

MODEL KOMUNIKASI PARIWISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI PADANGSIDIMPUAN

TESIS

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom)
dalam Bidang Ilmu Komunikasi*

Oleh :

LISTIYANA SYAFITRI DAULAY

NPM :1720040003



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Listiyana Syafitri Daulay
Nomor Pokok Mahasiswa : 1720040003
Program Studi/Konsentrasi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : MODEL KOMUNIKASI
PARIWISATA BERBASIS KEARIFAN
LOKAL DI PADANGSIDIMPUAN

Disetujui untuk disampaikan kepada
Panitia Ujian Tesis
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Medan, 9 September 2019

Komisi Pembimbing

Pembimbing I



Hj. Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D

Pembimbing II



Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.SP

**MODEL KOMUNIKASI PARIWISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL
DI PADANGSIDIMPUAN**

LISTIYANA SYAFITRI DAULAY

1720040003

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

“ Tesis ini telah dipertahankan di Hadapan Panitia Penguji yang dibentuk oleh Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara. Dinyatakan Lulus dalam Ujian Tesis Dan Berhak Menyandang Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) Pada Hari Senin Tanggal 9 September 2019 ”

Panitia Penguji

1. Hj. Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D 1.....
Ketua
2. Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.SP 2.....
Sekretaris
3. Dr. Yan Hendra, M.Si 3.....
Anggota
4. Prof. Syukur Kholil Dalimunthe, M.A., Ph.D 4.....
Anggota
5. Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.I.Kom 5.....
Anggota

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

MODEL KOMUNIKASI PARIWISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI PADANGSIDIMPUAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa:

1. Tesis ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara benar merupakan hasil karya peneliti sendiri.
2. Tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/doktor), baik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara maupun di perguruan tinggi lain.
3. Tesis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Komisi Pembimbing dan masukan Tim Penguji.
4. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang penulis sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Medan, 9 September 2019



Listiyana Syafitri Daulay
1720040003

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Listiyana Syafitri Daulay
NPM : 1720040003
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana
Universitas : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Rights) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**MODEL KOMUNIKASI PARIWISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI
PADANGSIDIMPUAN**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 9 September 2019
Yang Menyatakan,



(Listiyana Syafitri Daulay)

MODEL KOMUNIKASI PARIWISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI PADANGSIDIMPUAN

ABSTRAK

Padangsidimpuan mempunyai kearifan lokal yang khas dari destinasi wisata alam, destinasi wisata budaya, destinasi wisata kuliner dan lainnya. Wisata kuliner di Padangsidimpuan umumnya akan ramai dikunjungi oleh tamu pemerintah, tamu organisasi dan tamu pribadi pada hari sabtu dan minggu. Destinasi wisata kuliner di Padangsidimpuan memiliki citra rasa yang khas dan perlu direkomendasikan untuk penggemar wisata kuliner seluruh Indonesia bahkan mancanegara. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan menggambarkan model komunikasi pariwisata pihak pemangku kepentingan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidimpuan. Teori yang digunakan adalah komunikasi, model komunikasi pariwisata, kearifan lokal Metode penelitian ini menggunakan metode eksploratif melakukan penjelajahan atau penjajakan agar lebih mengenal dan mengetahui gambaran mengenai suatu gejala sosial. Hasil dari Model komunikasi pariwisata yang terbentuk di Padangsidimpuan merupakan keterlibatan antara publik-publik yang terkait dalam usaha mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal. Pernyataan sikap dan komitmen dari semua unsur yang terkait di bidang kepariwisataan untuk tetap mempertahankan nilai-nilai sosial budaya dan kelestarian lingkungan sebagai pondasi destinasi wisata. Kearifan lokal yang dikelola pengelola, khalayak, Dinas Pariwisata dan dinas terkait lainnya untuk menjadikan destinasi wisata dan mengenalkan *local branding* Padangsidimpuan yaitu kota Salak. Salah satunya dengan membangun tugu Salak, menggunakan logo Salak pada lambang atau logo baju, setiap perbatasan kota Padangsidipuan menggunakan logo Salak dan memproduksi olahan Salak seperti keripik, dodol, kue dan lainnya

Kata Kunci : Model komunikasi Pariwisata, komunikasi Pariwisata, kearifanlokal, Padangsidimpuan

TOURISM COMMUNICATION MODEL BASED ON LOCAL WISDOM IN PADANGSIDIMPUAN

Abstract

Padangsidimpuan has local wisdom that is typical of natural tourist destinations, cultural tourist destinations, culinary and other tourist destinations. Culinary tours in Padangsidimpuan will generally be visited by government guests, organizational guests and private guests on Saturdays and Sundays. Culinary travel destinations in Padangsidimpuan have a distinctive taste image and need to be recommended for fans of culinary tours throughout Indonesia and even abroad. The purpose of this study was to analyze and describe the stakeholder communication model of stakeholders in developing local wisdom-based tourism in Padangsidimpuan. The theory used is communication, tourism communication model, local wisdom. This research method use exploratory methods to explore or explore to get to know and know the description of a social phenomenon. The results of the tourism communication model formed in Padangsidimpuan are the involvement of the publics involved in the effort to develop tourism based on local wisdom. A statement of attitude and commitment from all elements involved in the field of tourism to maintain social cultural values and environmental sustainability as a foundation for tourist destinations. Local wisdom by managers, audiences, the department of tourism and other related agencies to make tourist destinations and introduce local branding. Padangsidimpuan city of Salak. One of them is building the Salak monument, using the Salak, logo on the symbol and clothes logo, every Padangsidimpuan city border uses the Salak logo and producing Salak, chips, dodol, cakes and others

Keywords : Tourism Communication Model, Tourism Communication, Local Wisdom, Padangsidimpuan

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, tiada kata yang paling mulia diucapkan selain puji dan syukur ke hadirat Allah SWT berkat limpahan rahmat-Nya senantiasa diberikan pada peneliti, sehingga bisa menuangkan kata-kata sederhana di atas kertas putih berlumur tinta. Shalawat dan salam teruntuk Nabi Muhammad SAW yang menjadi sumber inspirasi hidup manusia dalam menapaki perjalanan meraih Jannah.

Terima kasih secara spesial dan terbaik peneliti sampaikan kepada kedua orang tua peneliti, papa Rustam Efendi Daulay dan mama Herlina Kumala Pulungan, adik-adik Aprinda Efendi Daulay dan Aisy Salwa Fikriyyah Daulay, sehabat-sahabat dan teman-temanku tercinta, yang telah memberikan dorongan serta semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian dengan judul tesis “Model Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Padangsidempuan” sebagai syarat untuk memperoleh Magister pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Progran Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), dapat diselesaikan karena adanya dukungan dari berbagai pihak, untuk itu saya ucapkan terima kasih, terutama kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Dr. Agussani, M.AP.
2. Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Dr.Syaiful Bahri, M.AP
3. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Hj. Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D dan Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat, petunjuk dan motivasi serta mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan tesis ini dan juga berkenan menjadi rekan diskusi yang baik, dabar dan komunikatif.
4. Bapak Dr. Arifin Saleh, M.SP selaku pembimbing II, yang untuk memberikan bimbingan, nasehat, petunjuk dan motivasi serta mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan tesis ini dan juga berkenan menjadi rekan diskusi yang baik, dabar dan komunikatif.
5. Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan bimbingan, nasehat, petunjuk dan motivasi serta mengarkan peneliti selam dalam perkuliahan sehingga akhirnya bisa menyelesaikan tesis ini.
6. Dinas Pariwisata kota Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan informasi kepada peneliti.
7. Pengelola, masyarakat, wisatawan dan seluruh informan yang telah memberikan izin dan memberikan informasi sehingga memudahkan dalam menyelesaikan tesis

8. Teruntuk sahabat-sahabat saya: Imanda Kurnia, Elda, Yuli Motinda Zsoraya, Dara Hersavira, Hermansyah, Rainal, Prasetio, Rizky Amanda, Tetty, Sri, Arifana, Septianda, Uli Nirmala, Dinda Karina, Indah Permata Sari, Amira Farhana, Muhammad Riyan, Muhammad, Gita Yolani, Siti Ismi, Deacy Nanda Rici, Ayu, Nisa Hasfila, Lely Handayani Siregar, Maghfira Inzani Maulania, Alvina Fitra Rambe dan semuanya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
9. Segenap civitas akademik yang telah memfasilitasi pelaksanaan penelitian sampai dengan pelaksanaan “Sidang Tesis”.

Akhir kata peneliti berharap tesis ini dapat berguna bagi masyarakat luas terkhusus kepada Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan. Peneliti memohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat didalamnya kiranya dapat disempurnakan dikesempatan lain dan semoga Allah memberikan balaskan kepada pihak-pihak atas dukungan semua yang telah membantu dalam proses pengerjaan tesis ini peneliti mengucapkan terima kasih.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb

Medan, 9 September 2019

Listiyana Syafitri Daulay

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Komunikasi.....	9
2.1.1 Proses komunikasi.....	10
2.1.2 Tujuan Komunikasi	10
2.1.3 Unsur Komunikasi.....	11
2.1.4 Gangguan Komunikasi	13
2.1.5 Bidang utama dalam komunikasi modern.....	14
2.1.6 Model Komunikasi	16
2.2 Komunikasi Pariwisata.....	18
2.2.1 Komponen komunikasi pariwisata	21
2.2.2 Bidang-Bidang Kajian Komunikasi Pariwisata.....	25
2.3 Kearifan Lokal	30
2.3.1 Bentuk-bentuk Kearifan Lokal	31
2.3.2 Ciri-ciri kearifan lokal	33
2.3.3. Prinsip kearifan lokal.....	34
2.3.4 Kearifan Lokal dalam Pengembangan Pariwisata.....	35
2.3.5 Manfaat Penggabungan Kearifan Lokal dalam Pengembangan Pariwisata	35
2.3.6 Pendekatan Kearifan Lokal dalam Pengembangan Pariwisata	36
2.4 Model-Model Komunikasi Pariwisata.....	37
2.4.1 Model Komunikasi Pariwisata oleh Prastowo dan Budiana	42
2.4.2 Model komunikasi oleh Nugraha, Perbawasari, dan Zubair	43
2.5 Penelitian yang Relevan	44

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Metode penelitian	49
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	49
3.3 Informan	50
3.4 Kerangka Konsep	52
3.5 Kategorisasi Penelitian.....	54
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.7 Teknik Analisis Data	58
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	60
3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Hasil penelitian	62
4.1.1 Gambaran Umum Padangsidimpuan.....	62
4.1.1.1 Sejarah Padangsidimpuan	62
4.1.1.2 Visi Dan Misi	67
4.1.1.3 Demografi	69
4.1.1.4 Sejarah Tata Ruang Padangsidimpuan.....	69
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian.....	70
4.1.3 Komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Kota Padangsidimpuan.....	79
4.1.4 Komunikasi pariwisata pihak pemerintah, pengelola, dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di kota Padangsidimpuan	80
4.1.4.1 Peran Komunikator dalam mengembangkan pariwisata.....	80
4.1.4.2 Pesan yang disampaikan dalam mengembangkan Pariwisata	83
4.1.4.3 Media yang digunakan dalam mengembangkan pariwisata	87
4.1.4.4 Target khalayak dalam mengembangkan pariwisata	93
4.1.4.5 Efek yang diharapkan dengan adanya pariwisata	94
4.1.4.6 Destinasi wisata berbasis kearifan lokal di Padangsidimpuan	96
4.1.4.7 Aksesibilitas Menuju Destinasi Wisata.....	104
4.1.4.8 <i>Local Branding</i> di Padangsidimpuan.....	106
4.1.4.9 Pengetahuan lokal masyarakat dalam kearifan lokal	107
4.1.4.10 Nilai lokal di Padangsidimpuan	110
4.1.4.11 Keterampilan lokal di destinasi wisata kota Padangsidimpuan	113
4.1.4.12 Sumber daya lokal di destinasi wisata Padangsidimpuan..	115
4.1.4.13 Mekanisme Pengambilan Keputusan Lokal di Padangsidimpuan	116
4.1.4.14 Solidaritas Kelompok Lokal di Padangsidimpuan.....	117
4.2 Pembahasan	119
4.2.1 Komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Kota Padangsidimpuan	119

4.2.2	Komunikasi pariwisata pihak pemerintah, pengelola, dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di kota Padangsidempuan	121
4.2.2.1	Peran Komunikator dalam mengembangkan pariwisata....	121
4.2.2.2	Pesan yang disampaikan dalam mengembangkan Pariwisata	122
4.2.2.3	Media yang digunakan dalam mengembangkan pariwisata	122
4.2.2.4	Target khalayak dalam mengembangkan pariwisata	122
4.2.2.5	Efek yang diharapkan dengan adanya pariwisata	123
4.2.2.6	Destinasi wisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan	123
4.2.2.7	Aksesibilitas Menuju Destinasi Wisata.....	124
4.2.2.8	<i>Local Branding</i> di Padangsidempuan.....	124
4.2.2.9	Pengetahuan lokal masyarakat dalam kearifan lokal	125
4.2.2.10	Nilai lokal di Padangsidempuan	125
4.2.2.11	Keterampilan lokal di destinasi wisata kota Padangsidempuan	126
4.2.2.12	Sumber daya lokal di destinasi wisata Padangsidempuan..	126
4.2.2.13	Mekanisme Pengambilan Keputusan Lokal di Padangsidempuan	126
4.2.2.14	Solidaritas Kelompok Lokal di Padangsidempuan.....	127
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		128
5.1	Simpulan.....	128
5.2	Saran	130
Daftar Pustaka		131
Lampiran		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Komponen komunikasi Pariwisata.....	22
Gambar 2.2	Model Komunikasi Pariwisata.....	42
Gambar 2.3	Model Komunikasi Pariwisata di Kawasan Lembang.....	43
Gambar 3.1	Kerangka Konsep penelitian.....	53
Gambar 4.1	Model Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Padangsidempuan.....	79
Gambar 4.2	Website Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dalam mengenalkan Destinasi, 15 Agustus 2019.....	88
Gambar 4.3	Facebook Dinas Pariwisata 23 Agustus 2019.....	89
Gambar 4.4	Instagram yang digunakan khalayak dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan, 15 Agustus 2019.....	91
Gambar 4.5	Media sosial Facebook yang digunakan pengelola dalam mengenalkan pariwisata, Dokumentasi google, 15 Agustus 2019.....	92
Gambar 4.6	Destinasi wisata kuliner yang dijual informan ketiga berbasis kearifan lokal.....	98
Gambar 4.7	Suasana Pasar Raya Sagumpal Bonang kota Padangsidempuan setelah lebaran dan suasana destinasi wisata kuliner, oleh-oleh Padangsidempuan yang dilakukan informan ketujuh.....	99
Gambar 4.8	Suasana destinasi wisata budaya di lubuk larangan Aek Rukkare di Padangsidempuan ketika lebaran kedua atau pembukaan lubuk larangan.....	100
Gambar 4.9	Suasana pembukaan lubuk larangan sungai Batang Ayumi.....	101
Gambar 4.10	Salah satu destinasi wisata alam di Padangsidempuan dan objek yang bisa dijadikan foto di Tor Indah Simarsayang.....	102
Gambar 4.11	Suasana Bukit Kembar Agro di Padangsidempuan ketika libur lebaran.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Destinasi Wisata Kuliner di Padangsidempuan.....	3
Tabel 1.2	Destinasi Wisata Budaya.....	5
Tabel 1.3	Destinasi Wisata Alam di Padangsidempuan.....	5
Tabel 1.4	Pendapatan Asli Daerah dari Industri Pariwisata.....	6
Tabel 3.1	Data Informan.....	52
Tabel 3.2	Kategorisasi penelitian.....	54
Tabel 4.1	Penduduk Menurut Kelompok.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : TRANSKRIP WAWANCARA

LAMPIRAN 2 : LEMBAR OBSERVASI

LAMPIRAN 3 : DOKUMENTASI

LAMPIRAN 4 : SURAT IZIN RISET

LAMPIRAN 5 : SURAT BALASAN RISET

LAMPIRAN 6 : DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya baik secara individu, kelompok, dan organisasi. Komunikasi yang baik penting dilakukan untuk berinteraksi antar manusia agar terjadi keserasian dan mencegah konflik dalam lingkungan. Komunikasi berperan pada pariwisata untuk mengelola tempat wisata yang dilakukan manusia.

Dewasa ini perkembangan teknologi komunikasi telah mempermudah urusan manusia, pesan dan makna yang disampaikan oleh seseorang dapat dengan mudah diterima banyak orang. Sebagian besar komunitas masyarakat yang peduli dengan wisata berbasis kearifan lokal di Indonesia mulai berkembang, salah satu kegiatan yang dilakukan memberi kesadaran pada publik untuk berpariwisata lokal melalui media massa dan media sosial.

Indonesia memiliki pariwisata yang tidak kalah dengan luar negeri bahkan kearifan lokal daerah-daerah yang ada di Indonesia sangat istimewa. Kearifan lokal ini merupakan destinasi yang membedakan pariwisata satu dengan daerah lainnya. Pariwisata yang berbasiskan kearifan lokal, kini menjadi komoditas promosi wisata yang dijual kepada masyarakat sebagai daya tarik objek wisata. Kearifan lokal mengajarkan nilai moral, etika, dan meningkatkan rasa cinta kepada budaya-budaya lokal.

Berita-berita di media massa kerap menunjukkan usaha-usaha masyarakat luar negeri dalam mempelajari kearifan lokal Indonesia dan diantaranya kagum akan potensi alam Indonesia. Padangsidempuan adalah salah satu kota yang ada di Provinsi Sumatera Utara, daerah yang unik dan memiliki kearifan lokal yang berbeda dengan daerah lainnya. Nikmat Allah yang diberikan kepada kota Padangsidempuan begitu luar biasa dengan pemandangan kota yang dikelilingi perbukitan dengan sumber daya alam melimpah dan sumber mata air

Pusat Provinsi Sumatera Utara yaitu kota Medan, sedangkan jarak kota Medan ke Padangsidempuan melalui jalur darat kurang lebih 390,4 kilometer. Aksesibilitas kota Padangsidempuan telah memiliki fasilitas udara, yaitu melalui Bandara Aek Godang. Padangsidempuan terkenal dengan kota salak yang merupakan *brand* kota tersebut karena wilayahnya dikelilingi oleh kebun-kebun salak. Meskipun pohon salak yang ditanam di Padangsidempuan tidak banyak tetapi pemasaran salak bertumpu di Padangsidempuan. Keunikan dari salak yang dibudidayakan di daerah Padangsidempuan memiliki warna yang putih kemerah-merahan berbeda dengan salak pada umumnya berwarna putih kekuningan.

Pariwisata Padangsidempuan bagi sebagian orang mungkin kini masih kurang dikenal karena kurangnya *local branding*. Cara komunikasi yang dilakukan pengelola wisata dalam mengenalkan wisata masih konvensional memanfaatkan promosi melalui papan reklame di depan wisatanya dan melalui informasi mulut ke mulut. Namun masih banyak yang menggunakan media massa dan media sosial untuk mempromosikan destinasi wisata di Padangsidempuan.

Padangsidimpuan mempunyai kearifan lokal yang khas dari destinasi wisata alam, destinasi wisata budaya, destinasi wisata kuliner dan lainnya. Wisata kuliner di Padangsidimpuan umumnya akan ramai dikunjungi oleh tamu pemerintah, tamu organisasi dan tamu pribadi pada hari sabtu dan minggu. Destinasi wisata kuliner di Padangsidimpuan memiliki citra rasa yang khas dan perlu direkomendasikan untuk penggemar wisata kuliner seluruh Indonesia bahkan mancanegara. Tabel 1.1 menunjukkan destinasi wisata kuliner.

