya yang diwakili. Fungsi bangunannya ikon kota dapat di definisikan sebagai bangunan bentuk yang dibangun menyerupai sesuatu yang dimaksudkan untuk menyampaikan pesan atau mencerminkan identitas atau karakter masyarakat, identitas keagamaan, budaya masa lalu.

Bangunan ikon atau simbol yang dengan sengaja dibuat untuk menghiasi kota atau menghiasi kawasan tertentu adalah bangunan yang menyampaikan pesan moral yang dimaksudkan dapat berupa :

- Pesan dari satu generasi ke generasi lainnya
- Pesan dari satu kelompok masyarakat kepada masyarakat umum lainnya
- Atau pesan untuk menunjukkan integritas, kekuasaan dan kejayaan.
- Pesan yang mempertegas eksistensi dan menunjukkan pada khalayak umum.
- Atau yang dimaksudkan sebagai media untuk menunjukkan sebuah identitas masyarakat baik identitas ideologi, identitas manusia dan alam.

Ikon kota akan menjadi sebuah landmark masyarakat yang dengan sendirinya akan dapat membawa pengaruh pada masyarakat baik pada konsep pemikiran, atau sampel pada style gaya hidup yang turut mendorong terjadinya pola interaksi sosial budaya baru.

2.5 AGAM INONG

Agam Inong adalah bahasa daerah Kota Lhokseumawe suku aceh yang dalam bahasa indonesia artinya Putra (Agam) dan Putri (Inong). Agam Inong adalah putra dan putri aceh yang tinggal di lhokseumawe sebagai tempat berpijaknya para masyarakat suku aceh.

Pemilihan Agam Inong kota lhokseumawe setiap tahunnya dilaksanakan mengikuti rangkaian event tahunan Pemerintah Kota Lhokseumawe dan HUT Kota Lhokseumawe. Pemilihan Agam Inong dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Lhokseumawe. Namun belum ada catatan sejarah yang dibukukan secara lengkap oleh instansi terkait.

Agam Inong adalah duta pariwisata yang menjadi perpanjangan tangan dari pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Agam Inong berada dibawah naungan Dinas Pariwisata memiliki visi dan misi yang sama. Visi misi yang dimaksud antara lain :

Visi : Mengembangkan potensi daerah sebagai daerah tujuan wisata dan terwujudnya pembangunan di Bidang Pariwisata menuju masyarakat yang sejahtera.

Misi : meningkatkan pembangunan sarana dan prasarana pariwisata dan meningkatkan kualitas daya aparatur.

Pemilihan Agam Inong memiliki tujuan. Tujuan yang dimaksudkan antara lain:

1. Menjadi ruang promosi bagi potensi pariwisata dan industri Kota Lhokseumawe.
2. Menyelenggarakan program kegiatan dan event yang mencerminkan keberagaman etnis dan pluralitas Kota Lhokseumawe

3. Mendorong partisipasi masyarakat Kota Lhokseumawe.

Adapun ajang Agam Inong atau pemilihan putra dan putri kota Lhokseumawe memiliki beberapa nominasi atau kategori pemenang, sebagai berikut :

- Juara 1 Duta Agam Inong
- Runner Up 1 Agam Inong
- Runner Up 2 Agama Inong
- Duta Wisata Berbakat
- Duta Wisata Intelegensia
- Duta Wisata Presentasi Terbaik
- Duta Wisata Favorit
- Duta Persahabatan

Pemenang yang menduduki posisi nominasi yang telah diuraikan diatas secara langsung bergabung dalam ikatan Agam Inong Kota Lhokseumawe yang berada dibawah naungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Lhokseumawe.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 JENIS PENELITIAN

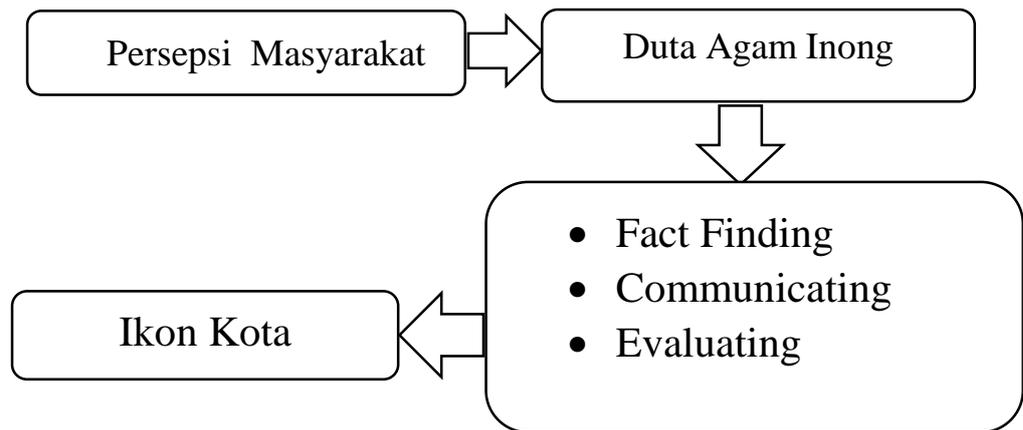
Adapun jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini ialah Pendekatan Kualitatif. Menurut Zuriyah (2006:47) penelitian menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian, secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Dalam penelitian deskriptif cenderung tidak perlu mencari atau menerangkan saling berhubungan dan menguji hipotesis. Menurut Suryono (2010:1) merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.

Pada konteks penelitian ini, peneliti akan menggambarkan bagaimana Persepsi Masyarakat Terhadap Duta Agama Inong Sebagai Ikon Di Kota Lhokseumawe.

3.2 KERANGKA KONSEP

Kerangka konseptual menurut Kuncoro (2009:4) adalah pondasi utama dari proyek penelitian, hal ini merupakan jaringan hubungan antar variabel yang secara logis diterangkan, dikembangkan, dan dielaborasi dari perumusan masalah yang telah diidentifikasi melalui proses wawancara.

Konsep utama dalam penelitian ini adalah Persepsi Masyarakat Terhadap Duta Agama Inong Sebagai Icon Di Kota Lhokseumawe. Untuk memudahkan penjelasan ini, maka konsep penelitian sebagai berikut:



Tabel 3.1

3.3 DEFINISI KONSEP

Definisi konsep adalah penjabaran mengenai kerangka konsep. Untuk memperjelas dan menyederhankan beberapa konsep uraian teoritis dalam penelitian, maka penulis menyederhanakan beberapa konsep tersebut sebagai berikut :

- a. Persepsi Masyarakat adalah suatu proses dimana sekelompok manusia yang hidup dan tinggal bersama dalam wilayah tertentu dan memberikan pemahaman atau tanggapan terhadap hal-hal atau peristiwa yang terjadi dilingkungannya.

