

**STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA
DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG
DESTINASI WISATA ALAM GOMARA SWISS
KABUPATEN LABUHANBATU UTARA**

SKRIPSI

Oleh :

NIA LESTARI
1903110203

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

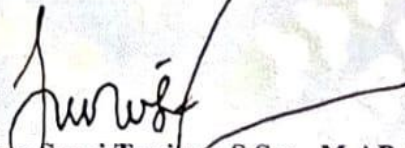
Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Nia Lestari
NPM : 1903110203
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara

Medan, 09 Oktober 2023

Pembimbing



Dr. Irwan Syari Tanjung S.Sos., M.AP

NIDN : 0115037102

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi



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

NIDN : 0127048401



Dr. Afim Saleh, S.Sos. MSP

NIDN : 0030017402

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 : Nia Lestari
NPM : 1903110203
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Kamis, 24 Agustus 2023
Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc.Prof.Dr. Yan Hendra, Drs., M.Si

(.....)

PENGUJI II : Elvita Yenni S.S., M.Hum

(.....)

PENGUJI III : Dr. Irwan Syari Tanjung S.Sos., M.LAP

(.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

DR. ARIFIN SALEH, S.SOS., M.Si

DR. ABRAR ADHANI, S.SOS., M.I.KOM

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Nia Lestari, NPM 1903110203, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

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

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

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

Medan, 24 Agustus 2023

Yang Menyatakan,



Nia Lestari

NPM. 1903110203

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alaminn, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala Rahmad dan Karunia-Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu yang diberi judul “ **STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG DESTINASI WISATA ALAM GOMARA SWISS KABUPATEN LABUHAN BATU UTARA**”.

Tugas dari penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk bisa menempuh ujian sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Ucapan terima kasih yang terdalam penulis persembahkan juga kepada kedua orang tua, Ayahanda **Teguh Waluyo** dan Ibunda tercinta **Faidah**, serta saudara kandung penulis, Satria Windanu, Nada Ashilah, Nadia Khanza Almira, yang telah membimbing dan selalu mensupport penulis dalam keadaan apapun untuk menyelesaikan perkuliahan selama ini. Terima kasih banyak telah memberikan nasehat, dukungan moral, dukungan materil serta lantunan doa yang tidak putus-putusnya kepada penulis serta selalu mensupport hingga bisa menyelesaikan perkuliahan dan skripsi penulis.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan, nasihat serta dukungan dari banyak pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bapak Assoc, Dr. Rudianto, M.Si. selaku Wakil rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

4. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Ibu Dra. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos.M.I.Kom selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Bapak Faizal Hamzah, S.Sos. M.I.Kom Sekretaris prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
8. Bapak Dr. Irwan Syari Tanjung S.Sos, M.AP selaku Dosen pembimbing, yang juga telah begitu banyak memberikan masukan, waktu, tenaga, pikiran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
10. Bapak Amrul Hajari Munthe selaku Kepala Desa Simonis dan Pengelola (BUMDES SERUMPUN SIMONIS) yang memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian
11. Bapak Sahnal Munthe selaku Pengelola Gomara Swiss yang sudah memberikan informasi terkait riset penelitian
12. Kepada Pengunjung Gomara Swiss yang telah bersedia menjadi informan turut membantu dalam proses riset penelitian
13. Kepada Pemilik akun tiktok @indahnya_islam yang telah kebersamai penulis hari-hari yang tidak mudah dan telah berkontribusi banyak, senantiasa sabar menghadapi sikap penulis selama proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga sekarang ini.
14. Kepada Kedua Sahabat penulis Siti Aisyah dan Indila Rischa Putri, Terima kasih sudah menjadi teman terbaik selama menempuh perkuliahan ini dan mengajarkan banyak hal. Selalu memberikan dukungan penuh, support dalam segala hal baik didalam dan diluar kampus. Suatu kebanggan yang luar biasa bagi peneliti bisa bertemu teman terbaik dikota orang

15. Kepada Rizhka Abdilla dan Nurul Rahayu telah mendukung peneliti untuk selalu mengingatkan dalam mengerjakan skripsi
16. Kepada teman kecil Herva Yuda Surya Ningsih, Silvia Diva Sari telah mendukung sepenuhnya selama perjalanan kuliah
17. Kepada Sri Ramadaniyanti telah menemani penulis hingga selesai dalam pengerjaan skripsi
18. Kepada teman-teman kelas D Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat Pagi dan seluruh keluarga besar Ilmu Komunikasi 2019 FISIP UMSU
19. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri

Medan, 17 Mei 2023

Penulis

NIA LESTARI
1903110203

**STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN
MINAT PENGUNJUNG DESTINASI WISATA ALAM GOMARA SWISS
KABUPATEN LABUHANBATU UTARA**

**NIA LESTARI
1903110203**

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana proses Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara. Jenis penelitian menggunakan tipe kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Aida. Narasumber dalam penelitian ini berjumlah 2 (dua) orang yang merupakan Pengelola Wisata sebagai unit Badan Usaha Milik Desa (Bumdes Serumpun Simonis), Kepala Desa Simonis Ketua unit Badan Usaha Milik Desa (Bumdes Serumpun Simonis) dan 2 (dua) orang pengunjung wisata alam Gomara Swiss. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pariwisata dalam meningkatkan minat pengunjung destinasi wisata alam gomara swiss sudah dilakukan dengan baik, perlunya perluasan tentang kerjasama antara pihak pengelola, Dinas Pariwisata, investor swasta maupun masyarakat agar strategi yang telah ditetapkan dapat berjalan sesuai perencanaan dan manajemen yang matang untuk meningkatkan kualitas keamanan, kenyamanan dan pelayanan agar dapat meningkatkan minat pengunjung.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Pariwisata, Minat Pengunjung*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN.....
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pembatasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II URAIAN TEORITIS	8
2.1. Strategi Komunikasi.....	8
2.2. Pariwisata	16
2.3. Komunikasi Pariwisata	17
2.4. Minat Berkunjung	20
2.5. Destinasi Wisata.....	22
2.6. Wisata Alam Gomara Swiss	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Jenis Penelitian	28

3.2. Kerangka Konsep	28
3.3. Defenisi Konsep	28
3.4. Kategorisasi Konsep.....	31
3.5. Informan/Narasumber	31
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.7. Teknik Analisis Data.....	33
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Hasil Penelitian	37
4.2. Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP	67
5.1. Simpulan	67
5.2. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 Jumlah Objek Wisata dan Wisatawan 2017-2021	3
2. Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian.....	31
3. Tabel 4.1 Informan.....	37

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 3.1 Kerangka Konsep29
2. Gambar 3.2 Lokasi Wisata Alam Gomara Swiss.....35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Surat Diterima Untuk Penelitian

Lampiran 3 SK-1 Permohonan Persetujuan Judul Skripsi

Lampiran 4 SK-2 Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing

Lampiran 5 SK-3 Permohonan Seminar Proposal Skripsi

Lampiran 6 SK-4 Undangan/Panggilan Seminar Proposal Skripsi

Lampiran 7 SK-5 Berita Acara Bimbingan Skripsi

Lampiran 8 SK-10 Undangan/Panggilan Ujian Skripsi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu aspek penting didalam pengembangan pariwisata adalah aktivitas komunikasi didalam pengelolaan wisata alam. Dua hal menjadi aktivitas komunikasi utama yang dilakukan di destinasi wisata yaitu kegiatan promosi dan pelayanan wisatawan. Agar dapat dikenal secara luas maka diperlukan kegiatan promosi yang menyajikan informasi tentang tempat-tempat wisata dan kegiatan pariwisata.

Pengembangan pariwisata harus sesuai dengan prinsip pengembangan yang termuat dalam dasar hukum yang berlaku di Indonesia, yaitu Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. Dalam UU RI tersebut disebutkan bahwa pembangunan sektor pariwisata harus mempertimbangkan keanekaragaman, keunikan, kekhasan alam & budaya, serta kebutuhan manusia berpariwisata. Selain itu dalam UU RI tersebut juga disebutkan bahwa pembangunan sektor pariwisata harus mempertimbangkan rencana induk pembangunan sektor pariwisata , mulai dari lingkup kabupaten/kota, provinsi, hingga nasional.

Meningkatkan destinasi pariwisata dan investasi serta menjadikan pariwisata sebagai faktor kunci dalam peningkatan pendapatan desa, penciptaan lapangan kerja, dan pembangunan infrastruktur. Pariwisata juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan peningkatan sumber pendapatan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Keberhasilan pengembangan destinasi wisata

yang dilakukan secara nasional maupun daerah sangat ditentukan oleh kemampuan pemerintah, swasta, dan masyarakatnya untuk memahami dan memaknai potensi wisata yang ada di daerahnya.

Pariwisata biasanya dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya infrastruktur, penyediaan pendukung keamanan, listrik, promosi, serta mendesain pengembangan area wisata. Atraksi wisata merupakan salah satu pendorong utama menarik wisatawan masuk ke destinasi wisata yang memiliki khas tertentu atau daya tarik yang berbeda dengan destinasi lainnya. Pengelola wisata juga perlu mengetahui segmentasi pasar dalam promosi, dimana objeknya masyarakat. Masyarakat dalam berwisata akan cepat merasa bosan jika fasilitas yang disediakan kurang memadai. Jika fasilitas yang di sediakan memadai maka pada saat berkunjung dan masyarakat bisa menjadi memilih destinasi wisata ini yang akan dikunjungi kembali.

Tiap-tiap daerah mempunyai banyak sekali potensi wisata dimulai dari wisata alam, wisata bahari, wisata kuliner, wisata religi dan lainnya. Wisata alam adalah salah satu jenis produk wisata yang berkaitan erat dengan keindahan alam dan gejala keunikan. Perjalanan ketempat-tempat alami yang relatif masih belum terganggu atau terkontaminasi (tercemari) dengan tujuan untuk mempelajari, mengagumi dan menikmati pemandangan, tumbuh-tumbuhan dan satwa liar, serta bentuk-bentuk manifestasi budaya masyarakat yang ada.

Kabupaten Labuhanbatu Utara mempunyai wilayah daratan, perbukitan, sungai dan lautan yang masih alami merupakan potensi yang dapat dikembangkan

menjadi daerah wisata. Jumlah objek wisata di Kabupaten Labuhanbatu Utara sebanyak 20 lokasi, 17 diantaranya berupa wisata alam. Pada tahun 2021 jumlah wisatawan mencapai 52.300.

Tabel 1.1 Jumlah Objek Wisata dan Wisatawan, 2017-2021

Kecamatan Subdistrict	Tahun Years				
	2017	2018	2019	2020	2021
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1. Jumlah Objek Wisata	15	18	18	18	20
a. Alam	13	16	16	16	17
b. Buatan	2	2	2	2	32
2. Jumlah Wisatawan	1 410	45 000	67 500	67 800	52 300
a. Asing	7	-	-	-	-
b. Domestik	1 403	45 000	67 500	67 800	52 300

Sumber Olahan : Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Labuhanbatu Utara

Apabila ditinjau dari letak Kabupaten Labuhanbatu Utara yang strategis dan potensi destinasi wisata yang beragam, seharusnya pariwisata menjadi tujuan wisata yang populer namun yang terjadi adalah sebaliknya destinasi pariwisata di labuhanbatu utara cenderung belum dikenal masyarakat luas dan sebagian besar dikunjungi oleh wisata lokal.

Wisata Alam Gomara Swiss berada di Kecamatan Aek Natas, Desa Simonis. Kab. Labuhanbatu Utara. Pemerintahan Desa Simonis memiliki perencanaan membangun dan mengelola destinasi wisata alam Gomara Swiss sebagai sumber Pendapatan Asli Desa Simonis (PAD Desa) melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDES).

Dari survey yang peneliti lakukan sebelumnya, wisata alam gomara swiss memiliki potensi daya tarik wisata yang begitu banyak, wisata gomara swiss ini memiliki aliran yang cukup deras, memiliki warna air yang sangat unik dengan

perpaduan warna kehijau-hijauan yang bisa membuat para pengunjung terpana akan keindahan wisata alam ini, wisata alam gomara swiss ini dapat memanfaatkan potensi yang ada dengan suasana sejuk, lokasi yang asri, ombak yang tidak terlalu ekstrim, dan hutan yang rindang di sepanjang jalan menuju lokasi wisata, serta adanya berbagai kegiatan objek wisata seperti rafting/ arum jeram, camping, memancing, flying fox sehingga nantinya dapat meningkatkan minat pengunjung. dibalik keindahan yang begitu memukau namun ada permasalahan yang saat ini yaitu belum adanya media digital resmi dari pengelola yaitu instagram, youtube facebook, dan lain sebagainya yang dapat memberikan keterangan tentang lokasi baik berupa gambar, foto atau video yang bersifat informastif, objek wisata yang telah tersedia ,sarana dan fasilitas yang didapat dari wisata tersebut, harga atau tiket masuk wisata, belum memberikan gambaran secara utuh tentang lokasi wisata, infrastruktur menuju wisata, informasi waktu kapan buka atau tutupnya wisata.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis memutuskan untuk mengangkat judul **“Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara”** dengan tujuan untuk mengetahui keadaan, bagaimana gambaran strategi komunikasi pariwisata, serta mengetahui perencanaan program pelaksanaan wisata tersebut.

1.2 Batasan Masalah

Ada banyak faktor yang mempengaruhi strategi komunikasi tergantung identifikasi masalahnya, namun dalam penelitian ini penulis akan membatasi sesuai dengan identifikasi masalah yang penulis temukan berfokus pada strategi

komunikasi pariwisata dalam meningkatkan minat pengunjung di Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang ditemukan penulis, maka perumusan masalah diatas adalah :

“Bagaimana Strategi komunikasi pariwisata dalam meningkatkan minat pengunjung di kawasan wisata alam gomara swiss di Kabupaten Labuhanbatu Utara?”

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaaat dalam penelitian ini adalah untuk Mengetahui Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan pemahaman terhadap permasalahan yang diteliti dapat memberikan sumbangan berarti bagi peneliti dibidang Ilmu Komunikasi khususnya di konsentrasi humas dalam hal ini mengenai strategi komunikasi pariwisata. Selain itu proses penelitian dapat dijadikan sebagai proses latihan peneliti serta menambah wawasan-wawasan

baru terkait komunikasi pariwisata yang dilaksanakan oleh institusi-institusi yang bergerak didalam pariwisata.

1.5.2 Manfaat.Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang juga akan melakukan penelitian terhadap strategi komunikasi pariwisata.

1.5.3 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan sumbangan pikiran kepada pengelola kawasan wisata alam gomara swiss dalam meningkatkan minat pengunjung.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

- BAB I** : Merupakan pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.
- BAB II** : Merupakan uraian teoritis yang menguraikan tentang strategi komunikasi pariwisata dalam meningkatkan minat pengunjung destinasi wisata alam gomara swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara.
- BAB III** : Merupakan persiapan dari pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang metodologi penelitian kerangka konsep, narasumber, teknik pengumpulan data, teknis analisis data, lokasi dan waktu penulisan serta sistematika penulisan

BAB IV : Merupakan pembahasan yang menguraikan tentang data penelitian dan hasil pembahasan

BAB V : Merupakan penutup yang menguraikan tentang simpulan dan saran

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Strategi Komunikasi

2.1.1 Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Adinugraha et al., 2022).

