

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG DI TAMAN
WISATA SYARIAH PAMAH SEMELIR
KABUPATEN LANGKAT**

SKRIPSI

Oleh:

YULIA CITRA NASUTION
2003110028

Program Studi Ilmu Komunikasi
Kosentrasi Hubungan Masyarakat



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2024

PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Yulia Citra Nasution
NPM : 2003110028
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, tanggal : Rabu, 08 Mei 2024
Waktu : Pukul 08.15 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Dr. ARIFIN SALEH , S.Sos., MSP**

PENGUJI II : **H. TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom**

PENGUJI III : **Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.**

(.....)
(.....)
(.....)

PANITIA PENGUJI



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

Ketua

Sekretaris

(.....)
(.....)

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

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

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

Nama : Yulia Citra Nasution


NPM : 2003110028

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Taman Wisata Syariah Pamah Simelir Kabupaten Langkat

Medan, 08 Mei 2024

Pembimbing


Assoc. Prof. Dr.
FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.
NIDN 0126127401

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi


Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0127048401


Medan
Dr. Arifin Saleh S.Sos. MSP.
NIDN : 0030017402

PERNYATAAN
Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **Yulia Citra Nasution**, NPM 2003110028 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 sesuai imbalan atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya 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 keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuannya 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 keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijasah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 08 Mei 2024

menyatakan



Yulia Citra Nasution

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah Rabiil'segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang tak henti-hentinya memberikan nikmat serta kekuatan yang tak terhingga kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat pengunjung di taman wisata Syariah pamah simelir kabupaten langkat**. Salawat beriring salam tidak lupa penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga syafaat beliau tercurahkan kepada kita semua. Skripsi ini merupakan tugas akhir bagi mahasiswa yang harus di selesaikan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Lembaran ini sekaligus menjadi media bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis yaitu ayahanda **Almarhum Yuspelmi Naustion** merupakan ayah hebat, bijaksana dan tegas dalam mendidik anaknya serta selalu memberikan do'a nasihat cinta dan kasih sayang semasa hidupnya. Dan tak lupa pula kepada **Ibunda Erida Heni Siregar** yang telah memberikan banyak kasih sayang,

cinta, do'a, motivasi, perhatiannya dan merupakan ibu terbaik bagi penulis dan juga dalam hidup penulis, serta memberikan dukungan moral maupun materil. Begitu juga kepada saudara kandung penulis Halimahtus Sakdiah Nasution, Ahmad Hardiansyah Nasution dan abang Ipar arief rizkiansyah. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, kesehatan, karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Dalam menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku rektor universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Bapak Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku wakil dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Ibu Dra. Yurisna Tanjung, M.AP selaku wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

7. Ibu Assoc. Prof. Dr. Faustyna, S.Sos., M.M., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing penulis yang selalu sabar dalam membimbing dan mengajari penulis dalam proses penyusunan skripsi ini
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan.
9. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah membantu kelengkapan berkas-berkas dan juga informasi perkuliahan.
10. Bapak Iskandar Sugito yang telah memberikan izin penulis melakukan penelitian di Taman Wisata Syariah pamah simelir kabupaten langkat.
11. Kepada sahabatku Navianda Fitria Hubbi telah membantu dalam Penulisan Skripsi ini.
12. Kepada sepupuku yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama pengerjaan skripsi ini Sri Wahyuni Naution dan Ahmad Taufiq Nasution
13. Kepada Rizki rahmadhani hasibuan yang telah menemani selama penelitian skripsi ini.
14. Kepada pengujung taman wisata Syariah Pamah Silemir Kabupaten Langkat yang telah meluangkan waktunya menjawab segala pertanyaan dan memberikan pengalaman mereka kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang

membangun guna menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih semoga skripsi dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca dan memperluas pengetahuan pembaca.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, April 2024

Yulia Citra Nasution
2003110028

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG DI TAMAN WISATA SYARIAH PAMAH SIMELIR KABUPATEN LANGKAT

Yulia Citra Nasution
2003110028

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran adalah usaha yang bertujuan untuk menginformasikan atau menarik minat konsumen, meningkatkan atau menyampaikan suatu produk atau jasa yang tersedia kepada publik dijual dan dipasarkan dengan tujuan agar pelanggan mengenal, membeli, dan akhirnya menjadi pelanggan. di era internet saat ini, memanfaatkan media sosial adalah salah satu pendekatan komunikasi yang paling umum digunakan. Strategi ini sangat penting untuk pemasaran barang atau jasa. Media yang di gunakan taman wisata Syariah adalah dengan memanfaatkan media-media yang seperti media elektronik, media sosial dan brosur. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan metode kualitatif. Wawancara, observasi, dan dokumentasi adalah metode pengumpulan data. Penelitian menggunakan proses reduksi data, penyajian, data, dan penarikan kesimpulan. Teori yang di gunakan adalah bauran pemasaran. Penelitian ini didasarkan pada pengelola wisata dan pengunjung. Peneliti mewawancarai lima narasumber dengan mengajukan 25 (dua puluh lima) pertanyaan untuk memenuhi kebutuhan penelitian. Dalam meningkatkan minat pengunjung di taman wisata di Syariah: Taman wisata syariah yang dilakukan langsung di Instagram untuk mempromosikan wisata mereka kepada masyarakat. Hal ini dilakukan karena pihak berwenang taman wisata syariah percaya bahwa Instagram memiliki daya tarik yang besar di kalangan masyarakat saat ini. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengikut Instagram Taman Wisata Syariah sebanyak 5.053rb. Selain itu, taman wisata syariah melakukan postingan langsung di Instagram untuk mempromosikan dan menarik pengunjung ke tempat wisata dan Mereka turun langsung ke lapangan untuk mendistribusikan brosur.

Kata kunci: strategi, komunikasi pemasaran, minat pengunjung, taman wisata Syariah

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan penelitian.....	6
1.4. Manfaat penelitian.....	7
1.4.4. Secara teoritis	7
1.4.5. Secara praktis	7
1.4.6. Secara akademis	7
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II URAIAN TEORITIS	9
2.1. Strategi Komunikasi.....	9
2.2. Komunikasi Pemasaran.....	10
2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran	12
2.4. Bauran pemasaran (<i>marketingmixed</i>)	13
2.5. Taman Wisata Syariah Pamah Semelir	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1. Jenis Penelitian.....	19
3.2. Kerangka Konsep.....	19
3.3. Definisi Konsep	20
3.4. Kategorisasi Penelitian.....	21
3.5. Informan.....	23
3.6. Teknik Pengumpulan Data	23
3.7. Teknik Analisis Data	25
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.9. Deskripsi Singkat Objek Penelitian	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28

4.1. Hasil Penelitian	28
4.2. Profil Informan.....	28
4.2.1. Hasil Wawancara Informan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Lokasi.....	31
4.2.4. Promosi Penjualan.....	33
4.2.5. Minat Pengunjung	35
4.3. Pembahasan.....	36
BAB V_PENUTUP	39
5.1. SIMPULAN	39
5.2. SARAN	39
DAFTAR PUSTAKA	40

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 1. Kegiatan Penelitian	26
Tabel 4.2.1 Profil Informan.....	29

DAFTAR GAMBAR

3.1. Bagan Kerangka Konsep Penelitian	20
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia seperti yang kita ketahui mempunyai beragam macam suku bangsa. Indonesia sebagai negara tropis yang menciptakan keindahan alam serta satwa. Keindahan panorama alamnya yang cukup potensial untuk dikembangkan dengan baik dan ternyata pariwisata dapat diandalkan untuk meningkatkan kesejahteraan warga serta pembangunan nasional. Dengan berkembangnya produk pariwisata di Indonesia ini diharapkan sanggup menjadi salah satu tujuan pariwisata negara.

wisatawan dapat berwisata dan menikmati keanekaragaman wisata dan budaya Indonesia yang mempunyai ciri khas tersendiri dalam keindahan alam yang berbeda beda. Pariwisata merupakan salah satu sektor industri dengan pertumbuhan tercepat dan mendukung perekonomian global di seluruh dunia. Pariwisata merupakan salah satu industri di bidang jasa yang langsung berhubungan dengan konsumen akhir pengguna jasa adapun pengertian jasa “*any act or performance one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything*” (Kotler, 2012)), artinya bahwa jasa di artikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasikan kepemilikan sesuatu (Indriastuty, 2020). Pariwisata kini sudah menjadi kebutuhan hampir setiap orang, sebagai sarana

aktualisasi diri untuk memperoleh pengalaman, pengetahuan baru dan melepas kepenatan kehidupan sehari-hari. Alam indah dan mempesona yang dimiliki negara Indonesia dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai objek wisata yang menarik.