- b. Duta Agam Inong adalah duta pariwisata yang menjadi perpanjangan tangan dari pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.
- c. Ikon Kota adalah sebuah karya arsitektur (seni menata ruang dan menemukan bentuk) dan sebuah hasil dari kajian estetika (keindahan) bentuk dan makna (filosofi) manusia dan budaya yang diwakili.
- d. - Fact Finding : Menginterpretasikan Pandangan masyarakat terhadap Duta Agam Inong sebagai Ikon di Kota Lhokseumawe.
- Communicating : Mengorganisasikan Kemampuan dalam memanfaatkan Duta Agam Inong sebagai Ikon kepada masyarakat.
- Evaluating : Memberi makna yang berkaitan antara Duta Agam Inong dengan Masyarakat.

3.4 KATEGORISASI

Berdasarkan kerangka konsep diatas, lebih lanjut agar teori tersebut jelas penggunaannya maka teori yang ada diterjemahkan kedalam kategorisasi dengan berikut :

Konsep Teoritis	Variabel
Persepsi masyarakat terhadap Duta Agam Inong sebagai Ikon di Kota Lhokseumawe	Fact Finding
	Communicating
	Evaluating

Tabel 3.2

3.5 INFORMAN ATAU NARASUMBER

Menurut Andi Prastowo dalam Hakim (2017:152) , informan adalah orang yang bisa memberikan informasi-informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian atau sebagai sasaran penelitian. Dalam konteks ini, informan pada penelitian ini yaitu : masyarakat remaja umur 17-20 tahun yang mengetahui adanya duta agam inong dan masyarakat yang diteliti adalah 5 orang dengan pertimbangan yang akan saya teliti.

3.6 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Dalam penelitian deskriptif kualitatif dikenal beberapa teknik atau metode pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dala, penelitian deskriptif kualitatif terdiri dari pengumpulan data primer yakni wawancara mendalam (*intensive/depth interview*), dan observasi dan dokumentasi

1. Wawancara mendalam (*interview/depth interview*)

Wawancara mendalam adalah suatu teknik pengumpulan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapat data lengkap dan mendalam.

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung terhadap objek penelitian kemudian mencatat gejala-gejala yang ditemukan di lapangan untuk melengkapi data-data yang diperlukan sebagai acuan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/tulisan, wasiat, buku, undang-undang dan sebagainya.

3.7 TEKNIK ANALISIS DATA

Adapun teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif menurut Idrus (2011:147) yaitu analisis interaktif. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan analisis data model Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman menyatakan bahwa analisis data kualitatif menggunakan kata-kata yang

selalu disusun dalam sebuah teks yang diperluas atau yang dideskripsikan.

Untuk proses analisi data model ini ada tiga proses, yaitu :

1. Reduksi Data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lokasi penelitian. Reduksi data ini berlangsung secara terus-menerus selama kegiatan penelitian berorientasi kualitatif berlangsung.
2. Penyajian Data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
3. Penarikan Kesimpulan dalam proses ini adalah membuat pernyataan atau kesimpulan secara bulat tentang suatu permasalahan yang diteliti dalam bahasa yang deskriptif dan bersifat interaktif.

Teknik sampling yang peneliti gunakan adalah teknik purposive sampling sebagai berikut :

Menurut Arikunto (2013:183) bahwa sampel bertujuan (purposive sampling) dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas random , tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Karena peneliti merasa sampel yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Bertujuan untuk dapat mengetahui bagaimana interaksi sosial yang terjadi antar komunitas dengan

masyarakat yang mau diteliti. Masyarakat yang diteliti adalah masyarakat remaja , masyarakat remaja di kota sangat banyak. Tetapi memilih yang benar-benar mengetahui akan yang dimaksud dengan dipeneliti tersebut yaitu sejumlah 5 orang.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam peneliti, terhadap berbagai teknik sampling yang digunakan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampling purposive menurut sugiono (2018:138) “sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

3.8 WAKTU DAN LOKASI PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menentukan dan mengambil objek atau lokasi penelitiannya di Kota Lhokseumawe. Waktu penelitian di mulai dari bulan Mei hingga Juli 2020.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas dan menyajikan deskripsi dari data yang diperoleh melalui hasil penelitian lapangan melalui metode-metode pengumpulan data yang telah di sebutkan pada bab sebelumnya. Peneliti ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Zuriah (2006:47) penelitian kualitatif adalah diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian, secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.

Demikian juga halnya permasalahan yang hendak dijawab pada bab ini adalah Persepsi Masyarakat Terhadap Duta Agam Inong sebagai Ikon di Kota Lhokseumawe. Berdasarkan penjelasan diatas maka penelitian ini dilakukan pada 23 juli 2020 sampai dengan 24 juli 2020 yang dilakukan di cafe burger blepot dan beberapa rumah narasumber yaitu di simpang ardath, cunda, darussalam dan hagu tengah dengan 5orang narasumber yang di teliti sebagai berikut :

- 1) **Nama** : **Fatma Zaura Bachtiar**
Usia : **20 tahun**
Status : **Mahasiswa Universitas Malikussaleh**
- 2) **Nama** : **Risma Dwiyanti**
Usia : **20 tahun**
Status : **Mahasiswa Universitas Malikussaleh**
- 3) **Nama** : **Hafidhah Hanim**
Usia : **18 tahun**
Status : **Sekolah SMA Negeri 1 Lhokseumawe**
- 4) **Nama** : **Syarifah Nazira Fattaya**
Usia : **20 tahun**
Status : **Mahasiswa Universitas Malikussaleh**
- 5) **Nama** : **Nurul Husna**
Usia : **17 tahun**
Status : **Sekolah SMA Negeri 1 Lhokseumawe**

Dari Narasumber I Fatma Zaura Bachtiar pada saat ditanyak mengenai apakah dia mengetahui adanya Duta Agam Inong sebagai Ikon di Kota Lhokseumawe. Dia menjawab “ iya saya tahu”, ia emang mengetahui adanya Duta Agam Inong sebagai Ikon di Kota Lhokseumawe.