Strategi komunikasi sendiri merupakan sebuah perpaduan dari dua hal, yakni: perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi dalam upaya untuk mencapai sebuah tujuan. Upaya untuk mencapai sebuah tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana langkah-langkah secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung kepada situasi dan kondisi. Strategi komunikasi merupakan rangkaian aktivitas yang berkelanjutan dan mempunyai sistematis hubungan, yang dilakukan secara taktis, yang memungkinkan pemahaman terhadap khalayak sasaran, menentukan saluran yang efektif, dan mengembang. Defenisi ini menentukan bahwa strategi dilakukan sebagai sebuah perencanaan untuk mencapai tujuan strategi komunikasi itu sendiri (Wahyudi et al., 2022).

Strategi komunikasi yang mudah diterima pihak lain dimasyarakat adalah yang didasari oleh keinginan baik dari semua pihak yang terlibat didalam proses strategi komunikasi itu. Keinginan yang baik itu mendasari semua tindakan dan

pesan komunikator untuk memperbaiki orang lain, khususnya komunikasi, keinginan baik ini juga yang menjadi motivator komunikasi penerima perubahan, bahkan keinginan baik ini pula yang mendasari semua pihak yang terlibat didalam strategi komunikasi (Bungin, 2015).

Strategi dapat dikatakan sebagai suatu wacana yang menggunakan gagasan relevansi bersyarat, dimana wacana tersebut secara sadar direncanakan dan disusun untuk memecahkan suatu masalah dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang ada dalam suatu organisasi. Cara agar tujuan berjalan dengan baik dan efisien adalah menggunakan strategi komunikasi (Lubis et al., 2021).

2.1.2 Praktik Strategi Komunikasi

Praktik strategi komunikasi umumnya terdiri dari tiga esensi utama yaitu: strategi implementasi, strategi dukungan, dan strategi integrasi. Ketiga esensi tersebut membingkai praktik strategi komunikasi dengan beberapa kriteria atau standar kualitas, strategi komunikasi dimulai dengan:

1. Mengidentifikasi visi dan misi

Visi merupakan cita-cita ideal jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi. Rumusan visi biasanya terdiri dari beberapa kata yang mengandung tujuan, harapan, cita-cita ideal komunikasi.

2. Menentukan program dan kegiatan

Program dan kegiatan adalah serangkaian aktivitas yang harus dikerjakan, program dan kegiatan merupakan penjabaran dari misi.

3. Menentukan tujuan dan hasil

Setiap program atau kegiatan biasanya mempunyai tujuan dan hasil yang akan diperoleh. Biasanya para perumus kebijakan membuat definisi tentang tujuan dan hasil yang akan dicapai

4. Seleksi audiens yang menjadi sasaran

Perencanaan komunikasi menentukan kategori audiens yang menjadi sasaran komunikasi

5. Mengembangkan pesan

Semua pesan yang dirancang sedapat mungkin memiliki isi khusus, jelas, persuasif, dan merefleksikan nilai-nilai audiens, tampilan isi yang dapat memberikan solusi bagi masyarakat.

6. Identifikasi pembawa pesan

Kriteria komunikator antara lain kredibilitas dalam ilmu pengetahuan, keahlian, professional, dan keterampilan yang berkaitan dengan isu tertentu.

7. Mekanisme komunikasi/media

Memilih media yang dapat memperlancar mekanisme pengiriman dan pengiriman balik atau pertukaran informasi.

8. Scan konteks dan persaingan

Menghitung resiko dan konteks yang akan mempengaruhi strategi komunikasi, misalnya menghitung peluang untuk memenangkan persaingan dengan merebut hati audiens (Liliweri, 2011).

2.1.3 Tahap-Tahap Strategi Komunikasi

Terdapat tahapan-tahapan yang harus dicapai dalam proses strategi menurut Fred (Kalianda, 2018) antara lain :

1. Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi, konseptor mempertimbangkan mengenai peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi alternative dan memilih strategi berusaha menemukan masalah-masalah yang akan terjadi dari peristiwa yang di tafsirkan berdasarkan konteks kekuatan, kemudian mengadakan analisis mengenai kemungkinan-kemungkinan serta memperhitungkan pilihan-pilihan dan langkah langkah yang dapat diambil dalam rangka gerak menuju kepada tujuan itu.

2. Implementasi strategi

Implementasi strategi disebut juga sebagai tindakan yang ada dalam strategi, implementasi bermakna nenobilisasi untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi suatu tindakan agar tercapai kesuksesan dalam implementasi strategi, maka dibutuhkan disiplin, motivasi dan kerja keras.

3. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi disini merupakan proses dimana manager membandingkan antara hasil-hasil yang diperoleh dengan tingkat pencapaian tujuan, tahapan terakhir dari strategi yaitu mengevaluasi strategi yang telah disampaikan sebelumnya.

2.1.4 Faktor Dalam Strategi Komunikasi

Dalam menentukan strategi komunikasi diperlukan beberapa hal elemen komunikasi yang saling berhubungan, yaitu *who says what, to whom through what*

channel, and what effects (Cangara, 2017). Strategi yang dijalankan dalam perencanaan komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Memilih dan menetapkan komunikator

Ada tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator yakni, tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya, daya tarik dan kekuatan. Kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki seorang komunikator sehingga bisa diterima oleh target sasaran.

2) Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak

Menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada khalayak. Khalayaklah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program, sebab bagaimanapun besarnya biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk mempengaruhi khalayak, namun jika khalayak tidak tertarik pada program yang ditawarkan, maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sia-sia.

3) Teknik menyusun pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsikan dan diterima oleh komunikan dalam serangkaian makna. Terdapat dua simbol yaitu secara verbal dan non verbal. Simbol verbal pemakaiannya secara bahasa yang kita kenal dan tanda non-verbal adalah bentuk dan warna yang disajikan dalam iklan. Kalimat yang terstruktur dan mengandung arti inilah yang dimaksud bahasa. Dengan adanya bahasa seseorang lebih mudah mengerti dan dapat dipahami menyusun suatu pengetahuan secara logis. Jika tidak

disusun dengan struktur bahasa yang benar maka ide yang baik tidak dapat tersampaikan dan diterima oleh orang lain.

4) Memilih media dan saluran komunikasi

Mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan pesan yang ingin disampaikan merupakan hal yang harus dilakukan ketika memilih media komunikasi. Terdapat dua macam yaitu media lama yang terdiri dari media cetak dan media elektronik. Didalam masyarakat pesan sebaiknya disalurkan melalui media massa, misalnya surat kabar atau televisi dan untuk kelompok tertentu digunakan saluran komunikasi kelompok. Sedangkan media baru yaitu internet yang mana penggunaannya lebih efektif tanpa batasan waktu karena dapat di sebarluaskan kepada khalayak.

5) Uji awal materi komunikasi

Pengujian awal diperlukan agar dapat memberikan masukan terhadap hal-hal yang sering tidak diperhatikan oleh pembuat rencana. Berdasarkan uji awal itu, maka dapat dilakukan revisi dalam bentuk pengurangan atau penambahan terhadap hal-hal yang belum tercakup sebelum di sebarluaskan kepada khalayak (Adawiyah & Arif, 2022)

2.1.5 Tujuan Strategi Komunikasi

Adapun tujuan strategi komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. Memberitahu (*Announcing*), yaitu pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi (*one of the first goals of your communications strategy is to announce the availability of information on quality*).

Oleh karena itu, informasi yang dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi yang penting.

- b. Memotivasi (*Motivating*), Terhadap penyebaran informasi, informasi yang disebarkan harus dapat memberikan motivasi bagi masyarakat.
- c. Mendidik (*Educating*), Terhadap penyebaran informasi harus dapat disebarkan dapat mendidik masyarakat.
- d. Menyebarkan informasi (*Informing*), Menyebarkan informasi kepada masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran kita. Diusahakan agar informasi yang disebarkan ini merupakan informasi yang spesifik dan aktual.
- e. Mendukung Pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*), Strategi yang mendukung pembuatan keputusan. Dalam rangka pembuatan keputusan, maka informasi yang dikumpulkan, dikategorisasikan, dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat dijadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan.

2.1.6 Teori AIDDA

AIDDA adalah akronim dari kata-kata *Attention* (perhatian), *Interest* (minat atau ketertarikan), *desire* (hasrat), *Descision* (keputusan) dan *Action* (tindakan/kegiatan). Teori ini adalah salah satu teori yang menggambarkan proses terbentuknya suatu minat dan terjadinya tindakan sebagai efek dari hal komunikatif yang menarik. Inti dari teori AIDDA rangkaian proses menyusun penyampaian pesan yang mampu membangkitkan, mengunggah rasa tertarik khalayak sehingga

menimbulkan keinginan untuk membeli serta tindakan membeli (Mirza & Ismail, 2018).

Berdasarkan teori tersebut dapat dijelaskan bahwa komunikasi yang efektif, proses psikologis dari diri khalayak atau konsumen, bahwa para konsumen memberikan respon kepada pesan yang diberikan oleh komunikator. Terlebih dahulu komunikator harus berusaha membangkitkan kesadaran komunikan (dalam hal ini adalah pendengar), hingga dapat memunculkan perhatian disusul dengan adanya sebuah keinginan agar terjadi keputusan dan tindakan terhadap apa yang dikomunikasikan tersebut (Anisah, 2019).

Menurut Teori ini dimulainya komunikasi dengan membangkitkan perhatian (*attention*) sebagai awal untuk mensukseskan komunikasi. Apabila perhatian komunikan telah dibangkitkan hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat (*interest*) yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian.

Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum ada apa-apa, sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan (*decision*), yakni keputusan untuk melakukan tindakan (*action*) sebagaimana diharapkan komunikator (Adhani & Priadi, 2017).

Dari Teori AIDDA tersebut menggambarkan proses terbentuknya minat sebagaimana efek dari pesan atau informasi yang menarik minat untuk menggunakan jasa atau tidak menggunakan jasa sama sekali. Apabila ditinjau dari

segi psikologisnya maka komponen perubahan yang terjadi pada model AIDDA juga bisa ditinjau dari komponen perubahan sikap yang terjadi dari diri manusia akibat terpaan pesan yaitu :

1. *Cognitive* : pesan yang disampaikan ditujukan pada pikiran komunikasi, hal ini agar komunikan tahu dan paham akan pesan yang disampaikan.
2. *Affektive* : tujuan komunikator tidak hanya supaya komunikan tergerak hatinya sehingga timbul perasaan tertentu seperti *minat* yang muncul akibat adanya perhatian.
3. *Behavioral* : dampak yang timbul adalah berupa tindakan atau kegiatan. Hal ini sudah bisa dilihat pada proses pengambilan keputusan.

2.2 Pariwisata

2.2.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang diandalkan pemerintah untuk memperoleh devisa. Menurut Suwanto, pariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya. Adapun definisi pariwisata lain yang di ungkapkan ahli pariwisata. Pariwisata merupakan suatu potensi untuk meningkatkan pembangunan yang mengembangkan nilai-nilai luhur yang ada pada zaman dahulu dan masih ditemukan hingga sekarang dan masih dilestarikan untuk masa depan.

Menurut Huncziker dan Kraft (dalam Muljadi, 2009) mengungkapkan bahwa pariwisata adalah keseluruhan hubungan dan gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing dan perjalanannya itu tidak untuk bertempat tinggal menetap

dan tidak ada hubungan dengan kegiatan mencari nafkah. Sehingga dalam melakukan perjalanannya tersebut hanya mencari hal-hal yang sesuai keinginan dan kebutuhannya.

2.3 Komunikasi Pariwisata

2.3.1 Pengertian Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata adalah kegiatan-kegiatan manusia dalam menyampaikan informasi berita tentang perjalanan kesatu daerah/objek wisata yang akan dikunjungi wisatawan sambil menikmati objek wisata ke tempat-tempat wisata yang lainnya supaya wisatawan tahu tempat yang akan dikunjunginya dan sangat tertarik lagi untuk mendatangi tempat wisata lainnya. Komunikasi pariwisata digunakan dalam menyampaikan informasi pariwisata, seperti media massa dan non-media massa (Sitepu & Sabrin, 2020).

2.3.2 Komponen Komunikasi Pariwisata

Menurut Bungin (2015), ada tujuh elemen yang bisa menerangkan komunikasi pariwisata antara lain sebagai berikut:

1. Komunikasi, pengalihan sebuah informasi yang bersumber dari satu orang maupun sekelompok orang yang memakai simbol tertentu untuk menyampaikan kepada satu orang maupun sekelompok orang lain
2. Pemilik modal, orang yang mempunyai barang yang dipergunakan sebagai dasar untuk melakukan sesuatu pekerjaan
3. Wisatawan, orang yang melaksanakan kegiatan wisata

4. Sumber daya manusia dan kelembagaan, ialah beberapa kumpulan orang sebagai pengurus, pendorong, pemikir dan perencanaan untuk mencapai tujuan
5. Destinasi, makna tujuan dan tujuan dalam pariwisata adalah tujuan dalam berwisata
6. Pemasaran, ialah satu kegiatan dan sebuah proses membuat, mengkomunikasikan, menyampaikan dan mempertukarkan penawaran yang berharga untuk publik.
7. Aksesibilitas, adalah kemudahan biaya, waktu usaha yang dikeluarkan oleh orang untuk menjangkau suatu objek yang menjadi tujuannya.

2.3.3 Promosi Pemasaran Pariwisata

Promosi tidak lepas dari pemasaran. Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang. Promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan suatu organisasi kepada konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang atau jasa yang dihasilkan untuk konsumen, segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan produk, barang atau jasa dengan menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan membeli di organisasi tersebut.

Promosi adalah memiliki keterikatan dengan perencanaan komunikasi. Karena sebuah produk ingin dipasarkan memerlukan promosi. Sedangkan promosi memerlukan strategi dalam perencanaan komunikasi. Dalam kegiatan promosi sering muncul anggapan keliru, yakni pengeluaran biaya untuk promosi dinilai

sebagai pemborosan, padahal biaya yang dikeluarkan untuk promosi harus dinilai sebagai investasi. Dalam bauran promosi (promotion mix) dikenal empat teknik promosi untuk pemasaran, yakni :

1. Iklan adalah cara promosi yang sering digunakan dalam pemasaran komersial. Iklan dapat dilakukan melalui media, antara lain:
 - a. Media elektronik (televisi, radio, film bioskop, internet)
 - b. Media cetak (surat kabar, majalah, bulletin)
 - c. Media luar ruang (papan reklame, electronic board, baliho, iklan pohon, spanduk, poster dan lain lain.
2. Personal selling adalah cara melakukan penjualan dengan menjajakan barang kepada konsumen dengan mendatangi calon pembeli atau berbicara langsung dengan calon konsumen melalui telepon.
3. Publikasi adalah cara pemasaran yang menggunakan media cetak, tetapi bentuknya tidak seperti iklan. Tujuannya tetap mengajak calon konsumen membeli produk yang dipasarkan. Bisa dilakukan dalam bentuk brosur, buku yang dicetak untuk disebarluaskan kepada calon pembeli.
4. Pameran (Exhibition) adalah cara untuk menjual produk melalui event-event tertentu. Pameran biasanya dilakukan pada hari hari dan tempat tertentu yang berkaitan dengan produk itu sendiri. Misalnya event pariwisata dan ekonomi kreatif dengan memperkenalkan wisata alam tersebut (Safitra, 2022).