Tabel 1.1 Destinasi Wisata Kuliner di Padangsidimpuan

No	Nama	Alamat	Kuliner Khas
1.	Oleh-oleh Padangsidimpuan	Pasar Tradisional Sagumpal Bonang, Padangsidimpuan Utara.	Salak dan alame
2.	Warung Sambal	Kripik Jl. Mesjid Raya, Kantin, Padangsidimpuan Utara.	Keripik sambal
3.	Pak Nas	Jl. Serma Lion Kosong, Padangsidimpuan Utara.	Kolak dingin
4.	Ikan Salai	Pajak Batu, Pasar Timbangan, Padangsidimpuan Utara.	Ikan salai atau ikan asap
5.	Rumah Sidogap-dogap	Makan Jl. Ompu Napotar, Padangsidimpuan Utara.	Gulai kambing
6.	Rumah Keluarga	Makan Jl. Pangeran Diponegoro, Padangsidimpuan Utara.	Gulai ayam dan pakkat bakar
7.	Rumah Makan Berhembus	Angin Jl. Jend. Sudirman, Losung batu, Padangsidimpuan Hutaimbaru.	Ikan bakar dan sop
8.	Rumah Batunadua Indah	Makan Jl. Raja Inal No. 15, Padangsidimpuan Batunadua.	Sinyarnyar dan daun ubi tumbuk
9.	Tenda Batu	Biru Pajak Jl. Dr. Wahidin, Padangsidimpuan Utara.	TST (Teh, Susu, Telur) dan mie rebus
10.	Rumah Siporang	makan Jl. Rizal Nurdin	Ikan Gulai, pakkat dan daun ubi
11.	Rumah Paranginan	Makan Jl. Jend. Sudirman, Padangsidimpuan Hutaimbaru.	Sop Daging

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2019

Kearifan lokal yang masih berkemabang di Padangsidempuan salah satunya adalah *marpokat* atau musyawarah dalam mengambil keputusan. *Marpokat* dilakukan ketika mengambil keputusan-keputusan yang terkait masalah dan peraturan disepakati dan dilakukan bersama. *Marpokat* merupakan kearifan lokal yang dapat memperkuat destinasi wisata budaya di Padangsidempuan.

Perpindahan penduduk dari suatu daerah pedesaan ke perkotaan akan membawa perubahan pada berbagai aspek kehidupan, baik pada pranata sosial maupun pada nilai-nilai budaya, seperti perubahan nilai-nilai yang semula dianggap luhur bergeser menjadi nilai-nilai yang dianggap lumrah atau biasa, hal-hal yang semula dianggap sakral (suci) menjadi tidak lagi suci (*profan*) atau terjadi proses profanisasi, dan hal-hal yang pada awalnya dianggap tabu atau dianggap keramat, menjadi sesuatu hal yang biasa. Namun masih banyak masyarakat urban tidak menjalankan tradisi *marpokat* dianggap lumrah seperti masyarakat rural (Syah, 2013: 4).

Di Padangsidempuan memiliki destinasi wisata budaya berbasis kearifan lokal seperti daerah lubuk larangan yaitu daerah aliran sungai yang dimanfaatkan masyarakat sekitar untuk pengelola ikan atau ternak ikan menurut hukum dan budaya masyarakat sekitar, baik itu batas-batas lubuk larangannya, pelanggaran atas aturan serta masa pembukaan atau masa penangkapan ikan dan peraturan lainnya. Hasil ikan dari lubuk larangan dahulu hanya untuk masyarakat yang tinggal di daerah sekitar lubuk larangan, tetapi kini lubuk larangan telah menjadi destinasi wisata dan dibuka untuk wisatawan yang berminat. Tabel 1.2 menunjukkan sungai di Padangsidempuan yang terdapat lubuk larangan

Tabel 1.2 Destinasi Wisata Budaya

No	Lubuk Larangan	Kelurahan
1.	Sungai Batang ayumi	Batang ayumi julu, Batang ayumi jae, Kantin, dan kelurahan lainnya
2	Sungai Batang Angkola	Huta lombang, Huta limbong, huta koje dan kelurahan lainnya
3.	Sungai Aek Rukkare	Wek 1
4.	Sungai Aek Sipogas	Lubuk raya
5.	Sungai Aek Mompang	Mompang

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2019

Destinasi wisata alam berbasis kearifan lokal di Padangsidimpuan memiliki potensi karena masih asri, udara segar, pemandangan dan alamnya penuh tantangan bagi pecinta alam. Tabel 1.3. menunjukkan wisata alam yang ada di Padangsidimpuan.

Tabel 1.3 Destinasi Wisata Alam di Padangsidimpuan

No	Nama	Alamat
1.	Tor Indah Simarsayang	Simarsayang, Padangsidimpuan Utara
2.	Kembar Argo	Jl. Jend. Besar A Haris Nasution, Baruas, Padangsidimpuan Batunadua
3.	Bukit Horas	Batunadua Jae, Padangsidimpuan Batunadua
5.	Taman Selfie Pondok Biru	Jl. Jend. Besar A haris Nasution No. 26, Ujunggurap, Padangsidimpuan Batunadua.
6.	Kaisar Waterpark	Jl. Joring natobang, Padangsidimpuan Angkola
7.	Kebun Batang Bahal	Desa batang bahal, Padangsidimpuan Batunadua

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2019

Destinasi wisata alam, destinasi wisata budaya, dan destinasi wisata kuliner berbasis kearifan lokal dapat menjadi potensi penyumbang sumber pendapatan asli daerah bagi Kota Padangsidimpuan yang cukup signifikan apabila dikelola dan dikembangkan secara profesional dan serius oleh pihak pemerintah, pengelola, dan masyarakat. Kurangnya kolaborasi antara pemerintah, pengelola

dan masyarakat dalam membangun wisata yang berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan. Pengembangan potensi-potensi wisata di Padangsidempuan sangat penting dilakukan guna menarik investor.

Daerah lain misalnya Kabupaten Bandung Barat di daerah Jawa Barat merupakan daerah yang menjadi destinasi wisata terkenal karena adanya komunikasi yang baik antara pemerintah, pengelola dan masyarakat. Beberapa wisata di Padangsidempuan sudah menggunakan media sosial dan media massa dalam melakukan pengenalan kepada khalayak, namun tidak semua wisata melakukan pengenalan melalui media massa atau media online, hal ini dapat mempermudah khalayak untuk mengetahui dan mengunjungi destinasi wisata.

Tabel 1.4 Pendapatan Asli Daerah dari Industri Pariwisata menurut 10 Kabupaten/kota di Sumatera Utara (2011-2015)

Kabupaten/ Kota	2011	2012	2013	2014	2015
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
01Toba Samosir	453.096	325.810	156.876	98.765	52.890
02 Simalungun	3.910.201	3.628.551	4.327.936	5.005.727	4.754.434
03Tapanuli Utara	887.421	778.089	1.182.246	1.158.218	1.511.924
04Deli Serdang	365.428	395.317	515.105	765.015	919.904
05 Dairi	512.865	469.994	401.639	534.559	574.000
06 Samosir	146.698	169.818	166.114	200.556	215.656
07Padangsidempuan	23.994	32.822	32.822	21.146	19.856
08 Batubara	312.500	325.925	1.180.968	1.529.598	1.652.008
09 Gunung Sitoli	14.439	15.986	11.586	11.068	232.560
010 Medan	192.650	205.845	248.181	234.724	197.818
Total	6.819.292	6.348.157	9.223.493	9.559.376	10.131.050

Sumber : Hasibuan, 2017

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas, maka dapat dilihat perkembangan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari Industri Pariwisata selalu bertambah. Padangsidempuan

sendiri di tahun 2015 PAD dari industri Pariwisata merupakan yang terendah dibandingkan 10 Kabupaten/Kota lainnya di Sumatera Utara. Pariwisata di Kota Padangsidimpuan masih perlu perhatian, kurangnya pengembangan dan pembangunan menjadi nilai minus.

Berangkat dari pemaparan di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang model komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidimpuan.

1.2 Rumusan Masalah

Uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan mendasari peneliti untuk menyusun rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah berupa pertanyaan yang jelas, tegas, dan konkrit tentang masalah yang diteliti, rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana model komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Kota Padangsidimpuan?
- b. Bagaimana komunikasi pariwisata pihak pemerintah, pengelola, dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Kota Padangsidimpuan?

1.3 Tujuan Penelitian

Guna mencapai hasil yang optimal, maka ditetapkan tujuan yang terarah dari penelitian ini. Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

- a. Untuk menggambarkan model komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Kota Padangsidimpuan.

- b. Untuk menganalisis komunikasi pariwisata pihak pemerintah, pengelola, dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terdiri atas tiga aspek sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah uraian-uraian yang bersifat teoritis tentang komunikasi pariwisata, khususnya komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal.

- b. Manfaat Akademis

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian tentang komunikasi pariwisata, khususnya komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal.

- c. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian seperti para akademisi dan praktisi. Serta dapat memberikan masukan kepada para mahasiswa, pemerintah, pengelola wisata dan masyarakat dalam mengembangkan kearifan lokal.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris yakni *communication*. Secara etimologis kata komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu *communis* yang bersumber pada kata *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). *Communis* disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2014: 46). Komunikasi dapat diartikan sebagai persamaan pesan dan makna yang disampaikan antara satu dengan lainnya. Dalam mencapai pesan dan makna yang sama dengan orang lain tidaklah mudah ada gangguan dan hambatan yang dihadapi

Komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu. Oleh karena itu, komunitas juga berbagi bentuk-bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama dan bahasa (Mulyana, 2014: 46). Komunitas kerap disamakan dengan kata grup, kelompok, himpunan dan ikatan karena didalamnya terdapat sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama.

2.1.1 Proses komunikasi

Cutlip menjelaskan ada 4 tahapan proses komunikasi yang efektif yaitu *Fact Finding*, *Planning*, *Communicating* dan *Evaluating*. Proses komunikasi ini kemudian diuraikan dalam bahasa Indonesia (Widjaja 2010: 21-22) yaitu:

- a. *Fact Finding* adalah mencari dan mengumpulkan fakta dan data sebelum seseorang melakukan kegiatan komunikasi. Berbicara di depan masyarakat perlu dicari fakta dan data tentang masyarakat tersebut.
- b. *Planning* merupakan suatu rencana tentang apa yang akan dikemukakan dan bagaimana mengemukakannya.
- c. *Communicating* merupakan tahap dalam penyampaian pesan atau berkomunikasi.
- d. *Evaluating* merupakan penilaian dan menganalisa kembali hasil komunikasi tersebut.

2.1.2 Tujuan Komunikasi

Stanton mengatakan bahwa sekurang-kurangnya ada lima tujuan komunikasi manusia (Liliweri, 2011: 135), yaitu :

- a. Mempengaruhi orang lain
- b. Membangun atau mengelola relasi interpersonal
- c. Menemukan perbedaan jenis pengetahuan
- d. Membantu orang lain
- e. Bermain atau bergurau

Diluar tujuan umum komunikasi ini, maka komunikasi bertumbuh dari motivasi untuk menghasilkan sesuatu yang diharapkan dari komunikasi. Artinya,

tujuan komunikasi perlu memperhatikan rencana komunikasi untuk berinteraksi atau komunikasi dapat dijalankan secara alamiah saja. Dengan kata lain, tujuan komunikasi sedapat mungkin memperhatikan elemen-elemen utama komunikasi, yaitu :

- a. Pengirim – orang yang mengirimkan pesan (*encoder*)
- b. Penerima – orang yang menginterpretasi pesan (*decoder*)
- c. Saluran – metode bagi seseorang untuk mengoptimalkan daya guna sehingga kita dapat mengirimkan sebuah pesan secara verbal, nonverbal, atau termediasi
- d. Pesan – informasi yang sudah disimulasikan itu dikirim oleh pengirim ke dalam alam pikiran penerima
- e. Umpan balik – respons yang diberikan penerima kepada pengirim
- f. Lingkungan – dunia fisik dan nonfisik sebagai tempat terjadinya interaksi
- g. Gangguan – dari luar yang hanya dapat terlihat dan terasa dalam peristiwa komunikasi

2.1.3 Unsur Komunikasi

Unsur komunikasi yaitu “*Who says what in which channel to whom with what effect?*”. Lasswell (Rohim, 2009: 162) menjelaskan untuk mengetahui komunikasi, seseorang harus menjawab pertanyaan tersebut. Kata-kata Lasswell kemudian berkembang dikaitkan dengan unsur komunikasi yaitu :

- a. Sumber (*source*), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandian (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*) atau

originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Penyandian (*encoding*) adalah proses untuk menyampaikan apa yang ada dalam hati (perasaan) atau dalam kepala (pikiran), sumber harus mengubah perasaan atau pikiran tersebut ke dalam seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang idealnya dipahami oleh penerima pesan.

- b. Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumbernya
- c. Saluran atau media, yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.
- d. Penerima (*receiver*), sering juga disebut sebagai sasaran/tujuan (*destination*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*), atau khalayak (*audience*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber.
- e. Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, perubahan perilaku (dari tidak bersedia menjadi bersedia), dan sebagainya (Rohim, 2009: 162).

2.1.4 Gangguan Komunikasi

Menurut Cangara (2013: 37) terdapat delapan gangguan atau rintangan komunikasi, yaitu;

- a. Gangguan Teknis, gangguan ini terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisi melalui saluran mengalami kerusakan (*channel noise*). Misalnya gangguan jaringan telepon, stasiun TV yang bersemut dan sound system radio yang suaranya tidak jelas.
- b. Gangguan Semantik, merupakan gangguan yang disebabkan karena adanya kesalahan pada bahasa yang digunakan oleh komunikator, sehingga tidak dapat dimengerti oleh komunikan. Seperti, kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing, bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan penerima, struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, latar belakang budaya yang berbeda menyebabkan terjadinya salah persepsi.
- c. Gangguan Psikologis, gangguan yang terjadi karena adanya persoalan yang timbul dalam diri individu. Seperti munculnya perasaan curiga serta tidak percaya pada apa yang disampaikan komunikator.
- d. Rintangan Fisik dan Organik, disebabkan oleh kondisi geografis, seperti tidak adanya pos atau jaringan telepon maupun internet di sebuah pedesaan dan komunikan yang mengalami ketidaksempurnaan pancaindra (tuli, bisu, buta).

- e. Rintangan status, disebabkan oleh jarak sosial di antara peserta komunikasi, seperti seorang raja dengan rakyatnya atau senior dengan juniornya.
- f. Rintangan kerangka berpikir, disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dengan khalayaknya. Hal ini dapat terjadi dikarenakan adanya perbedaan pengalaman serta pendidikan yang berbeda.
- g. Rintangan budaya, rintangan ini terjadi karena adanya perbedaan norma, nilai dan kebiasaan yang dianut oleh pihak-pihak yang berkomunikasi.
- h. Rintangan birokrasi, proses komunikasi yang terhambat akibat struktur organisasi. Contohnya seperti pada pemerintahan yang ada di Indonesia saat ini, karena terlalu luas sistem organisasi yang ada akibatnya penyampaian informasi dari pemimpin tertinggi hingga sampai ke karyawan juga terhambat.

2.1.5 Bidang utama dalam komunikasi modern

Bidang utama dalam komunikasi modern terdapat tujuh bidang utama dalam komunikasi modern Julia T. Wood dalam Morissan (2014: 167):

- a. Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) adalah komunikasi dengan diri sendiri, misalnya saat berpikir.
- b. Komunikasi Antarpribadi (*interpersonal communication*) merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik

secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi antarpribadi sangat potensial untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena dapat menggunakan kelima alat indra untuk mempertinggi daya bujuk pesan.

- c. Komunikasi Kelompok merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya saling ketergantungan), mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota punya peran yang berbeda.
- d. Komunikasi Publik (*public communication*) yaitu komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.
- e. Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok.
- f. Komunikasi massa (*mass communication*) merupakan komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal dan dikelola oleh suatu lembaga atau orang-orang yang dilembagakan yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim,

dan heterogen. Pesannya bersifat umum. Komunikasi massa melibatkan banyak komunikator, berlangsung melalui sistem bermedia dengan jarak fisik yang rendah, memungkinkan penggunaan satu atau dua saluran indrawi dan biasanya tidak memungkinkan umpan balik segera.

- g. Komunikasi antarbudaya merupakan komunikasi dalam masyarakat yang tidak saja berlangsung dalam dua atau lebih aktor dari kebangsaan yang berbeda, tetapi komunikasi tersebut juga dapat terjalin dari dua atau lebih individu yang berlatar belakang dari negara yang sama namun berbeda kebudayaan. Budaya dapat mempengaruhi bagaimana tujuan komunikasi ditentukan, bagaimana tujuan dicapai, sekaligus tipe konstruksi yang digunakan dalam skema kognitif.

2.1.6 Model Komunikasi

Model komunikasi terdapat beberapa jenis (Bungin, 2013:47) yaitu :

- a. Model Komunikasi Satu langkah

Model komunikasi ini merupakan model yang paling sederhana, dimana komunikasi yang terjadi merupakan satu arah. Komunikator mengirim pesan dan diterima oleh komunikan. pada model ini komunikasi dapat terjadi antara individu-individu, individu-kelompok, individu-masyarakat maupun individu-media massa.

- b. Model Komunikasi Dua Langkah

Pada model komunikasi ini ditandai dengan terdapatnya pihak kedua di dalam proses komunikasi, yang mana komunikan menyampaikan pesan kepada pihak kedua. Pihak kedua disini maksudnya adalah seperti

pemimpin opini atau pembentuk opini. Dari pembentuk opini inilah baru pesan disampaikan pada penerima (*receiver*).

c. Model Komunikasi Multi Langkah

Model komunikasi ini terdapat banyak pihak yang ikut dalam proses komunikasi, bukan hanya ada dua pihak namun terdapat juga pihak ketiga dan seterusnya. Selain itu proses komunikasi yang terjadi dapat menjadi komunikasi dua arah, tiga arah bahkan komunikasi silang arah. Nois dan saluran channel juga dapat mempengaruhi proses komunikasi dalam model ini.

d. Model Komunikasi Web

Model ini menjelaskan proses komunikasi yang terjadi di antara pelanggan dengan pelanggan (C2C) atau pelanggan dengan pemimpin/pembentuk opini. C2C ini bersifat *people to people*, dimana komunikasi ini terjadi antara satu orang ke orang lain. Karakteristik Model komunikasi web: menyebarkan informasi di dalam jaringan dengan sangat cepat, informasi sulit dikendalikan komunikasi, informasi tersimpan secara “abadi” di dalam jaringan, informasi bersifat terbuka untuk orang banyak, secara genetis informasi dapat hilang apabila terserang virus, bagi kepentingan tertentu dapat dikunci dan tidak semua orang boleh mengakses.

2.2 Komunikasi Pariwisata

Pariwisata Istilah pariwisata (*tourism*) baru muncul di masyarakat di masyarakat kira-kira pada abad ke-18, khususnya sesudah revolusi industri di Inggris. Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata(*tour*), yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara dari seseorang, di luar tempat tinggal sehari-hari dengan suatu alasan apa pun selain melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji (Mulyadi, 2012: 44). Seseorang yang mengunjungi tempat wisata disebut wisatawan, wisatawan tidak hanya seseorang yang berasal dari luar daerah tetap dapat berasal dari daerah yang sama.

Sifat pariwisata dunia telah mengglobal, pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang terdiri atas tujuh belas bab dan tujuh puluh pasal yang mengandung ketentuan meliputi delapan hal, yaitu :

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.
- d. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul

sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

- e. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
- f. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
- g. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
- h. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.

Komunikasi Pariwisata telah berkembang yang begitu pesat terutama di Indonesia setelah reformasi kajian komunikasi tumbuh subur dan berkembang secara multilinear membangun disiplin-disiplin ilmu baru yang memperkaya khazanah disiplin ilmu komunikasi komunikasi multietnik, komunikasi kesehatan, ekonomi sosial, *government public relations* (GPR), konstruksi sosial *public policy*, dan lainnya (Bungin, 2015: 92) .

Kajian-kajian dan disiplin ilmu baru ini membuka memperkaya disiplin ilmu komunikasi sehingga menjadi ilmu yang kuat dan kukuh dengan ranting yang lebat dan buahnya yang banyak dan lezat. Komunikasi pariwisata berkembang dengan menyatukan beberapa disiplin ilmu dalam suatu kajian tentang komunikasi dan pariwisata dengan demikian maka kelahiran komunikasi pariwisata bagian dari perkembangan ilmu secara multilinear dengan bergabungnya beberapa disiplin disiplin ilmu seperti komunikasi, pariwisata, *brand* destinasi, teknologi informasi, antropologi komunikasi pemasaran, manajemen, politik, kebijakan public dan lainnya.