Dengan pertanyaan yang sama, narasumber II Risma Dwinyanti mengatakan bahwa ia juga mengetahui adanya Duta Agam Inong sebagai Ikon di Kota Lhokseumawe. Begitu pula dengan narasumber III Hafidhah Hanim, narasumber IV Syarifah Nazira Fataya dan narasumber V Nurul Husna juga sama halnya dengan yang lain. Bahwa narasumber juga mengetahui adanya Duta Agam Inong di Kota Lhokseumawe.

Selanjutnya, narasumber I Fatma Zaura Bachtiar pada saat ditanyai mengenai bagaimana pendapatnya tentang Duta Agam Inong sebagai Ikon di Kota Lhokseumawe. Dia menjawab bahwa Duta Agam Inong sebagai Ikon di Kota Lhokseumawe cukup baik untuk selalu diselenggarakan setiap tahun. Guna untuk mendukung serta menunjukkan potensi muda/mudi yang ada di kota Lhokseumawe baik dari segi ilmu pengetahuan maupun ilmu komunikasi yang baik dalam berinteraksi dengan masyarakat melalui pemilihan duta wisata ini.

Dengan pertanyaan yang sama narasumber II Risma Dwiyanti mengatakan bahwa Duta Agam Inong memberikan dampak positif. Setiap kita membutuhkan perwakilan dari para generasi muda yang berkompeten agar kecintaan terhadap budaya tidak hilang.

Selanjutnya, narasumber III Hafidhah Hanim mengatakan bahwa Duta Agam Inong di Kota Lhokseumawe cukup baik. Karena dengan adanya Duta Agam Inong di Kota Lhokseumawe cukup baik. Karena dengan adanya mereka dapat membantu serta mendukung para remaja untuk

mengembangkan bakat dan mampu berinteraksi terhadap seluruh masyarakat untuk memperkenalkan budaya wisata yang ada.

Sama halnya dengan narasumber yang lain, narasumber IV Syarifah Nazirah Fattaya mengatakan bahwa dengan adanya Duta Agam Inong Kota Lhokseumawe, sudah cukup membantu pemerintah dalam mempromosikan objek wisata dan duta wisata termasuk salah satu kontribusi yang cukup baik untuk kota Lhokseumawe.

Narasumber terakhir Nurul Husna mengatakan hal yang sama dengan narasumber yang lainnya. Dia mengatakan bahwa hal ini sangat bagus, karena dengan adanya mereka sebagai Ikon Kota Lhokseumawe, kota kecil ini jadi banyak diketahui oleh banyak orang.

Kemudian narasumber 1 Fatma Zaura Bachtiar pada saat ditanyai mengenai apakah duta agam inong memiliki pengaruh yang cukup besar atau tidak dalam mengembangkan wisata di Kota Lhokseumawe. Dia menjawab bahwa pemilihan Duta Wisata ini menurut saya, cukup berpengaruh besar terhadap pengembangan wisata yang ada di Kota Lhokseumawe, karena dengan adanya pemilihan ini maka putra/putri daerah dapat berpartisipasi dalam dunia pariwisata serta menjadi penghubung antara masyarakat dan dinas kepariwisatawan guna terus mempromosikan serta mengembangkan potensi wisata yang ada di Kota Lhokseumawe.

Dengan pertanyaan yang sama narasumber II Risma Dwinyati mengatakan bahwa ia tidak terlalu tahu pengaruhnya sebesar apa. tapi menurut saya, Duta Agam Inong bisa memberikan pengaruh untuk memperkenalkan dan menunjukkan eksistensi Kota Lhokseumawe. Duta Agam Inong Lhokseumawe bisa membuat relasi dengan Duta Agam Inong kota lain dan mengikat persaudaraan antar kota di Nanggroe Aceh Darussalam (NAD) tercinta ini.

Selanjutnya, narasumber III Hafidhah Hanim mengatakan bahwa menurutnya Duta Agam Inong memiliki pengaruh besar terhadap pengembangan wisata di Kota Lhokseumawe. Karena dengan adanya duta agam inong di Kota Lhokseumawe dapat menjadi perwakilan untuk partisipasi dalam bidang budaya dan pariwisata untuk dapat mempromosikan budaya dan wisata yang ada di Kota Lhokseumawe. Guna untuk memperkenalkan ke tiap daerah maupun mancanegara.

Sama halnya dengan narasumber yang lain, narasumber IV Syarifah Nazirah Fattaya mengatakan bahwa, Duta Agam Inong Kota Lhokseumawe sudah cukup membantu pemerintah dalam mengembangkan wisata di Kota Lhokseumawe. Hal ini terlihat dari beberapa kegiatan seni yang sudah diadakan oleh Dinas Pariwisata Kota Lhokseumawe yang sering terlihat di berbagai kegiatan seni dan pariwisata.

Narasumber terakhir Nurul Husna mengatakan hal yang sama dengan narasumber yang lainnya. Dia mengatakan bahwa kurang tahu, tapi

biasanya mereka mempromosikan Kota Lhokseumawe. seperti tempat wisatanya melalui media video.

Selain itu, narasumber I Fatma Zaura Bachtiar jawab pertanyaan selanjutnya mengenai apakah ia mengetahui bagaimana Duta Agam Inong mensosialisasikan tempat wisata di Kota Lhokseumawe. Ia menjawab lebih dan kurang yang saya ketahui cara duta agam inong di kota lhokseumawe mensosialisasikan wisata yang di kota lhokseumawe dengan cara mempromosikan wisata-wisata yang ada melalui social media dan sering pula melakukan kegiatan-kegiatan positive lainnya. Salah satunya seperti melakukan pembersihan tepi pantai ujung blang yang menjadi wisata favorite di Kota Lhokseumawe agar tetap bersih dan nyaman untuk dinikmati dan Ketika bertamasya bersama keluarga. Tidak lupa pula masyarakat juga ikut serta dalam pembersihan pantai tersebut.

Dengan pertanyaan yang sama narasumber II Risma Dwinyati mengatakan tidak dapat memastikan ini. Namun sepengetahuan saya, saya lihat dari sosial media mereka. Mereka tidak melakukan silaturahmi, meningkatkan pengikut di sosial media, mengunggah foto dengan menerakan lokasi dan mengadakan acara-acara yang dihadiri para generasi muda berkompetisi tinggi di Ibu Kota Aceh yaitu Banda Aceh.