2.3.4 Media Komunikasi Pariwisata

Keefektifan kegiatan komunikasi pariwisata memerlukan suatu media komunikasi yang tepat. Penggunaan saluran komunikasi yang tepat, pesan dari penjual kepada pembeli menentukan keefektifitasan komunikasi. tujuan dari strategi pemilihan media ialah memilih media yang tepat untuk kampanye iklan dalam rangka membuat pelanggan menjadi tahu, paham, menentukan sikap dan membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Media komunikasi adalah alat-alat yang membantu komunikasi untuk menjadi pengangkut sinyal-sinyal yang berbentuk tulisan, visual, terdengar, tersentuh dan/atau mencium. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa pemilihan media komunikasi merupakan bagian dari strategi komunikasi pariwisata.

Pesan yang disampaikan melalui proses komunikasi pariwisata merupakan pesan persuasif agar dapat mendorong konsumen untuk membeli produk tertentu agar pesan tersebut dapat tersampaikan dengan baik dan mempengaruhi maka harus memenuhi tahapan yang ada dalam karaktestik model komunikasi AIDDA, yaitu *attention, interest, desire, descition dan action* (Sitepu & Sabrin, 2020).

2.4 Minat

2.4.1 Minat Berkunjung

Minat disebut juga dorongan, yaitu suatu rangsangan internal kuat yang memotivasi tindakan, dimana dorongan tersebut dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif terhadap produk.. menurut Departemen Pendidikan dan Kebudayaan minat merupakan suatu gairah, keinginan hati, dan kecenderungan

terhadap sesuatu. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Sedangkan minat wisata merupakan kegiatan perjalanan seseorang untuk rekreasi dan hiburan serta mempunyai persiapan untuk kegiatan tersebut.

Minat wisata yaitu sebuah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dengan tujuan rekreasi dan hiburan serta memiliki persiapan tentang kegiatan perjalanan ini menurut UU No.10 Tahun 2009 tentang pariwisata yaitu berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat. Menurut Kotler dan Keller (2014), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pengalaman dalam berwisata (Sondakh & Tumbel, 2016).

2.4.2 Indikator Minat Berkunjung

Indikator Minat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

- 1) Minat Transaksional, yaitu kecenderungan seseorang dalam membeli suatu produk
- 2) Minat preferensial, yaitu kecenderungan seseorang mereferensikan produk kepada orang lain. Dimana individu atau organisasi menjadikan suatu tempat menjadi preferensi utama
- 3) Minat Eksploratif yakni minat atau perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati untuk mendukung sifat-sifat positif produk

Minat beli konsumen diukur berdasarkan beberapa indikator seperti tingkat kesadaran konsumen (*awareness*), tingkat pengetahuan terhadap produk, tingkat kesukaan konsumen terhadap produk, referensi, dan tingkat keyakinan untuk membeli produk. Minat beli wisatawan juga diukur berdasarkan indikator diantaranya yaitu keaktifan wisatawan mencari informasi terkait produk, kemantapan untuk berkunjung, serta keputusan untuk berkunjung (Novitaningtyas et al., 2021).

2.4.3 Elemen yang Mempengaruhi Minat Pengunjung

Faktor-faktornya antara lain daya tarik wisata (Atraksi), aksesibilitas, tarif, fasilitas dan informasi merupakan satu paket yang disebut dengan produk wisata yang semuanya harus sesuai dengan permintaan pasar. Produk yang semula menarik makin lama makin turun mutunya dan menjadi kurang menarik, oleh karena itu harus selalu dijaga mutunya, apabila sesuatu produk pariwisata makin sedikit menarik wisatawan berarti bahwa produk tersebut mulai berkurang daya tariknya dan harus diperbaiki (Andia, 2021).

2.5 Destinasi Wisata

2.5.1 Pengertian Destinasi

Destinasi merupakan suatu tempat yang dikunjungi dengan waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang dibandingkan dengan tempat lain yang dilalui selama perjalanan. Destinasi wisata merupakan semua hal yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik supaya wisatawan lokal maupun wisatawan asing tertarik mengunjungi tempat tersebut. Daerah tujuan pariwisata selanjutnya disebut destinasi pariwisata merupakan daerah geografis yang terdapat

dalam satu wilayah administratif yang didalamnya memiliki daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (Tanjung et al., 2022).

2.5.2 Objek dan Daya Tarik Wisata

Objek wisata adalah salah satu komponen yang penting dalam industri pariwisata dan salah satu alasan pengunjung melakukan perjalanan (*Something to see*). Pengertian objek wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Objek wisata perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, budaya, serta sejarah bangsa, dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan

Daya tarik wisata yang disebut juga objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan kesuatu daerah tujuan wisata. Semakin tinggi daya tarik yang dimiliki suatu objek wisata, maka dapat menarik lebih banyak kehadiran wisatawan untuk datang berkunjung ke daerah tujuan wisata (Utami, 2017).

Menurut UU RI No 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, dinyatakan bahwa objek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata baik itu pembangunan objek wisata dan daya tarik wisata, yang dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola, dan membuat objek-objek baru sebagai objek dan daya tarik wisata (Jayadi et al., 2017). Dalam undang-undang diatas, yang termasuk objek wisata dan daya tarik wisata terdiri dari :

1. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang-binatang langka
2. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purba, peninggalan sejarah seni budaya, pertanian, wisata air, wisata petualangan, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah dan lain lain
3. Sasaran wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri, dan kerajinan, tempat perbelanjaan dan lain lain
4. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut dengan demikian pariwisata meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata.

2.5.3 Faktor-Faktor Berwisata

Menurut Sugiana (2011), wisatawan adalah individu atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata untuk maksud untuk beristirahat, berbisnis, berobat atau melakukan kunjungan keagamaan dan perjalanan studi. Dengan melakukan perjalanannya dan meninggalkan tempat tinggalnya dalam waktu sementara, maka ia bisa dikatakan sebagai wisatawan (Sudiarta et al., 2014).

Sebelum seseorang melakukan perjalanan wisata, tentunya orang tersebut telah digerakkan oleh motivasi untuk berwisata. Motivasi tersebut merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, motivasi merupakan *trigger* dari proses perjalanan wisata. Faktor pendorong dari dalam diri

orang tersebut dinamakan faktor internal, sedangkan faktor eksternalnya adalah sebagai penarik wisatawan yang berasal dari keunikan atau khas sebuah destinasi wisata. Keputusan seseorang dalam melakukan perjalanan wisata sangat dipengaruhi oleh kuatnya faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik berwisata. Berbagai faktor pendorong (*pull factor*) bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata (Nurfitriani, Asri. Suhartini, 2018), diantaranya sebagai berikut :

- a. *Escape*, adalah keinginan yang bertujuan melepas kepenatan dari lingkungan biasanya atau melepaskan kejenuhan mengenai pekerjaan.
- b. *Educational opportunity*; keinginan untuk sesuatu yang baru, mempelajari daerah lain.
- c. *Relaxion*, adalah keinginan yang bertujuan untuk penyegaran dengan motivasi untuk melepas kepenatan.
- d. *Play*, adalah keinginan untuk menikmati kegembiraan melalui berbagai permainan dan dapat melepaskan diri sejenak dari banyak urusan serius.
- e. *Self-Fulfilmenf*, merupakan keinginan untuk menemukan jati diri, karena biasanya dalam menemukan jati diri dapat ditemukan pada saat kita menemukan daerah baru ataupun orang yang baru.
- f. *Leisure Time*, merupakan penggunaan waktu atau memanfaatkan waktu senggang dari seseorang.

Faktor penarik berwisata (*Pull Factor*):

- a. Cuaca/iklim tempat tujuan wisata
- b. Transportasi, yaitu terkait akses untuk menuju ke tempat wisata, baik secara internasional maupun ke tempat-tempat wisata pada sebuah destinasi

- c. Atraksi wisata, aspek daya tarik suatu destinasi untuk beraktifitas dan memiliki nilai skor
- d. Amenities, adalah fasilitas yang ada di destinasi wisata yang akan dikunjungi
- e. Lingkungan hidup yang alami dan juga yang buatan

2.6 Wisata Alam Gomara Swiss

2.6.1 Pengertian wisata alam

Wisata alam sendiri adalah kegiatan atau perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati gejala keunikan dan keindahan alam. Menurut Fandeli, wisata adalah perjalanan atau sebagai kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata (Suwena & Widyatmaja, 2017). Wisata memiliki karakteristik karakteristik antara lain :

- a) Bersifat sementara, bahwa dalam jangka waktu pendek pelaku wisata akan kembali ke tempat aslinya
- b) Melibatkan komponen komponen wisata, misalnya sarana transportasi, akomodasi, objek wisata, dan lain lain
- c) Umumnya dilakukan dengan mengunjungi objek wisata dan atraksi wisata
- d) Memiliki tujuan tertentu yang intinya mendapat kesenangan
- e) Tidak untuk mencari nafkah ditempat tujuan, keberadaanya memberikan kontribusi pendapatan bagi masyarakat atau daerah yang dikunjungi

2.6.2 Gomara Swiss

Gomara swiss merupakan destinasi wisata alam dengan menawarkan keindahan alam yang alami dengan pemandangan sungai yang kehijau-hijauan. Menyajikan tempat yang sejuk dan indah cocok buat liburan bareng keluarga. Terletak di Desa Simonis Kecamatan Aek Natas.

Gomara swiss memiliki potensi daya tarik wisata yang begitu banyak. Wisata ini memiliki aliran air yang cukup deras, memiliki warna air yang sangat unik, memanfaatkan potensi yang ada dengan suasana yang sejuk, lokasi yang asri, hutan yang masih terjaga sepanjang jalan menuju lokasi wisata, serta adanya beberapa objek wisata seperti rafting/arum jeram, camping, memancing, flying fox, sehingga dapat menarik minat pengunjung.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan agar dapat mengenai terkait fenomena apa yang sedang dialami oleh subjek yang sedang diteliti contohnya motivasi, perilaku, persepsi dan lainnya secara utuh serta dengan uraian dengan wujud kata-kata serta bahasa, pada suatu kondisi khusus yang alamiah dengan metode alamiah. Metode kualitatif deskriptif adalah cara menjelaskan, memahami dan mengungkapkan fenomena, peristiwa, atau gejala dengan memusatkan perhatian dan menggambarkan menggunakan kata-kata dimana hasil analisis penelitian kualitatif deskriptif akan lebih mendalam pada suatu fenomena, peristiwa, atau gejala yang ada (Lubis et al., 2021).

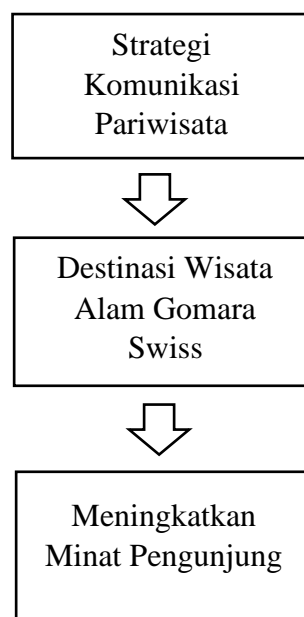
Penelitian kualitatif bersifat deskriptif ini peneliti harus mendeskriptifkan suatu objek, fenomena, atau setting social yang akan dituangkan dalam tulisan yang bersifat naratif. Teknik wawancara serta observasi dengan menganalisis objek yang menjadi fokus yang akan diteliti oleh penulis. Penulisannya menggunakan data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar daripada angka.

3.2 Kerangka Konsep

Penentuan kerangka pemikiran digunakan sebagai seperangkat konsep dan definisi yang saling berhubungan dan mencerminkan suatu pandangan yang sistematis mengenai fenomena. Kerangka pemikiran dimaksudkan untuk

memberikan gambaran atau batasan-batasan tentang teori yang akan dipakai sebagai landasan penelitian yang akan dilakukan. Dengan konteks penelitian diatas, maka peneliti menggambarkan kerangka pikir penelitian. “Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara” sebagai berikut.

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber : Olahan penulis 2023

3.3 Definisi Konsep

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

1. Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima

sampai pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

2. Destinasi wisata merupakan semua hal yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik supaya wisatawan lokal maupun wisatawan asing tertarik mengunjungi tempat tersebut.
3. Komunikasi pariwisata adalah suatu aktivitas manusia dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan kesuatu daerah/subjek wisata akan dikunjungi wisatawan sambil menikmati objek wisata ke tempat-tempat wisata yang lainnya supaya wisatawan tahu tempat yang akan dikunjunginya dan sangat tertarik lagi untuk mendatangi tempat wisata lainnya.
4. Minat disebut juga dorongan, yaitu suatu rangsangan internal kuat yang memotivasi tindakan, dimana dorongan tersebut dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif terhadap produk. Menurut Departemen Pendidikan dan Kebudayaan minat merupakan suatu gairah, keinginan hati, dan kecenderungan terhadap sesuatu minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi.
5. Gomara swiss merupakan destinasi wisata alam dengan menawarkan keindahan alam yang alami dengan pemandangan sungai yang kehijau-hijauan. Menyajikan tempat yang sejuk dan indah cocok buat liburan bareng keluarga. Terletak di Desa Simonis Kecamatan Aek Natas.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Tabel 3.1 Kategorisasi penelitian

No	Kotegorisasi Penelitian	Indikator
1	Strategi Komunikasi Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> • Perumusan Strategi • Implementasi Strategi • Evaluasi Strategi
2	Minat Pengunjung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attention 2. Interest 3. Desire 4. Decision 5. Action

Sumber : olahan penulis tahun 2023

3.5 Informan/ Narasumber

Informan adalah orang – orang yang terlibat di dalam objek penelitian yang akan dimanfaatkan penulid dalam mencari informasi yang berhubungan dengan objek yang diteliti. Dalam konteks ini narasumber pada penelitian ini adalah pengelola wisata dan kepala desa simonis sebanyak 2 orang , pengunjung wisata sebanyak 2 orang. Jadi, informan atau narasumber berjumlah 4 orang.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data atau informasi, keterangan-keterangan atau fakta-fakta yang diperlukan penulis yang dapat dijadikan bahan untuk penelitian ini, maka penulis mengumpulkan data dengan cara melalui:

1. Data Primer

Pengumpulan data dimana peneliti turun langsung kelokasi peneliti untuk memperoleh data dan fakta yang berkenaan dengan masalah yang diteliti. Adapun

teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara dan observasi.

a. Wawancara

merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. pengumpulan data dengan melakukan wawancara turun langsung kelokasi dengan menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan secara tertulis yang akan diajukan guna memperoleh informasi yang dibutuhkan. Wawancara bertujuan mencatat opini, perasaan, dan hal lain berkaitan dengan individu yang ada didalam organisasi (Moleong, 2010).

b. Observasi

Observasi dilakukan untuk mendapat informasi yang lebih akurat, mengadakan peninjauan langsung lapangan dengan tujuan untuk memperoleh data-data yang diperlukan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti dengan melakukan pengamatan langsung. Informasi yang diperoleh harus bersifat objektif dan nyata.

Observasi diarahkan pada kegiatan memperlihatkan secara akurat dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena yang sedang diamati untuk mendapatkan data tentang suatu masalah, metode ini digunakan untuk mengamati secara langsung keadaan di lapangan agar penelitian memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti.