Komunikasi menyumbang teori komunikasi persuasif, teori komunikasi massa, teori komunikasi interpersonal dan kelompok. Sementara pariwisata menyumbang *field* kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan sumber daya manusia, serta kelembagaan pariwisata. Disiplin ilmu komunikasi pariwisata dibantu oleh berbagai disiplin ilmu lain yang banyak menyumbang teori yaitu pemasaran dan komunikasi pemasaran.

Disiplin lain yang dekat dengan kajian ini namun lebih dekat dengan komunikasi adalah sosiologi komunikasi dan konstruksi sosial media massa. Terpenting dalam kajian ini adalah peran *public relation* untuk handle semua masalah relasi pencitraan negosiasi dan perundingan-perundingan serta berkaitan dengan penyelenggaraan *event* MICE.

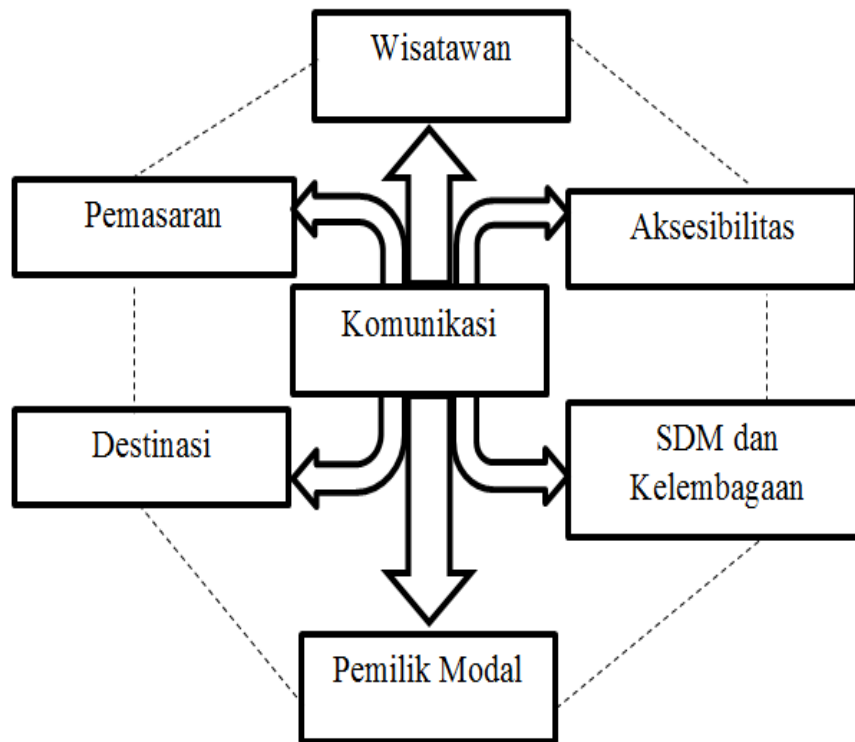
Disiplin teknologi komunikasi memberikan sumbangan pengetahuan terhadap kemajuan teknologi komunikasi yang dapat digunakan sebagai media komunikasi pemasaran pariwisata. Sumbangan kajian transportasi terhadap

komunikasi pariwisata terlebih dari sisi teknis aksesibilitas ke destinasi dari arah transportasi yang digunakan oleh wisatawan keamanan wisatawan hospitalitas di dalam merencanakan transportasi.

2.2.1 Komponen komunikasi pariwisata

Ada tujuh komponen yang dapat menjelaskan komunikasi pariwisata yaitu komunikasi, wisatawan, pemasaran, aksesibilitas, destinasi, pemilik modal, dan Sumber Daya Manusia (SDM) kelembagaan. Komunikasi pariwisata dapat diartikan pertukaran pesan dan makna yang dilakukan kelembagaan dengan pemilik modal, pengelola, dan kelompok sadar wisatawan dalam pemasaran destinasi kepada wisatawan.

Komunikasi membantu pemasaran pariwisata di berbagai elemen pemasaran, komunikasi berperan baik di media komunikasi maupun konteks komunikasi. Di media komunikasi, tersedia berbagai macam media komunikasi sebagai saluran pemasaran, destinasi, aksesibilitas maupun saluran media SDM dan kelembagaan pariwisata. Komunikasi juga berperan menyiapkan konten pesan yang harus disampaikan kepada masyarakat atau wisatawan, tentang apa yang seharusnya mereka tahu tentang media-media pemasaran, tentang destinasi, aksesibilitas dan SDM serta kelembagaan pariwisata (Bungin, 2015: 89).



Gambar 2.1 Komponen komunikasi Pariwisata (Bungin, 2015: 89)

a. Komunikasi

Komunikasi adalah komunikasi adalah proses pengalihan informasi dari satu orang atau sekelompok orang dengan menggunakan simbol-simbol tertentu kepada satu orang atau kelompok lain. Proses pengalihan informasi tersebut selalu mengandung pengaruh tertentu. Komunikasi yang efektif ditandai dengan hubungan interpersonal yang baik (Rohim, 2009: 11).

Bidang komunikasi pariwisata atau *Tourism Communication Marketing* (TMC). Bidang TMC mengkaji secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang kajian ini menjelaskan *produk, price, promotion dan place* atau dikenal 4p, kemudian 7P dengan tambahan *participant, process, dan physical evidence*, kajian *Communication Mix, Marketing Mix*, dan hal ihwal tentang

TMC. Bidang ini adalah bidang yang secara utuh membicarakan TMC dalam konteks teoritis dan praktis yang lengkap, namun tidak spesifik dalam konteks-konteks spesialis (Bungin, 2015:94).

b. Pemilik Modal

Pemilik Modal adalah orang yang memiliki uang atau barang yang digunakan sebagai dasar untuk melakukan pekerjaan.

c. Wisatawan

Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata (Undang-Undang No. 10 Tahun 2009)

d. Sumber daya manusia dan kelembagaan

Sumber daya manusia dan kelembagaan adalah kumpulan orang yang pengelola, penggerak, pemikir dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi atau kelembagaan.

e. Destinasi

Destinasi adalah tempat tujuan, sedangkan destinasi dalam pariwisata yaitu tempat tujuan yang menjadi wisata.

f. Pemasaran

Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi khalayak.

g. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah kemudahan waktu, biaya, dan usaha yang dilakukan orang untuk mencapai tempat atau suatu objek.

Perspektif modern melihat pariwisata dalam komponen pemasaran, destinasi, aksesibilitas, SDM dan kelembagaan pariwisata, serta elemen-elemen yang ada menjadi kesatuan produk pariwisata disebut destinasi yang dikemas di dalam suatu *brand* destinasi sehingga destinasi, aksesibilitas, pemasaran, SDM dan kelembagaan pariwisata menjadi kesatuan produk pariwisata (Bungin, 2015: 89).

Penjelasan Bungin dapat diasumsikan jika masyarakat muslim Indonesia ditanya ke negara pertama mana yang mereka ingin kunjungi, kebanyakan muslim akan menjawab negara Arab Saudi. Seperti banyak diterangkan dalam ceramah-ceramah suatu kenikmatan ketika seseorang muslim dapat melaksanakan umrah atau haji di negara Arab Saudi. Di Indonesia sendiri seseorang yang telah melaksanakan haji akan mendapat gelar haji atau Hajjah di depan namanya tujuannya bukan untuk sombong agar masyarakat muslim Indonesia lainnya semangat mencari rezeki untuk berhaji, berbeda di negara lain yang pergi haji tidak mendapat gelar.

Arab Saudi mempunyai *brand* destinasi yang dekat dengan Islam, ketika ada seseorang yang akan berangkat haji khalayak akan bangga, senang, dan semangat. Informasi jamaah haji Indonesia akan muncul di media massa setiap musim haji. Banyak daerah seperti di Padangsidempuan, rombongan haji akan diantar dengan rombongan keluarga dan tetangga yang ikut mengantar ke Masjid Al-Abror, kemudian di jalan-jalan kota Padangsidempuan penuh dengan anak sekolah mengibarkan bendera merah putih dan anak-anak pramuka yang berbaris.

Euforia ini membangkitkan masyarakat untuk nantinya dapat melaksanakan rukun Islam yang kelima.

Selain sebagai tempat ibadah Arab Saudi kerap dijadikan tempat wisata, dengan menggunakan teknologi komunikasi dapat mempromosikan destinasi tersebut. Seseorang yang belum pernah ke Arab Saudi dan melihat foto dan video akan semangat nantinya dapat berkunjung. *Brand* destinasi Arab Saudi adalah gambaran penyatuan produk pemasaran pariwisata, produk pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas pariwisata, SDM dan Kelembagaan Pariwisata di Arab Saudi.

Branding yang dilaksanakan melalui proses komunikasi telah mengkonstruksi pencitraan sisi-sisi kebaikan dari destinasi-destinasi itu. Implementasi *brand* destinasi menjadi brand induk dan di samping itu terdapat sub-sub *brand* yang dijalankan di elemen-elemen pariwisata seperti di bidang pemasaran pariwisata di elemen ini dapat dikonstruksi sub-*brand*, di destinasi ada sub-*brand* yang dibangun berdasarkan *brand* induk, yaitu brand daerah dan lainnya (Bungin, 2015 : 90).

2.2.2 Bidang-Bidang Kajian Komunikasi Pariwisata

a. Komunikasi Pemasaran Pariwisata

Bidang komunikasi pariwisata atau *Tourism Communication Marketing* (TMC). Bidang TMC mengkaji secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang kajian ini menjelaskan *produk, price, promotion dan place* atau dikenal 4p, kemudian 7P dengan tambahan *participant, process, dan physical evidence*, kajian *Communication Mix, Marketing Mix*, dan hal ihwal tentang TMC

Bidang ini adalah bidang yang secara utuh membicarakan TMC dalam konteks teoritis dan praktis yang lengkap, namun tidak spesifik dalam konteks-konteks spesialis (Bungin, 2015: 94).

b. *Brand* Destinasi

Brand destinasi adalah kajian tentang *brand* destinasi dalam konteks *brand* produk destinasi, dimana *brand* destinasi adalah media dan pesan itu sendiri didalam konteks dan proses komunikasi pemasaran secara umum dan khususnya di dalam konteks pemasaran pariwisata kajian-kajian penting diperbincangkan. Selain dikaji *brand* sebagai media dan sebagai pesan itu sendiri, dikaji pula bagaimana konstruksi social *brand* destinasi, bagaimana hubungan *brand* dengan produk destinasi, *brand* dengan aksesibilitas, dengan pemasaran pariwisata, sub-*brand* dan *brand* induk baru. Semua sifat dan jenis *brand* dikaji disini, termasuk juga *city brand*, *satete brand*, dan *nation brand*. Begitu pula publisitas *brand* dan *branding* juga menjadi kajian-kajian penting diperbincangkan ini (Bungin, 2015: 94).

c. Manajemen Komunikasi Pariwisata

Di dalam kajian ini, prinsip-prinsip manajemen komunikasi menjadi ulasan-ulasan penting yang dilakukan dan diterapkan di bidang komunikasi pariwisata. Kajian ini mengulas bagaimana manajemen diterapkan di bidang komunikasi pariwisata, yaitu bagaimana manajemen pemasaran pariwisata, manajemen destinasi, manajemen aksesibilitas dan manajemen SDM serta kelembagaan pariwisata. Bagaimana peran pimpinan dan *leadership*, bagaimana manajemen

orang-orang, manajemen anggaran dan manajemen alat-alat dan mesin komunikasi pariwisata (Bungin, 2015: 95).

Kajian yang dibahas dalam penelitian ini menganalisis manajemen komunikasi pariwisata dinas pemuda, olahraga budaya dan pariwisata dalam mengelola kearifan lokal. Pemilik modal dan masyarakat berperan dalam mengembangkan objek wisata.

d. Komunikasi Transportasi Pariwisata

Masyarakat pariwisata memerlukan informasi tentang aksesibilitas ke destinasi pariwisata karena itu salah satu yang terpenting adalah informasi transportasi ketika akan bepergian ke tempat pariwisata. Hal ini sangat penting dan mengambil hampir separuh perhatian mereka ketika akan berwisata. Kajian komunikasi pariwisata ini menyangkut media atau saluran-saluran komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi transportasi, dampak informasi terhadap masyarakat pariwisata, umpan balik yang diharapkan. Kajian juga menyangkut tentang alat dan jenis transportasi, anggaran yang diperlukan, masalah keamanan, dan keselamatan transportasi, transportasi alternatif, dan koneksitas dengan akomodasi perhotelan, motel, *guest house*, dan sebagainya apabila ada keadaan *emergency* di jalan. Mengenai anggaran yang diperlukan dan pilihan yang harus dibuat sehingga menghindari pengeluaran yang tidak perlu. Prinsip utama di dalam komunikasi transportasi ini adalah keamanan, kenyamanan, keterjangkauan, dan kenangan. Kajian ini termasuk pula bagaimana mengatasi penggunaan model-model komunikasi alternative seperti *word of*

mouth (dari mulut ke mulut) dan media social serta media literasi lainnya (Bungin, 2015: 95).

e. Komunikasi Visual Pariwisata

Bidang komunikasi visual pariwisata adalah bidang desain grafis yang sangat menantang di bidang industri pariwisata. Karena itu bidang ini akan selalu berkembang di masa depan di mana kajiannya diarahkan kepada komunikasi *entrepreneurship*, kreativitas, seni, dan kebebasan berkreasi. Komunikasi visual pariwisata mengambil sisi kajian konseptual konten komunikasi yang diterapkan pada industri kreatif yang menghasilkan *souvenir*, cinderamata, oleh-oleh yang memiliki ikon *local tourism* yang berkesan dan menjadi brand pariwisata. Kajian juga menyangkut pendekatan sistem komunikasi pariwisata dengan destinasi, *venue*, transportasi, hotel, *stakeholder* pariwisata. Pembentukan jaringan komunikasi bisnis dengan pihak-pihak lain yang potensial seperti bank, pasar, dan tokoh masyarakat juga harus dikaji di bidang ini (Bungin, 2015: 96).

f. Komunikasi Kelompok Pariwisata

Bidang komunikasi kelompok pariwisata menyangkut kemampuan pribadi pelaku pariwisata baik pemilik destinasi, penguasa *venue* atau bahkan kemampuan pribadi pramuwisata dan pemandu wisata. Bisnis pariwisata bukan bisnis personal, namun bisnis yang dijalankan secara berkelompok sehingga keterampilan komunikasi kelompok menjadi penting. Hal-hal lain yang penting pula dalam kajian ini seperti penyelenggaraan event, dinamika kelompok, kemampuan bertutur, penguasa sejarah destinasi, dan *venue* wisata (Bungin, 2015: 96).

g. Komunikasi *Online* pariwisata

Media *online* menjadi kajian tersendiri di dalam komunikasi pariwisata, karena itu media *online* tidak saja dapat digunakan sebagai media pemasaran, namun juga dapat digunakan untuk berbagai kepentingan di dalam dunia pariwisata. Ada lima kemampuan media *online* saat ini, yaitu kemampuan menyimpan (*upload*) informasi, kemampuan mengolah informasi, kemampuan mengeluarkan informasi (*download*), menyebarkan komunikasi dan kemampuan mengkonstruksi citra informasi. Jadi kelima- lima kemampuan media online ini dikaji di dalam penerapannya di dalam komunikasi pariwisata. Di dalam kajian ini pula dibincangkan tentang media baru (*new media*), media online baru (*new media online*), diversifikasi media, media metaphor, dan semiotika media serta media virtual yang dapat diaplikasikan ke dalam komunikasi pariwisata (Bungin, 2015: 96).

h. Public Relation dan MICE

Bidang *Public Relation* (PR) dan *Meeting, Incentif, Conference* dan *Exhibition* (MICE) ini adalah bidang yang sangat menarik dalam komunikasi pariwisata, karena bidang ini menjadi salah satu pintu masuk pariwisata ke destinasi. Karena itu peran PR sangat diperlukan untuk mengatur semua program MICE, mulai dari merencanakan dan merumuskan program MICE, masalah funding explore, sponsorship, pemasaran MICE, akomodasi MICE sampai dengan pelaksanaan (implementasi MICE), evaluasi dan perencanaan event MICE berikut menjadi kajian panjang di dalam komunikasi pariwisata (Bungin, 2015: 96).

i. Riset Komunikasi Pariwisata

Salah satu ujung tombak pengembangan kajian adalah riset, karena itu komunikasi pariwisata juga menaruh harapan yang tinggi kepada riset ini. Riset komunikasi pariwisata dapat mengambil objek-objek riset pada bidang-bidang kajian komunikasi pariwisata (Bungin, 2015: 97).

2.3 Kearifan Lokal

Kearifan lokal adalah semen pengikat dalam bentuk kebudayaan yang sudah ada sehingga didasari keberadaan. Kearifan lokal merupakan suatu budaya yang diciptakan oleh aktor-aktor lokal melalui proses yang berulang-ulang, melalui internalisasi dan interpretasi ajaran agama dan budaya yang disosialisasikan dalam bentuk norma-norma dan dijadikan pedoman dalam kehidupan sehari-hari bagi masyarakat (Ratna, 2011: 94). Kearifan lokal erat kaitanya dengan pedoman hidup manusia yang sulit untuk diubah karena memiliki makna.

Kearifan lokal adalah pandangan hidup dan ilmu pengetahuan serta berbagai strategi kehidupan yang berwujud aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Dalam bahasa asing sering juga dikonsepsikan sebagai kebijakan setempat *local wisdom* atau pengetahuan setempat "*local knowledge*" atau kecerdasan setempat *local genius* (Fajarini, 2014: 123). Masyarakat lokal membentuk aktivitas yang dapat menjawab masalah-masalah yang ada dalam kehidupan dan membuat kesepakatan yang dijalankan bersama.

Kearifan lokal adalah identitas atau kepribadian budaya sebuah bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap, bahkan mengolah

kebudayaan yang berasal dari luar/bangsa lain menjadi watak dan kemampuan sendiri (Wibowo, 2015: 17). Identitas budaya ini akan membedakan kearifan lokal satu negara dengan negara lain bahkan kepada daerah-daerah Indonesia yang memiliki kearifan lokal berbeda.

Berdasarkan asumsi di atas, dapat diambil benang merah bahwa kearifan lokal merupakan aktivitas yang dilakukan masyarakat lokal dalam menjawab masalah-masalah yang ada dan membentuk identitas budaya yang terus-menerus berkembang di masyarakat.

2.3.1 Bentuk-bentuk Kearifan Lokal

Kearifan lokal merupakan nilai-nilai yang diciptakan, dikembangkan dan dipertahankan dalam masyarakat lokal dan karena kemampuannya untuk bertahan dan menjadi pedoman hidup masyarakatnya. Di dalam kearifan lokal tercakup berbagai mekanisme dan cara untuk bersikap, berperilaku dan bertindak yang dituangkan dalam tatananan sosial. Ife (Unayah dan Sabarisman, 2016: 7) menjelaskan bentuk kearifan lokal yang ada dalam masyarakat terdiri dari enam dimensi, sebagai berikut:

1. Pengetahuan Lokal

Setiap masyarakat dimanapun berada, baik di pedesaan maupun pedalaman selalu memiliki pengetahuan lokal yang terkait dengan lingkungan hidupnya. Pengetahuan lokal terkait dengan perubahan dan siklus iklim kemarau dan penghujan, jenis-jenis fauna dan flora, dan kondisi geografi, demografi, dan sosiografi. Hal ini terjadi karena masyarakat mendiami suatu daerah itu cukup lama dan telah mengalami perubahan sosial yang bervariasi menyebabkan mereka

mampu beradaptasi dengan lingkungannya. Kemampuan adaptasi ini menjadi bagian dari pengetahuan lokal mereka dalam menaklukkan alam

2. Nilai Lokal

Untuk mengatur kehidupan bersama antara warga masyarakat, maka setiap masyarakat memiliki aturan atau nilai-nilai lokal yang ditaati dan disepakati bersama oleh seluruh anggotanya. Nilai-nilai ini biasanya mengatur hubungan antara manusia dengan manusia, manusia dengan alam, dan manusia dengan Tuhannya. Nilai-nilai ini memiliki dimensi waktu, nilai masa lalu, masa kini dan masa datang, dan nilai ini akan mengalami perubahan sesuai dengan kemajuan masyarakatnya.