Selanjutnya, narasumber III Hafidhah Hanim mengatakan bahwa Yang saya tahu kurang lebih mereka mensosialisasi wisata yang ada di lhokseumawe dengan cara mempromosikan wisata-wisata yang ada melalui

pembuatan video singkat di tiap-tiap tempat wisata yang ada semenarik mungkin. Sehingga mampu membangkitkan daya tarik bagi masyarakat, wisatawan, maupun mancanegara. Karena video singkat yang dibuat semenarik mungkin itu di promosikan ke media sosial sehingga seluruh masyarakat dapat melihat. Tidak hanya itu saja, mereka juga ikut turun tangan dan dibantu masyarakat sekitar untuk membersihkan tepi laut ujung blang agar terbebas dari sampah. Sehingga tetap terlihat bersih dan nyaman untuk masyarakat datang.

Sama halnya dengan narasumber yang lain, narasumber IV Syarifah Nazirah Fattaya mengatakan bahwa iya saya tahu, hal ini juga terlihat dari media sosial yang dimiliki oleh masing-masing Duta Agam Inong Kota Lhokseumawe. Dengan cara memposting tempat-tempat wisata di Kota Lhokseumawe, bahkan mereka mengikut kontribusi dengan membuat video singkat khusus untuk mempromosikan objek wisata di Kota Lhokseumawe tersebut.

Narasumber terakhir Nurul Husna mengatakan hal yang sama dengan narasumber yang lainnya. Bahwa ia kurang tahu, tapi biasanya mereka mempromosikan Kota Lhokseumawe. seperti tempat wisatanya melalui media video.

Berikutnya narasumber I Fatma Zaura Bachtiar jawab pertanyaan selanjutnya mengenai bahasa apa yang digunakan oleh duta agam inong pada saat melaksanakan tugasnya pada saat mengsosialisasikan kepada

masyarakat. Ia menjawab bahasa yang sering digunakan adalah Bahasa Indonesia, namun terkadang menggunakan Bahasa Daerah juga yaitu Bahasa Aceh. Dengan pertanyaan yang sama narasumber II Risma Dwinyati mengatakan Bahasa Indonesia, yang jadi ikonik Acehnya itu bahasa yang Islamiah

Selanjutnya, narasumber III Hafidhah Hanim mengatakan bahwa bahasa yang sering digunakan oleh duta agam inong yaitu bahasa indonesia. Namun, terkadang menggunakan juga bahasa daerah yaitu bahasa aceh yang guna untuk membantu mempermudah komunikasi terhadap masyarakat yang awam dengan bahasa indonesia.

Sama halnya dengan narasumber yang lain, narasumber IV Syarifah Nazirah Fattaya mengatakan Duta Agam Inong bisanya menggunakan Bahasa Indonesia pada saat mereka sedang mensosialisasikan kepada masyarakat. Namun, apabila mensosialisasikan kepada masyarakat yang awam pada bahasa indonesia. Duta Agam Inong membantu memberi pemahaman lewat menggunakan Bahasa Daerah yaitu Bahasa Aceh.

Narasumber terakhir Nurul Husna mengatakan hal yang sama dengan narasumber yang lainnya. Mengatakan bahwa tergantung kebutuhan, apabila di daerah perkampungan mungkin mereka menggunakan Bahasa Daerah yaitu Bahasa Aceh. Tapi kalau untuk

membuat promosi agar ramai orang luar daerah tau. Duta agam inong ini biasanya menggunakan Bahasa Indonesia.

Setelah itu, narasumber I Fatma Zaura Bachtiar pada saat ditanyak mengenai apakah ia paham cara penyampaian Duta Agam Inong di Kota Lhokseumawe. Dia mengatakan bahwa iya paham cara penyampaian mereka.

Dengan pertanyaan yang sama narasumber II Risma Dwiyanti mengatakan bahwa ia tidak paham, karena tidak pernah melihat secara langsung sosialisasi mereka. Pada narasumber III Hafidhah Hanim mengatakan ia paham cara penyampaian mereka.

Sama halnya dengan narasumber yang lain, narasumber IV Syarifah Nazirah Fattaya mengatakan paham terhadap penyampaian mereka. Dikarenakan sebagai Duta Agam Inong mereka harus pandai berkomunikasi dan berjiwa sosia

Narasumber terakhir Nurul Husna mengatakan hal yang sama dengan narasumber lainnya. Ia mengatakan insyaallah paham, karena pasti Duta Agam Inong Kota Lhokseumawe menyampaikan dengan bahasa yang dipahami masyarakat Kota Lhokseumawe.

Narasumber I Fatma Zaura Bachtiar menjawab pertanyaan selanjutnya mengenai Seberapa efektifkah duta agam inong sebagai ikon di kota lhokseumawe. Dia mengatakan bahwa sangat efektif, karena setiap daerah harus memiliki perwakilan putra/putri dari daerahnya masing-

masing untuk membawa nama daerahnya agar terdengar keseluruhan mancanegara. Dengan pertanyaan yang sama narasumber II Risma Dwiyantri mengatakan cukup efektif, apalagi visual mereka yang rupawan, kepintaran akademik, pintar bersosialisasi dan santun

Selanjutnya, narasumber III Hafidhah Hanim mengatakan bagi saya Duta Agama Inong Kota Lhokseumawe sangat efektif. Karena dimulai dari tiap kota atau kabupaten yang memiliki duta agama inong masing-masing akan memperkenalkan budaya dan wisata ditempatnya sendiri sehingga terpilihah pasangan duta agama inong perwakilan aceh untuk ke ajang yang lebih bergengsi dan harus mampu menguasai budaya wisata seluruh aceh agar dapat membawa nama aceh agar dikenal oleh mancanegara.

Sama halnya dengan narasumber yang lain, narasumber IV Syarifah Nazirah Fattaya mengatakan sebenarnya kalau dalam hal ini, tergantung bagaimana cara duta agama inong menyampaikan secara menarik bagi pendengar. maka mungkin akan sangat efektif.

Narasumber terakhir Nurul Husna mengatakan hal yang sama dengan narasumber lainnya. Ia mengatakan sebenarnya kalau dalam hal ini, tergantung bagaimana cara duta agama inong menyampaikan secara menarik bagi pendengar. maka mungkin akan sangat efektif.

Lanjut, pertanyaan 8 mengenai Apa yang membuat masyarakat bisa berpendapat , kalau duta agama inong menjadi ikon di kota

lhokseumawe. Narasumber I Fatma Zaura Bachtiar menjawab pertanyaan tersebut ialah setiap yang dipilih dalam pemilihan duta wisata ini adalah pilihan putra/putri daerah terbaik dalam segi kepribadian yang positive, rasa percaya diri dan pemberani, pembawaan diri yang menarik.