Wisatawan merupakan seseorang maupun kelompok yang berkunjung ke suatu tempat untuk berlibur atau berekreasi pada saat hari libur. Seiring berjalannya waktu banyaknya tempat wisata dengan beranekaragam, Ada banyak nama dan pilihan wisata yang bisa wisatawan pilih, antara lain desa wisata alam, dan wisata religi di kabupaten Langkat. Taman wisata Syariah adalah kawasan dengan mayoritas masyarakat muslim yang cukup besar. Berdasarkan data survey sebanyak 90,58% masyarakat kabupaten Langkat memeluk agama muslim. demikian meski jumlah ini cukup tinggi, mayoritas pariwisata di kabupaten Langkat belum menerapkan unsur syariah kedalam aspek pendukung pariwisatanya tetapi mereka sangat mendukung penuh atas dirinya wisata berkonsep islami yang berada di lingkungan, minoritas.

Bapak Iskandar Sugito adalah pemilik taman wisata Syariah yang baru saja meresmikan pada tanggal 22 November 2023. tempat wisata yang di beri nama Taman Wisata Syariah Pamah Semelir yang beralamat di Desa Telagah Pamah Simelir kabupaten Langkat dibangun pada tahun 2022. Konsep islami yang telah di rancang oleh owner dengan sangat menarik dan unik. Hal menarik yang terdapat di dalam wisata tersebut ialah café dan resto di dalamnya membuat para pengunjung bisa menikmati makanan sambil melihat pemandangan yang indah dan di kelilingi pepohonan hijau, udara yang segar membuat mata nyaman.

Wisatawan banyak melihat miniatur-miniatur islami yang bisa di kunjungi seperti Ka'bah, yang dimana di dalam ka'bah tersebut adalah masjid yang memang di sediakan untuk para pengunjung untuk melaksanakan ibadah sholat. Masjid Nabawi yang di dalamnya banyak terdapat sejarah-sejarah islam, kemudian terdapat juga miniature Masjid Istiqlal. Serta pondok penginapan yang unik dengan tulisan asmaul husna dan atapnya berbentuk prisma.

Peneliti menemukan fasilitas seperti harga tiket masuk di Taman Wisata Pamah Semelir cukup terjangkau seperti hari- hari besar dengan biaya tiket masuk mulai harga nya Rp.15.000.00 untuk hari biasa dan khusus hari libur harganya Rp. 20.000.00. gratis untuk anak umur 5 tahun kebawah dan gratis khusus driver dengan harga di atas sudah termasuk biaya keamanan. Harga pondok dengan tarif yang standart harganya mulai dari Rp.30.000.00 hingga Rp.50.000.00 serta harga penginapannya mulai Rp.350.000.00- Rp.450.000.00 wisata ini cocok untuk semua kalangan.

Manager memiliki fungsi disuatu Lembaga sebagai pelaku yang menjalankan roda kepemimpinan, karena itu mereka sangat dibutuhkan. Terkait hal pekerjaan mereka menjalankan fungsi manajemen perusahaan. Dapat diartikan sebagai suatu serangkaian kegiatan atau Tindakan yang dilakukan oleh seorang manager dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai tujuan. Manajemen komunikasi dan kepemimpinan juga merupakan bagian penting dalam studi tentang komunikasi kelompok dan organisasi. Hal ini meliputi bagaimana manjer dan pemimpin dalam organisasi dapat mengatur komunikasi agar berjalan efektif

dan efisien, serta bagaimana mereka dapat membangun hubungan dan memimpin anggota tim dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Strategi komunikasi pemasaran adalah usaha yang bertujuan untuk menginformasikan atau menarik minat konsumen, meningkatkan atau menyampaikan suatu produk atau jasa yang tersedia kepada publik dijual dan dipasarkan dengan tujuan agar pelanggan mengenal, membeli, dan akhirnya menjadi pelanggan. Di era internet saat ini, memanfaatkan media sosial adalah salah satu pendekatan komunikasi yang paling umum digunakan. Strategi ini sangat penting untuk pemasaran barang atau jasa. Komunikasi dan pemasaran adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan, strategi pemasaran yang efektif memerlukan komunikasi yang efektif dari perusahaan. Strategi komunikasi yang efektif tentu memerlukan persiapan yang cermat. Dengan metode atau alat komunikasi pemasaran menggunakan media pariwisata yang bertujuan untuk memberi tahu, membujuk, memperkenalkan, dan meningkatkan pelanggan sehingga mereka ingin mengunjungi destinasi wisata.

Strategi komunikasi pemasaran sangat memiliki peran penting dalam setiap bidang usaha termasuk taman wisata Syariah pamah simelir guna menarik minat pengunjung. Kegiatan Promosi yang dilakukan manager taman wisata Syariah adalah dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial adalah teknologi berbasis computer yang memfasilitasi untuk mengembangkan hingga membagikan berbagai ide dan informasi melalui jaringan internet beserta komunitas virtual. Media sosial berbasis internet ini dapat memberikan user atau pengguna konten elektronik seperti data pribadi, dokumen, video dan foto.

Pengguna dapat menggunakan dan mengakses media sosial melalui computer, tablet, dan smartphone dengan instal terlebih dahulu perangkat lunak atau aplikasi berbasis web tertentu. Seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, Youtube, Twitter, Tiktok (Faustyna, 2022)).

Minat pengunjung membuat daya tarik wisatawan segala sesuatu yang mempunyai keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa berbagai hasil alam, budaya, dan buatan yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan. ((Sinurat et al., 2020) Upaya periklanan yang tepat sasaran akan lebih berhasil bila diterapkan melalui komunikasi yang baik, karena komunikasi merupakan aspek penting dalam pemasaran sektor pariwisata lokal. Pentingnya komunikasi perlu dipahami agar informasi yang disampaikan mempunyai efek yang diinginkan dan kemauan bersama dapat tercapai.

Langkah langkah pemasaran yang diterapkan kurang efisien dan efektif tanpa adanya minat. Adanya minat merupakan salah satu tujuan penting kegiatan pemasaran yang ingin dicapai. Harapan stakeholder terhadap kegiatan pemasaran wisata yang tidak hanya menawarkan keindahan alam saja, tetapi membangun image wisata dan meningkatkan pengunjung.

Peneliti memilih objek penelitian di Taman Wisata Syariah pamah simelir Jln. Lintas Langkat-Karo, Desa Telagah Sei Bingai Kabupaten Langkat. Merupakan tempat wisata yang juga sekaligus tempat edukasi. Dengan lokasi seluas 5 hektar di bangun di dinding bukit leuser. Pengunjung dapat menemukan bangun menyerupai ka'bah dan refleksi Masjid Nabawi untuk menjadi spot foto, dan juga tempat ini mengedukasi pengujung untuk melihat dan membaca sejarah islam

yang berada di dalam Masjid Nabawi. Selain itu di tempat ini juga terdapat kolam renang yang disediakan untuk para pengunjung berenang secara gratis Dengan panorama yang indah dan sejuk.

Taman Wisata Syariah Pamah Semelir yang berkonsep Syariah sudah banyak dikunjungi oleh wisatawan setempat, namun kurang promosi di daerah luar sehingga orang daerah luar Langkat belum mengetahui keberadaan taman wisata ini. karena minim nya promosi. Peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pihak taman wisata apakah menggunakan media sosial atau komunikasi lisan sebagai penarik minat pengunjung. Dengan demikian penjelasan diatas penulis menarik untuk melakukan penelitian dengan lanjut untuk mengetahui minat pengunjung di “taman wisata Syariah pamah simelir dengan judul bagaimana strategi komunikasi pemasaran di taman wisata Syariah pamah simelir “.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan diatas maka dapat pula dirumuskan masalahnya sebagai berikut: “Bagaimana Startegi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan Manager dalam meningkatkan Minat Pengunjung di Taman Wisata Syariah Pamah Simelir?

1.3. Tujuan Penelitian

Dengan adanya permasalahan yang telah dikemukakan diatas dan berpedoman pada subjektifitas penulisan karya ilmiah maka, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menarik minat pengunjung dan mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang ada di taman wisata syariah pamah simelir kabupaten Langkat.

1.4. Manfaat penelitian

1.4.4. Secara teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengetahui unsur dari strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pihak taman wisata Syariah pamah simelir dalam meningkatkan minat pengunjung.

1.4.5. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat dalam dunia komunikasi pemasaran seperti bagaimana penerepan platform media sosial sebagai saran promosi iklan dalam meningkatkan minat pengunjung taman wisata Syariah pamah simelir.