2. Data Sekunder

Kegiatan penelitian mengumpulkan data melalui dokumen-dokumen, buku-buku maupun catatan-catatan tertulis yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti.

a. Kepustakaan

Yaitu data-data yang bersumber dari literature dan bacaan lainnya yang berkaitan dengan masalah penelitian

b. Studi Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan mempelajari dokumen-dokumen untuk mendapatkan data dan informasi yang sesuai dengan masalah yang sedang diteliti

3.7 Teknis Analisis Data

Analisis data adalah proses memperoleh data dengan mencari dan menyusun secara sistematis dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih data mana yang penting dan tidak penting kemudian dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga dipahami oleh diri sendiri dan juga orang lain (Sugiyono, 2016).

Menurut Miles and Huberman (Sugiyono, 2012) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas, dan datanya sampai jenuh. Adapun aktivitas analisis data, yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah merangkum, menentukan hal-hal yang pokok, memfokuskan pada permasalahan yang penting, mencari olahan dan temanya. Dengan demikian data yang telah dirangkum akan memberikan gambaran data yang jelas dan mempermudah peneliti untuk menemukan data selanjutnya dan mudah untuk mencari data apabila dibutuhkan (Sugiyono, 2016, hal.247)

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah proses pengajuan data yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori, bagan dan sejenisnya. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kegiatan selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami peneliti (sugiyono, 2016, hal.249)

3. Penarikan kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah penciptaan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Penciptaan yang sebelumnya masih meraba-raba dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek setelah diteliti dapat lebih jelas. Kesimpulan awal diterangkan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti yang valid saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang diterangkan merupakan kesimpulan yang teruji (Sugiyono, 2016, hal.252)

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah letak dimana penelitian akan dilakukan untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan dan berkaitan dengan permasalahan.

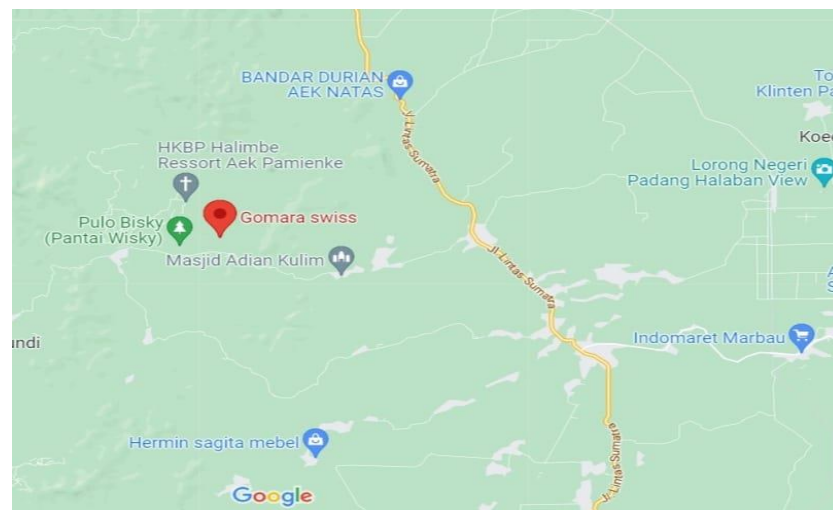
a. Deskripsi Lokasi penelitian

Penelitian ini berlokasi di Wisata Alam Gomara Swiss, Desa Simonis, Kecamatan Aek Natas, Kabupaten Labuhanbatu Utara

b. Untuk memperoleh data yang digunakan peneliti waktu penelitian dilakukan pada bulan 27 Februari hingga Mei 2023

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Gambar 3.2 Lokasi Wisata Alam Gomara Swiss



Sumber : Googlemaps

Objek penelitian merupakan hal yang terpenting dalam melakukan sebuah penelitian karena tanpa adanya objek, sebuah penelitian tidak mungkin dapat dilakukan atau diselesaikan. Dalam penelitian ini penulis mengambil objek penelitian yaitu Wisata Alam Gomara Swiss. Gomara Swiss terletak di Desa Simonis Kecamatan Aek Natas, Kabupaten Labuhanbatu Utara. Awal mula wisata alam gomara swiss jarang diketahui banyak orang, masih sedikit masyarakat tahu lokasi tentang gomara swiss ini.

Awal tahun 2023 baru diresmikan oleh Bupati Labuhanbatu Utara Hendriyanto Sitorus S.E yang ikut berkolaborasi untuk mengenalkan kepada masyarakat tentang wisata ini. Adanya kerjasama antara pemerintah dan pengelola semakin berkembang dan banyaknya pengunjung yang datang pengelola terus meningkatkan wisata agar masyarakat minat berkunjung. Gomara swiss memiliki potensi daya tarik wisata yang begitu banyak. Wisata alam ini memiliki aliran yang cukup deras, memiliki warna air kehijau-hijauan yang bisa membuat pengunjung terpana akan keindahan alam yang masih terjaga. Adanya berbagai objek wisata seperti memancing, camping, rafting/arum jeram juga ada disini. Lokasi yang masih asri, suasana sejuk dapat menarik minat pengunjung untuk datang bersama keluarga, teman, tetangga dan lain sebagainya.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Identitas Narasumber

No	Nama	Inisial	Umur	Pekerjaan	Status
1	Amrul Hajari Munthe	AA	37	Kepala Desa Simonis	Informan 1
2	Sahnal Munthe	SM	36	Pengelola dan Ketua Bumdes	Informan 2
3	Raja Makmur	RM	27	Guru	Informan 3
4	Nur Halimah	MF	28	IRT	Informan 4

4.1.2 Hasil Wawancara

Penyajian data yang akan disajikan oleh peneliti berdasarkan dari kategori yang telah ditentukan sehingga dapat memudahkan peneliti untuk melakukan verifikasi, analisis data serta penarikan kesimpulan.

Dalam memberikan informasi kepada masyarakat mengenai hal-hal yang berkaitan dengan meningkatkan minat pengunjung destinasi wisata alam gomara swiss semua sudah berjalan dengan baik dan lancar karena hal ini Pengelola Wisata bekerja sama dengan Pemerintah Desa, Pengusaha dan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) sudah memberikan sosialisasi secara langsung kepada masyarakat dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam hal

membangun destinasi wisata alam gomara swiss dan wisata alam lainnya, sebagai desa wisata.

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber AH selaku Kepala Desa Simonis juga menginformasikan tentang sejarah pengelolaan terbentuknya Wisata Alam Gomara Swiss serta di resmikan sebagai Desa Wisata, Sarana dan Fasilitas Wisata Alam Gomara Swiss, Strategi komunikasi pariwisata apa yang dilakukan untuk menarik minat pengunjung di Wisata Alam Gomara Swiss dan sebagai Desa Wisata, Promosi yang digunakan oleh pemerintah desa untuk meningkatkan minat pengunjung Wisata Alam Gomara Swiss dan wisata lainnya yang ada di Desa Simonis, Apa saja Faktor Pendorong dan Penghambat selama menjalankan program Wisata Alam Gomara Swiss, Upaya apa yang dilakukan untuk program kedepannya untuk meningkatkan Destinasi Wisata Alam dalam meningkatkan minat pengunjung serta sebagai Desa Wisata mengatakan :

Sejarah pembentukan Wisata Alam Gomara Swiss berawal dari adanya pemilik tanah yang tanahnya dilewati aliran sungai, dan berinisiatif untuk membuka wisata dengan konsep wisata alam yaitu sungai, kemudian diserahkan oleh Kepala Desa untuk di kelola. Ditahun 2022 ada program dari Provinsi, mengungkapkan bahwa setiap Kabupaten wajib mengangkat destinasi wisata disetiap Kabupaten yang ada di Provinsi Sumatera Utara. Jadi dengan satu syarat wisata, asset ataupun potensi wisata layak untuk dikembangkan. Kabupaten Labuhanbatu Utara ada beberapa wisata-wisata alam, namun ternyata hasil survey dari Dinas Pariwisata Labuhanbatu Utara bekerja sama dengan Bupati serta Pemerintah Desa dan kesiapan masyarakat tentang Desa Wisata. Wisata Alam

Gomara Swiss tepatnya berada di desa kami Simonis yang terpilih menjadi wisata terbaik. Peran Pemerintah Desa dalam pengelolaan Desa Wisata khususnya Wisata Alam Gomara Swiss harus memenuhi persyaratan secara legalitas dan infrastruktur yang terus diusahakan Pemerintah Desa Simonis, Karena standart dari sebuah pariwisata salah satunya untuk mencegah permasalahan-permasalahan yang timbul suatu saat nanti. Persyaratan yang harus dilakukan adalah persyaratan administrasi yang biasa dilakukan Kabupaten maupun Provinsi salah satunya adalah disetujui oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (Kemenkumham RI), Sehingga Wisata Alam Gomara Swiss disahkan sebagai unit usaha dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) bukan perseorangan. BUMDES harus memiliki dan harus terdaftar di Kemenkumham Republik Indonesia, Sehingga diakui untuk usaha wisata ini dikembangkan dan diresmikan oleh Pemerintah. Persyaratan-persyaratan dari Kemenkumham sudah dikerjakan dan sudah berhasil dilaksanakan. Bupati Labuhanbatu Utara sudah mengeluarkan keputusan bahwa Desa Simonis menjadi Desa Wisata salah satunya perencanaan membangun dan mengelola pemandian alam yang bernama Gomara Swiss sebagai Sumber Pendapatan Asli Desa (PAD Desa) melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDES).

Sarana dan fasilitas yang ada di Wisata Alam Gomara Swiss masih sekitar 30 % yaitu kamar mandi, tempat sampah, pondok-pondok, pedagang makanan dan minuman, perahu rafting, flaying fox, jembatan penyebrangan, parkiran yang luas untuk kendaraan roda dua dan empat, masih itu saja belum sepenuhnya terpenuhi, masih banyak program yang sudah direncanakan kemungkinan sekitar 70% lagi.

Di wisata tersebut ada sebuah Goa karena wisata ini diberi nama GOMARA artinya Goa Maroban Rajoki. Sebenarnya brand yang di tampilkan adalah Goa yang berada di atas, Namun untuk saat ini kita fokus ke objek wisata Arung Jeram dulu dan menikmati wisata alam sungainya. 70 % nya adalah perencanaan pembangunan dan pengembangan yaitu Goa yang menjadi ikon dari Wisata Alam Gomara Swiss yang harus kami utamakan tetapi kita harus tepat sasaran dalam mengambil tindakan yang harus didahulukan, harus lebih tepat sasaran yang lebih efektif dan efisien. Jadi yang kita utamakan terlebih dahulu perahu rafting untuk arung jeram, pondok-pondok untuk tempat bersantai agar pengunjung merasa nyaman berada di wisata. selbihnya penambahan tempat ibadah (Musholla), Aula yang akan dijadikan tempat acara seperti Acara pertemuan antara keluarga, perusahaan, komunitas yang mungkin bosan dikantor saja, jadi bisa membuat acara di Wisata Alam Gomara Swiss yang tentunya akan kami siapkan dengan fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh pengelola.

Berbicara mengenai strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Wisata Simonis tentunya tidak lepas dari Komponen Komunikasi Pariwisata yaitu Komunikasi, Pemilik Modal, Wisatawan, Sumber Daya manusia, Destinasi, Promosi Pemasaran, dan Aksesibilitas.

Dalam komunikasi yang dilaksanakan oleh Pemerintah Desa tentunya tidak pernah lepas dari sebuah musyawarah mufakat serta analisis yang kami lakukan kembali sebelum menentukan strategi. Kami berdiskusi melalui konsultasi atau pertemuan dengan Dinas Pemerdayaan Masyarakat dan Desa, konsultasi dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Labuhanbatu Utara, Perangkat Desa serta masyarakat

Desa Simonis. salah satu komunikasi yang harus kami lakukan adalah menganalisis terlebih dahulu guna melihat kelebihan, kekurangan serta kendala dan peluang yang ada pada Wisata Alam Gomara Swiss. Kami selalu melibatkan perwakilan masyarakat dalam kegiatan rapat yang kami adakan terkait pengembangan desa sebagai desa wisata, dalam hal ini kami juga memberi kesempatan kepada masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya kepada kami selaku Pemerintah Desa untuk memajukan Desa serta membangkitkan ekonomi masyarakat Desa Simonis.

Langkah awal yang kami lakukan adalah mengedukasi kepada masyarakat tentang bagaimana meningkatkan minat wisatawan agar merasa selalu nyaman ketika berada di wisata alam gomara swiss dan wisata lainnya sebagai Desa Wisata. salah satu upaya yang kami lakukan adalah pertama, mengedukasi bagaimana menanamkan di dalam hati masyarakat bahwa setiap wisatawan yang datang ke Desa Simonis kiranya terbuka (Welcome) ramah, senyum, sapa sehingga wisatawan yang datang dari luar daerah dan menikmati wisata alam Gomara Swiss serta wisata lain akan merasa senang. Kedua, melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat yang datang ke Desa Simonis adalah pembawa rezeki. Ketiga, sosialisasi kepada masyarakat terkait hal-hal apa saja yang dapat dilakukan masyarakat sebagai penduduk Desa Wisata dengan cara mempromosikan secara online maupun offline.

Pemilik Modal wisata ini adalah unit Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) ada dua modal awal kegiatan wisata dan sebagai Desa Wisata, tentunya ada modal awal untuk melakukan kegiatan wisata yaitu anggaran desa. Sesuai dengan peraturan Menteri Keuangan dan Menteri Desa tertinggal tentang prioritas

penggunaan dana desa tahun 2022. Salah satunya adalah meningkatkan potensi wisata dari desa sehingga dana yang dikeluarkan ialah dana desa, kemudian pada tahun 2022 serta bantuan hibah gubernur khusus unit Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) yang bergerak di bidang wisata dan ada juga sumber dari bantuan provinsi dari hibah gubernur sebesar Rp200.000.000.000

Wisatawan dari tahun 2017 sampai sekarang sudah meningkat dengan baik apalagi sekarang sudah banyak masyarakat luar yang tahu wisata ini, akses jalan sudah tertera dari google maps jadi mereka yang berkunjung tidak akan tersesat, serta ada pamflet informasi menuju ke Destinasi wisata Alam Gomara Swiss, sudah ada penjaga disekitar sungai untuk memantau langsung dan memastikan pengunjung selalu aman, biaya tiket masuk hanya sebesar Rp 10.000/ orang.

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting dalam memajukan sektor pariwisata. Dalam pengembangan Wisata Alam Gomara Swiss kami memerlukan SDM di lembaga pemerintah (BUMDES Serumpun Simonis, Dinas Pariwisata, Dinas Kominfo, Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Labuhanbatu Utara), peran SDM masyarakat desa sebagai pekerja wisata, peran SDM sebagai pengusaha (perusahaan swasta), peran SDM pada Organisasi Desa (Gerakan Pemuda Pemudi Peduli Simonis serta dukungan dari Media promosi melalui Social Media (@eksploriesimonis, potretlabura, dan laburaku) untuk mendukung keberhasilan pengembangan kawasan ini, hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan, pengembangan dan pembiayaan memerlukan daya dukung dari banyak (Stakeholder).