Dengan pertanyaan yang sama narasumber II Risma Dwiyantri mengatakan masyarakat tidak bisa mengatakan duta agam inong sebagai ikon di Kota Lhokseumawe. Karena perbedaan umur masyarakat luas. Ibu saya bilang Ikon Kota Lhokseumawe itu malikussaleh. Mungkin saja ada orang lain yang mengatakan ikon kota lhokseumawe itu daun kelor, dan bukan tidak mungkin Ikon Kota Lhokseumawe Itu Agam Inong.

Selanjutnya, narasumber III Hafidhah Hanim mengatakan bahwa adanya duta agam inong di kota lhokseumawe. Tempat-tempat wisata yang ada di kota lhokseumawe dapat diketahui oleh masyarakat luar kota lhokseumawe dari adanya konten video positif tentang wisata yang ada di kota lhokseumawe. Dan kegiatan duta agam inong sangat membantu masyarakat.

Sama halnya dengan narasumber yang lain. Narasumber IV Syarifah Nazirah Fattaya menjawab Duta Agam Inong Kota Lhokseumawe adalah orang-orang yang sudah terpilih dan juga orang-orang yang berprestasi. Oleh karena itu, mereka layak untuk dijadikan contoh ataupun ikon kota lhokseumawe. Pada Narasumber terakhir Nurul Husna mengatakan hal yang sama dengan narasumber lainnya. mengatakan dengan adanya Duta

Agam Inong mungkin pemerintah agak lebih terbantu untuk membangun Kota Lhokseumawe ini.

Di pertanyaan 9 ini Narasumber I Fatma Zaura Bachtiar mengenai Apakah anda mengetahui selain sosialisasi dalam bentuk apa lagi mereka menyampaikan suatu pesan kepada masyarakat. Dia menjawab menurut saya ketahui , mereka sering melakukan kegiatan yang di sebut “ *Saweu Sikula* “ . kegiatan itu dilakukan untuk mempromosikan pariwisata dan menanamkan fikiran positive sejak dini agar mereka percaya diri dan mau ikut berpartisipasi dalam pemilihan duta wisata. Karena memajukan wisata dalam suatu daerah menjadi tanggung jawab dari putra/putri daerah itu sendiri.

Dengan pertanyaan yang sama narasumber II Risma Dwiyanti mengatakan menurut saya sosialisasi adalah cara paling efektif menyampaikan pesan. Namun cara lain yang saya pikirkan adalah mencetak poster ukuran besar, mengisinya dengan pesan moral dan membubuhi foto Duta Agam Inong di dalamnya.

Selanjutnya, narasumber III Hafidhah Hanim mengatakan dalam bentuk membantu menjaga lingkungan disekitar pantai ujung blang agar terhindar dari tumpukkan sampah. Duta Agam Inong juga melakukan kegiatan “*siweu sikula*” yang guna dari kegiatan tersebut untuk mempromosikan pariwisata dan membuat anak-anak agar termotivasi dan berpartisipasi dalam pemilihan duta agam inong demi kemajuan wisata di dalam daweah sendiri. Duta Agam Inong juga mengikuti berbagai kegiatan

seperti membagikan masker selama covid demi menjaga keselamatan masyarakat.

Sama halnya dengan narasumber yang lain. Narasumber IV Syarifah Nazirah Fattaya menjawab selain sosialisasi mereka juga sering menyampaikan nilai-nilai sosial kepada masyarakat melalui kegiatan bakti sosial seperti gotong royong ataupun seni budaya. Kemudian narasumber terakhir Nurul Husna mengatakan hal yang sama dengan narasumber lainnya. yang saya tahu, Duta Agam Inong mempromosikan melalui media sosial. Karena media sosial sangat berpengaruh pada masa millennial sekaramg ini.

Terakhir, narasumber I Fatma Zaura Bachtiar menjawab pertanyaan mengenai Potensi apa yang dilakukan duta agam inong untuk membangun wisata kota lhokseumawe yang bertujuan dan mewujudkan masyarakat yang sejahtera. Dia menjawab Duta Agam Inong Di Kota Lhokseumawe pernah menyelenggarakan festival yang diberi nama "*kampong expo*". Acara tersebut dilakukan atas kerjasama antara walikota, dinas pariwisata dan masyarakat. Kemudian yang menjadi potensi disini adalah setiap kecamatan/kampong boleh mempromosikan hasil karya dari masing-masing kecamatan/kampong untuk di perlihatkan kepada setiap pengunjung dan menjual hasil karya mereka dalam festival tersebut.

Dengan pertanyaan yang sama narasumber II Risma Dwiyanti mengatakan potensi relasi. Duta Agam Inong itu bisa dibilang perwakilan generasi mudakan. Jadi mereka yang akan mewakilkan kita menhadapi

penjabat-penjabat besar. Mereka bisa memberikan aspirasi di ruangan tertutup dan sejuk. Mereka juga fokus ke pariwisata kan. Sedangkan pejabat itu di dalam ruangan. Jadi kalau pejabat mendengar aspirasi mereka saya rasa mereka akan memikirkannya kembali.

Selanjutnya, narasumber III Hafidhah Hanim mengatakan bahwa Duta Agam Inong Kota Lhokseumawe menyelenggarakan suatu acara expo yang diselenggarakan tiap tahun dan Duta Agam Inong Kota Lhokseumawe bekerjasama dengan walikota, dinas pariwisata dan masyarakat yang setiap kampung untuk melaksanakan festival tersebut. Serta masyarakat dapat mempromosikan hasil karya seni masing-masing untuk diperlihatkan kepada setiap pengunjung yang datang. Jika ada pengunjung yang ingin membeli, maka hasil karya seni itu di perjual-belikan. Pada acara expo tersebut juga adanya penampilan dari tiap remaja seperti tarian adat maupun tarian kreasi yang diperlihatkan dan ditonton oleh pengunjung yang hadir. Ada pula perlombaan duta agam inong cilik. Dari situlah duta agam inong kota lhokseumawe dapat membangun dan mewujudkan masyarakat sejahtera serta banyak para masyarakat yang ikut berpartisipasi dalam acara tersebut.

Sama halnya dengan narasumber yang lain. Narasumber IV Syarifah Nazirah Fattaya menjawab sejauh ini potensi yang sudah dimiliki Duta Agam Inong Kota Lhokseumawe dalam membangun objek wisata dan kesejahteraan masyarakat adalah solidaritas yang inggi dan selalu terjun

dalam kegiatan yang diadakan pemerintah dengan pariwisata Kota Lhokseumawe.