1.4.6. Secara akademis

penelitian ini dilakukan sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata 1 bidang kajian Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.5. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan di skripsi ini sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian

BAB II: URAIAN TEORITIS

Merupakan uraian teoritis yang menguraikan tentang strategi komunikasi, komunikasi pemasaran, bauran pemasaran, dan minat pengunjung Taman Wisata Syariah Pamah Simelir

BAB III: METODE PENELITIAN

Merupakan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang kerangka konsep, narasumber, teknik pengumpulan data, kategorisasi, teknik analisis data, lokasi dan waktu pelaksanaan serta sistematika penulisan.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang menguraikan hasil dan pembahasan penelitian selama di taman wisata Syariah

BAB V: PENUTUP

Merupakan bab yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Strategi Komunikasi

Strategi adalah dasarnya merencanakan dan melaksanakan suatu tujuan, strategi tidak hanya sebagai menunjuk arah saja tetapi harus menunjukkan tindakan. Perencanaan proses menentukan apa yang ingin dicapai dimasa akan datang dan menentukan langkah-langkah yang dicapai sehingga mencapai tujuan tersebut. Adapun perencanaan indentifikasi langkah-langkah tertentu dalam pengembangan proses rencana. (Ahda & Rozi, 2022). Rencana yang sudah disusun akan menjadi sebuah gambaran bagaimana penelitian dilaksanakan.

Komunikasi berasal dari kata latin “communicare” yang artinya “menyampaikan” bahwa pengertian komunikasi adalah penyampaian suatu pesan atau informasi antara komunikan dan komunikator sehingga mendapatkan *feedback* (umpan balik). Proses komunikasi memahami bagaimana pesan dikirim, diterima, dan dipahami oleh pihak yang terlibat dalam proses komunikasi meliputi tentang kode, sinyal, konteks, serta pesan verbal dan nonverbal (Faustyna, 2023a).

Strategi komunikasi adalah perencanaan dalam penyampaian melalui berbagai unsur komunikasi seperti formalitas, isi dan saluran. Strategi komunikasi sangat penting bagi perkembangan suatu organisasi/perusahaan untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Analisis dalam

pengembangan strategi komunikasi berdasarkan dimensi strategi yang digunakan yaitu tujuan, kebijakan dan program. Oleh karena itu, menyusun strategi Komunikasi merupakan langkah taktis yang sistematis untuk mencapai tujuan organisasi (Fitriani et al., 2020).

Arifin Saleh menjelaskan bahwa strategi komunikasi menjadi bagian penting bagi perusahaan dalam pengelolaan berbagai program kegiatan. Kegiatan yang telah diterapkan harus dikomunikasikan dengan baik sebagai bentuk tanggung jawab kepada pemangku kepentingan dan masyarakat, serta untuk target pemberdayaan masyarakat (Saleh & Sihite, 2020). Strategi komunikasi dibagi menjadi dua yaitu komunikasi mikro (strategi media komunikasi tunggal). komunikasi makro (strategi multimedia terencana) sebagai berikut:

1. Komunikasi mikro (strategi media tunggal) adalah komunikasi pemasaran yang berkonsentrasi pada respon spesifik konsumen terhadap komunikasi.
2. Komunikasi Makro (strategi multimedia terencana) adalah komunikasi yang terdiri dari 9 elemen, dua elemen sebagai pihak pengirim dan penerima. Dua elemen lainnya mempersentasikan alat komunikasi seperti pesan dan media. Selanjutnya mempersentasikan fungsi komunikasi utama yaitu pengartian, respon, dan umpan balik. Dan bagian terakhir gangguan yang dapat mengganggu prosesnya komunikasi.

2.2. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi adalah yang sama suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud mengubah perilaku, demikian dikatakan Everett M. Rogers. makna ini menekankan bahwa dalam komunikasi ada sebuah

proses pengoperan(pemrosesan) ide,gagasan dan di dalam peroses itu melibatkan orang lain. Sehubung kenyataan bahwa komunikasi adalah sesuatu hal yang tidak bisa di pisahkan dari aktivitas seorang manusia,tentu masing -masing mempunyai cara sendiri tujuan apa yang akan di dapatkan. Harold D. Lasswell menyebutkan *who* (siapa), *say what* (mengatakan apa), *in which channel* (lewat saluran mana), *to whom* (kepada siapa), *with what effect* (efek apa yang diharapkan). Dalam pandangan lasswell, pesan yang disampaikan melalui media massa dapat mempengaruhi persepsi,sikap, dan perilaku masyarakat. Dan jelas masing masing orang mempunyai perbedaan dalam memaknai komunikasi tersebut. Oleh karena itu, dalam komunikasi dikenal pola-pola tertentu sebagai manifestasi manusia dalam berkomunikasi.

Faustyna menyatakan Komunikasi Pemasaran adalah konsep manajemen yang berkaitan dengan penggunaan komunikasi untuk mempromosikan produk atau layanan. Ini mencakup iklan promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Tujuan dari komunikasi pemasaran adalah untuk mempengaruhi persepsi konsumen tentang produk atau layanan tertentu dan memotivasi mereka untuk membeli atau menggunakan produk atau layanan tersebut. Teori-teori yang dapat digunakan dalam komunikasi pemasaran sangatlah beragam. Beberapa teori yang sering digunakan dalam komunikasi pemasaran (Faustyna, 2023).

Komunikasi pemasaran (marketing communication) adalah sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Komunikasi pemasaran mempresentasikan “suara” perusahaan dan

mereknnya serta merupakan sarana dimana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen (Dr.M.Anang Firmansyah, SE., 2020)Kegiatan pemasaran bertujuan untuk menyediakan produk dan jasa yang baik kepada masyarakat dan masyarakat tidak lepas dari kegiatan komunikasi melalui persuasi dan ajakan yang bertujuan untuk menarik perhatian positif terhadap produk dan jasa yang diberikan. Komunikasi pemasaran memiliki 3 fungsi yaitu:

- a. Fungsi strategis, adalah fungsi yang mengarahkan keputusan strategis ditingkat organisasi Ketika melakukan penelitian branding dan perkembangan konsumen yang luas
- b. Fungsi operasional, fungsi yang berperan sebagai perencanaan, permintaan layanan jasa dan sumber daya manusia. Fungsi ini bertanggung jawab atas pelaksanaan strategi manajemen dan rencana pemasaran.
- c. Fungsi riset, berperan sebagai melakukan riset konsumen dan memberikan masukan kepada departemen dan strategis operasional.

2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran

Strategi komunikasi pemasaran adalah ide kreatif yang saling berkaitan dengan sebuah manajemen atau perusahaan untuk mencapai target pasar yang terbaik dan mewujudkan kepuasan terhadap konsumen. Strategi komunikasi pemasaran adalah cara yang ditempuh perusahaan untuk merealisasikan misi, tujuan dan sasaran yang telah ditentukan dengan cara menjaga dan mengupayakan adanya keserasian antara berbagai tujuan yang ingin dicapai, kemampuan yang

dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi di pasar produknya. (Adisaputro, 2014)

2.4. Bauran pemasaran (*marketingmixed*)

Bauran komunikasi pemasaran (*marketingmixed*) adalah dasar dari strategi komunikasi pemasaran. Bauran ini terdiri dari hal-hal seperti penjualan, periklanan, promosi, pemasaran langsung, periklanan dan hubungan masyarakat, sponsorship, pengemasan, pameran, toko dan barang, serta promosi dari mulut ke mulut, pemasaran elektronik, dan identitas perusahaan. Strategi komunikasi yang lebih baik akan membuat proses periklanan lebih mudah; sebaliknya, jika strategi komunikasinya buruk, proses periklanan akan menghadapi banyak masalah.

Bauran pemasaran yang digunakan untuk melakukan strategi komunikasi pemasaran untuk taman wisata Syariah pamah simelir ialah dengan 4P alat komunikasi pemasaran: public Relation (hubungan masyarakat), advertising (periklanan), sales promotion (promosi penjualan), personal selling (penjualan personal), direct marketing (pemasaran langsung). Promosi berasal dari kata bahasa Inggris mempromosikan dan diartikan sebagai "perkembangan" atau "perbaikan". ada beberapa komponen dalam promosi (Indriastuty, 2020).

Bauran komunikasi pemasaran adalah dasar dari strategi komunikasi pemasaran. Bauran ini terdiri dari hal-hal seperti penjualan, periklanan, promosi, pemasaran langsung, periklanan dan hubungan masyarakat, pemasaran langsung. Menurut Faustyna, (faustyna, 2023:29). Strategi komunikasi yang lebih baik akan membuat proses periklanan lebih mudah; sebaliknya, jika strategi komunikasinya buruk, proses periklanan akan menghadapi banyak masalah. Karena itu, manajer

dan karyawan menggunakan media sosial untuk mempromosikan tempat wisata. Sangat penting bagi manajer dan karyawan untuk berkomunikasi secara terbuka dan jujur tentang tujuan dan target kinerja masing-masing divisi.