Pemerintah desa melakukan Promosi pemasaran melalui media social dengan memposting produk wisata dihalaman media social milik instansi pemerintah (Dinas Kominfo), organisasi desa, organisasi seputar berita Kabupaten Labuhanbatu Utara (Potret Labura, Laburaku) dan juga melakukan promosi untuk memperkenalkan Wisata Alam Gomara Swiss melalui Gerakan Pemuda Pemudi Peduli Desa Simonis (GP3DS) secara langsung dengan mempromosikan dengan mengadakan acara-acara kepada masyarakat luar dan organisasi lain dalam kegiatan sosialisasi, kegiatan amal dan kegiatan lainnya yang bertujuan untuk mengenalkan wisata ini. Sedangkan secara tidak langsung (GP3DS) mempromosikan melalui media social Instagram, Facebook, dan Youtube (@exploresimonis) dimana akun tersebut memberitahukan kepada masyarakat tentang wisata-wisata yang ada di Desa Simonis salah satunya Wisata Alam Gomara Swiss serta bekerja sama dengan Youtuber, Selegram, Tiktokers yang memiliki viewers dan followers yang cukup banyak untuk memperkenalkan Wisata Alam Gomara Swiss dan wisata lainnya sebagai Desa Wisata.

Aksesibilitas dari wisata alam gomara swiss meliputi : Sarana penunjang yaitu Objek Wisata terdiri dari keindahan alam sungai, keunikan goa, fasilitas wisata, rafting dan Atraksi Wisata seperti olahraga air dengan melakukan Arung Jeram, Flaying fox, Berjalan jalan dan berselfie foto di jembatan yang sudah tersedia, Prasarana penunjang yaitu Jalan raya sudah cukup bagus, Angkutan umum belum ada, adanya air bersih, Persediaan air minum yang disediakan pedagang, Toilet dan keamanan.

Faktor pendorong yang mempengaruhi Wisata Alam Gomara Swiss adalah adanya Sumber Daya Manusia (SDM) mulai dari masyarakat desa, pemerintah kabupaten (Dinas Pariwisata Kabupaten Labuhanbatu Utara, Dinas Kominfo) yang sangat berperan penting untuk membangun dan mengembangkan destinasi Wisata Alam Gomara Swiss. Faktor Penghambat dalam mengembangkan wisata alam gomara swiss bagi kami adalah mengubah perilaku masyarakat secara perlahan dan memerlukan waktu yang cukup lama untuk menanamkan kesadaran dihati masyarakat agar selalu ramah kepada siapapun yang berkunjung dan berwisata ke Desa Simonis, ada beberapa faktor yang mempengaruhi salah satunya masyarakat simonis cenderung mayoritas suku batak. Jadi aksen, perilaku, sikap, gerak-gerik, bahasa tubuh, verbal dan non verbal dari masyarakat desa simonis berbeda dengan desa desa lainnya sehingga masyarakat yang datang dari luar daerah yang berasal dari suku jawa, sunda kemungkinan sedikit kurang suka dengan Bahasa tersebut. hal ini yang menjadi kunci utama bagi pemerintah desa untuk selalu dilakukan terus menerus menurus mengedukasi pentingnya dukungan masyarakat sebagai Desa Wisata.

Upaya untuk program kedepannya memfokuskan pengunjung Wisata Alam Gomara berkesan setelah menikmati Wisata, kami yakin dan percaya setelah berkesan pasti memberitahukan kepada tetangga, sahabata, rekan kerja, dan keluarga besar mengajak kembali datang ke desa untuk mengunjungi Wisata Alam Gomara Swiss dan mencoba wisata wisata baru yang ada di Desa Simonis. kami hanya mengoptimalkan jasa dan pelayanan agar masyarakat yang datang ke Wisata Alam Gomara Swiss dengan nyaman aman dan puas tidak hanya sekedar berwisata

dan menikmati saja melainkan harus membawa pulang dengan hasil yang berkesan. Kami juga memiliki planning rancangan kegiatan wisata untuk kedepan sesuai dengan hasil musyawarah yang dilakukan sebelumnya yaitu melakukan agenda step by step. Pertama, pengunjung kita arahkan ke objek wisata Arung Jeram. Kedua, setelah durasi sekian jam pengunjung kita arahkan ke Flying Fox. Ketiga, setelah menikmati objek wisata tersebut pengunjung kita arahkan ke spot yang terakhir yaitu Goa,. Keempat, memberitahukan untuk beristirahat seperti makan dan menikmati pemandangan alam dan sungai yang ada.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan narasumber SM selaku pengelola wisata sekaligus ketua Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) menginformasikan tentang awal mula/ sejarah terbentuknya wisata alam Gomara Swiss, apa saja isi dan misi pengelola wisata, apa saja sarana dan fasilitas yang disediakan oleh pengelola dan ciri khas yang membedakan wisata alam gomara swiss dengan wisata alam yang ada di Desa Simonis, Promosi apa saja yang dilakukan untuk mengembangkan wisata untuk menarik minat pengunjung, apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan wisata, Apakah ada upaya rencana program yang akan dikembangkan untuk wisata alam Gomara Swiss mengatakan:

Sejarah berdirinya Wisata Alam Gomara Swiss ialah sumber daya alam yang ada di Desa Simonis seperti sungai dan pertanian, lebih kearah wisata air karena desa simonis sepanjang jalan dikelilingi sungai. Pada tahun 2017 pemilik tanah berinisiatif untuk membuka wisata air karena sepanjang aliran sungai di desa ini sangat bagus, air jernih. Wisata ini pertama kali di miliki oleh pemilik tanah

karena wilayah tanahnya dilewati dengan sungai dan ada objek wisata yaitu Goa. Pemilik tanah memberi nama wisata ini dengan sebutan bahasa kampung yaitu “Goa Maroban Rajoki” dengan singkatan “Gomara” dan kata Swiss diambil karena jika airnya mengalir dengan deras dan jernih airnya berubah warna menjadi kehijau-hijauan seperti Kota Swiss, makanya wisata alam sering disebut dengan “Gomara Swiss” sebelumnya pemilik tanah wisata ini tidak berkembang. kemudian ditawarkan oleh pemilik tanah kepada Kepala Desa setempat untuk dikelola.

Visi dari Wisata Alam Gomara Swiss ialah menambah lapangan bagi seluruh masyarakat desa simonis, Memperkenalkan wisata alam gomara swiss agar dapat dikenal oleh masyarakat luar daerah, Memajukan perekonomian Desa Simonis, Menambah Penghasilan Asli Desa, Sedangkan Misi wisata alam gomara swiss adalah selalu berusaha menyediakan pelayanan yang terbaik kepada pengunjung, selalu membuat pengunjung nyaman dan aman. Dengan pelayanan yang ada dan fasilitas yang di sediakan dapat memberikan minat pengunjung untuk berkunjung kembali.

Sarana dan Fasilitas yang telah disediakan oleh pengelola sudah memadai dengan adanya kamar mandi, pedagang menjual berbagai makanan dan minuman, ada beberapa pondok-pondok untuk bersantai dan beristirahat, halaman parkir yang luas baik parkir kendaraan roda empat dan roda dua, flaying fox sudah tersedia. Jembatan penyebrangan yang dijadikan tempat berfoto foto sekaligus jalan untuk menuju ke sebelah pinggiran sungai.. Kelengkapan sarana dan prasarana belum sepenuhnya lengkap masih perlu ditingkatkan lagi mulai dari penambahan tempat sampah, kamar mandi, pembangunan mushola, serta perawatan jalan menuju

ketempat wisata dan jembatan untuk menyebrang diperbaiki agar dapat meningkatkan minat pengunjung. Wisata yang menjadi objek populer sebagai brand adalah Arum Jeram yang telah berhasil di laksanakan dan telah disediakan untuk memanjakan mata pengunjung dengan keindahan alam dan suasana sejuk yang masih terjaga di sekitar aliran sungai. Kelebihan dari Wisata Alam Gomara Swiss adalah keindahan alamnya, warna sungainya yang jernih biru kehijauan, dan pemandangan sepanjang sungai dengan di suguhkan rindangnya pepohonan di kirakan sungai, dan suasana menyejukan yang menjadi ciri khas dari wisata alam ini. Goa juga sebagai salah satu iconic dari wisata ini namun karena Goa berada diatas belum ada akses jalan untuk menuju kesana. Goa tersebut bisa menampung beberapa orang untuk masuk sehingga kami para pengelola BUMDES, Kepala desa beserta jajarannya untuk mengembangkan wisata ini salah satunya membangun akses jalan menuju keatas.

Kegiatan Promosi yang dilakukan dengan menggunakan media digital *advertising*. Jenis media promosi ini sangat populer dikarenakan efisien , efektif dan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara cepat tanpa mengeluarkan energy yang cukup besar. Di upload ke youtube, facebook, Instagram. Sekarang banyak dari anak anak kecil hingga orang dewasa sudah main facebook, lihat lihat youtube dan Instagram. Mereka juga tentunya yang melihat postingan dari wisata alam ini pasti akan memberitahu kepada teman, keluarga, rekan kerja berkeinginan untuk berwisata ke Gomara Swiss. Akun official resmi Wisata Alam Gomara Swiss belum tersedia sampai saat ini. Kami memposting melalui akun pribadi pengelola, Kepala Desa Simonis, Pemkab Labura, instansi pemerintah dan akun organisasi

yang ada di Simonis yaitu @exsploresimonis. Upaya untuk program kedepannya ialah kami memanfaatkan Sosial Media dengan sebaik-baiknya, berencana membuka beberapa akun Sosial Media resmi dari Wisata Alam Gomara Swiss yang isinya merupakan sebuah konten yang mempromosikan wisata ini dengan menampilkan informasi gambar, foto atau video yang informative, memberikan gambaran secara utung tentang lokasi wisata, infrastruktur menuju wisata, video edukasi seputar peringatan dan keamanan wisata, video edukasi saat melakukan arum jeram, kegiatan sebelumnya yang sudah berlangsung dilokasi, waktu terbaik untuk berkunjung agar dapat menambah wisatawan.

Faktor pendorong yang mempengaruhi Wisata Alam Gomara Swiss adalah dukungan dari pemerintah desa, pemerintah kabupaten (Dinas Pariwisata Kabupaten Labuhanbatu Utara) yang sangat berperan penting untuk membangun dan mengembangkan destinasi Wisata Alam Gomara Swiss. Faktor Penghambat yang kami ketahui sejauh ini adalah kurang nya dukungan partisipasi masyarakat terhadap Wisata Alam Gomara Swiss ini misalnya masyarakat tidak membayar biaya masuk karena mereka penduduk Desa Simonis sehingga tidak perlu untuk mengeluarkan uang. Mereka masih menganggap bahwa wisata ini adalah milik mereka bersama, bagi mereka dari penduduk luar desa sudah mendapatkan keuntungan yang banyak padahal nyatanya tidak seperti itu. Hasil yang didapat dari wisata ini juga nantinya untuk mengembangkan wisata agar lebih banyak pengunjung yang datang.

Adapun upaya untuk kedepannya sebagai pengelola ada beberapa inovasi yang kami lakukan untuk mengembangkan Wisata Alam Gomara Swiss adalah

pertama, pembangunan akses jalan menuju Goa karena pengunjung banyak yang penasaran dengan keberadaan Goa, Jadi tidak berpatokan dengan wisata air saja. Kedua, membangun Homestay di sekitar pinggiran sungai. Ketiga, disediakan kolam untuk anak-anak agar para orang tua lebih merasa aman dan pengawasan orang tua lebih tertuju ke kolam yang sudah tersedia.

Selanjutnya peneliti melanjutkan wawancara dengan narasumber RM selaku pengunjung wisata yang memberikan jawaban mengenai bagaimana dan darimana mengetahui Wisata Gomara Swiss, apakah ada kesulitan atau kendala untuk menuju ke wisata alam gomara swiss, bagaimana sarana dan fasilitas yang tersedia di Wisata Alam Gomara Swiss, mengapa berminat dan memutuskan untuk berkunjung untuk ke Wisata Alam Gomara Swiss, apa yang menjadi daya tarik yang dimiliki Wisata Alam Gomara Swiss, Setelah datang dan menikmati wisata yang ada apakah ada keputusan untuk berkunjung kembali.

Selanjutnya narasumber RM menjelaskan bahwa mengetahui Wisata Alam Gomara Swiss adanya postingan dari Instagram @eksplorasimonis, setelah saya lihat saya tertarik dan mencari tentang informasi dari wisata ini dari youtube facebook melalui postingan orang lain yang sudah berkunjung ke Wisata Alam Gomara Swiss. Selain itu jalan menuju lokasi ke Desa serta wisata ini juga sangat baik dapat diakses dengan kendaraan roda dua dan empat sehingga memudahkan pengunjung yang ingin datang ke lokasi wisata ini. Perjalanan untuk menuju ke wisata tidak ada problem sama sekali karena saya sudah sangat sering berkunjung, tapi untuk pengunjung dari luar daerah apalagi perempuan-perempuan yang menaiki kendaraan roda dua dan empat sebaiknya berhati-hati karena jarak 200

meter menuju ketempat wisatanya terlalu menurun jika kendaraan dalam keadaan yang tidak aman seperti Rem tidak berfungsi sebaiknya diperiksa dahulu kendaraan sebelum berkunjung. Narasumber RM juga mengatakan bahwa sarana dan fasilitas yang ada pada Wisata Alam Gomara Swiss sudah cukup memadai dengan adanya toilet yang harus diperhatikan untuk kenyamanan pengunjung. Tempat sampah sudah ada, penyediaan panggung hiburan, adanya pedagang sehingga pengunjung yang kelaparan tidak perlu keluar lagi karena didalam sudah ada menjual berupa makan dan minuman. sudah menyediakan tempat parkir khusus kendaraan roda dua dan roda empat. Namun ada beberapa yang perlu diperbaiki seperti penataan tempat terkesan belum rapi, mushola juga sangat penting untuk kegiatan ibadah, belum adanya akun resmi dari Wisata Alam Gomara Swiss jadi pengunjung terkadang bingung wisata ini bukanya hari apa aja, kurang informasi tentang wisata ini jika air lagi naik, air keruh, kemungkinan pengunjung kecewa karena banyak masyarakat yang datang dari luar daerah mau berkunjung ke wisata untuk bersenang-senang malah memutuskan untuk tidak berkunjung kembali karena kurangnya informasi.

Narasumber RM juga menjelaskan mengenai berkunjung ke wisata ini bahwa Wisata Alam Gomara Swiss harga tiket masuk dan parkir sudah menjadi satu. Dibandrol dengan harga Rp 10.000/orang. Narasumber RM juga mengatakan tujuan utama berwisata karena hari libur sekaligus menghilangkan rasa bosan dan jenuh setelah seharian bekerja. Berwisata memiliki dampak positif salah satunya bisa meningkatkan Kreatifitas, membuat pikiran lebih rileks, dapat menghirup udara yang segar dan sejuk, pikiran menjadi lebih terbuka, lebih menghargai

kehidupan yang diberikan oleh maha kuasa. Wisata Alam Gomara Swiss menawarkan banyak kegembiraan seperti pemandangan yang asri masih terjaga dengan baik seakan akan kita dibuat menyatu dengan alam.

Berbicara mengenai daya tarik Wisata Alam Gomara Swiss sudah cukup memuaskan. Kami tertarik untuk berkunjung kembali ke wisata ini. Wisata ini menjadi nilai tersendiri salah satunya kebersihan dijaga, penjaga juga stanby ditempat, fasilitas dirasa cukup sesuai dengan harga tiket masuk yang murah. Saran dari kami untuk penjaga parkir lebih diperhatikan lagi, ada pengunjung yang sudah selesai atau mau pulang dibiarkan begitu saja tanpa dibantu.