Narasumber terakhir Nurul Husna mengatakan hal yang sama dengan narasumber lainnya. Ia mengatakan bahwa terutama bisa membantu masyarakat untuk mendapatkan aset daerah lebih banyak. Contohnya tempat wisata yang jarang terexpose, dengan adanya duta agam inong. Duta Agam Inong Kota Lhokseumawe bisa menyebarluaskan ke media. Dengan ini orang-orang akan tahu dan datang, dengan ini daerah akan mendapat banyak penghasilan.

4.2 PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang diuraikan peneliti diatas, membuktikan bahwa penelitian yang dilaksanakan berjalan dengan lancar. Informasi yang diberikan oleh informan yang terdiri dari : 5orang masyarakat remaja berusia 17tahun-20tahun sangat jelas sehingga membantu memudahkan pelaksanaan penelitian.

Dalam dunia persepsi, lingkungan sangat mempengaruhi terjadi persepsi itu sendiri. Karena lingkunganlah yang menyediakan pengalaman tentang objek atau benda, suatu peristiwa yang sedang atau telah terjadi. Informasi-informasi yang secara tidak sadar terekam oleh alat indera manusia. Seperti halnya pengertian persepsi menurut Asrosi (2009:21) “proses individu dalam menginterpretasikan, mengorganisasikan, dan memberi makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan di mana

individu itu berada yang merupakan hasil dari proses belajar dan pengalaman.“

Tujuan Duta Agam Inong sebagai Ikon Kota Lhokseumawe adalah untuk membawa pengaruh pada masyarakat baik pada konsep pemikiran, atau sampel pada style yang turut mendorong terjadinya pola interaksi sosial wisata yang ada di Kota Lhokseumawe.

Dari hasil penelitian diatas, dapat dipaparkan jawaban dari Persepsi Masyarakat terhadap Duta Agam Inong sebagai Ikon di Kota Lhokseumawe bahwa dengan teori dalam kategorisasi yang ada di hasil penelitian di deskripsikan dengan mengikuti 3 kategorisasi yaitu *fact finding*, *communicating*, dan *evaluating*. Pertama, Fact Finding ialah Menginterpretasikan Pandangan masyarakat terhadap Duta Agam Inong sebagai Ikon di Kota Lhokseumawe. Kedua, Communicating ialah Mengorganisasikan Kemampuan dalam memanfaatkan Duta Agam Inong sebagai Ikon kepada masyarakat. Terakhir Evaluating ialah Memberi makna yang berkaitan antara Duta Agam Inong dengan Masyarakat.

Pada saat saya melakukan wawancara, saya menggunakan komunikasi melalui lisan antara dua pembicara tanpa menggunakan simbol-simbol dengan menanyakan persepsi masyarakat terhadap duta agam inong sebagai ikon yang diteliti. Kemudian menemukan pemanfaatan duta agam inong sebagai ikon itu sendiri, mengevaluasi, dan menemukan fakta bahwa

yang berkaitan antara Duta Agam Inong dengan Masyarakat yang kemudian dari hasil wawancara yang memberikan dampak positif.

Dengan adanya Duta Agam Inong di Kota Lhokseumawe, pemerintah sangat terbantu dalam mempromosikan wisata dan budaya yang ada di Kota Lhokseumawe. Dalam penelitian ini Komunikasi Interpersonal ialah proses pengiriman dan penerima pesan-pesan dengan beberapa umpan balik. Dengan itu Komunikasi Interpersonal yang dimiliki oleh Duta Agam Inong, mereka membuat suatu kegiatan atau mensosialisasikan yang dapat membangun wisata dan budaya Kota Lhokseumawe lebih diketahui masyarakat luas hingga ke mancanegara. Komunikasi Interpersonal yang dilakukan oleh Duta Agam Inong Kota Lhokseumawe yaitu membuat suatu kegiatan kesenian, festival, atau mensosialisasikan di berbagai tempat yang ada di Kota Lhokseumawe.

Dengan ini terjadinya hubungan yang efektif dan meningkatkan kerjasama yang bersikap terbuka dengan mendorong untuk saling mengembangkan kualitas wisata yang ada di Kota Lhokseumawe. Duta Agam Inong Kota Lhokseumawe juga membuat di media sosial dengan berbagai video atau foto untuk memperkenalnya wisata dan budaya yang ada di Lhokseumawe. Dengan potensi yang dilakukan, Duta Agam Inong ini adalah perwakilan dari generasi muda yang memberikan suatu gagasan dan kepintaran mereka untuk membangun, mengembangkan kesejahteraan masyarakat yang ada di Kota Lhokseumawe.

Dari keseluruhan jawaban narasumber dapat dilihat bahwa duta agama inong memberikan dampak positif terhadap masyarakat dalam membantu pemerintahan di Kota Lhokseumawe. Dengan saya teliti maupun tidak saya teliti juga sesuai dengan penglihatan dan perkataan yang duta agama inong lakukan untuk melakukan yang terbaik. Hasil penelitian ini juga menunjukkan sebuah data yang positif karena memang sesuai dengan keadaan yang dilakukannya penelitian dan sesuai dengan persepsi narasumber yang dirasa

BAB V

PENUTUP

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, adapun simpulan dari penelitian yang peneliti lakukan tentang Persepsi Masyarakat terhadap Duta Agam Inong sebagai Ikon Di Kota Lhokseumawe, yaitu :

1. Duta Agam Inong sangat membantu pemerintah dalam mempromosikan dan mengembangkan objek wisata yang ada di Kota Lhokseumawe. Dengan keberadaan Duta Agam Inong, wisata-wisata yang ada di Kota Lhokseumawe lebih dikenal banyak masyarakat dengan fasilitas yang mereka buat. Seperti membuat sebuah video, mensosialisasikan ke beberapa tempat dan mempromosikan melalui media sosial.
2. Dengan adanya Duta Agam Inong di Kota Lhokseumawe, memberikan dampak yang positif dalam pengembangan wisata. Salah satunya duta agam inong ini melakukan kegiatan seperti festival, gunanya untuk membangun dan mewujudkan masyarakat sejahtera dan berpartisipasi dalam acara yang diselenggarakan.
3. Dengan keberadaan Duta Agam Inong dapat menjadi perwakilan untuk partisipasi dalam bidang budaya dan pariwisata untuk diperkenalkan ke mancanegara. Duta Agam Inong juga membuat para generasi muda untuk lebih mencintai wisata di Kota Lhokseumawe dan menjaga lingkungan wisata.