Untuk mencapai tujuan organisasi, mereka harus membangun hubungan kerja yang baik dan saling mendukung. Berikut beberapa dimensi dalam bauran pemasaran:

1) Hubungan masyarakat

Ketergantungan antara individu dengan perusahaan dan pemerintahan dengan organisasi-organisasi sosial telah menciptakan kebutuhan akan filsafat dan fungsi dalam manajemen fungsi itulah yang disebut dengan hubungan masyarakat. (Prof. Dr. Soleh Soemirat & Dr. Elvinaro Ardianto, 2022). Kebutuhan untuk meningkatkan Kerjasama antara Lembaga dan masyarakat bukanlah hal yang baru masyarakat dari Lembaga memperoleh kepuasan material, sosial kerohanian. Hal yang baru adalah kesadaran pemimpin pentingnya keberadaan masyarakat.

2) Periklanan

Iklan merupakan bentuk non individual dari komunikasi massa yang menawarkan kontrol yang tinggi terhadap hasil desain dan penyampaian pesan. Kemampuan iklan dalam mempengaruhi target sasaran untuk berpikir dan berperilaku dalam hal tertentu masih menjadi pertanyaan. (Rachmat Kriyantono, 2013). Periklanan ialah proses komunikasi satu arah bersifat impersonal yang bertujuan mempengaruhi orang lain untuk membeli produk yang disebarluaskan melalui media masa atau media massif. Fleksibilitas dalam iklan dinilai bagus karena dapat digunakan untuk berkomunikasi secara luas kepada target sasaran

walaupun biaya yang dikeluarkan juga sangat tinggi. Periklanan digunakan dalam bauran pemasaran untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan konsumen. Periklanan merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran dan sangat penting bagi perusahaan yang melakukan iklan.

3) Promosi penjualan

Promosi penjualan Sama seperti iklan, promosi penjualan adalah bentuk komunikasi non individual yang memiliki kapasitas lebih untuk menargetkan kepada sasaran yang lebih center (kecil). Promosi penjualan terdiri dari berbagai macam teknik pemasaran yang biasanya digunakan untuk menambah nilai dari penawaran yang diberikan. Tujuannya adalah untuk mengakselerasi penjualan dan mengumpulkan informasi pemasaran.

4) Penjualan Personal

Penjualan individual atau individual offering merupakan bentuk komunikasi interpersonal yang melibatkan aktivitas tatap muka yang dilakukan seorang individu yang mewakili sebuah organisasi atau badan usaha untuk mempengaruhi atau mengingatkan target sasaran dalam melakukan pembelian. Orang penjualan (sales individual) terhubung dengan komunikasi dalam bentuk komunikasi langsung (one to one) yang memungkinkan untuk mendapatkan masukan secara langsung.

5) Pemasaran Langsung.

Merupakan bentuk organisasi dalam berkomunikasi secara langsung dengan calon konsumen guna mendapatkan tanggapan atau tindakan pembelian. Pemasaran langsung bukan sekedar melakukan pengiriman surat (*coordinate mail*) ataupun mengirimkan katalog perusahaan saja, tetapi pemasaran langsung

mencakup kegiatan seperti pengelolaan database, penjualan langsung, telemarketing, dan iklan tanggapan langsung.

Adapun beberapa variable bauran pemasaran: (a) *Product*, adalah bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan guna mencapai tujuan (baik berwujud fisik atau tidak) yang dapat ditawarkan kepada pelanggan potensial guna pemenuhan dan keinginan pelanggan atau konsumen, (b) *Pricing*, keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategik dan taktikal, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga di antara berbagai kelompok pelanggan; (c) *Promotion*, meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial dan aktual. Metode-metode tersebut seperti periklanan, promosi penjualan, direct marketing, personal selling, dan public relation; (d) *Place*, menyangkut tempat dan kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik, keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi para pelanggan, dan keputusan lokasi yang ditetapkan demi ketersediaan jasa; (e) *People*, orang sebagai unsur yang utama dalam bauran pemasaran pada sebagian besar jasa; (f) *Physical Evidance*, karakteristik tidak berwujud pada jasa menyebabkan pelanggan potensial tidak dapat menilai suatu jasa sebelum mengkonsumsinya; (g) *Process*, proses operasi atau produksi merupakan faktor penting bagi konsumen high-contact service, yang sering kali juga berperan sebagai co-producer jasa tersebut; (h) *Customer service*. Pada sektor jasa, memberikan pelayanan kepada konsumen atau

pelanggan dapat diartikan sebagai kualitas total jasa yang dipahami atau yang diartikan oleh pelanggan

6) Minat Pengunjung

Definisi ini diadopsi dari beberapa referensi, seperti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata dan definisi para ahli pariwisata. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa berbagai hasil alam, budaya, dan buatan yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan. (Sinurat et al., 2020). Upaya periklanan yang tepat sasaran akan lebih berhasil bila diterapkan melalui komunikasi yang baik, karena komunikasi merupakan aspek penting dalam pemasaran sektor pariwisata lokal. Pentingnya komunikasi perlu dipahami agar informasi yang disampaikan mempunyai efek yang diinginkan dan kemauan bersama dapat tercapai.

Langkah langkah pemasaran yang diterapkan kurang efisien dan efektif tanpa adanya minat. Adanya minat merupakan salah satu tujuan penting kegiatan pemasaran yang ingin dicapai. Harapan stakeholder terhadap kegiatan pemasaran wisata yang tidak hanya menawarkan keindahan alam saja, tetapi membangun image wisata dan meningkatkan pengunjung.

2.5. Taman Wisata Syariah Pamah Semelir

Peneliti mengambil Tempat Wisata (Taman Wisata Syariah Pamah Simelir) Sebagai tempat yang akan diteliti. Taman Wisata Syariah merupakan tempat wisata yang berkonsep islami. Yang baru saja diresmikan pada tanggal 22 November 2023. tempat wisata yang diberi nama Taman Wisata Syariah yang

beralamat di Desa Telagah Pamah Simelir kabupaten Langkat. Dalam peresmian wisata tersebut turut hadir Plt bupati kabupaten Langkat Bapak Syah Afandi.

Taman Wisata Syariah pamah simelir merupakan tempat wisata yang juga sekaligus tempat edukasi. Dengan lokasi seluas 5 hektar di bangun di dinding bukit leuser. Pengunjung dapat menemukan bangun menyerupai ka'bah dan refleksi Masjid Nabawi untuk menjadi spot foto, dan juga tempat ini mengedukasi pengunjung untuk melihat dan membaca sejarah islam yang berada di dalam Masjid Nabawi. Selain itu di tempat ini juga terdapat kolam renang yang disediakan untuk para pengunjung berenang secara gratis Dengan panaroma yang indah dan sejuk.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian metode kualitatif deskriptif kualitatif. Yang fokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena sosial, budaya dan perilaku manusia melalui pengumpulan data dan analisis data yang dipaparkan seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif dengan tujuan memahami konteks kompleksitas fenomena yang diteliti. (Creswell, 2013) Metode ini tidak hanya memberi penjelasan tetapi juga menganalisis berdasarkan teori dan metode. Metode penelitian ini digunakan untuk memberikan penjelasan tentang strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat pengunjung yang dianalisis dengan berbentuk wawancara (Faustyna, 2023).

3.2. Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah abstrak atau bentuk yang tidak bisa langsung diamati dan diukur melalui variabel. Maka konsep yang dimaksud adalah untuk menjelaskan hal-hal penting dan teoritis dalam penelitian, yang tujuannya adalah untuk menguraikan hal-hal yang bersifat abstrak. Dari uraian di atas maka kerangka konsep dapat digambarkan sebagai berikut:



3.1. Bagan Kerangka Konsep Penelitian

3.3. Definisi Konsep

Konsep adalah bentuk pemikiran atau ide yang menguraikan tentang sebuah fenomena yang akan diteliti. berikut definisi konsep yang akan diteliti:

- a) Strategi Komunikasi, merupakan rencana perusahaan untuk menjangkau calon konsumen dan memasarkan produk, jasa, atau wisata yang dipromosikan.

tujuannya adalah untuk menarik pengunjung/konsumen, serta menjaga agar bisnis tetap hidup dan berkembang

- b) Komunikasi pemasaran, merupakan konsep manajemen yang berkaitan dengan penggunaan komunikasi untuk mempromosikan produk atau layanan. Ini mencakup iklan promosi penjualan dan hubungan masyarakat.
- c) Strategi komunikasi pemasaran, adalah ide kreatif yang berkaitan dengan sebuah manajemen atau perusahaan untuk mencapai target pasar yang terbaik dan mewujudkan kepuasan terhadap konsumen .
- d) Minat pengunjung, merupakan daya tarik wisata dalam segala sesuatu yang mempunyai keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa berbagai hasil alam, budaya, dan buatan yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan.
- e) Taman wisata Syariah pamah simelir, merupakan tempat wisata yang juga sekaligus tempat edukasi karena didalam Wisata ini banyak terdapat miniature-miniatur islami dan sejarah -sejarah islam. Dengan pemandangan yang indah sejuk dan pepohonan hijau membuat para pengunjung terasa nyaman dan merasakan ketenangan saat berkunjung.