3. Keterampilan Lokal

Kemampuan bertahan hidup (*survival*) dari setiap masyarakat dapat dipenuhi apabila masyarakat itu memiliki keterampilan lokal. Keterampilan lokal dari yang paling sederhana seperti berburu, meramu, bercocok tanam sampai membuat industri rumah tangga. Keterampilan lokal ini biasanya hanya cukup dan mampu memenuhi kebutuhan keluarganya masing-masing atau disebut dengan ekonomi subsisten. Keterampilan lokal ini juga bersifat keterampilan hidup, sehingga keterampilan ini sangat tergantung kepada kondisi geografi tempat dimana masyarakat itu bertempat tinggal.

4. Sumber daya Lokal

Sumber daya lokal ini pada umumnya adalah sumber daya alam yaitu sumber daya yang tak terbarui dan yang dapat diperbarui. Masyarakat akan menggunakan sumber daya lokal sesuai dengan kebutuhannya dan tidak akan

mengeksploitasi secara besar-besaran atau dikomersilkan. Sumber daya lokal ini sudah dibagi peruntukannya seperti hutan, kebun, sumber air, lahan pertanian, dan permukiman.

5. Mekanisme Pengambilan Keputusan Lokal

Menurut ahli adat dan budaya sebenarnya setiap masyarakat itu memiliki pemerintahan lokal sendiri atau disebut pemerintahan kesukuan. Suku merupakan kesatuan hukum yang memerintah warganya untuk bertindak sebagai warga masyarakat.

6. Solidaritas Kelompok Lokal

Merupakan nilai-nilai yang berasal dari hasil kerjasama kelompok masyarakat setempat dalam mengembangkan solidaritas sosial, seperti kerjasama masyarakat dalam menjalin kesetiakawanan sosial dengan sikap gotong royong dan peduli terhadap sesama untuk membantu dan menolong warganya yang sedang mengalami permasalahan sosial.

2.3.2 Ciri-ciri kearifan lokal

Saragih (Prastowo dan Budiana, 2016: 47) menjelaskan ada 4 ciri-ciri kearifan lokal sebagai berikut:

- a. Mampu bertahan terhadap budaya luar.
- b. Memiliki kemampuan mengintegrasikan unsur budaya luar ke dalam budaya asli.
- c. Mempunyai kemampuan mengendalikan budaya.
- d. Mampu memberi arah pada perkembangan budaya.

Kearifan lokal diharapkan mampu mengembangkan pariwisata yang mengangkat budaya lokal untuk diperkenalkan kepada masyarakat yang lebih luas.

2.3.3 Prinsip kearifan lokal

Pentingnya kearifan lokal dalam kehidupan bermasyarakat di sekitar lingkungannya, seperti yang diungkapkan oleh Purba (Prastowo dan Budiana, 2016: 47) sebagai berikut:

- a. Prinsip tanggung jawab yaitu tanggung jawab ini bukan saja bersifat individu melainkan juga kolektif.
- b. Sikap hormat terhadap Alam yaitu hormat terhadap alam dan menjaga kelestariannya.
- c. Prinsip solidaritas yaitu perasaan sepenanggungan dengan alam dan dengan makhluk hidup lainnya.
- d. Prinsip kasih sayang dan kepedulian yaitu tidak didasarkan kepada kepentingan pribadi tapi semata-mata untuk alam.
- e. Prinsip tidak merugikan atau merusak yaitu karena manusia mempunyai kewajiban moral terhadap alam.
- f. Prinsip hidup sederhana dan selaras dengan alam yaitu pola konsumsi dan produksi manusia modern harus dibatasi.
- g. Prinsip keadilan yaitu akses yang sama bagi semua kelompok dan anggota masyarakat dalam ikut menentukan kebijakan pengelolaan sumber daya alam dan pelestarian alam, dan dalam ikut menikmati manfaat.

- h. Prinsip demokrasi yaitu pengambilan kebijakan secara bersama di dalam menentukan baik-buruknya, rusak-tidaknya suatu sumber daya alam. Prinsip integritas moral, prinsip ini menuntut agar mempunyai sikap dan perilaku moral untuk mengamankan kepentingan publik.

2.3.4 Kearifan Lokal dalam Pengembangan Pariwisata

Kearifan lokal adalah seperangkat pengetahuan beserta nilai dan norma tertentu yang bersumber dari hasil adaptasi serta pengalaman hidup suatu kelompok masyarakat di suatu lokasi tertentu yang kemudian memberikan suatu bentuk pola pemikiran dan tindakan tertentu sebagai cara untuk hidup selaras dengan lingkungannya, dengan sesamanya, dan dengan diri mereka sendiri, hal ini dijelaskan Djajadi (Tamaratika dan Rosyidie, 2017 : 128).

kearifan lokal dapat berbentuk tangible (tekstual, arsitektural, karya seni tradisional) dan intangible (sistem nilai, kidung, petuah), dan dari segi jenis kearifan lokal terdiri atas tata kelola, sistem nilai, prosedur, dan ketentuan khusus seperti kawasan sensitif dan kawasan/bangunan suci.

2.3.5 Manfaat Penggabungan Kearifan Lokal dalam Pengembangan Pariwisata

Penggabungan (inkorporasi) kearifan lokal ke dalam pengembangan pariwisata dapat memberikan manfaat dalam bidang ekonomi, fisik, maupun sosial budaya di lokasi setempat yaitu :

- a. Ekonomi, antara lain tersedianya kesempatan kerja, terciptanya keragaman lapangan pekerjaan, serta peningkatan pendapatan penduduk maupun daerah.

- b. Fisik lingkungan, antara lain mempertahankan bangunan bersejarah dan pusaka budaya/alam, menciptakan peningkatan infrastruktur, peningkatan upaya konservasi flora fauna dan ekosistemnya.
- c. Sosial budaya, antara lain terciptanya upaya menjaga nilai-nilai budaya setempat, meningkatkan kebanggaan warga, terjadi peningkatan kesempatan akan pendidikan yang lebih tinggi, dan membantu warga memahami diri sendiri (siapa, dimana, dan keunikan yang dimiliki) (Tamaratika dan Rosyidie, 2017 : 28).

2.3.6 Pendekatan Kearifan Lokal dalam Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata, terdapat pendekatan yang dapat digunakan dan berbasis kearifan lokal yaitu:

- a. Pendekatan *participatory planning*, dengan melibatkan seluruh unsur teoritis dan praktis dalam perencanaan dan pengembangan keberlanjutan kawasan wisata.
- b. Pendekatan potensi dan karakteristik ketersediaan produk budaya yang mampu mendukung keberlanjutan pengelolaan kawasan wisata
- c. Pendekatan pemberdayaan masyarakat, dengan memberikan kesempatan kepada masyarakat sekitar untuk mengembangkan kemampuan pribadi maupun kelompok;
- d. pendekatan kewilayahan, dengan melihat faktor keterkaitan wilayah sekitar untuk melihat potensi dan direncanakan secara seimbang;

- e. pendekatan optimalisasi potensi yang dapat diintegrasikan, dengan memperhatikan potensi budaya dan pariwisata yang dapat diintegrasikan (Tamaratika dan Rosyidie, 2017 : 129).

2.4 Model-Model Komunikasi Pariwisata

Secara sederhana model bisa diartikan untuk mempermudah penjelasan dalam proses komunikasi. Model mempermudah penjelasan fenomena komunikasi dengan merepresentasikan secara abstrak ciri-ciri yang dianggap penting dan menghilangkan rincian yang tidak perlu.

Secara teoretik, fungsi model menurut Wizeman dan Barker (Nurudin, 2017: 128) antara lain untuk melukiskan proses komunikasi, menunjukkan hubungan visual dan membantu menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi. Pakar komunikasi yang pernah mengatakan model adalah representasi fenomena komunikasi dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting guna memahami suatu proses komunikasi.

Akibat jika kita kurang hati-hati menggunakan model-model dapat menyesatkan kita inilah sisi negatif dari model. Kalau kita melihat peta dunia yang datar sebagai model permukaan bumi yang kita huni kita mengira bahwa arah kiblat ke Tenggara ketika kita berada di New York padahal arah kiblat yang sebenarnya dari kota dunia itu adalah ke timur laut karena itulah arah yang terdekat dari New York ke Ka'bah di Mekah.

Menurut sereno dan mortensen Mulyana (Mulyana, 2016:140) model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai Apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Model komunikasi merepresentasikan secara abstrak ciri-

ciri penting dan menghilangkan rincian komunikasi yang tidak perlu dalam dunia nyata. Sedangkan Fisher (Mulyana, 2016:140) mengatakan model adalah analogi yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan unsur atau komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model.

Model adalah gambaran informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori dengan kata lain model adalah teori yang lebih sederhana kan atau seperti yang dikatakan Severin dan Tankard (Mulyana, 2016:141) model membantu merumuskan teori dan menyarankan hubungan oleh karena hubungan antara model dengan teori begitu erat model sering dicampuradukkan dengan teori oleh karena kita memilih unsur-unsur tertentu yang kita masukan dalam model suatu model mengimplikasikan penilaian atau relevansi, dan ini pada gilirannya mengaplikasikan teori mengenai fenomena yang diteorikan.

Model dapat berfungsi sebagai basis bagi teori yang lebih kompleks alat untuk menjelaskan teori dan menyarankan cara-cara untuk memperbaiki konsep-konsep. Kita dapat menggunakan kata angka simbol dan gambar untuk melukiskan model suatu objek teori atau proses dalam geometri misalnya kita menerima teorema pythagoras kuadrat sisi miring hipotenusa suatu segitiga siku-siku adalah Jumlah kuadrat kedua kaki Sisi siku-sikunya.

Model mempunyai empat fungsi mengorganisasikan kemiripan data dan hubungan yang tadinya tidak teramati, heuristik menunjukkan fakta-fakta dan model baru yang tidak diketahui, prediktif, memungkinkan peramalan dari sekadar tipe ya atau tidak hingga yang kuantitatif yang berkaitan dengan kapan dan berapa banyak pengukuran mengukur fenomena yang diprediksi.

Fungsi-fungsi tersebut pada gilirannya merupakan basis untuk menilai suatu model:

1. Beberapa umum general model tersebut seberapa banyak bahan yang diorganisasikan dan seberapa efektif.
2. Seberapa heuristik model tersebut Apakah ia membantu menemukan hubungan-hubungan baru fakta atau metode.
3. Seberapa penting prediksi yang dibuat dari model tersebut bagi bidang penelitian seberapa strategis prediksi itu pada tahap perkembangan bidang tersebut.
4. Surat pengukuran yang dapat dikembangkan dengan model tersebut.

Deutsch (Mulyana, 2016:141) juga menambahkan kriteria berikut untuk menilai model:

1. Seberapa orisinil model tersebut seberapa banyak pandangan baru yang ditawarkan
2. Bagaimana kesederhanaan dan kehematan parsimoni model tersebut ini menyangkut efisiensi model atau pencapaiannya akan tujuan yang dimaksud satu contoh terbaik adalah teori bahwa energi dan materi dapat dipertukarkan yang dinyatakan sebagai $E=mc^2$
3. Berapa nyata model tersebut Seberapa jauh kita bergantung padanya sebagai representasi realitas fisik?

Keuntungan lain pembuatan model menurut Bross adalah terbukanya problem abstraksi. Dunia nyata adalah lingkungan yang sangat rumit sebuah apel misalnya mempunyai banyak sifat ukuran bentuk warna komposisi kimiawi rasa

berat dan sebagainya dalam memutuskan. Apakah apel tersebut akan dimakan atau tidak hanya sebagai sifat apel yang diperhatikan suatu tingkat abstraksi.

Dibutuhkan untuk mengambil keputusan oleh karena itu pembuatan model juga harus memutuskan ciri-ciri apa dari dunia nyata misalnya dari fenomena komunikasi yang akan dimasukkan ke dalam sebuah model.

Kembali ke contoh apel Bros menyarankan membuat model dapat memutuskan ukuran apel alih-alih bentuknya yang penting untuk mengambil keputusannya bila ia akan melakukan inspeksi yang dapat memperhitungkan jumlah lubang ulat bila ia tertarik pada kecepatan jatuhnya apel ia mungkin memasukkan hanya berat apel dalam modelnya. Dengan membuat proses abstraksi ini penggunaan modal dapat memunculkan pernyataan-pernyataan lebih jauh Hal ini dapat menyarankan eksperimen awal untuk memastikan karakteristik mana yang relevan untuk pengambilan keputusan.

Tipologi model dijelaskan Hanneman dan McEwen (Mulyana, 2016:142) menggambarkan taksonomi model yang mudah dipahami dalam suatu grafik yang melukiskan derajat abstraksi yang berlainan dari kiri ke kanan tampak bahwa derajat abstraksi model tersebut menurun model mental merepresentasikan proses mental internal yang tampak tidak begitu relevan buat kita model yang mungkin lebih penting adalah model simbolik yang terdiri dari model Matematik dan model verbal lalu model fisik yang terdiri dari model ikonik dan model analog.

Model verbal ini sering dibantu dengan grafik digunakan atau gambar. Ross (Mulyana, 2016:141) menyebutkan model demikian sebagai model verbal piktorial grafik atau model diagram secara skematik menampilkan apa yang dapat

disajikan dengan sekedar kata-kata contoh model ini adalah model struktur organisasi yang sering kita lihat yang dilihat dari perspektif komunikasi organisasi menunjukkan jabatan-jabatan suatu organisasi tingkatan tingkatan jabatan dan hubungan kerja komunikasi formal berbagai jabatan tersebut.

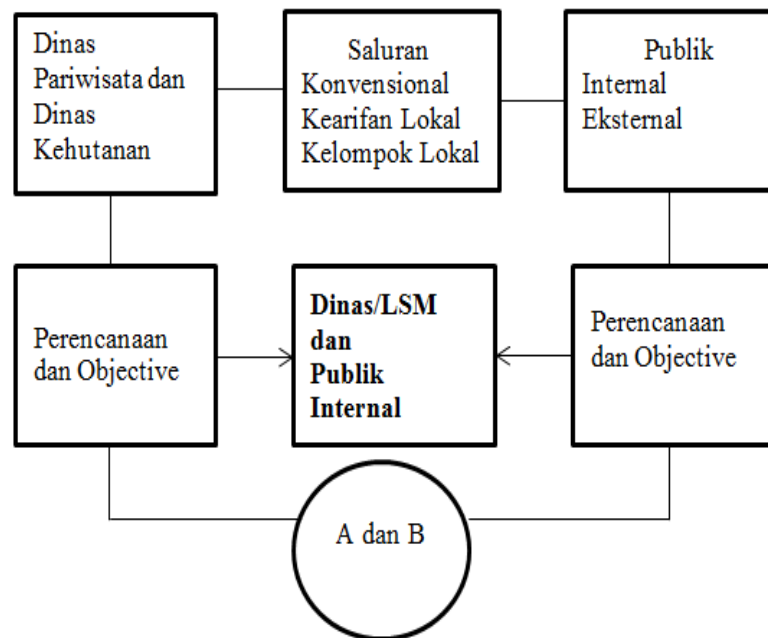
Contoh lain model ini adalah Peta yang menggambarkan jarak pada permukaan bumi dan kalender yang mempresentasikan waktu dalam berpindah model diagramatik model grafik atau model verbal proses komunikasi terutama akan disajikan melalui berbagai model umum yang melukiskan fenomena komunikasi dari berbagai pakar komunikasi.

Model fisik secara garis besar terbagi dua yaitu model ikonik yang menampilkan umumnya rupa bentuk tanda-tanda menyerupai objek yang dimodelkan seperti model pesawat terbang boneka mannequin. Maket sebuah gedung atau sebuah kompleks perumahan dan sebagainya dan model analog yang mempunyai fungsi serupa dengan objek yang dimodelkan meskipun bentuk bentuk fisiknya tidak serupa seperti komputer yang berfungsi menyerupai otak manusia untuk melihat kegunaan model yang melukiskan suatu fenomena sosial.

Seperti komunikasi ada baiknya kita memulainya dengan mengkaji model ikonik ini seperti yang dibahas Bross (Mulyana, 2016:142) sebagai model-model Ikon selain menyerupai objek aslinya juga menunjukkan sebagai fungsi penting objek yang dimodelkan tersebut, contoh terbaik model ikonik ini adalah model kendaraan seperti pesawat terbang kapal laut kereta api dan mobil yang meskipun tampak rumit sebenarnya merupakan versi sederhana dari kendaraan kendaraan tersebut yang cara beroperasinya jauh lebih rumit.

2.4.1 Model Komunikasi Pariwisata oleh Prastowo dan Budiana

Model komunikasi Pariwisata ini diambil dari penelitian sebelumnya yang membahas komunikasi pariwisata dengan kearifan lokal.

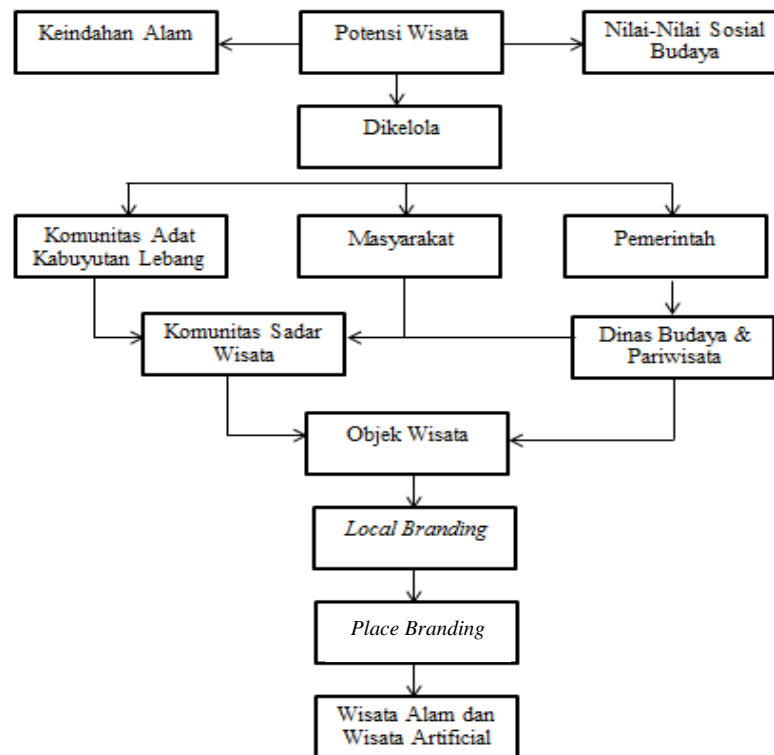


Gambar 2.2 Model Komunikasi Pariwisata (Prastowo dan Budiana, 2016: 50)

Model di atas menggambarkan bahwa dalam menyusun perencanaan dan menentukan tujuan komunikasi pariwisata di Kabupaten Pangandaran melibatkan ketiga unsur pemerintah yakni Dinas Pariwisata, Dinas Kehutanan dan Humas. Saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi pariwisata adalah melalui media massa dalam hal ini lebih menekankan pada aspek media relations, menggunakan sosial media dikarenakan perkembangan komunikasi melalui internet semakin pesat, menggunakan kearifan lokal yang dimiliki oleh Kabupaten Pangandaran serta melibatkan kelompok masyarakat yang ada di Pangandaran. Hal ini menjadi penting agar publik internal dan eksternal menjadi

sadar bahwa Pangandaran adalah sebuah daerah wisata baru yang layak dikunjungi selain Bali (Prastowo dan Budiana, 2016: 50).

2.4.2 Model komunikasi oleh Nugraha, Perbawasari, dan Zubair



Gambar 2.3 Model Komunikasi Pariwisata di Kawasan Lembang (Nugraha, Perbawasari, dan Zubair, 2017: 238)

Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan inti penyeruan kerangka konseptual yang terbangun dalam model komunikasi pariwisata di kawasan Lembang yang berbasiskan kearifan lokal adalah mempertautkan antara tujuan pembangunan destinasi wisata dengan *local branding* dan *place branding* suatu objek wisata melalui penyetaraan peran dan fungsi kelompok-kelompok yang berkepentingan dalam sebuah pendekatan *bottom up system* yang berbasiskan

nilai sosial budaya dan keindahan panorama alam, di mana keberadaan masyarakat menjadi basis normatif dan bertindak sebagai fasilitator yang memampukan sumber daya alam dan lingkungan sosial masyarakat dalam satu kesatuan kebijakan pengelolaan objek wisata Lembang (Nugraha, Perbawasari, dan Zubair, 2017: 238).