5.2 SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian, akan di paparkan beberapa saran sebagai kelengkapan penulisan skripsi penulin, yakni sebagai berikut :

1. Kepada peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang persepsi terhadap duta wisata di kota lain sebaiknya terlebih dahulu mempelajari mengenai apa duta wisata yang sebenarnya.
2. Duta Agam Inong diharapkan agar terus berkonsistensi dalam mengembangkan wisata yang ada di Kota Lhokseumawe dan diharapkan untuk lebih memperluasakan dan membuat cara agar lebih terkenal wisata dan budaya yang ada di Kota Lhokseumawe.

DAFTAR PUSTAKA

I. SUMBER BUKU :

- A Muri Yusuf 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Arni Muhammad. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ar-Ruzz Media. 2016. *Ilmu komunikasi : ilmiah dan populer*. Jakarta : PR Rajagrafindo.
- Asrori, Mohammad. 2019. *Psikologi Pembelajaran*. Bandung : CV Wancana Prima.
- A W Suranto. 2011. *Komunikasi interpersonal*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Bimo Walgito. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : C.V Andi
- Cangara , Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Deddy Mulyana. 2004. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchyana. 2013. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Ghony, M Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta
- H. Hafied Canggara. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Julia T.Wood. 2012. *Komunikasi : Teori dan Praktik (Komunikasi dalam Kehidupan Kita)*. Jakarta : Salemba Humanika
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Purba. Amir dkk. 2006. *Pengantar ilmu komunikasi*. Medan: Pustaka Bangsa.

Suciati, 2016. *Psikologi Komunikasi (Sebuah Tinjauan Teoritis dan Perspektif Islam)*. Yogyakarta : Litera.

Sugiyono. 2012. *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung : ALFABETA.

Waidi, 2006. *Pemahaman dan Teori Persepsi*. Remaja Karya, Bandung

II. SUMBER JURNAL :

<https://media.neliti.com/media/publications/89567-ID-peranan-duta-pariwisata-randa-kabilasa-d.pdf> (diakses pada Selasa, tanggal 3 maret 2020 pada jam 23.00 WIB)

<http://digilib.uinsby.ac.id/13309/5/Bab%202.pdf> (diakses pada Rabu, Tanggal 14 mei 2020 pada jam 22.10 WIB)

<https://eprints.uny.ac.id/8975/3/bab%202%20-08402244041.pdf> (diakses pada Selasa, 28 juli 2020 pada jam 20.42)

<http://digilib.uinsby.ac.id/13309/5/Bab%202.pdf> (diakses pada Selasa,28 juli 2020 pada jam 20.42)

III. SUMBER INTERNET :

<http://www.bugiswarta.com/2016/11/icon-kota-adalah-simbol-eksistensi.html?m=1> (diakses pada Kamis, tanggal 5 maret 2020 pada jam 14.00 WIB)

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP DUTA AGAM INONG SEBAGAI IKON DI KOTA

1. Apakah anda mengetahui adanya duta agam inong sebagai ikon di kota lhokseumawe ?
2. Bagaimana pendapat anda tentang duta agam inong sebagai ikon di kota lhokseumawe?
3. Apakah duta agam inong memiliki pengaruh yang cukup besar atau tidak dalam mengembangkan wisata di kota lhokseumawe?
4. Apakah anda mengetahui bagaimana Duta Agam Inong mensosialisasikan tempat wisata di Kota Lhokseumawe ?
5. Bahasa apa yang digunakan duta agam inong pada saat melaksanakan tugasnya pada saat mensosialisasikan kepada masyarakat ? bahasa aceh atau bahasa indonesia ?
6. Apakah anda paham cara penyampaian mereka kepada masyarakat ?
7. Seberapa efektifkah duta agam inong sebagai ikon di kota lhokseumawe?
8. Apa yang membuat masyarakat bisa berpendapat , kalau duta agam inong menjadi ikon di kota lhokseumawe?
9. Apakah anda mengetahui selain sosialisasi dalam bentuk apa lagi mereka menyampaikan suatu pesan kepada masyarakat ?
10. Potensi apa yang dilakukan duta agam inong untuk membangun wisata kota lhokseumawe yang bertujuan dan mewujudkan masyarakat yang sejahtera?

LAMPIRAN



Wawancara dengan informan I, Fatma Zaura Bachtiar



Wawancara dengan informan II, Risma Dwiyanti



Wawancara dengan informan III, Hafidhah Hanim



Wawancara dengan informan IV, Syarifah Nazira Fataya



Wawancara dengan informan V. Nurul Husna



Unggul, Cerdas & Terpercaya
menjawab surat ini agar disubulkan
sur dan tanggalnya

072-16-311

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20236 Telp. (061) 6624567 • (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Sk-1

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

Medan, 27 Februari 2020

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Senny Febrani
NPM : 1603110060
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 139 sks, IP Kumulatif 3,46

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Persepsi Masyarakat terhadap Duta Agam Inong sebagai icon di Kota Lhokseumawe	✓ 4/3 - 2020
2	Komunikasi Wisata Religi Mesjid Baiturrahman untuk menarik wisatawan oleh pemerintahan wisata kota Banda Aceh	
3	Strategi komunikasi pemasaran dalam bisnis kuliner Ukok Durian dalam menarik wisatawan lokal	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*

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

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

Medan, tgl. 4 Maret 2020

Pemohon,

(... SENNY FEBRIANI ...)