3.4. Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi memperlihatkan bagaimana cara mengukur sebuah variable penelitian hingga diketahui dengan cara apa yang menjadi kategorisasi pada penelitian dan juga untuk menganalisis dari variable tersebut adalah sebagai berikut:

1) Strategi Komunikasi pemasaran

Adisaputro, menjelaskan Strategi komunikasi pemasaran adalah ide kreatif yang saling berkaitan dengan sebuah manajemen atau perusahaan untuk mencapai target pasar yang terbaik dan mewujudkan kepuasan terhadap konsumen. Strategi komunikasi pemasaran adalah cara yang ditempuh perusahaan untuk merealisasikan misi, tujuan dan sasaran yang telah ditentukan dengan cara menjaga dan mengupayakan adanya keserasian antara berbagai tujuan yang ingin dicapai, kemampuan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi di pasar produknya.

2) Lokasi

Lokasi adalah letak atau tempat dimana suatu fenomena geografi terjadi. menyangkut tempat dan kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik, keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi para pelanggan, dan keputusan lokasi yang ditetapkan demi ketersediaan jasa. Peneliti memilih lokasi di taman wisata Syariah pamah semelir. Jln.Lintas Langkat-Karo,Desa Telagah Sei Bingai Kabupaten Langkat.

3) promosi penjualan

Promosi penjualan Sama seperti iklan, promosi penjualan adalah bentuk komunikasi non individual yang memiliki kapasitas lebih untuk menargetkan kepada sasaran yang lebih center (kecil). Promosi penjualan terdiri dari berbagai macam teknik pemasaran yang biasanya digunakan untuk menambah nilai dari

penawaran yang diberikan. Tujuannya adalah untuk mengakselerasi penjualan dan mengumpulkan informasi pemasaran.

4) Minat pengunjung

Definisi ini diadopsi dari beberapa referensi, seperti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata dan definisi para ahli pariwisata. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa berbagai hasil alam, budaya, dan buatan yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan. (Sinurat et al., 2020)

3.5. Informan

Sumber data merupakan hal yang paling penting dalam penelitian ini dikarenakan sumber data adalah suatu hubungan utama yang dijadikan sebagai sumber informasi, sehingga dapat menggambarkan hasil dari suatu penelitian. Pada penelitian yang menjadi narasumber informasinya ialah pengelola taman wisata Syariah dan wisatawan yang berkunjung. Informasi dengan melalui kegiatan wawancara dengan meminta pendapat opini terkait fenomena yang ada di taman wisata syraiah pamah simelir Selain itu narasumber juga sangat diperlukan guna menunjang keberhasilan suatu penelitian dalam penelitian ini.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Pada teknik pengumpulan data, jenis data yang akan dikumpulkan yaitu data kualitatif. teknik Pengumpulan data yang akan dilakukan yaitu dengan cara, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a) Observasi

Yang dilakukan dengan cara mengamati kejadian secara pasif atau dengan melakukan intraksi aktif dengan objek maupun individu yang diamati lingkungan yang diteliti untuk memperoleh pemahaman yang mendalam. secara langsung subjek penelitian secara detail kegiatan apa saja yang dilakukan. Subjek observasi dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi pihak manajemen dalam mempromosikan Taman Wisata Syariah Pamah Simelir.

b) Wawancara

Bryman menjelaskan bahwa wawancara dapat dilakukan secara tatap muka atau melalui telepon atau media komunikasi lainnya. Dan ia juga menguraikan tentang jenis pertanyaan yang dapat di gunakan dalam wawancara, seperti pertanyaan terbuka dan tertutup. (Alan Bryman, 2016). Pengumpulan data digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya atau melalui proses tanya jawab dan dilakukan secara tatap muka. Beragam untuk menghasilkan informasi. Responden dalam penelitian ini adalah pengelola atau karyawan Taman Wisata Syariah Pama Simelir.

c) Dokumentasi

Pengumpulan data dari sumber dokumen secara gambar dan dalam bentuk dokumen, dokumentasi sebagai alat pelengkap penelitian berlangsung. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang mengumpulkan berbagai dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Dokumen ini dapat terdiri dari hasil penelitian, foto-foto, dan sebagainya. atau foto, buku harian, undang-undang,

karya seni, dan sebagainya Selain itu, hanya dapat digunakan sebagai data pendukung untuk mengeksplorasi masalah penelitian.

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan secara sistematis disertai dengan catatan dan dokumentasi tertulis dari praktik. Peneliti menggunakan metode pengorganisasian data berdasarkan kategori, memecahnya menjadi unit-unit. mensintesisnya, serta mengorganisasikan dan mengklasifikasikannya ke dalam pola-pola yang menjadi. bahan penting. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian, analisis perbandingan dan penarikan kesimpulan.

- a. Reduksi data adalah bagian proses analisis yang menekankan, mempersingkat, memusatkan perhatian, menghilangkan hal-hal yang tidak penting, dan mengorganisasikan data sehingga dapat diambil kesimpulan darinya.
- b. Penyajian data adalah pengorganisasian informasi untuk membantu menarik kesimpulan dan memahami apa yang sedang terjadi.
- c. Menarik kesimpulan adalah suatu kesimpulan yang diuji dengan cara melihatnya, mengajukan pertanyaan kembali, dan membaca sekilas catatan lapangan agar lebih cepat memahaminya.

Teknik analisis data dilakukan secara sistematis disertai dengan catatan dan dokumentasi tertulis dari praktik. Peneliti menggunakan metode pengorganisasian data berdasarkan tabel di bawah ini:

NO	KEGIATAN	BULAN							
		XII	I	II	III	IV	V	VI	VII
1	Penetapan judul dan dosen pembimbing								
2	Pengumpulan data								
3	Penyusun dan pengajuan peroposal								
4	penyusunan instrumen penelitian (pengurusan izin pengambilan data penelitian)								
5	pelaksanaan penelitian								
6	Pengambilan data lapangan								
7	Pengelolaan data analisis								
8	Penulisan laporan akhir								
9	Ujian skripsi								

Tabel 3.1 1. Kegiatan Penelitian

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian adalah letak dimana penelitian yang akan dilakukan untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan dan berkaitan sesuai dengan permasalahan. Peneliti berhasil menemukan lokasi penelitian berada di Jl.Lintas Langkat Karo, Desa Telagah Sei Bingai Kabupaten Langkat “Taman Wisata Syariah Pamah Simelir “. Waktu penelitian yang dilaksanakan mulai bulan Maret hingga Mei 2024.

3.9. Deskripsi Singkat Objek Penelitian

Peneliti memilih objek penelitian di Taman Wisata Syariah pamah simelir Jln.Lintas Langkat-Karo,Desa Telagah Sei Bingai Kabupaten Langkat. Merupakan tempat wisata yang juga sekaligus tempat edukasi. Dengan lokasi seluas 5 hektar di bangun di dinding bukit leuser. Pengunjung dapat menemukan bangun menyerupai ka’bah dan refleksi Masjid Nabawi untuk menjadi spot foto, dan juga tempat ini mengedukasi pengujung untuk melihat dan membaca sejarah islam

yang berada di dalam Masjid Nabawi. Selain itu di tempat ini juga terdapat kolam renang yang disediakan untuk para pengunjung berenang secara gratis Dengan panaroma yang indah dan sejuk.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Peneliti menemukan hasil penelitian dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui wawancara dan dokumentasi di lapangan. Peneliti mewawancarai narasumber tentang "Strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat pengunjung dintaman wisata syariah pamah simelir" selama penelitian. Data yang dikumpulkan peneliti berasal dari wawancara secara langsung atau pertemuan tatap muka dengan subjek. Peneliti melakukan wawancara dengan 25 pertanyaan untuk lima orang. Selain wawancara, peneliti juga melakukan penelitian dengan metode Observasi dan Wawancara, Dokumentasi. dengan cara ini dapat membantu peneliti mendapatkan data penelitian yang efektif.