Selanjutnya, peneliti melanjutkan wawancara dengan narasumber NH yang berpendapat bahwa,

Mengetahui wisata ini dari teman terdekat, mereka bilang bahwa ada wisata yang bagus untuk dikunjungi, mereka melihat melalui reels Instagram dan mereka sudah pernah berkunjung ke Wisata Alam Gomara Swiss. Sebelum pergi ke wisata ini kami juga penasaran dengan perkataan teman dekat saya, jadi saya scroll melalui postingan social media (Instagram, youtube, facebook) setelah melihat saya memutuskan untuk berkunjung ke wisata ini.

Akses perjalanan sudah bagus, sejauh ini belum ada kendala bagi saya untuk pergi berkunjung ke wisata. Tempat wisata juga dekat dari jalan lintas sehingga pengunjung mungkin tidak akan kebingungan, tersedianya informasi (pamflet dipinggiran jalan) jadi tidak akan tersesat jika berkunjung ke Wisata Alam Gomara Swiss.

Sarana dan fasilitas yang disediakan pada saat ini sudah memadai dengan adanya pondok-pondok yang disediakan, adanya atraksi wisata arung jeram, terdapat juga pedagang dan toilet umum yang telah disiapkan oleh pengelola wisata tersebut. tersedianya spot foto di jembatan, Kekurangannya toilet masih sedikit, Jalan menuju ke tempat wisata cukup mudah dijangkau.

Setelah saya melihat dari postingan tersebut saya tertarik karena melihat airnya cukup jernih warna air cukup cantik, tempat wisata terlihat bersih ada beberapa pondok-pondok tersedia, kamar mandi. Ada atraksi wisata juga seperti arum jeram dan Goa. Membawa anak-anak pasti menyenangkan karena airnya juga ada yang dangkal tidak terlalu dalam. Hal yang menurut saya tertarik dengan wisata ini setelah datang adalah pemandangan yang alami, masih asri, jauh dari polusi udara, suasananya sejuk sesuai dengan harga tiket masuk dengan fasilitas yang ada sudah sangat terjangkau tidak memberatkan bagi kami.

Terkait keputusan berkunjung akan kembali ke Wisata Alam Gomara Swiss saya pasti akan kembali dengan harapan yang sangat besar yaitu sarana fasilitas yang ditampilkan lebih optimal, pelayanan, pengawasan dan pengarahan informasi terhadap pengunjung juga diperhatikan.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi dari narasumber yang terdiri dari Kepala Desa Simonis, Ketua Bumdes Serumpun Simonis, dan dua orang pengunjung Wisata Alam Gomara Swiss, peneliti tidak menemukan hambatan dalam proses pengumpulan data berupa wawancara, dikarenakan keseluruhan dari narasumber dapat memberikan informasi

yang mudah dipahami oleh peneliti sehingga memudahkan peneliti untuk menganalisis jawaban atas pertanyaan yang diberikan kepada para narasumber. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah desa serta pengelola wisata bertujuan untuk menginformasikan Wisata Alam Gomara Swiss ke public melalui beberapa teori yang ada didalam tahapan-tahapan strategi komunikasi.

Dari hasil survey sebelumnya peneliti melihat bahwa belum adanya media digital resmi dari pengelola yaitu instagram, youtube facebook, dan lain sebagainya yang dapat memberikan keterangan tentang lokasi baik berupa gambar, foto atau video yang bersifat informatif, objek wisata yang telah tersedia, sarana dan fasilitas yang didapat dari wisata tersebut, harga atau tiket masuk wisata, belum memberikan gambaran secara utuh tentang lokasi wisata, infrastruktur menuju wisata, informasi waktu kapan buka atau tutupnya wisata tersebut.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dijabarkan dan dipaparkan, maka dari itu peneliti mencoba membahas hasil penelitian dengan teori-teori yang ada. Dari hasil observasi, wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan informan, maka terungkap bahwa informan menggunakan tahap-tahap strategi komunikasi dalam strategi komunikasi yang dilakukan untuk meningkatkan minat pengunjung, antara lain sebagai berikut:

1. Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi, harus mempertimbangkan mengenai peluang dan ancaman, didalam rumusan strategi tentunya ada proses perencanaan

komunikasi strategis, ada langkah-langkah utama atau titik keputusan maka dapat memperjelas suatu tujuan yang dilakukan oleh pengelola wisata dan pemerintah desa yaitu :

Menentukan potensi sumber daya alam, dari hasil yang didapatkan dilapangan terlihat bahwa, adanya potensi sumber daya alam yang ada di desa simonis adalah pertanian dan sungai. Sungai dipilih dijadikan potensi wisata alam karena sungai mempunyai banyak objek dan lebih mudah untuk dikelola karena hanya mengandalkan air mengalir dan suasana disungai yang sangat alami. Pada tahun 2017 pemilik tanah berinisiatif untuk membuka wisata air karena sepanjang aliran sungai di desa ini sangat bagus, air jernih. Wisata ini pertama kali di miliki oleh pemilik tanah karena wilayah tanahnya dilewati dengan sungai dan ada objek wisata yaitu Goa. Pemilik tanah memberi nama wisata ini dengan sebutan bahasa kampung yaitu “Goa Maroban Rajoki” dengan singkatan “Gomara” dan kata Swiss diambil karena jika airnya mengalir dengan deras dan jernih airnya berubah warna menjadi kehijau-hijauan seperti Kota Swiss, makanya wisata alam sering disebut dengan “Gomara Swiss” sebelumnya pemilik tanah wisata ini tidak berkembang sehingga ditawarkan oleh pemilik tanah kepada Kepala Desa setempat untuk dikelola. Ditahun 2022 ada program dari Provinsi, mengungkapkan bahwa setiap Kabupaten wajib mengangkat destinasi wisata disetiap Kabupaten yang ada di Provinsi Sumatera Utara. Jadi dengan satu syarat wisata, asset ataupun potensi wisata layak untuk dikembangkan. Kabupaten Labuhanbatu Utara ada beberapa wisata-wisata alam, namun ternyata hasil survey dari Dinas Pariwisata Labuhanbatu Utara bekerja sama dengan Bupati serta Pemerintah Desa dan

kesiapan masyarakat tentang Desa Wisata. Wisata Alam Gomara Swiss tepatnya berada di desa kami Simonis yang terpilih menjadi wisata terbaik. Peran Pemerintah Desa dalam pengelolaan Desa Wisata khususnya Wisata Alam Gomara Swiss harus memenuhi persyaratan secara legalitas dan infrastruktur yang terus diusahakan Pemerintah Desa Simonis.

Persetujuan izin dari Pemerintah Daerah, Persyaratan yang harus dilakukan adalah persyaratan administrasi yang biasa dilakukan Kabupaten maupun Provinsi salah satunya adalah disetujui oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (Kemenkumham RI), Sehingga Wisata Alam Gomara Swiss disahkan sebagai unit usaha dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) bukan perseorangan. BUMDES harus memiliki dan harus terdaftar di Kemenkumham Republik Indonesia, Sehingga diakui untuk usaha wisata ini dikembangkan dan diresmikan oleh Pemerintah. Persyaratan-persyaratan dari Kemenkumham sudah dikerjakan dan sudah berhasil dilaksanakan. Bupati Labuhanbatu Utara sudah mengeluarkan keputusan bahwa Desa Simonis menjadi Desa Wisata salah satunya perencanaan membangun dan mengelola pemandian alam yang bernama Gomara Swiss sebagai Sumber Pendapatan Asli Desa (PAD Desa) melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDES).

Menetapkan Visi dan Misi, visi dan misi memiliki peranan penting bagi keberlangsungan wisata. visi menggambarkan tujuan yang akan dicapai dari Wisata Alam Gomara Swiss sedangkan misi memberikan arah yang harus diikuti oleh Wisata Alam Gomara Swiss. Visi dari Wisata Alam Gomara Swiss ialah menambah lapangan bagi seluruh masyarakat desa simonis untuk mengurangi angka

kemiskinan yang ada di Desa Simonis, Memperkenalkan wisata alam gomara swiss agar dapat dikenal oleh masyarakat luar daerah dengan memanfaatkan internet , Memajukan perekonomian Desa Simonis, Menambah Penghasilan Asli Desa, Sedangkan Misi wisata alam gomara swiss adalah selalu berusaha menyediakan pelayanan yang terbaik kepada pengunjung, selalu membuat pengunjung nyaman dan aman. Dengan pelayanan yang ada dan fasilitas yang di sediakan dapat memberikan minat pengunjung untuk berkunjung kembali.

Promosi Pemasaran Pariwisata, Kegiatan promosi yang dilakukan dengan menggunakan media digital *advertising*. Jenis media promosi ini sangat populer dikarenakan efisien , efektif dan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara cepat tanpa mengeluarkan energy yang cukup besar di upload ke youtube, facebook, Instagram dengan memposting produk wisata dihalaman media social milik instansi pemerintah (Dinas Kominfo), organisasi desa, organisasi seputar berita Kabupaten Labuhanbatu Utara(Potret Labura, Laburaku) dan juga melakukan promosi untuk memperkenalkan Wisata Alam Gomara Swiss melalui Gerakan Pemuda Pemudi Peduli Desa Simonis (GP3DS) secara langsung dengan mempromosikan dengan mengadakan acara-acara kepada masyarakat luar dan organisasi lain dalam kegiatan sosialisasi, kegiatan amal dan kegiatan lainnya yang bertujuan untuk mengenalkan wisata ini. Sedangkan secara tidak langsung (GP3DS) mempromosikan melalui media social Instagram, Facebook , dan Youtube (@exploresimonis) dimana akun tersebut memberitahukan kepada masyarakat tentang wisata-wisata yang ada di Desa Simonis salah satunya Wisata Alam Gomara Swiss serta bekerja sama dengan Youtuber, Selegram, Tiktokers

yang memiliki viewers dan followers yang cukup banyak untuk memperkenalkan Wisata Alam Gomara Swiss dan wisata lainnya sebagai Desa Wisata.

Menetapkan Sarana dan Fasilitas, Pengembangan sarana prasarana wisata bertujuan untuk menciptakan kepuasan wisatawan dalam menikmati kepuasan wisatawan dalam menikmati waktu berliburnya. Sarana dan prasarana merupakan terpenting bagi pengelola wisata guna menciptakan nilai bagi pengunjung dan mencapai keunggulan yang kompetitif. Sarana dan Prasarana menjadi unsur utama bagi suatu daerah dalam hal ini pengelola Bumdes untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara untuk datang dan berwisata di desa simonis sehingga mampu meningkatkan tingkat kunjungan ke destinasi wisata alam gomara swiss.

Komunikasi kepada masyarakat setempat, Dalam komunikasi yang dilaksanakan oleh Pemerintah Desa tentunya tidak pernah lepas dari sebuah musyawarah mufakat serta analisis yang kami lakukan kembali sebelum menentukan strategi. Kami berdiskusi melalui konsultasi atau pertemuan dengan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa, konsultasi dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Labuhanbatu Utara, Perangkat Desa serta masyarakat Desa Simonis. salah satu komunikasi yang harus kami lakukan adalah menganalisis terlebih dahulu guna melihat kelebihan, kekurangan serta kendala dan peluang yang ada pada Wisata Alam Gomara Swiss. Kami selalu melibatkan perwakilan masyarakat dalam kegiatan rapat yang kami adakan terkait pengembangan desa sebagai desa wisata, dalam hal ini kami juga memberi kesempatan kepada masyarakat untuk

menyampaikan aspirasinya kepada kami selaku Pemerintah Desa untuk memajukan Desa serta membangkitkan ekonomi masyarakat Desa Simonis.

2. Implementasi Strategi

Proses dimana beberapa strategi dan kebijakan diubah menjadi tindakan. Walaupun implementasi biasanya baru dipertimbangkan setelah strategi dirumuskan, akan tetapi implementasi merupakan kunci sukses dari perumusan strategy.

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting dalam memajukan sektor pariwisata. Dalam pengembangan Wisata Alam Gomara Swiss kami bekerja sama melalui SDM di lembaga pemerintah (BUMDES Serumpun Simonis, Dinas Pariwisata, Dinas Kominfo, Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Labuhanbatu Utara, Badan Penelitian dan Pengembangan), peran SDM masyarakat desa sebagai pekerja wisata, peran SDM sebagai pengusaha (perusahaan swasta), peran SDM pada Organisasi Desa (Gerakan Pemuda Pemudi Peduli Simonis) untuk mendukung keberhasilan pengembangan kawasan ini, hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan, pengembangan dan pembiayaan memerlukan daya dukung dari banyak (*Stakeholder*).

Anggaran (Budgetary), Pemilik Modal wisata ini adalah unit Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) ada dua modal awal kegiatan wisata dan sebagai Desa Wisata, tentunya ada modal awal untuk melakukan kegiatan wisata yaitu anggaran desa. Sesuai dengan peraturan Menteri Keuangan dan Menteri Desa tertinggal tentang prioritas penggunaan dana desa tahun 2022. Salah satunya adalah

meningkatkan potensi wisata dari desa sehingga dana yang dikeluarkan ialah dana desa, kemudian pada tahun 2022 serta bantuan hibah gubernur khusus unit Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) yang bergerak di bidang wisata serta bantuan sumber dari bantuan provinsi dari hibah gubernur sebesar Rp200.000.000.000 untuk mengembangkan wisata.

Fasilitas (Facility), Sarana dan Fasilitas yang telah disediakan oleh pengelola sudah memadai dengan adanya kamar mandi, pedagang menjual berbagai makanan dan minuman, ada beberapa pondok-pondok untuk bersantai dan beristirahat, halaman parkir yang luas baik parkir kendaraan roda empat dan roda dua, flaying fox sudah tersedia. Jembatan penyebrangan yang dijadikan tempat berfoto foto sekaligus jalan untuk menuju ke sebelah pinggir sungai. Sarana dan fasilitas yang ada di Wisata Alam Gomara Swiss masih sekitar 30 % yaitu kamar mandi, tempat sampah, pondok-pondok, pedagang makanan dan minuman, perahu rafting, flaying fox, jembatan penyebrangan, parkir yang luas untuk kendaraan roda dua dan empat. Belum sepenuhnya terpenuhi, masih banyak program yang sudah direncanakan kemungkinan sekitar 70%.