Ketua,

(Murhasanah Nasution S.Sos. M.Sos)

PB: ELVITA YENNI



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 072.16.311/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2020

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/II.3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **04 Maret 2020** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **SENNY FEBRIANI**
N P M : 1603110060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020
Judul Skripsi : **PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP DUTA AGAM INONG
SEBAGAI ICON DI KOTA LHOKSEUMAWE**
Pembimbing : **ELVITA YENNI, S.S., M.Hum.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/II.3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
 2. 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: 04 Maret 2021.**

Ditetapkan di Medan,
Medan, 17 Rajab 1441 H
12 Maret 2020 M



Dekan

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

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20239 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak Dekan 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 : Senny Febriani
N P M : 1603110060
Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. /SK/II.3/UMSU-03/F/20..... tanggal

dengan judul sebagai berikut :
Persepsi Masyarakat Terhadap Duta Agama Inong Sebagai
Ikon Di Kota Lhokseumawe.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Menyetujui :

Pembimbing

(ELVITA XENNI, SS, M. Hum)

Pemohon,

(Senny Febriani)

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
Nomor : 233/KEPIL/3-AU/UMSU-03/F/2020

Program studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Senin, 13 April 2020
W a k t u : 14.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Ruang Kuliah Gedung C UMSU
Peminpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.LKom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggung	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
6	AFRI SYAHRI DA	1603110005	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.LKom	CONRY NOIRICA AP SINGA, S.Sos., M.A.	MAKNA SIMBOLIK TRADISI MAKAN NASI HADAP-PAJUPAN PADA ETNIS MELAYU DI KOTA TULUNGREJO
7	ERSYA MEGA BINTANG	1603110041	NURHASANAH NASUTION, M.LKom	JUNADI, S. Pd., M. Si.	PERSPEKSI PENGUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK KOMUNIKASI WISATA RELIGI DI KABUPATEN BEGLAW
8	DINDA PRATIWI	1603110014	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.LKom	MUHAMMAD THARIQ, M.LKom	POLA KOMUNIKASI PEDAGANG ETNIS TONGGOLA DENGAN PEMBELI PRIBUMI DI KECAMATAN TANJUNG PURA KABUPATEN LANGKAT
9	VENNA MELINDA SARI	1603110087	NURHASANAH NASUTION, M.LKom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.LKom	STRATEGI KOMUNIKASI PELAYANAN WISATA SWAH PEBANTANG JOHAR DALAM MENINGKATKAN KUNYUNGAN WISATAWAN
10	SENIY FEBRIANI	1603110080	NURHASANAH NASUTION, M.LKom	ELIYTA YEWI, SS, M.Hum	PERSPEKSI MASYARAKAT TERHADAP DUTA AGAMA INONG SEBAGAI IKON DI KOTA LINGKESWALAWA

Medan, 16 Sabtu, 14 April 2020 M


NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.LKom



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

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Nomor : 373/KET/IL.3-AU/UMSU-03/F/2020
Lampiran : -.-
Hal : *Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa*

Medan, 08 Dzulqaidah 1441 H
01 Juli 2020 M

Kepada Yth : **Kepala Dinas Pariwisata Kota Lhokseumawe**

Provinsi Aceh

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 penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama mahasiswa : **SENNY FEBRIANI**
N P M : 1603110060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020
Judul Skripsi : **PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP DUTA AGAM INONG SEBAGAI ICON DI KOTA LHOKSUMAWE**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.


Dekan
Dr. Arifin Salih, S.Sos.,MSP.



PEMERINTAH KOTA LHOKEUMAWE
DINAS PEMUDA, OLAH RAGA DAN
PARIWISATA

Jl. Panglath No. 3 Telp/Fax. (0645) 8052656 Keude Aceh Lhokseumawe 24351

Lhokseumawe, 05 Agustus 2020

Kepada Yth :
Bapak Dekan,
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di -

Perihal : *Izin Penelitian*

Tempat

1. Sehubungan dengan surat saudara Nomor : 373 /KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2020, tanggal 01 Juli 2020, perihal permintaan Izin Penelitian Mahasiswa/i dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1).
2. Berkaitan dengan hal tersebut diatas, kami dari Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kota Lhokseumawe memberikan Izin Penelitian kepada Mahasiswa/i sebagai berikut :
Nama Mahasiswa : Senny Febriani
N P M : 160311006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020
Judul Deskripsi : **Persepsi Masyarakat Terhadap Duta Agama Inong Sebagai Icon di Kota Lhokseumawe**
3. Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

KEPALA DINAS
PEMUDA, OLAH RAGA DAN PARIWISATA
KOTA LHOKEUMAWE



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

SK-10



UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 484/UND/II.3-A/UMSU-03/F/2020

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 12 Agustus 2020
Waktu : 08.30 s.d. Selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI		PEMIMBING	Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II		
16	SENNY FEBRIANI	1603110060	Dr. YAN HENDRA, M.Si.	JUNADI, S.Pd, M.Si	ELYTA YENNI, S.S, M.Hum	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP DUTA AGAMA INONG SEBAGAI ICON DI KOTA LHOEKSEUMAWE
17	ERSYA MEGA BINTANG	1603110041	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	Dr. LELYA KHARANI, M.Si	JUNADI, S.Pd, M.Si	PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK KOMUNIKASI WISATA RELIGI DI BABUSSALAM BEESILAM
18	YURIKA PRATIWI	1603110020	Dr. LELYA KHARANI, M.Si	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom.	PESAN PROPAGANDA POLITIK DALAM FILM (ANALISIS ISTEKNIK PROPAGANDA PADA FILM A TAXI DRIVER
19	SRI ASTUTI HANDAYANI	1603110033	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP	ELYTA YENNI, S.S, M.Hum	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom.	OPINI MASYARAKAT TERHADAP KAMPAYE PENGURANGAN PENGGUNAAN KANTONG PLASTIK SEBAGAI WUJUD RAMAH LINGKUNGAN
20	IRFAN TAUFIQ AL-QUDDUS	1503110091	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom.	Dr. LELYA KHARANI, M.Si	FENOMENA PENGGUNAAN BAHASA GAUL DI KALANGAN PELAJAR SD NEGERI BOYO KOTA GUNUNG SITOLI

Notulis Sidang :

1.

Ditandatangani oleh :


 Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum
 Rektor


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

Medan, 18 Dzulhijah 1441 H

08 Agustus 2020 M

Panitia Ujian

Sekretaris


 Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom



RIWAYAT HIDUP



Penulis Skripsi berjudul “Persepsi Masyarakat Duta Agam Inong Sebagai Ikon Di Kota Lhokseumawe” adalah Senny Febriani, lahir pada tanggal 06 Februari 1998 di Lhokseumawe. Penulis merupakan anak dari Ayah bernama Fachrurrazi dan Ibu Eliza, yang merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, yang bertempat tinggal di Jalan Darussalam Gang Tentram, Kampung Jawa Lama, Kota Lhokseumawe.

Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Negeri 1 lhokseumawe pada tahun 2009. Penulis lulus dari sekolah menengah pertama tahun 2012 di Smp Negeri 5 Lhokseumawe. Dan lulus sekolah menengah atas pada tahun 2015 di SMA Negeri 1 Lhokseumawe

Pada tahun 2016 penulis melanjutkan kuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada Program Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Hubungan Masyarakat (Humas).