4.2. Profil Informan

No	Nama informan	Usia	Pendidikan	Alamat	Kategori
1	Iskandar sugito	52 tahun	S2	Jln. karya bakti lingkungan 6 sidomulyo kecamatan stabat, kabupaten langkat	Pemilik taman wisata Syariah
2	Irwansyah	35 tahun	SMA	Jln. imam bonjol binjai	Manajer taman wisata sayariah
3	Erwandi	37	SMK	Sei binge	pengunjung

		tahun		kabupaten langkat	
4	Nursyanti	40 tahun	SMA	Jln. Sparman Medan	pengunjung
5	Rizki rahmadhani	25 tahun	S1	Jln.anggrek kecamatan tanjung pura, kabupaten langkat	pengunjung

4.2 profil informan

4.3. Hasil Wawancara Informan

4.3.1. Strategi Komunikasi Pemasaran

Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh taman wisata Syariah pamah semelir adalah dengan mempromosikan wisata melalui media sosial seperti Instagram. membuat iklan di media sosial hal tersebut sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat publik serta tertarik nya publik pada taman wista syariah. Para informan juga mendapatkan informasi wisata Syariah pamah semelir dari media sosial, Ketika peneliti menanyakan bagaimana bagaimana komunikasi pemasaran yang efektif digunakan untuk meningkatkan minat pengunjung di taman wisata syariah pamah simelir dari bidang segmentasi pasar dan pengembangan branding, Bapak Iskandar Sugito menjawab:

“ya alhamdulillah pemasaran kita selama ini cukup efektif kan sekarang ini ada dua jalur yg kita gunakan pertama jakur konvensional kita memberikan informasi - informasi kepada masyarakat melalui berowsur kemudian pengumuman dari mulut ke mulut dan dari teman,kerabat yang telah mengunjungi tws. yang kedua kan sekarang kan canggih ada media online medsos yang kita gunakan untuk

menyampaikan informasi sekarang ini jalur media sosial lebih efektif dan cepat tersebar luas dan masyarakat berkenan berkunjung mulai dari masyarakat setempat hingga dari luar kota. wisata ini sangat terbuka untuk umum ya kita menerima dari segala agama karena arti syariah kan terbuka jadi tidak menghalangi siapa saja untuk berkunjung. untuk jumlah pengunjung biasanya bertambah di hari weekand dan hari libur hari biasa juga tetap ada alhamdulillah. untuk ramadhan kita tetap buka ada banyak kegiatan seperti pengajian, pesantren kilat dan banyak lagi. dua hari menjelang idul fitri kita tutup dan lebaran kedua kita buka kembali.

Peneliti menarik kesimpulan dari hasil wawancara bapak Iskandar Sugito sebagai pemilik taman Syariah paham semelir strategi komunikasi pemasaran yang di terapkan menggunakan jalur konvensional yaitu kebiasaan dalam masyarakat dalam mempromosikan wisata seperti menggunakan brosur, dan mulut ke mulut. Adapun juga menggunakan media sosial seperti Instagram, facebook, tiktok dan youtube. Menurut tanggapan bapak Irwansyah strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh pihak wisata Syariah paham semelir seperti media sosial Instagram, Sebagaimana jawaban dari hasil wawancara bapak irwansyah.

“Media sosial seperti Instagram, facebook, youtube, tiktok dan masuk juga ke stasiun tv dan melalui brosur juga dan dari mulut ke mulut untuk mempromosikan taman wisata Syariah ini.”

Wisata pamah semelir pernah diliput oleh stasiun tv yaitu tvri saat peresmian. Adanya promosi peresmian wisata sebagai menarik perhatian khalayak untuk datang berkunjung.

4.3.2 Lokasi

Lokasi wisata pamah semelir sangat strategis dan mudah diakses oleh masyarakat setempat maupun pengunjung dari luar daerah. Taman wisata pamah semelir adalah taman inspirasi dari pemilik taman tersebut dengan alasan untuk mengenalkan sejarah islam dalam bentuk bangunan miniatur seperti Ka'kbah dan refleksi Masjid Nabawi. Ketika peneliti menanyakan pertanyaan apa yang menginspirasi anda untuk membangun dan mengembangkan taman wisata pamah semelir, dan bagaimana bentuk sejarahnya, apakah ada pihak yang mendukung wisata ini, serta bagaimna tanggapan anda saat ada kendala. Bapak Iskandar Sugito menanggapi:

“Inspirasi saya membangun taman wisata syariah ini agar mengenalkan Kembali sejarah islam ke pada orang banyak Sejarahnya Tws ini mulai dibangun 2021 akhir dan diresmikan pada 22 november 2023 oleh bapak bupati langkat dan alhamdulillah sekarang sudah berjalan itulah sejarah berdirinya. Maupun letak lokasi yang saya dapatkan alhamdulillah sangat luas dan sangat strategis untuk dikunjungi. Insha allah sisa tanah yang sebelah kanan akan dibangun pondok penginapan, kolam renang dan spot memanah, yang sebelah kiri akan dibangun tempat parkir. dan kita selalu terus membenahi kekurangan yang ada. tentunya ada ya pihak yang mendukung dan support, seperti pemerintah, bupati langkat tentunya memberikan surat izin

pemberkasan, tetapi bukan bentuk materi kalau membangun wisata ini murni uang pribadi saya”

“untuk hambatan sepertinya tidak ada ya pada saat proses pembangunan, warga setempat juga sangat mendukung objek wisata yang kita kembangkan ini, ininya saling menghargai dan selalu berkomunikasi yang baik agar semua berjalan lancar”

Tanggapan bapak Iskandar sugito menerangkan lokasi taman wisata Syariah pamah semelir sangat luas yang berukuran 5 hektar. Setiap bidang tanah dibangun miniature, pondok penginapan, kolam renang, kantin dan parkir. Adapun bapak irwansyah menanggapi Ketika peneliti menanyakan Apakah menurut anda lokasi wisata ini strategis nyaman dan aman untuk di kunjungi. Bagaimana menyikapi kendala yang ada:

“Kalau menurut saya ini strategis sangat nyaman, aman dan bebas pungli saya selama bekerja disini dari mula di buka tws ini higgsa sekarang 100% aman disini.”

“biasanya kendala yang kita hadapi pada saat hari weekend karena pengunjung pasti ramai dan padat memungkinkan kurangnya pondok, dalam situasi seperti ini biasanya kita menghadapinya dengan tenang dan harus kompak dan untuk mengatasi kendalanya kita menyediakan tempat lesehan untuk pengunjung yang tidak kebagian pondok”

Peneliti menarik kesimpulan dari hasil wawancara bapak irwansyah yang sudah 2 tahun bekerja di taman wisata Syariah. Selama beliau bekerja tentunya tempat wisata ini aman nyaman bebas dari pungli dan kejahatan sosial. Ketika

peneliti wawancarai pengunjung informan ke tiga yang bernama Nursyanti mengenai lokasi taman wisata Syariah beliau menanggapi:

“Masih terjangkau ya karena jarak dari medan menuju tempat ini hanya 2 jam dan menuut saya aman ya tempatnya hanya saja tempatnya kurang lebar mungkin kedepannya bisa di kembangkan lagi,dan semoga kedepannya ada pengembangan jaringan internet. untuk kendala tidak ada ya semuanya aman tadi”

Sedangkan tanggapan dari informan ke 4 dan 5 mengenai lokasi taman wisata Syariah ialah:

” lokasi taman wisata Syariah aman, nyaman tidak ada pungli sama sekali mudah di jangkau hanya saja tempat parkir yang kurang lebar dan harusnya di bedakan untuk masuk parkir roda dua dan empat”

4.3.3. Promosi Penjualan

Media sosial adalah sebagai media aktif dalam promosikan penjualan di Taman Wisata Syariah. Alpakasi media sosial yang dipakai Instagram stakeholder taman wisata semelir mengelola media sosial nya cara memposting video keadaan disana serta memposting foto menarik seperti ramainya pengunjung. Miniature, dan keindahan alam. Ketika peneliti menanyakan kepada informan 1 dan 2 tentang media apa yang efektif digunakan untuk promosi penjualan taman wisata Syariah. Bapak Iskandar sugito dan bapak irwansyah menjawab:

“Media yang digunakan dengan cara memposting video di reels intagram dan menyiarkan langsung suasana yang sedang berlangsung di platform media sisoal instgram.”

“saat ini kita sudah memaksimalkan media sosial sebagai bentuk promosi penjualan objek wisata, taman wisata Syariah pamah simelir, dari postingan-postingan di media sosial seperti Instagram, yang di upload langsung oleh kami maupun oleh pengunjung. Agar wisata menyebar luas”

Berdasarkan jawaban dari informan di atas media sosial sebagai media yang efektif di gunakan untuk promosi penjualan objek wisata taman wisata Syariah pamah simelir. Adapun hasil wawancara lain peneliti dapatkan promosi penjualan tidak hanya dari media sosial saja tetapi bisa didapatkan melalui teman dan sebagaimana jawban dari informan 3 dan 4 ketika peneliti menanyakan. Dari mana anda, mendapatkan informasi tentang taman wisata Syariah pamah simelir. Lalu informan 3 dan 4 menjawab:

“Dari temen dan suami saya sebelumnya sudah pernah berkunjung kesini juga”

“Kalau mendapatkan informasi ini kebetulan kita tinggal tidak jauh dari sini ya jadi saya tau dan informasi saya dapatkan juga dari tetangga dan temen-temen”

Peneliti menemukan jawaban dari hasil waawancara promosi penjualan dilakukan dengan cara menggunakan media sosial serta mmendapatkan informasi melalui teman,tetangga dan keluarga yang sudah pernah mengunjungi taman wisata Syariah.