Masih banyak model komunikasi yang populer seperti model Westley dan MacLean, model Gerbner, model Berlo, model DeFleur, model Tubbs, model Gudykunst dan Kim Dan model Interaksional. Namun penelitian tidak menjelaskan semuanya hanya beberapa model saja.

Dari banyaknya model yang telah penelitian jelaskan di atas, ingin melihat model komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan, kemudian akan menjelaskan model tersebut dengan model yang telah dipaparkan di atas sehingga akan mendapatkan pemahaman tentang model-model komunikasi dalam penyampaian pesan kepada khalayak.

2.5 Penelitian yang Relevan

Penelitian yang dapat memperkuat akan hasil penelitian mengenai model komunikasi pariwisata yang berbasiskan kearifan lokal ini diantaranya, penelitian Nugraha, Perbawasari, dan Zubair (2017: 231-240) yang berjudul “Model Komunikasi Pariwisata yang Berbasis Kearifan Lokal (Studi Deskriptif Kualitatif di Wilayah Lembang Kabupaten Bandung Barat)”. Dilihat dari sisi potensi, nilai budaya akan memberikan keuntungan pada aspek sosial, ekologi, dan ekonomi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur-unsur budaya akan memperkuat sektor pariwisata apabila dikomunikasikan secara baik dan

berkelanjutan di antara pihak-pihak yang berkepentingan dalam upaya mengembangkan objek wisata melalui upaya *local branding*. keberadaan kebudayaan yang diterapkan melalui tampilan kesenian dan kearifan lokal yang memanfaatkan keindahan panorama alam dapat memperkuat dan meningkatkan popularitas suatu objek wisata apabila telah terjalin komunikasi yang baik antara pihak pemerintah, pemilik modal, masyarakat dan juga kelompok-kelompok kepentingan lainnya.

Adapun yang diperoleh dari peneliti mengenai komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal melibatkan komunitas daerah *gatekeeper* dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan pariwisata di setiap daerah, termasuk di wilayah kawasan Padangsidimpuan. Koordinasi antara kelompok kepentingan terhadap penyelenggaraan kegiatan wisata di wilayah Padangsidimpuan dapat memberikan keuntungan secara materil maupun immateril bagi masyarakat dengan tidak menghilangkan tetapi menggabungkan antara nilai-nilai kearifan lokal dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi secara berkelanjutan.

Penelitian Prastowo dan Budiana (2016: 44-51) yang berjudul “Pengembangan Pola Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal”. Penelitian ini membahas pemahaman komunikasi pariwisata menurut staf Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran, implementasi komunikasi pariwisata oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran. dan pola Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran.

Pemerintah Kabupaten Pangandaran telah menetapkan dalam visinya menjadikan Kabupaten Pangandaran sebagai daerah pariwisata yang mendunia. Hal ini memberikan konsekuensi bagi dinas terkait untuk mengarahkan program pembangunan dan membuat kebijakan dalam mengembangkan berbagai potensi pariwisata termasuk pariwisata berbasis kearifan lokal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata di Kabupaten Pangandaran saat ini bernama Dinas Pariwisata Perindustrian Perdagangan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kabupaten Pangandaran. Artinya bahwa dalam lingkup Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran terdapat lima bidang yang menjadi tanggung jawab nya, yaitu bidang pariwisata, bidang perindustrian, bidang perdagangan, bidang koperasi dan bidang UMKM. Implementasi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran dilakukan dalam rangka menggali potensi wisata yang dapat menjadi destinasi wisata selain alam, seperti budaya yang berbasis kearifan lokal. Pola komunikasi dilakukan kepada tiga stakeholder yaitu, masyarakat pangandaran, wisatawan dan dinas internal terkait.

Implementasi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran dilakukan dalam rangka menggali potensi wisata yang dapat menjadi destinasi wisata selain alam, seperti budaya yang berbasis kearifan lokal. Pola komunikasi dilakukan kepada tiga stakeholder yaitu, masyarakat pangandaran, wisatawan dan dinas internal terkait.

Adapun yang diperoleh dari peneliti mengenai komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal wisata alam seperti pantai dapat meningkatkan pendapat

asli daerah. Komunikasi yang baik antar internal Dinas Pariwisata dan dapat mengembangkan potensi daerah. Kunjungan wisata suatu daerah dapat meningkat dengan adanya pengembangan dari semua elemen pendukung. Potensi daerah Padangsidimpuan memiliki wisata alam yang baik untuk meningkatkan potensi ini menjadi objek wisata yang dikenal banyak khalayak perlunya pengembangan dan dukungan dari semua pihak.

Penelitian Bakti, Sumartias, Damayanti, dan Nugraha (2018: 217-230) yang berjudul “Pengembangan Model Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kawasan Geopark Pangandaran”. Penelitian ini membahas Pangandaran adalah salah satu destinasi wisata terkenal di Jawa Barat yang memiliki keanekaragaman hayati dan keanekaragaman budaya yang terus dipelihara melalui mekanisme pendidikan lingkungan untuk menuju ke arah pelestarian dan pembangunan lingkungan yang berkelanjutan (*sustainable*).

Hasil penelitian menunjukkan kearifan lokal, seperti, layang syekh, babarit, hajat leuweung, dan sebagainya telah dimanfaatkan untuk menambah daya tarik wisata di berbagai wilayah di Kabupaten Pangandaran. Pola interaksi pada tataran birokrat masih belum jelas, karena rencana tersebut baru sebatas wacana atau statement politis, sedangkan pada tataran masyarakat (penggiat budaya dan pariwisata) sudah terbentuk melalui forum silaturahmi dengan sesepuh adat, dan diskusi kelompok penggiat budaya dan wisata, sehingga terbangun kesepakatan, kerjasama, dan kolaborasi di antara mereka. Saluran komunikasi yang terbentuk bersifat *person to person* (interpersonal) antara penggiat budaya dan pariwisata dengan sesepuh adat. Saluran kelompok memiliki konformitas dan

kohesivitas yang tinggi dalam mengembangkan destinasi wisata geopark berbasis budaya dan kearifan lokal di Pangandaran. Media sosial digunakan untuk mengirim dan menerima informasi, sehingga semakin menguatkan hubungan dan ikatan sosial di antara mereka.

Adapun yang diperoleh dari peneliti mengenai komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal geopark yang ada di Pangandaran dapat menarik wisatawan domestik dan internasional. Perkembangan media sosial dapat membantu mengirim informasi kepada orang lain diluar daerah, media sosial dapat membantu dalam mempromosikan suatu daerah. Kelompok sadar wisata di Pangandaran memiliki konformitas dan kohesivitas sehingga dapat menolong kearifan lokal walau birokrasi tidak jelas. Hal ini serupa seperti yang ada di Padangsidempuan beberapa orang telah mengenalkan kearifan lokal melalui media massa dan media sosial.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode eksploratif. Penelitian eksploratif untuk melakukan penjelajahan atau penjajakan agar lebih mengenal dan mengetahui gambaran mengenai suatu gejala sosial. Penelitian eksplorasi berusaha menjelajah atau menggambarkan apa yang terjadi termasuk siapa, kapan, di mana, atau berhubungan dengan karakteristik satu gejala atau masalah sosial. Melalui penelitian eksploratif, peneliti mencoba mengembangkan konsep-konsep dengan lebih jelas (Nugraha, Perbawasari, & Zubair, 2017 :236).

Penelitian eksploratif ini secara kualitatif, Sugiyono (2007 :49) menyatakan dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi tetapi oleh Spradley dalam dinamakan *social situation* atau situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen yaitu, tempat, pelaku dan aktivitas. Pada situasi sosial atau objek penelitian ini dapat mengamati secara mendalam aktivitas orang-orang yang ada pada tempat tertentu.

Sugiyono (2007:50) menyatakan bahwa sebenarnya dalam objek penelitian bukan semata-mata pada situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen tersebut, tetapi bisa berupa peristiwa alam, kendaraan dan lain-lain.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermasalahkan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran

yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang penelitian amati (Arikunto, 2010: 26). Subjek penelitian perlu diperjelas agar penelitian berfokus pada tujuan dan tidak meluas.

Penelitian kualitatif memiliki responden atau subjek penelitian disebut dengan istilah informan, yaitu orang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah Dinas Pariwisata Kota Padangsidimpuan, Pengelola wisata berbasis kearifan lokal di Padangsidimpuan, masyarakat kota Padangsidimpuan dan wisatawan.

Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal variabel tertentu (Sugiyono, 2014:41). Objek peneliti pada penelitian ini adalah memperoleh gambaran dan menganalisis komunikasi pariwisata antara Dinas Pariwisata kota Padangsidimpuan, Pengelola wisata dan masyarakat kota Padangsidimpuan dalam mengembangkan Pariwisata berbasis kearifan lokal.

3.3 Informan

Informan adalah orang yang memberi informasi dan pengetahuan meliputi keseluruhan ruang lingkup dalam penelitian. Pemilihan informan berdasarkan banyaknya kunjungan wisata di destinasi wisata berbasis kearifan lokal yang dikunjungi dalam tiga bulan terakhir dari bulan April, Mei, Juni 2019.

Informan ditentukan secara *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu, seseorang

atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Sedangkan Snowball Sampling adalah teknik penentuan sampel yang pada awalnya jumlahnya kecil kemudian bertambah besar (Sugiyono, 2014).

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki beberapa kriteria dalam pemilihan informan, yaitu :

1. Informan merupakan pegawai di Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan.
2. Informan merupakan pengelola wisata dari masing-masing destinasi wisata kuliner, destinasi wisata budaya dan destinasi wisata alam.
3. Informan merupakan masyarakat yang tinggal di daerah wisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan dan peduli pada kearifan lokal.
4. Informan merupakan wisatawan yang berkunjung ke pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan.

Setelah penelitian ini berlangsung diperoleh sebelas informan yang terdiri dari:

1. Dua informan yang merupakan sekretaris dan kepala bidang pemasaran wisata di Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan.
2. Enam informan yang merupakan dua pengelola destinasi wisata kuliner, dua pengelola destinasi wisata budaya dan dua pengelola destinasi alam.

3. Satu informan yang merupakan masyarakat yang tinggal di daerah destinasi wisata
4. Dua informan yang merupakan wisatawan.

Tabel 3.1 Data Informan

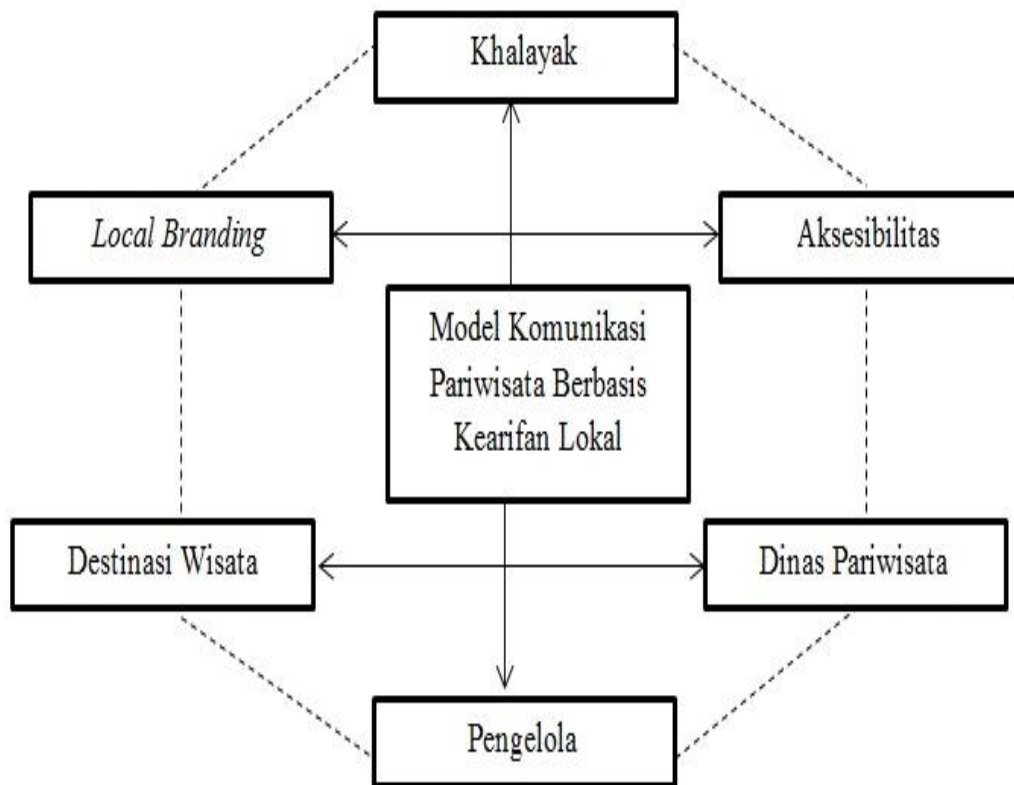
No	Nama Informan	Peran	Usia
1.	Saidah Asro Fauziah	Sekretaris di Dinas Pariwisata Padangsidempuan kota	50 Tahun
2.	Yuningsih	Kepala Bidang Pemasaran Wisata	53 Tahun
3.	Dina	Pengelola wisata kuliner	40 Tahun
4.	Abdul Rahman Nurdin	Pengelola wisata budaya	49 Tahun
5.	Ahmad Darwis	Masyarakat yang tinggal di daerah wisata alam	60 Tahun
6.	Rahmat Hidayat Nasution	Wisatawan	45 Tahun
7.	Rosdiana Pane	Pengelola wisata kuliner	42 Tahun
8.	Muhammad Ahir Lubis	Pengelola wisata alam	47 Tahun
9.	Sulastri	Wisatawan	45 Tahun
10.	Sutan Hasibuan	Pengelola wisata alam	53 Tahun
11.	Parlindungan Nasution	Pengelola wisata budaya	55 Tahun

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2019

3.4 Kerangka Konsep

Konsep dapat diartikan sebagai suatu representasi abstrak dan umum tentang sesuatu. Karena sifatnya yang abstrak dan umum, maka konsep merupakan suatu hal yang bersifat mental. Representasi sesuatu itu terjadi dalam pikiran. Sebuah konsep punya rujukan pada kenyataan.

Kerangka konsep dirumuskan sebagai perkiraan teoritis yang akan dicapai setelah dianalisis secara seksama berdasarkan persepsi yang dimiliki. Berdasarkan pandangan tersebut maka dalam penelitian ini dapat dikemukakan asumsi bahwa model komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidimpuan di kelola oleh Dinas Pariwisata Padangsidimpuan sebagai pemerintah, pengelola atau pemilik modal dan masyarakat. Kearifan lokal yang dikelola menjadi destinasi wisata memiliki aksesibilitas dan *local branding*.



Gambar 3.1 Kerangka konsep penelitian (Hasil Olahan Peneliti, 2019).

3.5 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi penelitian ini akan diturunkan dalam dua konsep teoritis yaitu model komunikasi pariwisata dan kearifan lokal.

Tabel 3.2 Kategorisasi penelitian

No	Konsep Teoritis	Indikator
1.	Model komunikasi pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikator • Pesan • Media • Khalayak • Efek • Destinasi • Aksesibilitas • <i>Local Branding</i>
2.	Kearifan lokal	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan lokal • Nilai lokal • Keterampilan lokal • Sumber daya lokal • Mekanisme Pengambilan Keputusan Lokal • Solidaritas Kelompok Lokal

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2019

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data kualitatif yang paling independen terhadap semua metode pengumpulan data dan teknik analisis data adalah metode wawancara, observasi, bahan dokumenter, dan metode penelusuran bahan internet. Kelima teknik pengumpulan data ini dideskripsikan sebagai berikut (Bungin, 2010:108-124) :

a. Wawancara

Wawancara proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanggung jawab sampai bertatap muka antara peneliti dengan informan atau

orang yang diwawancarai. Informan adalah orang yang diwawancarai diminta informasi oleh pewawancara informan adalah orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data informasi ataupun fakta dari suatu objek penelitian.

Bentuk wawancara sedikit lebih formal dan sistematis bila dibandingkan dengan wawancara mendalam, tetapi masih jauh tidak formal dan tidak sistematis bila dibandingkan dengan wawancara sistematis. Wawancara terarah dilaksanakan dari pokok permasalahan yang akan ditanya kepada responden dan telah dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti.

Karakter utama dari wawancara ini adalah dilakukan secara bertahap dan pewawancara tidak harus terlibat dalam kehidupan sosial informan. Sistem datang dan pergi dalam wawancara ini mempunyai kendala dalam mengembangkan objek-objek baru dalam wawancara berikutnya karena peneliti memperoleh waktu yang panjang diluar informan untuk menganalisis hasil wawancara yang telah dilakukan serta dapat mengoreksinya bersama tim yang lain.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara kepada informan, dalam hal ini peneliti akan membuat suatu pedoman wawancara sebagai panduan wawancara tetapi pedoman ini tidak mengikat jawaban informan. Informan bebas menjawab pertanyaan sesuai pendapat dan pengalaman pribadi.

b. Observasi

Observasi tidak berstruktur dimaksud observasi dilakukan tanpa menggunakan *guide* observasi. pada observasi ini yang terpenting adalah pengamatan harus menguasai ilmu tentang objek secara umum dari apa yang hendak diamati hal mana yang membedakan dengan observasi partisipan yaitu

pengamatan tidak perlu memahami secara teoritis terlebih dahulu objek penelitian.

Observasi tidak berstruktur dituntut agar pengamat dapat mengembangkan sendiri kebutuhan di lapangan sepanjang hal ini tidak menyimpang dari apa yang telah digariskan pada tujuan penelitian. Setiap yang dilihat dan dikatakan dicatat, karena sekedar mengamati dapat mengakibatkan pengamatan lupa terhadap apa yang telah diamati. Hal ini disebabkan kemampuan pengamatan seseorang lebih lemah dari yang seharusnya diingat serta kemampuan berbeda satu dari yang lainnya.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi tidak berstruktur atau dikenal observasi non partisipan, pengamatan yang dilakukan untuk mengembangkan sendiri hal-hal temuan baru tetapi tidak menyimpang pada tujuan penelitian.

c. Dokumenter

Metode dokumenter adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumenter adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Kumpulan data bentuk tulisan ini disebut dokumen dalam arti luas termasuk artefak foto tape mikrofilm *disc*, *CD*, *harddisk*, *flashdisk* dan sebagainya.

Bahan dokumen secara eksplisit berada dengan berbeda dengan literatur tetapi kemudian perbedaan antara keduanya hanya dibedakan secara gradual. Literatur adalah bahan-bahan yang diterbitkan baik secara rutin maupun berkala

sedangkan dokumenter adalah informasi yang disimpan atau dokumentasi sebagai bahan dokumenter seperti dokumen pribadi dan dokumen resmi.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dokumenter seperti foto, video dan rekaman dapat memperkuat hasil penelitian. Flashdisk dan alat penyimpan data lainnya dapat mempermudah peneliti dalam menyimpan data yang ditemukan.

d. Penelusuran Data Online

Metode penelusuran data online yang dimaksud adalah tata cara melakukan penelusuran data melalui media online seperti internet atau media jaringan lain yang lainnya yang menyediakan fasilitas online sehingga peneliti dapat memanfaatkan data informasi.

Sama seperti metode dokumenter, metode penelusuran bahan online ini juga adalah metode sekunder yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif karena metode ini hanya membantu peneliti menyediakan bahan-bahan sekunder yang dapat dimanfaatkan dalam bentuk sekunder karena sifat bahan yang sekunder itu kecuali kontennya yang dapat langsung dianalisis dengan metode analisis isi metode analisis bingkai atau metode-metode lainnya.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data penelusuran data online untuk memudahkan peneliti mencari data lainnya. Penelusuran data online dapat membantu pada bahan sekunder penelitian dan mempermudah dalam waktu penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang bersifat eksploratif, untuk mendapatkan kesimpulan dari data yang diperoleh dan dianalisis maka proses selanjutnya adalah menyusun kriteria dari gambaran umum model komunikasi pariwisata yang menjadi objek penelitian. Adapun penelitian eksploratif adalah penelitian yang dilakukan untuk mencari sebab atau hal-hal yang mempengaruhi sesuatu. Dalam penelitian ini, pendekatan eksploratif digunakan karena dianggap lebih gamblang dan detail untuk memperoleh fakta dan realita.

Analisis deskriptif kualitatif merupakan suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti pada saat itu, sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan yang sebenarnya.