3. Evaluasi Strategi

Evaluasi Context, Situasi lingkungan atau potensi sumber daya alam yang ada di Desa Simonis seperti sungai dan pertanian, lebih kearah wisata air karena desa simonis sepanjang jalan dikelilingi sungai. Hal ini dimanfaatkan salah satu masyarakat yang memiliki tanah yang dilintasi oleh sungai yang masih terjaga sehingga memutuskan membuka wisata untuk mendapatkan keuntungan. Wisata ini

pertama kali di miliki oleh pemilik tanah karena wilayah tanahnya dilewati dengan sungai dan ada objek wisata yaitu Goa. Pemilik tanah memberi nama wisata ini dengan sebutan bahasa kampung yaitu “Goa Maroban Rajoki” dengan singkatan “Gomara” dan kata Swiss diambil karena jika airnya mengalir dengan deras dan jernih airnya berubah warna menjadi kehijau-hijauan seperti Kota Swiss, makanya wisata alam sering disebut dengan “Gomara Swiss”. Namun setelah berjalannya wisata belum ada kemajuan sehingga diserahkan kepada kepala desa untuk dijalankan. Ditahun 2022 ada program dari Provinsi, mengungkapkan bahwa setiap Kabupaten wajib mengangkat destinasi wisata disetiap Kabupaten yang ada di Provinsi Sumatera Utara. Jadi dengan satu syarat wisata, asset ataupun potensi wisata layak untuk dikembangkan. Wisata Alam Gomara Swiss dipilih oleh Dinas Pariwisata menjadi wisata terbaik di desa simonis sehingga dijadikan sebagai salah satu wisata bagian dari unit Badan Usaha Milik Desa (BUMDES).

tujuan program untuk keberhasilan wisata menambah lapangan pekerjaan bagi seluruh masyarakat desa simonis, memperkenalkan wisata alam gomara swiss agar dapat dikenal oleh masyarakat diluar daerah, memajukan perekonomian desa, sudah berjalan dengan baik dilihat dengan adanya beberapa pedagang disekitaran wisata menjual makanan dan minuman yang cocok untuk berwisata disungai. Memperkenalkan wisata juga sudah relatif berkembang dengan adanya kerjasama dengan instansi baik dari pemerintah maupun perusahaan swasta dapat dilihat dari adanya program pembangunan yang didukung oleh instansi pemerintah untuk meningkatkan pengunjung. Memajukan perekonomian desa hal ini sudah berjalan dengan baik dengan adanya Wisata Alam sebagai Badan Usaha Milik Desa sebagai

fungsi usaha desa yang mempunyai tujuan ingin memberikan sumbangsih untuk kemajuan perekonomian sesuai dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Pasal 1 angka (6) menyebutkan bahwa :

Badan Usaha Milik Desa adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh desa melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa. Artinya, jika kita menarik kesimpulan bahwa badan usaha yang dibentuk atas inisiasi masyarakat maupun pemerintah untuk memperdayagunakan segala potensi ekonomi serta sumber daya alam dan sumber daya manusia dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Upaya yang dilakukan perencanaan program selanjutnya yaitu memfokuskan pengunjung Wisata Alam Gomara Swiss berkesan menikmati wisata sehingga pengunjung yang memiliki kesan terhadap wisata memberitahukan kepada teman, kerabat, tetangga, dan mengajak datang kembali berwisata. Mengoptimal jasa dan pelayanan dengan melakukan agenda step by step. Pertama, pengunjung kita arahkan ke objek wisata Arung Jeram. Kedua, setelah durasi sekian jam pengunjung kita arahkan ke Flying Fox. Ketiga, setelah menikmati objek wisata tersebut pengunjung kita arahkan ke spot yang terakhir yaitu Goa,. Keempat, memberitahukan untuk beristirahat seperti makan dan menikmati pemandangan alam dan sungai yang ada.

Evaluasi Input, Pemerintah Desa dan Pengelola Wisata melakukan manajemen komunikasi pariwisata dengan baik hal ini terlihat dengan adanya kelengkapan izin seperti legalitas yang sudah didapatkan Desa Simonis.

Aksesibilitas juga sangat diperhatikan oleh Pemerintah Desa seperti adanya sarana penunjang dan atraksi wisata, rambu-rambu petunjuk menuju lokasi wisata yang telah disediakan, infrastruktur menuju wisata sudah baik, kelengkapan wisata seperti toilet umum, pondok-pondok, pedagang, serta adanya media hiburan. Sumber Daya Manusia dalam pengembangan Wisata Alam Gomara Swiss sudah sepenuhnya berjalan sangat baik, dilihat dengan adanya kerjasama di lembaga pemerintah (BUMDES Serumpun Simonis, Dinas Pariwisata, Dinas Kominfo, Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Labuhanbatu Utara), peran SDM masyarakat desa sebagai pekerja wisata, peran SDM sebagai pengusaha (perusahaan swasta). Kelemahan dari sumber daya manusia dalam pengembangan ini adalah ada beberapa masyarakat desa kurang partisipasi atau dukungan dalam hal biaya masuk yang tidak mau ikut kontribusi membayar tiket masuk karena bagian dari mereka berprasangka bahwa mendapatkan keuntungan yang banyak, mengakui jika wisata ini punya saudara atau kerabat, jika dilihat dari peneliti setelah melakukan observasi harga yang ditetapkan sudah cukup terjangkau dibanrol dengan harga hanya Rp.10.000/orang namun hal ini menjadi perhatian dan catatan bagi pemerintah desa dan pengelola untuk berusaha mengkomunikasikan menyadarkan masyarakat sebagai Desa Wisata, Jika masyarakat setempat tidak ikut kontribusi hanya mengharapkan dari pengunjung dari luar daerah, pengembangan program yang telah ditetapkan tidak akan tercapai.

Evaluasi Process, dengan mengedukasi kepada masyarakat tentang bagaimana meningkatkan minat wisatawan agar merasa selalu nyaman ketika berada di wisata alam gomara swiss dan wisata lainnya sebagai Desa Wisata. salah

satu upaya yang dilakukan adalah mengedukasi bagaimana menanamkan di dalam hati masyarakat bahwa setiap wisatawan yang datang ke Desa Simonis kiranya terbuka (*Welcome*) ramah, senyum, sapa sehingga wisatawan yang datang dari luar daerah dan menikmati wisata alam Gomara Swiss serta wisata lain akan merasa senang. Kedua, melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat yang datang ke Desa Simonis adalah pembawa rezeki. Ketiga, sosialisasi kepada masyarakat terkait hal-hal apa saja yang dapat dilakukan masyarakat sebagai penduduk Desa Wisata dengan cara mempromosikan secara online maupun offline. Kelemahan dari upaya mengedukasi kepada masyarakat mengenai menanamkan dihati agar setiap pengunjung yang datang ke desa sampai saat ini belum selesai, bukan tanpa alasan melainkan memerlukan waktu yang panjang untuk memperbaiki aksen, perilaku, sikap serta gerak gerik karena mayoritas suku batak sehingga harus menyesuaikan dengan pengunjung yang datang dengan berbeda suku hal ini menjadi catatan pemerintah desa untuk terus mengedukasi hingga pelaksanaan ini dapat tercapai. Dilihat dari peneliti setelah melakukan observasi terhadap masyarakat desa bahwa kenyataannya masyarakat begitu ramah terhadap siapapun yang datang, menghargai dan bersikap sopan memiliki integritas yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa pemerintah desa telah berhasil dalam mngedukasi kepada masyarakat.

Evaluasi Product, dalam promosi pemasaran yang dilakukan menggunakan media digital *advertising*. Jenis media promosi ini sangat populer dikarenakan efisien , efektif dan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara cepat tanpa mengeluarkan energy yang cukup besar di upload ke youtube,

facebook, Instagram dengan memposting produk wisata di halaman media social milik instansi pemerintah (Dinas Kominfo), organisasi desa, organisasi seputar berita Kabupaten Labuhanbatu Utara (Potret Labura, Laburaku) dan juga melakukan promosi untuk memperkenalkan Wisata Alam Gomara Swiss melalui Gerakan Pemuda Pemudi Peduli Desa Simonis (GP3DS) secara langsung dengan mempromosikan dengan mengadakan acara-acara kepada masyarakat luar dan organisasi lain dalam kegiatan sosialisasi, kegiatan amal dan kegiatan lainnya yang bertujuan untuk mengenalkan wisata sudah dilaksanakan dengan baik. Namun dilihat setelah melakukan observasi bahwa akun resmi milik Wisata Alam Gomara Swiss belum ada, sehingga masyarakat dari luar daerah jika ingin mengunjungi wisata mengandalkan postingan atau mention dari pemilik akun pribadi pengelola dan pemerintah desa atau instansi yang berkaitan dengan wisata sehingga masyarakat ingin berkunjung juga memiliki kendala untuk memutuskan ke wisata namun tidak informasi yang lengkap untuk mengetahui jalan menuju ke tempat wisata (tidak tercantumnya google maps) yang bisa memudahkan pengunjung dari luar daerah untuk menemukan tempat wisata, tidak ada informasi mengenai buka atau tutup nya wisata, tidak ada informasi mengenai hal seperti air keruh jadi ingin pergi ke wisata ditunda, tidak menemukan harga tiket masuk ketempat wisata. mereka yang datang dari luar daerah hanya tertarik dengan postingan dan keindahan yang memutuskan untuk berkunjung tanpa mengetahui informasi langsung. Sehingga jika wisata lagi tutup dan pengunjung datang akan merasa kecewa karena tidak adanya informasi maupun konfirmasi langsung dari pihak pengelola wisata.

Formula AIDDA dirumuskan untuk memudahkan mengarahkan suatu tujuan komunikasi yang dilakukan. Dalam hal ini, sebuah pesan komunikasi harus dapat menimbulkan daya tarik tersendiri sehingga dapat memancing perhatian komunikannya. Teori ini dapat mendasari permasalahan dalam penelitian ini, yaitu bagaimana strategi komunikasi pariwisata dalam meningkatkan minat pengunjung destinasi wisata alam gomara swiss kabupaten labuhanbatu utara. Kaitan konsep AIDDA dengan hasil penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa:

1. Perhatian (Attention) : isi pesan yang menjelaskan tentang keunggulan dari destinasi wisata alam gomara swiss dengan wisata lainnya dapat membangkitkan perhatian pengunjung merasakan bahwa wisata alam gomara swiss dapat memberikan keindahan yang masih asri, kenyamanan, serta sarana dan prasarana sudah memadai. Perhatian tersebut dapat meningkatkan minat pengunjung untuk datang
2. Minat (Interest): dari perhatian pengunjung atau wisatawan dari social media dan melalui informasi mulut ke mulut minat untuk datang berkunjung lebih tinggi ke destinasi wisata alam gomara swiss karena rasa ingin tahu yang dalam dan penasaran. Itu terjadi karena dengan adanya pengguna social media Instagram dan facebook membuat pengunjung tertarik untuk datang.
3. Hasrat (Desire) : karena dengan adanya ketertarikan dari social media mulai dari (Youtube, Instagram, Facebook dan tiktok) rasa hasrat untuk ingin tahu yang dalam membuat semakin penasaran pengunjung

4. Keputusan (decision): dengan adanya hasrat untuk berkunjung tindakan terjadi karena keinginan yang kuat sehingga pengunjung mengambil keputusan dan melakukan rencana kunjungan ke destinasi wisata alam Gomara Swiss
5. Tindakan (action) : tindakan terjadi karena adanya keputusan dan rencana kunjungan sehingga terjadi kunjungan terhadap destinasi wisata alam Gomara Swiss.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari uraian-uraian yang telah disajikan pada bab-bab yang sudah tersedia, serta hasil penyajian data yang sudah dituangkan secara lengkap maka kesimpulan dari penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara menggunakan tahap tahap strategi komunikasi berupa perumusan strategi, implementasi strategi, evaluasi strategi. Berdasarkan data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber, Strategi komunikasi pariwisata dalam meningkatkan minat pengunjung melibatkan seluruh elemen masyarakat setempat serta adanya kerjasama di lembaga pemerintah (BUMDES Serumpun Simonis, Dinas Pariwisata, Dinas Kominfo, Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Labuhanbatu Utara), peran SDM masyarakat desa sebagai pekerja wisata, peran SDM sebagai pengusaha (perusahaan swasta), peran SDM pada Organisasi Desa dalam perencanaan, implementasi dan evaluasi strategi komunikasi pariwisata yang telah ditentukan dan dirancang oleh Pengelola Wisata dan Pemerintah Desa.

5.2 Saran

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

1. Diharapkan Pengelola Wisata dan Pemerintah Desa menambahkan unsur keindahan di area wisata seperti spot foto yang menarik
2. Diharapkan Pengelola Wisata dan Pemerintah Desa lebih meningkatkan pelayanan yang lebih optimal dalam mengedukasi, arahan dan pemberitahuan bagi pengunjung wisatawan
3. Diharapkan Pengelola Wisata dan Pemerintah Desa dapat melakukan perencanaan beberapa produksi yang mengambil sisi konseptual konten seperti kalender yang didalamnya terdapat gambar dan foto brand wisata. selanjutnya adanya brosur yang dibagikan oleh Pengelola dan Pemerintah Desa yang berisikan konten informative, memiliki daya kreatifitas yang tinggi sehingga dapat menarik minat pengunjung
4. Diharapkan pengembangan yang sudah direncanakan sebelumnya dapat dilaksanakan seperti pembangunan kolam renang untuk anak-anak, mini zoo (spesies unggas), pembangunan akses ke Goa dan lain sebagainya.
5. Diharapkan Pengelola dan Pemerintah Desa untuk membuat akun resmi milik Wisata Alam Gomara Swiss dan tidak lupa menyarankan pengunjung bagi yang ingin memposting ke social media untuk mention keakun resmi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R., & Arif, M. C. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Sampang dalam Merukunkan Penganut Sunni-Syiah. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 131–144.
- Adhani, A., & Priadi, R. (2017). Persepsi siswa sekolah menengah atas terhadap sosialisasi penyalahgunaan narkoba di kota medan. *Jurnal Interaksi: Ilmu Komunikasi*, 1(2), 194–205.
- Adinugraha, H. H., Syariah, J. E., Islam, I. A., Pekalongan, N., Agama, I., & Negeri, I. (2022). RISTEK : Jurnal Riset , Inovasi dan Teknologi Kabupaten Batang DAMPAK ALAT PERTANIAN MODERN PADI TERHADAP. *Jurnal Riset, Inovasi Dan Teknologi Kabupaten Batang*, 7(1), 50–60.
- Andia, S. A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 22(1), 27–38.
- Anisah, N. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Aktivitas Promosi Akun Instagram @reborn_29). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 4(September), 1–13.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication)*. Prenadamedia Group.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Edisi Revi). Rajawali Pers 2017.
- Jayadi, E. K., Mahadewi, N. P. E., & Mananda, S. (2017). Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Pantai Green Bowl , Ungasan , Kuta Selatan , Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(2), 69–77.
- Kalianda, D. (2018). Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Dalam Mengimplementasikan Program Green City Di Kota Teluk Kuantan Singingi. *JOM FISIP*, 5(1), 1–12.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (irfan Fahmi (ed.); Edisi Part). Prenada Media Group.
- Lubis, F. H., Hidayat, P., & Hardiyanto, S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora 2021, Ke-1*, 1(1), 1039–1045.
- Mirza, M., & Ismail, M. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Asuransi Jiwa Bumiputera 1912 Cabang Banda Aceh dalam Menarik Minat Nasabah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(2), 1–14.
- Moleong, J. . (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Novitaningtyas, I., Giovani, A., & Lionora, C. A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(1), 28–36.
- Nurfritriani, Asri. Suhartini, T. (2018). Strategi Marketing Public Relations Pt. Pos Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 66–70.
- Safitra, R. (2022). Peningkatan Wisatawan Masa New Normal : Telaah Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 7(1), 40–64.