4.3.4. Minat Pengujung

Minat pengujung adalah segala sesuatu yang mempunyai keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa berbagai hasil alam, budaya, dan buatan yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan. Saat peneliti bertanya kepada informan mengenai apa keunikan dari taman wisata Syariah hingga berminat mengunjungi objek wisata.

Informan pertama menjawab

” menjadi pembeda dan uniknya objek wisata ini dengan yang lain adalah yang pertama dari Namanya sudah unik dan menarik, yang kedua adalah bangunan yang ada di dalam objek wisata kita, beda dari yang lain dan baru ini ada wisata berkonsep Syariah. Wisata ini sangat terbuka untuk umum ya kita menerima dari segala agama karena arti Syariah kan terbuka jadi tidak menghalangi siapa saja untuk berkunjung, keunikan dari tempat wisata ini selain panoramanya yang indah juga banyak miniatur-miniatur islam di dalamnya”

Informan ke dua menjawab

“Keunikan yang membedakan tws ini dari wisata lain ya wisatanya yang berkonsep Syariah banyak miniature-miniature masjid Nabawi, masjid isti’qlal, masjid dil aqsa, dan juga ada miniature ka’bah. Menyediakan juga pondok” penginapan untuk keluarga. selain menyajikan pemandangan panorama kita juga mengajak pengunjung untuk berwista Syariah sambil belajar, di dalam miniature Nabawi menyediakan buku”dan sejarah islam”

Menurut informan ke tiga dan ke empat mengapa mereka tertarik berkunjung:

“Yang membuat saya dan keluarga tertarik untuk berkunjung ke tws ini karena wisata ini berkonsep Syariah religi yang indah seperti dimekah yang ingin kemekah belum terwujud bisa kesini sangat inspiratif lah wisata ini”

“keunikannya kita serasa seperti di mekkah ya banyak miniature-miniature islamnya”

Sedangkang menurut informan ke lima adalah:

“yang menarik hati saya untuk mengujungi tempat wisata ini adalah namanya unik dan bangunan didalamnya juga unik dan indah waktu pertama kali saya kesini kan baru buka jadi ini saya lihat udah ada banyak sekali perubahan nya seperti kantin sudah ada ada juga mini market didalamnya. rasanya terbayar karena tempatnya memenuhi ekspektasi saya, seperti yang saya lihat di Instagram bahwa tempatnya bagus dan tiketnya tampaknya terjangkau dengan mendapatkan fasilitas yang cukup banyak di sini, jadi saya senang berkunjung.

4.4. Pembahasan

Peneliti menemukan hasil bahwa Taman wisata syriah pada dasarnya ditujukan untuk wisatawan Muslim, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa wisatawan non-Muslim juga dapat menikmatinya. Tahap kedua pembangunan akan mencakup area lebih besar dari tahap sebelumnya, yang awalnya 4 hektar akan bertambah menjadi 5 hektar. Taman wisata syariah akan menambah bangunan wahana memanah, memperluas parkir, menambah pondok, dan kolam renang.

Wisatawan ditaman Wisata Syariah Pamah Simelir sedang berkembang dan memerlukan perencanaan untuk pengembangannya. Perencanaan jangka

pendek diperlukan karena taman wisata masih baru dan memerlukan perawatan keamanan. Ada lahan parkir untuk kendaraan roda dua dan roda empat, Perencanaan jangka panjang pihak taman wisata syariah adalah pembenahan dan peningkatan sarana dan prasarana objek wisata, seperti membangun wahana memamah, memperbaiki semua sarana yang ada, meningkatkan sumber daya manusia, dan meningkatkan pemasaran taman wisata melalui pengembangan jaringan. Di sisi lain, dalam perencanaan jangka menengah, Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) akan dikembangkan di tempat wisata ini, seperti beras merah asli dari Dusun Pamah Semilir Desa Telagah. Dengan tujuan meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar, banyak produk UMKM dari daerah tersebut akan dijual. Strategi yang digunakan termasuk meningkatkan sarana dan prasarana objek wisata serta meningkatkan kualitas sarana dan prasarana.

Sementara itu, manajer taman wisata di Syariah menggunakan Instagram sebagai alat promosi, platform ini sangat penting untuk upaya mengenalkan objek wisata dan meningkatkan kunjungan wisatawan serta memberi tahu wisatawan tentang objek wisata. Untuk mencapai hasil yang optimal, strategi komunikasi harus secara sistematis menyebarkan pesan informatif, persuasif, dan instruktif kepada target.

berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap tiga orang yang mengunjungi taman wisata pamah simelir di Syiria, sarana dan prasarana yang ada sudah memenuhi standar kelayakan. Berbicara tentang pariwisata, lokasi tempat wisata tersebut sangat strategis karena berada di pinggir jalan dan

memiliki banyak petunjuk yang membawa Anda ke sana. Faktor lain yang menarik wisatawan adalah karena tempatnya unik dan mengedukasi sehingga mereka dapat belajar tentang sejarah islam dan juga menyediakan fasilitas berenang di taman wisata syariah sembari menikmati pemandangan yang indah. Pelayanan taman wisata syariah sudah sangat baik. Untuk saran dan tanggapan tentang objek wisata tersebut ialah fasilitas dan infrastruktur harus ditingkatkan lagi. sangat luar biasa dan indah. dalam mengembangkan objek wisata ini masyarakat sekitar juga berpartisipasi secara aktif dalam mempromosikan tempat tersebut kepada wisatawan, dan para karyawan juga menunjukkan sikap yang ramah dan baik kepada wisatawan agar Kembali datang dan mendapatkan kesan yang indah saat berada di Taman Wisata Syariah Pamah Simelir Kabupaten Langkat

BAB V

PENUTUP

5.1. SIMPULAN

Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa proses strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat pengunjung di Taman wisata syariah yang dilakukan langsung Manager dengan Instagram untuk mempromosikan wisata mereka kepada masyarakat. Hal ini dilakukan karena pihak berwenang taman wisata syariah percaya bahwa Instagram memiliki daya tarik yang besar di kalangan masyarakat saat ini. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengikut Instagram Taman Wisata Syariah sebanyak 5.053rb. Selain itu, taman wisata syariah melakukan postingan langsung di Instagram untuk mempromosikan dan menarik pengunjung ke tempat wisata dan Mereka turun langsung ke lapangan untuk mendistribusikan brosur.

5.2. SARAN

Peneliti menyarankan kepada manajer taman wisata Syariah baiknya melakukan promosi lebih luas dengan menggunakan berbagai platform media sosial seperti TikTok, Snackvideo, dan YouTube, facebook untuk menjadi lebih dikenal oleh publik. pihak taman wisata syariah juga lebih mengembangkan jaringan agar wisata yang datang ke lokasi mudah mengakses internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro. (2014). *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta UPP STIM YKPN.
- Ahda, M. H., & Rozi, F. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang. *Journal of Communication and Society*, 1(01), 14–26. <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.8>
- Alan Bryman. (2016). *Sosial Research Methods*. OXFORD UNIVERSITY PRESS.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Dr.M.Anang Firmansyah, SE., M. . (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. CV.PENERBIT QIARA MEDIA.
- Faustyna. (2022). *MONOGRAFI: KOMUNIKASI KRISIS DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA PENGEMBANGAN WISATA "PASAR KAMU"*. UMSU PRESS.
- Faustyna. (2023a). *Management Komunikasi*. Umsu Press.
- Faustyna. (2023b). *METODE PENELITIAN QUALITATIF KOMUNIKASI (Teori dan Peraktek)*. UMSU PRESS.
- Fitriani, D., Masri, A. B. D. R., & Tajibu, K. (2020). Strategi komunikasi dalam pengembangan Obyek Wisata Pantai Mandala Ria di Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Washiyah*, 1(1), 83–100.
- Indriastuty, N. (2020). Pengaruh bauran promosi terhadap minat pengunjung Wisata budaya pesta adat Erau. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 61. <https://doi.org/10.24198/jmk.v4i2.23264>
- Kotler, & K. (2012). *Manajemen pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Prof.Dr.Soleh Soemirat, M. ., & Dr.Elvinaro Ardianto, M. S. (2022). *DASAR - DASAR PUBLIC RELATION*. PT.REMAJA ROSDAKARYA.

Rachmat Kriyantono, P. . (2013). *MANAJEMEN PERIKLANAN TEORI DAN PRAKTEK*. Universitas Brawijaya Prees(UB Press).

Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98–105. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.4134>

Sinurat, H., Silvia, I., & Sabrin. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung di Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Massage Komunikasi*, 9(1), 62–71.