Menurut Moleong (2016:127) tahap analisis data kualitatif adalah sebagai berikut :

- a. Membaca/mempelajari data, menandai kata-kata kunci dan gagasan yang ada dalam data.
- b. Mempelajari kata-kata kunci itu, berupaya menemukan tema-tema yang berasal dari data.
- c. Menuliskan model yang ditemukan.

- d. Analisis data dimulai dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan kunci, yaitu seseorang yang benar-benar memahami dan mengetahui situasi objek penelitian.

Proses penelitian dan analisis data terdiri dari beberapa proses, yaitu :

- a. Pengamatan deskriptif metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai apa adanya, metode deskriptif ini juga merupakan pengumpulan data untuk mengetes pertanyaan penelitian dengan keadaan dan kejadian sekarang.
- b. Analisis domain memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh dari objek penelitian atau situasi sosial.
- c. Pengamatan terfokus merupakan kelanjutan dari pengamatan deskriptif, dan lebih terfokus terhadap detail atau rincian-rincian suatu ranah atau domain
- d. Analisis taksonomi memilih domain kemudian dijabarkan menjadi lebih rinci, sehingga dapat diketahui struktur internalnya.
- e. Analisis komponen kontras antar elemen dalam domain yang diperoleh melalui observasi dan atau wawancara, analisis ini dilakukan setelah peneliti mempunyai cukup banyak fakta dari hasil wawancara.
- f. Analisis tema memahami gejala-gejala yang khas dari analisis sebelumnya, analisis ini mencoba mengumpulkan sekian banyak tema, nilai simbol-simbol budaya yang ada dalam setiap domain.

Selain dari analisis data yang digunakan di atas, dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data triangulasi sebagai uji keabsahan. Triangulasi

ini dilakukan karena dalam penelitian kualitatif untuk menguji keabsahan informasi tidak dapat dilakukan dengan alat-alat uji statistik. Begitu dengan materi kebenaran tidak diuji berdasarkan kebenaran alat sehingga substansi kebenaran tergantung kepada kebenaran intersubjektif. Sesuatu yang dianggap benar apabila kebenarannya itu mewakili kebenaran orang banyak atau kebenaran stakeholder bukan saja muncul dari wacana etik, namun juga menjadi wacana etik dari masyarakat yang diteliti.

3.8 Teknik Keabsahan Data

Teknik yang digunakan dalam pemeriksaan keabsahan data seperti yang dikemukakan oleh Moleong (2016: 327), adalah perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, analisis kasus negatif, kecukupan referensial, dan pengecekan dengan anggota yang terlibat dalam penelitian.

Teknik triangulasi lebih mengutamakan efektivitas proses dan hasil yang diinginkan. Regulasi dapat dilakukan dengan menguji apakah proses dan hasil metode yang digunakan sudah berjalan dengan baik. Seperti, penelitian menggunakan wawancara dan observasi untuk mengumpulkan data, berhimpun pada catatan harian wawancara dengan informan serta catatan harian observasi. Setelah itu dilakukan uji silang terhadap materi catatan harian itu untuk memastikan tidak ada informasi yang bertentangan antara catatan harian wawancara dan catatan harian observasi (Bungin, 2010 :252).

Catatan harian metode ada yang tidak relevan penelitian harus menginformasikan perbedaan itu kepada informan. Hasil konfirmasi itu perlu diuji

dengan informan sebelumnya karena bisa jadi hasil konfirmasi itu bertentangan dengan informasi yang telah dihimpun sebelum dari informan atau dari sumber-sumber lain. Apabila ada yang berbeda dengan penelitian terus menelusuri perbedaan-perbedaan itu sampai penelitian menemukan sumber perbedaan dan materi perbedaannya kemudian dilakukan konfirmasi dengan informasi dari sumber lainnya (Bungin, 2010 : 252).

Triangulasi juga dapat dilakukan dengan menguji pemahaman penelitian dengan pemahaman informasi tentang hal-hal yang diinformasikan kepada peneliti. Hal ini perlu dilakukan mengingat dalam penelitian kualitatif persoalan pemahaman makna suatu hal bisa jadi berbeda antara orang satu dan lainnya termasuk juga pemahaman informan dengan peneliti.

3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam Penelitian ini adalah Dinas Pariwisata kota Padangsidimpuan di` Jalan H. T. Rizal Nurdin, Val IV, Palopat, Padangsidimpuan Tenggara,

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama bulan Maret 2019 hingga Juni 2019

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Padangsidimpuan

4.1.1.1 Sejarah Padangsidimpuan

Kota Padangsidimpuan merupakan sebuah kota di Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Kota Padangsidimpuan terkenal dengan sebutan kota salak dikarenakan banyaknya kebun salak di sana, terutama pada kawasan di kaki Gunung Lubuk Raya. Nama kota ini berasal dari “Padang na dimpu” (padang artinya hamparan luas, na artinya di, dan dimpu artinya tinggi) yang berarti “hamparan rumput yang luas yang berada di tempat yang tinggi.” pada zaman dahulu daerah ini merupakan tempat persinggahan para pedagang dari berbagai daerah, pedagang ikan dan garam dari Sibolga-Padangsidimpuan-Panyabungan, Padang Bolak (Paluta)-Padangsidimpuan-Sibolga (Website resmi padangsidimpuan.go.id).

Seiring perkembangan zaman, tempat persinggahan ini semakin ramai dan kemudian menjadi kota. Kota ini dibangun pertama kali sebagai benteng pada 1821 oleh pasukan Padri yang dipimpin oleh Tuanku Imam Lelo. Benteng ini membentang dari Batang Ayumi sampai Aek Sibontar. Sisa-sisa benteng peninggalan Perang Paderi saat ini masih ditemukan, walau sudah tidak terawat dengan baik. Pengaruh pasukan Padri ini berdampak pada agama yang dianut oleh mayoritas penduduk kota ini beragama Islam.

Pada zaman penjajahan Belanda, kota Padangsidempuan dijadikan pusat pemerintahan oleh penjajah Belanda di daerah Tapanuli. Peninggalan bangunan Belanda disana masih dapat dijumpai berupa kantor pos polisi pusat kota Padangsidempuan. Sehingga tidak heran, kalau ingin melihat sejarah kota Padangsidempuan, tersimpan foto-foto zaman dahulu kota Padangsidempuan di sebuah museum di kota Leiden, Belanda.

Sebelumnya Padangsidempuan merupakan Kota Administratif berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1982. Kemudian sejak tanggal 21 Juni 2001, berdasarkan Undang-undang Nomor 4 Tahun 2001, kota Padangsidempuan ditetapkan sebagai daerah otonom dan merupakan hasil penggabungan dari kecamatan Padangsidempuan Utara, kecamatan Padangsidempuan Selatan, kecamatan Padangsidempuan Batunadua, kecamatan Padangsidempuan Hutaimbaru, dan kecamatan Padangsidempuan Tenggara yang sebelumnya masuk wilayah Kabupaten Tapanuli Selatan.

Kota Padangsidempuan terbentuk sejak tanggal 17 Oktober 2001 dan terdiri dari 5 kecamatan termasuk kecamatan Padangsidempuan utara . Dimana pada awal terbentuknya, Kecamatan Padangsidempuan Utara terdiri dari 12 kelurahan. Pada tahun 2005 daerah kota Padangsidempuan dimekarkan menjadi 6 kecamatan dan kecamatan padangsidempuan utara dimekarkan menjadi 16 kelurahan.

Kota Padangsidempuan merupakan salah satu kabupaten/kota dari 28 kabupaten/kota di provinsi sumatera utara. Secara geografis kota Padangsidempuan berada pada koordinat 01028',19''–01018'07'' lintang utara

dan 99018'53''-99020' 35'' bujur timur. kota padangsidimpuan memiliki luas area 14.685,680 ha, ketinggian berkisar \pm 522,8 m di atas permukaan laut, dengan batas-batas wilayahnya sebagai berikut :

Sebelah Utara perbatasan dengan kecamatan Angkola Barat kabupaten Tapanuli Selatan. Sebelah Timur perbatasan dengan kecamatan Angkola Timur kabupaten Tapanuli Selatan. Sebelah Selatan perbatasan dengan kecamatan Batang Angkola Kabupaten Tapanuli Selatan. Sebelah Barat perbatasan dengan kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan

Wilayah administratif kota Padangsidimpuan terdiri dari 6 kecamatan, 42 desa dan 37 kelurahan. Posisi kota Padangsidimpuan memiliki akses darat yang memadai dan cukup strategis, karena berada pada jalur utama bagian Barat menuju Ibukota Provinsi Sumatera Utara, terdapat dua jalur :

Timur/Selatan : menuju Ibu kota Mandailing Natal, Panyabungan dan ke Provinsi Sumatera Barat berlanjut ke Ibu kota Negara, Jakarta.

Timur/Utara : menuju Langga Payung Kabupaten Labuhanbatu yang terhubung dengan trans sumatera highway jalur timur/utara yang dapat menghubungkan semua Ibu kota Provinsi di pulau Sumatera dan ke pulau Jawa.

Posisi kota Padangsidimpuan yang berada pada lintas tengah Sumatera antara 9 (sembilan) kabupaten dan Kota yaitu kabupaten Pasaman Timur, kabupaten Pasaman Barat, kabupaten Labuhan Batu, kabupaten Padang Lawas, kabupaten Padang Lawas Utara, kabupaten Tapanuli Selatan, kabupaten Mandailing Natal, kabupaten Tapanuli Tengah dan kota Sibolga.

Kondisi fisik topografi kota Padangsidempuan sangat beragam mulai dari datar bergelombang hingga curam. Secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

- Wilayah yang relatif dasar hingga landai dengan kemiringan lereng berkisar 0-8 % terdapat seluas ± 4.666,70 Ha atau 34,72 % dari luas total wilayah kota. Wilayah ini pada umumnya terdapat pada bagian tengah kota, seperti kecamatan Padangsidempuan Utara dan Padangsidempuan Selatan serta pada persawahan yang terdapat di kecamatan Padangsidempuan Tenggara.
- Wilayah bergelombang dengan kemiringan lereng berkisar antara 8 – 15 % terdapat 2.457,56 Ha atau 18,29 % dari luas total Wilayah kota, yang terdapat di kecamatan Padangsidempuan Tenggara.
- Wilayah yang curam dengan kemiringan lereng berkisar antara 15 – 25 % terdapat 2.925 Ha atau 21,76 % dari luas total wilayah kota, yang terdapat pada bagian Utara kota, seperti kecamatan Padangsidempuan Hutaimbaru dan Padangsidempuan Angkola Julu.
- Wilayah yang sangat curam dengan kemiringan 25 – 40 % terdapat seluas 2.175 Ha atau 16,18 % dari luas total kota. Daerah ini umumnya terdapat pada bagian Timur dan Selatan kota, seperti kecamatan Padangsidempuan Batunadua dan Padangsidempuan Tenggara.
- Wilayah yang terjal dengan kemiringan di atas 40 % terdapat seluas 1.215,66 Ha atau 9,05 % dari luas total wilayah kota. Daerah ini

merupakan gunung – gunung yang terdapat pada pinggiran dan tengah kota

Jumlah penduduk kota Padangsidimpuan pada tahun 2012 berdasarkan data yang dipublikasi resmi berjumlah 198.809 jiwa. Jumlah penduduk tersebut tersebar pada wilayah seluas 146,85 km² maka kepadatan penduduknya mencapai 1.354 jiwa/km² . Kecamatan Padangsidimpuan Utara merupakan kecamatan yang paling tinggi kepadatan penduduknya yang mencapai 4.339 jiwa/km² disusul oleh kecamatan Padangsidimpuan Selatan yang mencapai 3.987 jiwa/km² . Sementara itu kecamatan lainnya memiliki tingkat kepadatan yang beragam. Kecamatan dengan tingkat kepadatan penduduk terendah adalah Kecamatan Padangsidimpuan Angkola Julu yang hanya 275 jiwa/ km² . Secara lebih rinci tentang usia penduduk di kota Padangsidimpuan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Kota Padangsidimpuan

Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
0 - 4	11 261	11 263	22 524
5-9	11 258	10 700	21 958
10-14	11 093	10 811	21 904
15 - 19	11 691	12 498	24 189
20 - 24	9 808	11 238	21 046
25 - 29	7 858	7 977	15 835
30 - 34	7 122	7 232	14 354
35 - 39	6 464	6 945	13 409
40 - 44	6 182	6 881	13 063
45 - 49	5 892	6 164	12 056
50 - 54	5 021	5 305	10 326
55 - 59	3 608	3 870	7 478

60 - 64	2 161	2 591	4 752
65 - 69	1 299	1 732	3 031
70 - 74	824	1 176	2 000
75 +	642	1 229	1 871
<i>Jumlah/Total</i>	102 184	107 612	209 796
2014	100 642	105 854	206 496
2013	99 725	104 890	204 615
2012	96 841	101 968	198 809
2011	94 347	98 975	193 322

Sumber: Badan Pusat Statistika Kota Padangsidempuan (2015)

Jika dilihat dari distribusi penduduk menurut kelompok usia, terlihat jelas bahwa mayoritas penduduk Kota Padangsidempuan masuk dalam kategori produktif yaitu mayoritas berusia di bawah 50 tahun. Secara lebih rinci data yang diperoleh menunjukkan bahwa kelompok usia 15 -19 tahun adalah kelompok usia tertinggi jumlahnya yang mencapai 24.189 jiwa. Sedangkan jumlah kelompok usia terkecil adalah kategori usia di atas 75 tahun yang hanya mencapai 1871 jiwa.

4.1.1.2 Visi Dan Misi

1. Visi “Padangsidempuan yang berkarakter, bersih, aman dan sejahtera”
2. Pokok – pokok visi :

Kota berkarakter adalah kota yang memiliki ciri ciri khas dengan keragaman suku, struktur budaya, agama, adat istiadat, kesenian dan lainnya yang dijadikan sebagai aset kota untuk membangun kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Kota bersih mengimplementasikan kota dengan wilayah yang bersih, sehat dan penuh harmoni.

Kota aman dimaksudkan bahwa kota yang wilayahnya mendapat jaminan keamanan sehingga masyarakat mendapat perlindungan dari rasa khawatir dan takut. Kota sejahtera dimaksudkan adalah sebagai kota yang masyarakatnya maju

dalam berkeadaban dengan mengedepankan pendidikan, ilmu, iman, dan amal, makmur, mendapatkan keadilan ekonomi dan keadilan sosial.

3. Misi

- a. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang religius cerdas dan berbudaya dengan pemanfaatan iman dan taqwa (imtaq) dan ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek), melalui pengelolaan pendidikan yang berkualitas.
- b. Membuka lapangan kerja dengan iklim investasi yang kondusif dan meningkatkan potensi ekonomi kerakyatan yang berdaya saing dengan titik berat pada perdagangan, pertanian, pengelolaan dan pembinaan usaha kecil menengah, dan industri rumah tangga.
- c. Menyediakan dan meningkatkan kuantitas dan kualitas sarana dan prasarana infrastruktur untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan kota.
- d. Menyediakan dan meningkatkan kuantitas dan kualitas sarana dan prasarana kesehatan untuk terwujudnya masyarakat yang sehat dan sejahtera.
- e. Meningkatkan pelayanan publik dengan tata kelola pemerintahan yang bersih dan baik (*clean and good governance*) sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku.
- f. Meningkatkan peran serta pemuda dan perempuan dalam setiap gerak pembangunan dan melakukan pembinaan terhadap generasi muda

dalam rangka mengantisipasi munculnya masalah penyalahgunaan narkoba dan tindak kriminal lainnya.

- g. Menyediakan dan meningkatkan sarana dan prasarana publik sebagai tempat bermain dan bersosialisasi untuk lapisan masyarakat, termasuk anak-anak dan kelompok difabel.

4.1.1.3 Demografi

Jumlah penduduk tahun 2012 menurut data BPS (badan Pusat Statistik) adalah berkisar 198.809 jiwa, terdiri dari 96.841 laki-laki dan 101.968 perempuan. Komposisi penduduk berdasarkan jenis kelamin adalah 49% dan 51%.

Kondisi terakhir jumlah penduduk Kota Padangsidimpuan menurut data Dinas Catatan Sipil dan Kependudukan adalah berkisar 257.197 jiwa yang menghuni wilayah 15930,82Ha sehingga kepadatan penduduk tercatat sebesar 16,14 jiwa/Ha.

4.1.1.4 Sejarah Tata Ruang Padangsidimpuan

Kota Padangsidimpuan pada masa ini dapat dimasuki melalui tiga jalur utama, yakni: dari dan ke arah Tarutung/Rantau Prapat (utara), Bukittinggi (selatan), Sibolga (barat). Koneksi (*interchange*) tiga jalur utama ini terletak di Tugu Siborang pada masa ini. Pada masa lalu, jalur utara dan selatan di Siborang merupakan lalu lintas pergerakan pasukan dalam Perang Padri (1816-1833).

Sebelah timur Siborang ini merupakan daerah pertanian/persawahan yang subur dan menjadi lumbung beras; sedangkan sisi sebelah barat sungai Batang Ayumi merupakan areal tegalan/kebun penduduk. Ke arah hulu kebun-kebun penduduk ini terdapat areal persawahan yang sangat luas: mulai dari Kampung

Salak / Sigiring-Giring hingga wilayah Hutaimbaru/Siharangkarang. Saat itu, jalur dari dan ke Sibolga dari Siborang belum tersambung, jalur perdagangan Sipirok-Sibolga dilakukan via Batunadua-Hutaimbaru dan jalur Pijorkoling / Angkola Jae ke Sibolga dilakukan di hilir jembatan Siborang.

Ketika Belanda menduduki wilayah Padang Sidempuan (datang dari arah Mandailing / Air Bangis), pasukan Belanda membangun jembatan Siborang dan jembatan Sigiring Giring yang mengakibatkan daerah Siborang menjadi sebuah persimpangan utama yang menghubungkan lalu lintas utara, selatan dan barat dari dan ke benteng Padang Sidempuan.

Sehubungan dengan pemindahan ibukota Keresidenan Tapanuli dari Air Bangis (daerah Pasaman) ke Padang Sidempuan pada tahun 1884, wilayah Kota Padang Sidempuan pada masa kini, wilayah ini sebelumnya adalah semacam tanah ulayat dari empat area komunitas marga Harahap, yang berada di arah utara adalah Batunadua/Pargarutan, di arah selatan adalah Pijorkoling, di arah barat adalah Hutaimbaru/Angkola Julu dan satu lagi dan merupakan inti komunitas marga Harahap yakni di arah tenggara adalah Sidangkal/Simarpinggan. Penduduk asli marga Harahap di Sidangkal ini sudah sejak lama melakukan aktivitas berladang dan berburu di areal yang kini menjadi pusat Kota Padang Sidempuan.

4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian

1. Informan pertama

Saidah Asro Fauziah, merupakan salah satu pegawai di Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan. Sudah lama bekerja di Dinas Pariwisata saat ini menjabat sebagai sekretaris, ia merupakan informan pertama yang peneliti temui pada hari

Selasa, 7 Mei 2019. Pada saat dijumpai, informan sedang melaksanakan tugas sebagai sekretaris. Keseharian Saidah selain bekerja sebagai pegawai Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan, ia aktif dalam komunitas islam di Padangsidempuan dan sedang mengambil magister ilmu pendidikan di Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Informan pertama sangat ramah dan menyambut peneliti dengan baik, sebelumnya peneliti telah menjumpai informan pertama untuk meminta surat riset dan berbincang sedikit tentang tema yang akan peneliti bahas. Ibu Saidah menceritakan beberapa kegiatan pariwisata berbasis kearifan lokal. Sebelumnya Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan berubah nomenklatur nama Dinas Pemuda, Olahraga, Budaya dan Pariwisata pada 2017 berubah menjadi Dinas Pariwisata sedangkan bidang kebudayaan telah bergabung dengan dinas pendidikan.

Namun dinas yang baru diresmikan sejak dahulu telah banyak mempunyai program pariwisata terutama berbasis kearifan lokal misalnya seperti yang dikatakan informan pertama “untuk senam saja saya mengutamakan lagu-lagu yang lokal tidak usah lagu luar tetapi instruktur senamnya bandal sehingga masih menggunakan lagu barat padahal udah saya tegur, setelah Walikota yang menegur baru diganti” (Informan pertama, 7 Mei 2019).