- Sitepu, E., & Sabrin, S. (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara. *Message: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 28–44.
- Sondakh, P. M. N., & Tumbel, A. (2016). Pelayanan, Keamanan dan Daya Tarik Mempengaruhi Minat Wisatawan yang Berkunjung Ke Objek Wisata Alam Gunung Mahawu, Tomohon. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 280–288.
- Sudiarta, I Nyoman, Suardana, I. wayan, & Nyoman, A. (2014). Persaingan Daya Tarik Pariwisata Bali Suatu Kajian Konseptual Dan Empiris. *Jurnal Perhotelan Dan Pariwisata*, 4(1), 1–13.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* (S. Trisila (ed.); Edisi Revi). Pustaka Larasan.
- Tanjung, I. S., Tanjung, H., & Samosir, W. R. (2022). Respon Pengunjung Terhadap Daya Tarik Tugu Titik Nol Islam Barus. *Jurnal Somasi Sosial Humaniora Komunikasi*, 1(1), 89–99.
- Utami, N. L. (2017). Kepuasan Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata Di Objek Wisata Pantai Gandoriah Pariaman. *Universitas Negeri Padang*, 1(1), 1–15.
- Wahyudi, Kisman Karinda, & Falimu, F. (2022). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Lauwon. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 1(2), 59–63.

DOKUMENTASI



Dokumentasi wawancara dengan Kepala Desa Simonis



Dokumentasi wawancara dengan Pengelola wisata



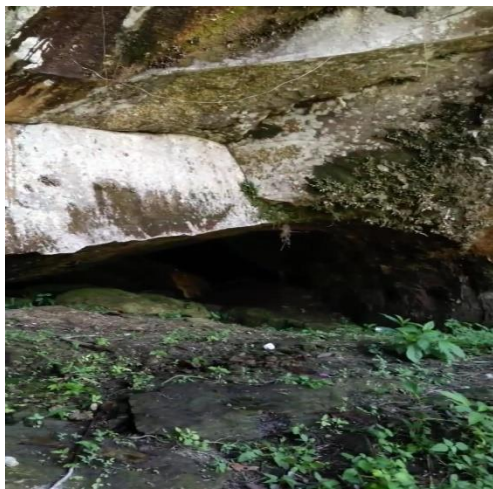
Dokumentasi wawancara dengan informan RM (Pengunjung)



Dokumentasi dengan informan NH (Pengunjung)



Gambar 4.2 Dokumentasi Sungai Gomara Swiss



Gambar 4.3 Goa



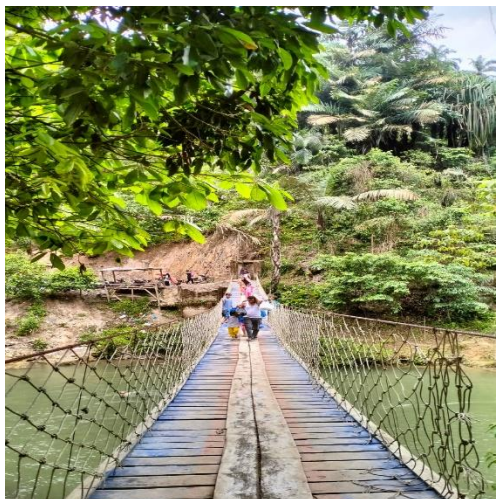
Gambar 4.4 Pondok-pondok



Gambar 4.5 menuju masuk wisata



Gambar 4.6 Suasana Gomaswiss



Gambar Jembatan



Gambar Parkiran



Dokumentasi Rapat mengenai Strategi dan Pengembangan Wisata Alam Gomara



Dokumentasi Pelatihan Arung Jeram

PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA MENDALAM

(Kepala Desa Simonis dan Pengelola Bumdes Serumpun Simonis)

Hari/ Tanggal wawancara : Senin, 10 April 2023

Nama Informan : Amrul Ajhari Munthe

Usia : 37 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Waktu Wawancara : 14.00 Wib

1. Bagaimana menurut anda mengenai Sejarah Pengelolaan terbentuknya Wisata Alam Gomara Swiss?
2. Bagaimana menurut anda mengenai Sarana dan Fasilitas yang ada di Wisata Alam Gomara Swiss?
3. Bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan Pemerintah Desa untuk menarik minat pengunjung?
4. Bagaimana Promosi yang dijalankan oleh Pemerintah Desa sebagai Unit Usaha Milik Desa untuk meningkatkan minat pengunjung?
5. Apa saja faktor pendorong dan penghambat dalam mengembangkan Wisata Alam Gomara Swiss?
6. Upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Desa untuk pengembangan atau perencanaan untuk menarik minat pengunjung?

PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA MENDALAM

(Pengelola Wisata Alam Gomara Swiss dan Pengurus BUMDES)

Hari/Tanggal Wawancara : 15 April 2023

Nama Informan : Sahnal Munthe

Usia : 36

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Waktu Wawancara : 13.30 Wib

1. Bagaimana menurut anda mengenai sejarah terbentuknya Wisata Alam Gomara Swiss di Desa Simonis?
2. Apa saja isi Visi dan Misi dari Wisata Alam Gomara Swiss?
3. Bagaimana menurut anda mengenai Sarana dan Fasilitas yang telah disediakan dan apa ciri khas yang membedakan Wisata Alam Gomara Swiss dengan wisata lainnya yang berada di Desa Simonis?
4. Bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan sebagai Pengelola Wisata Alam Gomara Swiss ?
5. Bagaimana perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi pariwisata dalam meningkatkan minat pengunjung?
6. Apa saja faktor pendorong dan penghambat dalam pengelolaan wisata
7. Upaya yang dilakukan untuk pelaksanaan program selanjutnya untuk meningkatkan minat pengunjung?

PANDUAN PERTANYAAN WAWANCARA MENDALAM

(Pengunjung Wisata Alam Gomara Swiss)

Pertanyaan wawancara :

1. Bagaimana anda mengetahui Wisata Alam Gomara Swiss?
2. Apakah ada kesulitan atau kendala menuju ke Wisata Alam Gomara Swiss?
3. Bagaimana menurut anda mengenai sarana dan fasilitas yang tersedia di Wisata Alam Gomara Swiss?
4. Mengapa anda berminat dan memutuskan untuk mengunjungi Wisata Alam Gomara Swiss?
5. Menurut anda apa yang menjadi daya tarik dari Wisata Alam Gomara Swiss? Dan setelah datang dan menikmati wisata apakah anda berkeinginan dan memutuskan untuk berkunjung kembali?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Nia Lestari
Tempat/Tanggal Lahir : Marbau Selatan, 25 Januari 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat KTP : PERK. Marbau Selatan, Kecamatan Marbau,
Kabupaten Labuhanbatu Utara
Email : nialestari3443@gmail.com

DATA ORANGTUA

Nama Ayah : Teguh Waluyo
Pekerjaan Ayah : Krani Afd PTPN III Kebun Marbau Selatan
Nama Ibu : Faidah
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Babussalam Dusun II Blok 3

RIWAYAT PENDIDIKAN

Nomor Induk Mahasiswa : 1903110203
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Alamat Perguruan Tinggi : Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II
, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan,
Sumatera Utara

No	Tingkat Pendidikan	Tempat	Tahun Kelulusan
1	Taman Kanak-Kanak	TK Perk Marbau Selatan	2007
2	Sekolah Dasar (SD)	SD Negeri 112315 Marbau Selatan	2013
3	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	SMP N 3 Marbau	2016
4	Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)	SMKS Al-Washliyah 2 Merbau	2019
5	Perguruan Tinggi	Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara	2019- sekarang



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Nota Melekat: Surat Izin Penelitian
Nomor: 606/KET/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023

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

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

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

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

fisip@umsu.ac.id

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Nomor : 606/KET/IL.3.AU/UMSU-03/F/2023
Lampiran : -,-
Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 15 Ramadhan 1444 H
06 April 2023 M

Kepada Yth : **Pengelola Wisata Alam Gomara Swiss, Desa Simonis,
Kecamatan Aek Natas, Kabupaten Labuhanbatu Utara**
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

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

Nama mahasiswa : **NIA LESTARI**
N P M : 1903110203
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM
MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG DESTINASI WISATA
ALAM GOMARA SWISS KABUPATEN LABUHANBATU UTARA**

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



Cc : File.



a.n. Dekan,
Wakil Dekan-I

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

NIDN. 0111117804





PEMERINTAH KABUPATEN LABUHANBATU UTARA
KECAMATAN AEK NATAS
DESA SIMONIS

Jl. Pemda No. Desa Simonis Telp : ... Kode Pos : 21455

Nomor : 421.4/127/Sm/2023
Sifat : Biasa
Lamp : -
Perihal : Pemberian Ijin Penelitian

Simonis, 10 April 2023
Keadap Yth :
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Univ. Muhammadiyah
Sumatera Utara (UMSU)
di-
tempat

Dengan hormat,

Sesuai dengan surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor : 606/KET/II.3.AU/UMSU-03/2023, tanggal 06 April 2023 tentang Ijin Penelitian kepada Mahasiswa :

Nama : **NIA LESTARI**
NPM : 1903110203
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : Marbau Selatan Kec. Marbau
Kab. Labuhanbatu Utara

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut diatas dapat kami berikan ijin untuk melaksanakan penelitian di Desa Simonis Kecamatan Aek Natas Kabupaten Labuhanbatu Utara.

Demikian surat ini diperbuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana perlunya.



PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

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

Medan, 23 Februari 2023

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Nia Lestari
N P M : 1903110203
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 127 sks, IP Kumulatif 3,67

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara	✓
2	Persepsi Masyarakat Tentang Pembebasan Jalan Aek Kuo dari Hak Guna Usaha (HGU) PT Smart Tbk Padang Halaban	
3	Persepsi Masyarakat Terhadap Proyek Pembangunan Jalan Lintas Kabupaten Toba Samosir	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

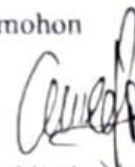
Rekomendasi Ketua Program Studi
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 23 Februari 2023

Ketua,

(Akhyar Ansori S.Sos., M.I.Kom)
NIDN. 0127048101

Pemohon



(Nia Lestari)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr Irwan Syari Tanjung S.Sos.,
M.AP)

NIDN. 0125037101

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 294/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **23 Februari 2023**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **NIA LESTARI**
N P M : 1903110203
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2022/2023
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM
MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG DESTINASI WISATA
ALAM GOMARA SWISS KABUPATEN LABUHANBATU UTARA**

Pembimbing : **Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 079.19.311 tahun 2023.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 23 Februari 2024.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 03 Sya'ban 1444 H
24 Februari 2023 M

Dekan,

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



Tembusan :

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





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

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

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6621400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

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

fisip@umsu.ac.id

[umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan)

[umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan)

[umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

[umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan)

UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggapnya

Sk-3

**PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.

Medan, 27 Maret 2023

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Nia Lestari
 N P M : 1903110203
 Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomer...../SK/II.3.AU/UMSU-03/F/20..... tanggal dengan judul sebagai berikut :

Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Menyetujui :

Pembimbing

Dr. Iwan Syari Tanjung S.Sos M.A.P

NIDN: 015037102

Pemohon

Nia Lestari



UNDANGAN/PANGILIAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 644/JUND/III.3.AU/UMSU-03/F/2023



SK-4

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 31 Maret 2023
Waktu : 10.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt 2
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
26	MA LESTARI	1903110203	FAIZAL HAKZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TUG, S.Sos., M.AP.	STRATEGI KOMUNIKASI PARIMISATA DALAM MENINGKATKAN MINAT PENYUNJUNG DESTINASI WISATA ALAM GOMARA SWISS KABUPATEN LABUHANBATU UTARA
27	SITI AISYAH	1903110217	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., MA	KOMUNIKASI DAN STRATEGI DAKWAH DALAM PROGRAM 'HIKMAH SORÉ DI RADICAL-FATHI: 107.3 FM TERHADAP MINAT PENDENGAR
28	NADYA FEBYOLA	1903110131	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Soc., MSP.	PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPERTAHKAN CITRA POSITIF PT. INALUM MELALUI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
29	ELLA SYAFIRA	1903110185	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	Assec Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	POLA KOMUNIKASI ORANGTUA KEPADA ANAK DALAM MEMBINA PERILAKU KEAGAMAAN DI MEDAN DENAI
30	MUHAMMAD NUZUL RISKI	1903110002	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Assec Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	POLA KOMUNIKASI KELUARGA DALAM PENGASUHAN ANAK PADA ORANGTUA BEDA WARGA NEGARA DI KOMPLEK BUMI ASRI MEDAN



Medan, 07 Ramadhan 1444 H
28 Maret 2023 M
Dipin,
(Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.)



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

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

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224507 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisp.umsu.ac.id> ✉ fisp@umsu.ac.id 📠 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Biar terjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Nia Lestari
 N P M : 1903110203
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu utara

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf/Pembimbing
1.	27-Feb-2023	Konsultasi Mengenai Judul	<i>[Signature]</i>
2.	6-03-2023	Systematika Proposal, Revisi proposal	<i>[Signature]</i>
3.	13-03-2023	Acc Proposal	<i>[Signature]</i>
4.	1-04-2023	Bimbingan Revisi proposal	<i>[Signature]</i>
5.	8-04-2023	Bimbingan Draft pertanyaan	<i>[Signature]</i>
6.	6-04-2023	Acc Draft pertanyaan	<i>[Signature]</i>
7.	11-05-2023	Bimbingan Skripsi Bab 4 dan 5	<i>[Signature]</i>
8.	22-05-2023	Bimbingan Hasil penelitian	<i>[Signature]</i>
9.	29-05-2023	Acc skripsi	<i>[Signature]</i>
10.	30-05-2023	Dibahas untuk Sidang	<i>[Signature]</i>

Medan, ..29.. Mei.....2023..

Dekan,
[Signature]
 Dr. Anif Saleh, S. Sos., M. SP
 NIDN : 0030017402

Ketua Program Studi,
[Signature]
 Akhjar Anshori S. Sps, M. I. Kom
 NIDN : 0127048401

Pembimbing,
[Signature]
 Dr. Iwan Supri Tanjung, S. Sos, M. AP
 NIDN : 015037102





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 1553/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2023

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 24 Agustus 2023
Waktu : 09.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENJUALI			Judul Skripsi
			PENJUALI I	PENJUALI II	PENJUALI III	
1	RISKA AMELIA TINAMBUNAN	1903110299	Dr. IRWAN SYARI TANJUNGG, S.Sos, MAP	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	PERAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL GURU DALAM PENANGANAN PERILAKU PERUNDUNGAN DI SEKOLAH MENENGAH PERTAMA MUHAMMADIYAH; 04 TAPANULI TENGAH
2	NIA LESTARI	1903110203	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	Dr. IRWAN SYARI TANJUNGG, S.Sos MAP	STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN MINAT PENJUNJUNG DESTINASI WISATA ALAM GOMAKA SWISS KABUPATEN LABUHANBATU UTARA
3	NURUL KHAIRUNNISA SARAGI	1903110036	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN KTT G20 BALI PADA MEDIA ONLINE CNNINDONESIA.COM DAN METROTVNEWS.COM
4	JUWITA ANNISA SAKINAH HAMDAN	1903110202	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	PENGARUH KOMUNIKASI VERBAL CALLING TERHADAP TINGKAT KECEMASAN PEREMPUAN DI MEDAN DELI
5	SYIFA ANNISA	1903110111	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	Dr. IRWAN SYARI TANJUNGG, S.Sos, MAP	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	OPINI MASYARAKAT KOTA MEDAN PASCA PENETAPAN ANIES BASWEDAN SEBAGAI CAPRES NASDEM TAHUN 2024

Notulis Sidang :

Ditetapkan oleh :

Tanggal : 4/2 mhs

2023
7m

Medan, 04 Safar 1445 H

21 Agustus 2023 M

Panitia Ujian

Sekretaris

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum
a.n. Rektor
Wakil Rektor I

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

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