LAMPIRAN DOKUMENTASI

Foto Bersama Pemilik Taman Wisata Syariah Pamah Simelir

Iskandar Sugito Spd. Mm.



**Foto bersama Manager Taman Wisata Syariah Pamah Simelir
(Irwansyah)**



Erwandi
(Sebagai Pengujung)



Nursyanti
(Sebagai Pengujung)



Rizki Rahmadhani Hasibuan

(Sebagai Pengujung)



Instagram Taman Wisata Syariah Pamah Simelir



Pemandangan Kolam Renang Taman Wisata Syariah



Miniatur -miniatur Islam Taman Wisata Syariah Pamah Simelir





UMSU

Jnggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjajah sura, ing agar dchulukan nomor dan tanggalnya

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

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

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

https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Medan, 20 Desember.....2023.


Kepada Yth. Bapak/Ibu
Program Studi Ilmu Komunikasi
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 : Yulia Citra Nasution
N P M : 2003110028
Program Studi : Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh : 127,0 SKS, IP Kumulatif 3,70.

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Pengaruh terpaan media massa boikot produk Israei terhadap minat beli masyarakat di langkat	
2	Strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan minat pengunjung di taman wisata syariah pamah Simeir kabupaten langkat	 20 Des 2023
3	Persepsi mahasiswa unsu terhadap kampanye Desaf anies Dalam content youtube Kompas ty	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
- Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

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

024.20.311

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

Pemohon,

Medan, tanggal 22 Desember 2023

(Yulia Citra Nasution...)

Ketua

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi.....

Program Studi.....

NIDN:

NIDN:



Agensi Kelayakan Malaysia
Malaysian Qualifications Agency



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

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

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/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 : 411/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Lampiran : --

Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 21 Sya'ban 1445 H
02 Maret 2024 M

Kepada Yth : **Manager Taman Wisata Syariah Pamah Simelir
Kabupaten Langkat**

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 : **YULIA CITRA NASUTION**
N P M : 2003110028
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG DI TAMAN WISATA
SYARIAH PAMAH SIMELIR KABUPATEN LANGKAT**

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



Cc : File.

Dekan,


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



TAMAN WISATA SYARIAH

TWS PAMAH SIMELIR

JL. LINTAS LANGKAT-KARO, DESA TELAGAH SEI BINGAI KABUPATEN LANGKAT

Nomor : Istimewa

Pamah, 3 Maret 2024

Lamp : -

Hal : **IZIN PENELITIAN MAHASISWA.**

Kepada Yth :

Bapak Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UMSU

Di –

Medan.

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Menindaklanjuti surat dari Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Nomor: 411/KET/II.3AU/UMSU-03/F/2024 Tentang izin penelitian atas Nama :

Nama Mahasiswa : **YULIA CITRA NASUTION**
NPM : 2003110028
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG TAMAN
WISATA SYARIAH PAMAH SIMELIR KABUPATEN
LANGKAT**

Sehubungan dengan perihal tersebut maka dengan ini kami membeikan izin kepada yang bersangkutan untuk mengadakan Penelitian di Taman Wisata Syariah Pamah Simelir Langkat.

Demikian surat ini kami buat untuk dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya.

Pamah, 3 Maret 2024

Pimpinan


Iskandar Sugito



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

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

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

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 2191/SK/IL.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/IL.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443 H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **22 Desember 2023**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **YULIA CITRA NASUTION**
N P M : 2003110028
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2023/2024
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG DI TAMAN WISATA SYARIAH PAMAH SIMELIR KABUPATEN LANGKAT**

Pembimbing : **Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.**

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/IL.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: 024.20.311 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: 22 Desember 2024.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 09 Djumadil Akhir 1445 H
22 Desember 2023 M

Dekan,



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



Tembusan :

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





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sila kunjungi kami di agar dapatkan nomor dan tanggapan

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://fkip.umau.ac.id> fisip@umau.ac.id umsumedan [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Sk-3

**PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Medan, 02 Februari 2024

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Yulia Citra Nasution
N P M :
Program Studi :

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor 1231.../SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024, tanggal dengan judul sebagai berikut :


Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam
Meningkatkan Minat Pengunjung Di taman
Wisata Syariah Pamah Simelir Kabupaten
Langkat.

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 Eban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal 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.*

Me i vetujui :


Dr. Faustyna S. Sos. M.M. M.Kom

NIDN: 0126127401

Pemohon,


(Yulia Citra Nasution)





UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 223/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Selasa, 06 Februari 2024
 Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
 Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
21	FAUZAN YAZID	2003110070	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	PEMBENTUKAN KONSEP DIRI SISWA SMAN 10 MEDAN MELALUI VIDEO INSTAGRAM HABIB JAFAR
22	YULIA CITRA NASUTION	2003110028	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG DI TAMAN WISATA SYARIAH PAMAH SIMELIR KABUPATEN LANGKAT
23	MELYSSA RIKAYAQ	2003110102	Dr. FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	MODEL KOMUNIKASI UNTUK PENGUNJUNG TENTANG PERMAINAN TRADISIONAL DI WISATA DUSUN KREATIF INDONESIA
24	DINDA KESUMA LESTARI	2003110117	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	PERAN KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN KESEHATAN DI RS KHUSUS PARU MEDAN
25	FUZA HARYANTI	2003110169	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM LITERASI DIGITAL PEMERINTAHAN DESA HAMPARAN PERAK KABUPATEN DELI SERDANG

Medan, 22 Rajab 1445 H
03 Februari 2024 M





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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](#)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Yulia Citra Nasution
N P M : 2003110028
Program Studi : ilmu komunikasi
Judul Skripsi : Strategi komunikasi Pemasaran Dalam meningkatkan Minat Pengunjung
Pitaman wisata syariah pambah simetir kabupaten Langkat

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	24/12-2023	Penetapan Judul	<i>[Signature]</i>
2.	8/01-2024	Bimbingan BAB I - pendahuluan, latar belakang masalah, rumusan masalah	<i>[Signature]</i>
3.	19/01-2024	Bimbingan BAB II uraian teoritis	<i>[Signature]</i>
4.	23/01-2024	Bimbingan BAB III terisi bagian kategori sasi dan kerangka konsep	<i>[Signature]</i>
5.	01/02-2024	ACC proposal skripsi	<i>[Signature]</i>
6.	01/03-2024	bimbingan setelah seminar proposal dan ACC pedoman wawancara	<i>[Signature]</i>
7.	20/04-2024	Bimbingan BAB IV Pembahasan	<i>[Signature]</i>
8.	22/04-2024	Bimbingan BAB V simpulan dan saran	<i>[Signature]</i>
9.	25/04-2024	Di ACC untuk di sidangkan	<i>[Signature]</i>

Medan,20.....

Ketua Program Studi,

Pembimbing,



(Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP.)
NIDN: 0030017402

(Akhwar Anshori, S.Sos, M.I, ko m)
NIDN : 0127048401

(Dr. Fairuzy)
NIDN : 01-26127401





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 696/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 08 Mei 2024
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula F'SIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Manasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
21	MUHAMMAD FERNANDO	1903110041	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., M.SP	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI LRPPN BHAYANGKARA INDONESIA MEDAN MELALUI PROGRAM MORNING MEETING DALAM MEMBENTUK SIKAP PECANDU NARKOBA
22	YULIA CITRA NASUTION	2003110028	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG DI TAMAN WISATA SYARIAH PAMAH SIMELIR KABUPATEN LANGKAT
23	MHD RIZKI FAJAR	1903110077	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. GAPERTA WIRA KENCANA (WIRALAND) DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG WARNA-WARNA MARTUBUNG
24	SYLVANA PATRICIA	1903110197	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	GPINI MASYARAKAT KOTA MEDAN TENTANG PERNYATAAN WALIKOTA TERKAIT TEMBAK MATI PELAKU BEGAL
25	NISA ADELIA PUTRI	1903110194	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENGASUH DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI ANAK ASUH DI PANTI ASUHAN AL-JAM'IYATUL WASHLIYAH

Notulis Sidang:

*1.

Ditetapkan oleh:

S.a.n. Rektor

Rektor



Ketua

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

Medan, 27 Syawal 1445 H

06 Mei 2024 M

Panitia Ujian



Sekretaris

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



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama : Yulia Citra Nasution
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 01 Desember 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Anak ke : 3 (tiga) dari 3 (tiga) bersaudara
Alamat : Dusun VII Paluh Medan Padang Tualang Langkat
E-mail : yuliacitra1299@gmail.com
No. Hp : 082279653577

DATA KELUARGA

Nama Ayah : Yuspelmi Nasution
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Erida Heni Siregar
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Dusun VII Paluh Medan Padang Tualang Langkat

RIWAYAT PENDIDIKAN

2006 – 2011 : SDN- 056628 PALUH MEDAN
2011 – 2014 : SMP SWASTA IRA MEDAN
2014 – 2017 : SMK NEGRI 06 MEDAN