Dalam rapat-rapat yang biasa dilakukan ibu Saidah selalu berpikiran kritis seperti yang dikatakan “pernah ada rapat tentang baliho yang dipasang menggunakan kata welcome sedangkan orang lain belum tentu tau artinya dan saya meminta untuk memasukan bahasa daerah di dalam balihonya” (Informan satu, 7

Mei 2019). Ibu Saidah sangat kritis dalam menjawab pertanyaan peneliti dan kerap menanyakan hal-hal lain kepada peneliti, namun informan pertama sangat mendukung pembahasan peneliti dan berharap bermanfaat bagi Dinas pariwisata Padangsidempuan.

2. Informan kedua

Yuningsih merupakan salah satu pegawai di Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan. Yuningsih sudah lama menjadi pegawai negeri sipil dan menjabat sebagai kepala bidang sebelum Dinas Pariwisata masih bergabung dengan Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata kota Padangsidempuan.

Yuningsih aktif dalam kegiatan-kegiatan Dinas pariwisata terutama pada acara pemilihan putri dan putra pariwisata kota Padangsidempuan sebagai juri. Tahun 2018 Yuningsih dan pegawai Dinas Pariwisata lainnya telah membentuk dan meresmikan kelompok sadar wisata kota Padangsidempuan, beranggota anak-anak muda yang peduli wisata.

Peneliti temui informan kedua pada Selasa, 7 Mei 2019 dan tidak sedang sibuk, informan kedua langsung menanyakan apa saja pendoman wawancara yang akan dijawab. Berbeda dengan informan pertama, informan kedua menjawab secukupnya. Informan kedua lebih banyak melakukan kegiatan pariwisata secara umum seperti melakukan pendataan hotel atau penginapan di Padangsidempuan atau mengadakan acara-acara seminar atau pemilihan duta Padangsidempuan.

Informan kedua menjelaskan bahwa pariwisata sudah menjadi kebutuhan dalam kehidupan walaupun bukan menjadi kebutuhan utama. Membangun

pariwisata kota perlu peran dari semua orang sehingga pariwisata di Padangsidempuan tidak sepenuhnya dikelola oleh dinas pariwisata. Berhubungan dengan pariwisata berbasis kearifan lokal dalam mengembangkannya ada pihak-pihak lain yang bekerja sama sehingga menghasilkan tujuan bersama.

3. Informan ketiga

Informan ketiga Dina, peneliti ditemui pada 19 Mei 2019. Dina merupakan salah satu pengelola atau pemilik wisata kuliner berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan. Dina sebagai Informan kedua memiliki rumah makan dengan nama “Siporang” dan menjual makan-makan khas Padangsidempuan seperti ikan gulai salai dan sayur pakkat. Siporang merupakan rumah makan yang banyak dikunjungi masyarakat Padangsidempuan dan wisatawan luar kota.

Rumah makan miliknya akan ramai dikunjungi wisatawan luar daerah pada hari Sabtu dan Minggu atau hari libur. Rumah makan Siporang sendiri memiliki empat cabang dan satu cabang di Padangsidempuan dikelola oleh Dina. Keunggulan dari rumah makan Siporang hanya menjual makan-makan khas daerah yang memiliki cita rasa unik dengan rempah-rempah.

Dina mengelola destinasi wisata kuliner kurang lebih sudah dua tahun yang lalu rumah makan ini sendiri memiliki empat cabang di Panyabungan yang kedua di Padangsidempuan dan yang ketiga di Sayur Matinggi dan Siabu. Cabang pertama berada di Siabu dan sudah berdiri kurang lebih sepuluh tahun yang lalu kemudian setelah beberapa tahun kemudian dibuka cabang selanjutnya karena banyak peminat ikan-ikan gulai atau ikan asam padeh.

komunikasi informan ketiga dengan Dinas Pariwisata Kota Padangsidimpuan dan dinas terkait kurang harmonis karena mengelola rumah makan sendiri tanpa ada bantuan pemerintah. Tidak ada bantuan dana tetapi dinas terkait kerap mengunggah makanan Siporang di media sosial. Masyarakat sekitar mendukung adanya destinasi kuliner dan selama informan membuka belum ada yang keberatan dengan adanya destinasi kuliner Siporang.

Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti kunjungan wisatawan selama tiga bulan terakhir mengalami peningkatan terutama pada saat sebelum puasa dan setelah lebaran. Ketika puasa rumah makan Siporang tidak membuka Rumah Makan hanya menjual lauknya saja tetapi peminat tidak menurun.

4. Informan keempat

Abdul Rahman Nurdin informan keempat yang peneliti temui pada 26 Mei 2019 adalah salah satu pengelola destinasi budaya atau lubuk larangan di Kota Padangsidimpuan. Abdul Rahman Nurdin merupakan informan keempat yang peneliti jumpai ketika berada lubuk larangan Aek Rukkare. Selain sebagai pengelola destinasi budaya lubuk larangan, ia bekerja sebagai wiraswasta dan memiliki dua anak.

Abdul mengelola lubuk larangan Aek Rukkare sejak beberapa tahun lalu akan tetapi struktur organisasinya pengelola tidak kunjung terbentuk karena kurangnya komunikasi antara pemerintah, *Naposo Nauli Bulung* atau lebih dikenal dengan persatuan remaja putra-putri yang merupakan warisan adat budaya dan masyarakat.

Struktur organisasi pengelola lubuk larangan Aek Rukkare baru terbentuk pada tahun 2017 dan. Lubuk larangan Aek Rukkare banyak dikunjungi wisatawan, terutama pada saat acara pembukaan Lubuk larangan untuk wisatawan umum yaitu pada bulan desember dan setelah idul fitri. Abdul sebagai ketua melakukan promosi destinasi wisata lubuk larangan di media sosial untuk mengajak wisatawan.

Informan empat resmi mengelola destinasi sejak dua tahun lalu dan resmi jadi ketua kelompok lubuk larangan Aek Rukkare pada 2017. Informan tertarik mengelola lubuk larangan karena peduli terhadap kearifan lokal dan kearifan lokal ini dapat menjadi pariwisata yang dapat meningkatkan pendapatan asli daerah.

5. Informan kelima

Ahmad darwis merupakan informan kelima yang peneliti temui langsung setelah bertemu informan keempat pada 26 Mei 2019, masyarakat yang tinggal disekitar destinasi wisata dan peduli pada destinasi budaya seperti lubuk larangan. Selain itu Ahmad merupakan salah satu wirausaha yang tinggal dekat lokasi Lubuk larangan Aek Rukkare.

Komunikasi pariwisata informan kelima terjalin baik dengan pemerintah, rutin melakukan kunjungan kepada pemerintah dan pengelola, musyawarah dalam mengambil keputusan. Harapan informan kelima dengan adanya lubuk larangan agar destinasi budaya lebih berkembang sehingga masyarakat sekitarnya dapat merasakan hasilnya dan generasi muda peduli dengan kearifan lokal yang sudah lama ada.

Informan kelima menjelaskan perlunya lubuk larangan dikelola kembali oleh *Naposo Nauli Bulung* agar nantinya generasi muda tahu kearifan lokal, bersyukur atas alam yang dianugerahkan sang pencipta dan menjaga alam. Saran informan lima untuk dinas agar lebih peduli dan rajin melihat destinasi wisata dan membuat program program inovatif dan kreatif sehingga kunjungan wisata meningkat.

6. Informan keenam

Rahmat Hidayat Nasution merupakan informan keenam yang peneliti temui pada 6 juni 2019. Rahmat merupakan wisatawan yang mengikuti acara memancing dan menjala ikan di lubuk larangan Aek Rukkare. Informan keenam sebagai perantauan yang sudah lama tidak di Jakarta, lebaran tahun 2019 ia dan keluarga pulang kampung ke Padangsidempuan ke tempat ibunya tinggal.

Informan keenam mengetahui informasi dari Whatsapp yang disebarkan informan keempat kemudian tertarik mengikuti acara tersebut. Rahmat juga ikut mengajak anak dan istri untuk melihat acara yang hanya ada dua tahun sekali ini. Saran informan keenam agar destinasi budaya ini tetap menjadi kearifan lokal dan bukan hanya menjadi sungai tempat aliran air tetapi menjadi sumber mata air yang bermanfaat bagi kehidupan manusia dan hewan.

7. Informan ketujuh

Rosdiana Pane merupakan informan ketujuh yang peneliti temui di pasar sagumpal bonang Padangsidempuan pada 9 Juni 2019. Ibu Rosdiana merupakan penjual salak dan oleh-oleh khas Padangsidempuan seperti salak, alame atau

sejenis dodol, kora koling, beteng-beteng dan lainnya. Informan ketujuh telah berjual selama kurang lebih sepuluh tahun.

Komunikasi pariwisata dengan Dinas Pariwisata kurang harmonis tetapi dengan masyarakat sekitar baik. Kurang harmonis karena Dinas Pariwisata tidak membawahi destinasi kuliner secara langsung kebanyakan pemerintah dari badan pengawas makanan yang membawahi langsung. Dari hasil observasi peneliti kunjungan wisata selama tiga bulan terakhir ramai terutama ketika menjelang lebaran dan setelah lebaran.

Selama informan ketujuh membuka destinasi kuliner belum ada masyarakat yang keberatan karena berlokasi di pusat pasar yang memang menjual bahan pangan, papan, dan sandang di Padangsidempuan.

8. Informan Kedelapan

Muhammad Ahir Lubis merupakan informan kedelapan yang peneliti temui di bukit simarsayang pada 10 Juni 2019. Pengelola dan pemilik salah satu destinasi wisata alam yang ada di Padangsidempuan. Destinasi alam yang dimiliki Ahir bernama “Tor Indah Simarsayang (TIS)”. Dari hasil observasi peneliti kunjungan wisata di TIS selama 3 bulan terakhir ramai terutama pada libur lebaran dan libur anak sekolah.

Ahir sendiri mempunyai hobby pada pariwisata dan karya seni, sehingga membuka usaha dan mengelola bidang destinasi alam. TIS sendiri resmi dibuka sejak 2018 dan memiliki banyak pengunjung baik dari wisatawan Padangsidempuan dan wisatawan dari luar daerah.

TIS dikelola Ahir dengan tetap mengunggulkan pemandangan pepohon, pegunungan, dan pemandangan kota Padangsidimpuan yang terlihat dari atas ketinggian lokasi wisata. Informan kedelapan membayangkan tempat-tempat berfoto di TIS dengan desain pemikirannya dan terinspirasi oleh destinasi alam yang ada.

Harapan informan kedelapan dengan ada TIS dapat menambah pemasukan untuknya dan membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Manfaat lain yang ingin diciptakan Ahir yaitu dengan menghibur atau menjadi tempat rekreasi yang dapat menghilangkan beban pikiran.

9. Informan kesembilan

Sulastri merupakan informan kesembilan yang peneliti temui di Tor Indah Simarsayang (TIS) Padangsidimpuan pada 10 juni 2019. Sulastri merupakan wisatawan yang berasal dari Sibolga, beberapa kali ia sudah pernah datang ke TIS untuk berwisata. Ketika ditemui Sulastri bersama dengan keluarganya sedang asyik makan dan berfoto-foto.

10. Informan kesepuluh

Sutan Hasibuan merupakan informan kesepuluh yang peneliti temui di destinasi wisata alam kembar agro Padangsidimpuan pada 16 juni 2019. Sutan pengelola dan pemilik modal dari Kembar argo yang menjalankan usahanya sejak 2015. Selain memiliki destinasi wisata ia merupakan pengusaha yang cukup dikenal di Padangsidimpuan salah satu pemilik kembar ponsel.

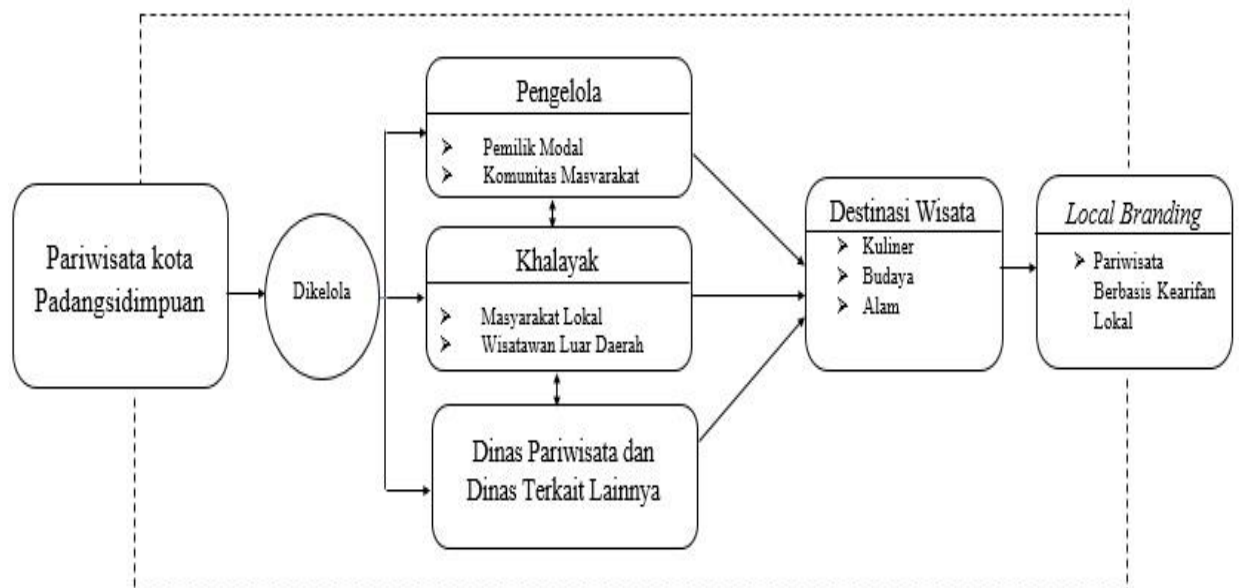
Dari hasil observasi peneliti kunjungan wisata selama tiga bulan terakhir ramai dimulai sejak bulan april sebelum puasa, bulan juni setelah lebaran dan

bulan juli 2019 ketika libur sekolah. Destinasi wisata alam Kembar Argo tetap ramai dikunjungi wisatawan ketika sabtu atau minggu.

11. Informan kesebelas

Parlindungan Nasution adalah informan kesebelas dan merupakan informan terakhir yang peneliti temui di lubuk larang sungai Batang Ayumi Padangsidempuan pada 17 juni 2019. Merupakan pengelola destinasi wisata budaya dan merupakan wiraswasta, sejak sungai Batang Ayumi terkena bencana banjir bandang aliran sungainya menjadi berubah dan beberapa batu-batu sudah berpindah posisi.

4.1.3 Komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Kota Padangsidempuan



Gambar 4.1 Model Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Padangsidempuan (Hasil Peneliti, 2019)

Dari gambar 4.1 diperoleh model komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan. Pariwisata di Padangsidempuan dikelola oleh komunikator yaitu pemerintah, khalayak dan pengelola. Pesan yang disampaikan berupa destinasi wisata berbasis kearifan lokal, menggunakan media massa dan non massa kepada calon wisatawan. Efek yang diharapkan oleh komunikator agar khalayak atau calon wisatawan mengenal, mempunyai keinginan dan berkunjung ke Padangsidempuan.

Pariwisata kota Padangsidempuan dikelola tiga elemen Pemerintah sebagai lembaga resmi, pemilik modal atau komunitas masyarakat sebagai lembaga tidak resmi, dan khalayak yang merupakan masyarakat lokal dan wisatawan. Destinasi yang dikelola yaitu kuliner, budaya, dan alam. *Local branding* Pariwisata yang mengedepankan adat istiadat, budaya yang ada di Padangsidempuan berupa kearifan lokal. Kekuatan pariwisata kota Padangsidempuan merupakan kuliner, budaya dan alam.

4.1.4 Komunikasi pariwisata pihak pemerintah, pengelola, dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di kota Padangsidempuan

4.1.4.1 Peran Komunikator dalam mengembangkan pariwisata

Komunikator mempunyai peran penting dalam salah satunya menyampaikan pesan kepada khalayak, untuk itu dalam menentukan komunikator tidak bisa secara sembarangan. Komunikator dalam komunikasi pariwisata ditentukan oleh walikota Padangsidempuan. Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan berada langsung dibawah walikota dan semua pengambilan keputusan mempunyai laporan kepada walikota. Pernyataan ini diperkuat ibu Saidah “Semua dinas di kota Padangsidempuan berada di bawah walikota, sehingga semua arahan berasal

dari walikota. Walikota memberi hak kepada dinas pariwisata untuk menentukan komunikator dari pegawai dinas pariwisata kota Padangsidempuan” (Informan pertama, 7 mei 2019).

Ibu Yuningsih memperkuat pernyataan dari informan pertama sebagai komunikator dalam menyampaikan pesan kepada khalayak merupakan pegawai dinas Pariwisata seperti yang dikatakan “Komunikator dalam penyampaian pesan merupakan pegawai dinas Pariwisata kota Padangsidempuan”.

Dalam menentukan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada khalayak, sebelumnya Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan melakukan rapat penentuan komunikator, seperti yang dikatakan informan satu dan dua “Dengan rapat penentuan komunikator”.

Informan tiga sampai informan sebelas merupakan komunikator langsung dalam menyampaikan kepada khalayak karena bukan lembaga dan merupakan pribadi. Informan tiga sampai informan sebelas tidak menggunakan rapat dan penentuan khusus dalam menyampaikan pesan.

Peran informan ketiga sebagai komunikator yaitu menciptakan rasa makanan yang berbasis kearifan lokal seperti yang dinyatakan dalam wawancara kepada peneliti “mengelola makanan yang ada seperti ikan gulai, sayur *pakkat* dan makanan-makanan berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan seperti ikan salai yang di gulai, ikan asam padeh, daun ubi tumbuk dan lainnya” (Informan ketiga, 19 Mei 2019).

Berbeda dengan informan ketiga, informan keempat sebagai pengelola wisata memiliki peran sebagai komunikator dalam mengelola lubuk larangan

yaitu mengelola lubuk larangan Aek Rukkare dan menjaganya seperti pernyataan informan ketiga “Mengenalkan lubuk larangan ke calon pengunjung, mengelola lubuk larangan dengan cara memberikan ikan, melihat kondisi sungai, lingkungan dan komunikasi dengan masyarakat” (informan ketiga, 26 Mei 2019).

Untuk memperkuat jawaban dari informan keempat, peneliti melakukan triangulasi kepada informan kelima sebagai masyarakat yang tinggal di daerah lubuk larangan Aek Rukkare. Informan kelima mengatakan “Ikut berpartisipasi dalam program yang dibuat pemerintah, mengenalkan dan mengajak orang untuk berpartisipasi pada wisata berbasis kearifan lokal ke banyak orang” (26 Mei 2019).

Kemudian untuk memperkuat wawancara peneliti menanyakan kepada dua wisatawan. Peran informan keenam sebagai wisatawan hanya mengikuti acara berbasis kearifan lokal di lubuk larangan Aek Rukkare. Peran informan kesembilan merupakan wisatawan dari Tor Indah Simarsayang yang dikelola informan kedelapan.

Hampir sama dengan ibu Dina sebagai pengelola destinasi wisata kuliner, informan ketujuh berperan sebagai komunikator yaitu menjual oleh-oleh khas Padangsidempuan seperti yang dikatakan “Perannya yaitu dengan berjualan makanan berbasis kearifan lokal seperti salak, keripik sambal, alame atau sering disebut dodol, korak koling atau yang lebih dikenal dengan lapan lapan, beteng-beteng dan lainnya” (informan ketujuh, 9 juni 2019).

Informan kedelapan sebagai komunikator memiliki peran mengelola destinasi yang ia miliki sendiri atau pemilik modal seperti yang dikatakan

“Perannya itu mengelola wisata, mempromosikan destinasi dan menjaga lingkungan” (Informan pertama, 10 Juni 2019). Sedangkan informan kesepuluh sebagai komunikator bertugas mencari ide kreatif dan inovatif agar wisatawan tetap datang seperti yang dikatakan “Mengelola tempat destinasi Kembar Argo, menuangkan kreasi atau ide baru agar pelanggan tetap datang menjaga komunikasi dengan baik dan mengikuti minat masyarakat” (informan kesembilan, 16 Juni 2019) .

Informan kesebelas merupakan pengurus destinasi wisata budaya yaitu lubuk larangan dengan ketetapan dan ketentuan yang disetujui masyarakat sampai saat ini masih terlaksana. Hal ini diperkuat dengan pernyataannya kepada peneliti

“Komunikasi dengan masyarakat yang datang, menjaga ikan sungai Batang ayumi dengan baik, mengawasi keadaan sungai seperti ikan saat musim hujan aliran sungai akan deras maka untuk menanggulangnya ada tempat-tempat yang ditinggikan agar ikannya tidak lari terbawa arus” (informan kesebelas, 17 Juni 2019).

Dari sebelas pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa benar peran komunikator berbeda-beda dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal sesuai dengan kepentingan masing-masing. Pemerintah sebagai lembaga resmi mempunyai hak lebih kuat dalam mengembangkan pariwisata tetapi masih rumitnya dalam meminta persetujuan. Namun pengelola sebagai komunikator tetap mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal untuk kepentingan individu dan kelompok tertentu.

4.1.4.2 Pesan yang disampaikan dalam mengembangkan Pariwisata

Pesan yang disampaikan kepada khalayak tentang pariwisata berbasis kearifan lokal dapat secara verbal dan nonverbal. Secara verbal dapat berupa kata-

kata yang disampaikan komunikator. Sedangkan secara nonverbal dapat berupa tarian yang memiliki makna kearifan lokal, pada setiap gerakan atau baju yang dikenakan. Hal ini diperkuat dengan pernyataan informan pertama ketika diwawancarai :

“Yang disampaikan pariwisata berbasis kearifan lokal sesuai dengan kebudayaan lokal adat yang ada di Padangsidempuan. Setiap acara pariwisata yang dilakukan Dinas memasukan pesan-pesan seperti tarian daerah, lagu daerah, makanan daerah dan simbol-simbol yang melambangkan kearifan lokal di Padangsidempuan” (informan pertama, 7 Mei 2019).

Pesan yang disampaikan selanjutnya dengan mengenalkan kearifan lokal kepada audiens ketika acara seminar atau pertemuan Dinas Pariwisata yaitu menceritakan sedikit makna suatu benda, tradisi dan lainnya, seperti yang dikatakan

“Pada acara-acara pariwisata yang berbasis kearifan lokal terlebih dahulu mengenalkan ciri-ciri atau khas dari Padangsidempuan mau itu makanan seperti salak dan lainnya. Ketika kunjungan dari Dinas Pariwisata lain atau kunjungan dari luar daerah pasti di dalam acara tersebut akan dijelaskan” (informan pertama, 7 Mei 2019).

Informan kedua memperkuat jawaban informan pertama sebagai pegawai yang bekerja di Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan. Pesan yang disampaikan kepada khalayak untuk mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal dengan kerjasama. seperti yang pernyataan informan kedua yaitu :

“Pesannya dengan membentuk kata-kata atau simbol-simbol yang menarik wisatawan. Pesan untuk masyarakat Padangsidempuan adalah sama-sama membangun pariwisata berbasis kearifan lokal karena dalam membangun pariwisata berbasis kearifan lokal Dinas Pariwisata tidak dapat berdiri sendiri, diperlukan dinas lainnya, masyarakat, pengelola, wisatawan seluruh seluruh bagian dari pariwisata” (informan kedua, 7 Mei 2019).

Informan ketiga dan ketujuh sebagai pengelola destinasi wisata kuliner menyatakan tidak jauh berbeda beda seperti memberikan informasi makanan yang dijual. Ibu dina menyatakan “Komunikasi kepada wisatawan dengan menjelaskan menu-menu khas yang ada di sini” (informan ketiga, 19 Mei 2019). Sedangkan informan ketujuh menyatakan sebagai pengelola harus bersikap baik dan beretika dalam menawarkan produknya seperti yang dikatakan “Pesan kepada masyarakat yaitu dengan ramah ketika pengunjung datang atau menawarkan produk-produk yang merupakan khas daerah ketika orang yang tidak menjadi beli tidak dimarahi dan tetap tersenyum” (informan ketujuh, 9 Juni 2019).

Berbeda dengan jawaban informan lainnya informan keempat dan informan kedelapan menyatakan media sosial merupakan tempat menyampaikan pesan dengan membuat status atau kata-kata yang menarik seperti mengatakan: “menyampaikan informasi di media sosial facebook, mengelola pesan dengan cara kata kata yang menarik” (Informan keempat, 26 Mei 2019). Sedangkan informan kedelapan menyampaikan pesan untuk mengenalkan tempat wisatanya Tor Indah Simarsayang melalui foto-foto di media. Informan kedelapan menyatakan “menyampaikan pesan dengan cara mempromosikan melalui media sosial, media cetak, dibantu dengan informasi mulut ke mulut. Mengelola pesan dengan cara mengunggah foto-foto Tor Indah Simarsayang di media” (informan kedelapan, 10 Juni 2019).

Pesan yang disampaikan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal menggunakan hal sederhana seperti cara konvensional. Hal ini memperkuat pernyataan informan kelima menyampaikan pesan dengan mengajak

warga sekitar datang pada acara yang akan diselenggarakan lubuk larangan Aek Rukkare “mengajak teman-teman di masjid atau di kedai kopi ikut acara mengambil ikan di Lubuk Larang pada lebaran kedua” (informan kelima, 26 Mei 2019).

Informan keenam sebagai wisatawan mendapatkan pesan dari media sosial ketika akan dilakukan pembukaan acara di lubuk larangan Aek Rukkare seperti yang dijelaskan kepada peneliti :

“Mengetahui informasi adanya acara dari WhatsApp. Saya sendiri merupakan perantauan dan orangtua masih tinggal di daerah sini ketika lebaran kami pulang dan mengikuti acara yang diselenggarakan pengelolaan Lubuk larangan. Memulai acara pengelola bersikap ramah dan bercerita-cerita baik tentang Lubuk larangan maupun” (informan keenam, 6 Juni 2019).

Sedangkan informan kesembilan menerima pesan dengan jelas dari informan kedelapan seperti yang dikatakan “Mengetahui informasi Tor Indah Simarsayang dari media sosial, penyampaian pesan oleh pengelola jelas dan saya memahami pesan yang disampaikan oleh pengelola” (informan kesembilan, 10 juni 2019).

Berbeda dengan informan sebelumnya, informan kesepuluh dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dengan bahasa yang dimengerti wisatawan, tidak semua pengunjung mau menggunakan bahasa Indonesia terkadang pengunjung yang datang menggunakan bahasa daerah. Hal ini diperkuat dengan pernyataan “Pesan yang disampaikan dengan cara mudah dimengerti terkadang menggunakan bahasa daerah untuk masyarakat atau pengunjung yang tidak mengerti bahasa Indonesia dengan menyesuaikan pada bahasa pengunjung” (informan kesepuluh, 16 Juni 2019).

Hampir sama dengan informan kesepuluh, informan kesebelas menyampaikan menyampaikan pesan dengan cara yang mudah dimengerti. Pesan yang disampaikan tetap mengutamakan kearifan lokal. Pernyataan informan kesebelas “Menyampaikan pesan dengan jelas, mudah dimengerti masyarakat yang datang, dan pesannya menjaga ikan di sungai Batang ayumi, mengawasi keadaan sungai dan melihat arus sungai” (Informan kesebelas, 17 Juni 2019).

Dari sebelas pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa pesan yang disampaikan komunikator secara verbal dan nonverbal. Pesan ini dapat berupa kalimat yang letakkan di media, ucapan langsung komunikator kepada komunikan, dan simbol-simbol seperti tarian adat yang dibawakan ketika acara resmi. Simbol ini juga berupa makanan seperti alame atau dodol yang dijual dan dikemas dengan anyaman dari bambu.

4.1.4.3 Media yang digunakan dalam mengembangkan pariwisata

Media bertugas menyampaikan informasi atau pesan yang telah dikemas oleh komunikator dan pihak-pihak terkait kepada khalayak. Jika dilihat dari model penyampaian pesan melalui media kepada khalayak maka dapat dibagi media mana yang sesuai pada publik yang menerima pesan. Media massa dan non massa dapat menjangkau berbagai kalangan masyarakat mulai dari individu, kelompok dan instansi. Media yang digunakan seperti website dengan alamat dinaspariwisatakotapadangsidingpandan.com dan facebook Dinas Pariwisata Sedangkan media rapat atau forum hanya dapat di jangkau oleh instansi atau institusi terkait.

Hal ini disampaikan informan pertama dalam menentukan media dengan melakukan rapat yang disesuaikan dengan anggaran. Seperti yang dinyatakan informan pertama “Dalam menentukan media biasanya melalui rapat dan anggaran yang disesuaikan. Media yang digunakan massa dan non massa” (Informan pertama, 7 Mei 2019).

Sedangkan ibu Yuningsih sebagai pegawai yang bekerja di Dinas yang sama dengan ibu Saidah, menyatakan hal berbeda informan kedua dalam menentukan media harus ditentukan dengan tepat agar hasilnya sesuai. Seperti yang dikatakan informan kedua “dalam menentukan media Dinas Pariwisata melihat sasaran yang pas didapatkan calon pengunjung dan melihat biaya yang digunakan dalam menggunakan media tertentu. Media yang digunakan radio, koran, dan facebook” (informan kedua, 7 Mei 2019).



Home > Category > SKPD > Dinas Pariwisata

Dinas Pariwisata

Gambar 4.2 Website Dinas Pariwisata kota Padangsidimpuan dalam mengenalkan, 15 Agustus 2019



Gambar 4.3 Facebook Dinas Pariwisata 23 Agustus 2019

Perkembangan teknologi sudah pada era 4.0 namun sebagian masyarakat di Padangsidempuan masih menggunakan media sederhana seperti penyampain pesan dari mulut ke mulut, mengandalkan papan reklame dan komunikasi persuasif. Hal ini diperkuat dengan pernyataan empat informan yang tidak menggunakan media sosial, media audio, media audio dan video. Seperti pernyataan Ibu Dina kepada peneliti saat ditemui di rumah makan Siporang

“Media yang sederhana dan murah biayanya digunakan karena nama rumah makan Siporang sendiri sudah dikenal di Mandailing Natal, Tapanuli Selatan dan Padangsidempuan. Pihak rumah makan tidak perlu mempromosikan secara besar-besaran hanya menggunakan media sederhana dari mulut ke mulut dan menggunakan media papan reklame di depan rumah makan. Kelebihan dari papan reklame yang ada di rumah makan yaitu ketika ada wisatawan yang melintas dapat membaca makanan yang terdapat di rumah makan Siporang. Keunggulan dari mulut ke mulut dapat menjangkau lebih dari yang diperhitungkan atau dengan media dari mulut ke mulut pelanggan yang datang lebih banyak. Kekurangan medianya adalah tidak kreatif dan inovatif melihat perkembangan zaman saat ini. Tidak digunakan media yang membutuhkan biaya besar atau menggunakan media sosial karena membutuhkan foto yang memerlukan teknik tertentu dalam mengambilnya agar bagus dan pengelola tidak menggunakan media tersebut” (informan ketiga, 19 Mei 2019).

Sedangkan pak Darwis dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal dengan tidak menggunakan media massa atau non massa. Hal ini memperkuat jawaban ibu Dina, bahwa di era teknologi 4.0 tidak semua orang menggunakan media cyber berbasis internet. Seperti pernyataan pak Darwis “Tidak ada media yang digunakan dalam mengembangkan destinasi wisata” (informan kelima, 26 Mei 2019).

Sama seperti ibu Dina, ibu Rosdiana menggunakan media papan reklame dan informasi dari mulut ke mulut tidak menggunakan media sosial dan media massa seperti kebanyakan pengelola. seperti yang dijelaskan

“Media yang digunakan dengan cara melihat biaya, memperhitungkan keuntungan bila keuntungannya besar maka media yang digunakan lebih besar. Saat ini media yang digunakan masih sederhana seperti papan reklame, menyebarkan informasi dari mulut ke mulut. Kekurangan media yang digunakan mungkin kurang dijangkau oleh wisatawan yang baru datang ke Padangsidempuan sedangkan kelebihanannya mendapat rekomendasi dari orang yang pernah mencoba makanan tersebut secara langsung” (informan ketujuh, 9 Juni 2019).

Informan kesebelas tidak menggunakan media massa atau media sosial dalam menyampaikan pesan, hanya menyampaikan informasi kepada teman-teman secara langsung. Namun masih banyak informan yang menggunakan media massa atau media sosial dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan.

Informan keempat menggunakan media sosial dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Di era 4.0 bapak Rahmat memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi untuk memudahkan dan menghemat biaya. Seperti yang pernyataan pak Rahman kepada peneliti:

“Menentukan media dengan cara memilih yang paling murah biayanya. Media sosial karena media lain membutuhkan biaya lebih. Kelebihan media sosial tidak memerlukan biaya, mudah dijangkau calon wisatawan dan kekurangan media sosial biasa saja yang menerima pesan berasal dari luar daerah” (informan keempat, 26 Mei 2019).

Pernyataan informan keenam memperkuat pernyataan informan keempat

dengan adanya media baru seperti media Whatsapp mempermudah dalam berkomunikasi. Hal ini dikatakan wisatawan pak Rahmat kepada peneliti :

“Media Whatsapp mungkin dipilih karena dapat menyampaikan pesan secara pribadi dengan orang-orang yang lebih dikenal. Kekurangan pada media WhatsApp sendiri itu ketika salah satu orang tidak aktif maka informasi tidak dapat diketahui dan kelebihan adalah tidak memerlukan biaya pulsa hanya menggunakan biaya paket data internet” (informan keenam, 6 Juni 2019).

Hampir sama dengan informan sebelumnya, informan kedelapan menentukan media dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal dengan cara melihat terlebih dahulu media yang tepat untuk individu atau instansi.

Seperti pernyataan Muhammad Ahir Lubis:

“Menentukan media nya dengan cara berdiskusi dan melihat media yang paling tepat untuk banyak orang. Media sosial dan media massa digunakan dalam menyampaikan pesan. Keunggulannya biaya murah dan kekurangannya belum tentu orang yang mendapat informasi tertarik karena pengelola berharap kunjungan ramai sehingga pemasukan bertambah” (Informan kedelapan, 10 Juni 2019).



Gambar 4.4 Instagram yang digunakan khalayak dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan , 15 Agustus 2019

Triangulasi dilakukan kepada ibu Sulastri yang wisatawan di destinasi wisata alam di Padangsidempuan. Ibu Sulastri mendapat informasi melalui media sosial mengenai Tor Indah Simarsayang. Hal ini diperkuat dengan pernyataan informan kesembilan:

“Media media sosial luas untuk dijangkau sehingga pengelola mudah menyampaikan pesan kepada wisatawan. Kekurangan pengolah dalam menyampaikan informasi yaitu kurang aktif dalam membagikan acara-acara atau kegiatan-kegiatan yang ada di tempat wisata” (Informan kesembilan, 10 Juni 2019).

Bapak Sutan Hasibuan memperkuat pernyataan keempat informan yang menggunakan media massa dan media non massa dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan. Informan kesepuluh “untuk menentukan media melihat sasaran, media yang digunakan media cetak, facebook dengan nama Kembar Argo Hining Natolu dan instagram” (Informan kesepuluh, 16 Juni 2019).



Gambar 4.5 Media sosial facebook yang digunakan pengelola dalam mengenalkan pariwisata 15 Agustus 2019

Dari sebelas pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa media yang diguna media massa dan non massa. Penyampaian pesan dari mulut ke mulut atau secara konvensional masih dilakukan oleh sebagian informan. Namun masih banyak informan yang memanfaatkan media sosial dan media massa dalam mengembangkannya

4.1.4.4 Target khalayak dalam mengembangkan pariwisata

Investor atau pemilik modal berperan mengembangkan pariwisata disuatu daerah. Tanpa adanya pemilik modal di suatu daerah pariwisata tidak bisa berkembang, sehingga target khalayak yang ingin dicapai komunikator salah satunya adalah investor. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Ibu Saidah “Semua khalayak menjadi target terutama investor. Mendapatkan investor tidak mudah, mereka pun melihat keuntungan dan tidak sembarangan. Peran khalayak adalah untuk membantu mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal” (informan pertama, 7 Mei 2019).

Khalayak yang ingin dicapai informan kedua yaitu masyarakat yang tinggal diluar maupun didalam kota Padangsidempuan seperti yang dikatakan “Saya ingin mencapai seluruh masyarakat domestik dan internasional. Peran khalayak sangat penting tanpa adanya khalayak pariwisata berbasis kearifan lokal tidak akan berkembang” (Informan kedua, 7 Mei 2019).

Berbeda dengan pernyataan informan satu dan dua, informan ketiga target khalayak yaitu orang yang melintasi rumah makannya seperti yang dikatakan “Yang ingin dicapai siapapun yang lewat dari rumah makan Siporang atau menyukai makanan-makanan khas daerah. Adanya pengunjung yang datang

keuntungan kami semakin bertambah dan usaha Kami tetap dapat berjalan” (19 Mei 2019).

Bapak Abdul Rahman menyatakan target khalayak merupakan semua orang. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan “Khalayak yang ingin dicapai semua orang terutama yang peduli pariwisata berbasis kearifan lokal” (informan, 26 Mei 2019). Hal senada pun disampaikan informan selanjutnya kecuali dua informan yang merupakan wisatawan, kepada peneliti bahwa target khalayak dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal yaitu semua orang yang ingin berpartisipasi.

Dari sebelas pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa target khalayak secara garis besar yaitu investor dan wisatawan. Kurangnya investor dalam pariwisata berbasis kearifan lokal mengakibatkan kurang pengembangan wisata dan minat wisatawan minim.

4.1.4.5 Efek yang diharapkan dengan adanya pariwisata

Efek yang diharapkan dan upayanya dilakukan Dinas pariwisata kota Padangsidimpuan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal yaitu dengan membuat Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA).

Seperti yang dijelaskan:

“Efek yang selama ini sudah didapatkan dengan adanya kunjungan wisatawan, penghasilan dari pariwisata menjadi bertambah ke Padangsidimpuan. Upaya mengenalkan pariwisata Padangsidimpuan kepada seluruh masyarakat dan mencari investor, mengadakan rapat, dan membuat Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah atau program tahunan 2019 (informan pertama, 7 Mei 2019).

Ibu Yuningsih, efek yang didapatkan dengan adanya pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidimpuan dapat meningkatkan pendapat asli daerah. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan kedua “Efek yang sudah didapat Dinas Pariwisata adalah dengan meningkatnya pendapatan asli daerah dari perhotelan. Upayanya melakukan rapat internal menjalankan program-program melihat atau meninjau langsung destinasi wisata” (informan kedua, 7 Mei 2019).

Senada dengan informan kedua, informan ketiga efek yang dirasakan mengembangkan destinasi wisata kuliner yang berbasis kearifan lokal menambah penghasilan. Adanya pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal mengembalikan silaturahmi. Seperti yang dikatakan informan keempat “efeknya menjalin silaturahmi antara masyarakat dan mengembalikan kearifan lokal yang sempat beberapa tahun tidak dijalankan” (informan keempat, 26 Mei 2019).

Sedangkan efek dari adanya destinasi wisata yang dirasakan informan kelima, menambah pendapatan asli daerah meningkat dengan adanya wisatawan yang hadir. Hal ini diperkuat dengan informan kedelapan “Adanya destinasi kuliner membuat saya punya penghasilan sendiri” (Informan kedelapan, 10 Juni 2019). Informan kesepuluh efek yang didapatkan dengan adanya wisata alam yang berbasis kearifan lokal yaitu menambah penghasilan seperti yang dikatakan “Tambah penghasilan”.

Efek dari adanya destinasi wisata budaya seperti yang dikatakan informan keenam “Adanya tempat lubuk larangan Aek Rukkare dapat menjaga kelestarian sungai dan hewan yaitu ikan. Acara tersebut dapat menyambung silaturahmi bagi masyarakat yang jauh tinggalnya atau masyarakat yang dekat tetapi jarang

bertemu”. Informan ketujuh mengatakan “Efek yang dirasakan selama beberapa bulan sangat ramai terutama ketika menjelang puasa dan setelah lebaran”. Efek yang dirasakan wisatawan yaitu informan sembilan menjadi terhibur dengan ada wisata alam seperti yang dikatakan “Adanya tempat ini kami jadi terhibur dan bisa berwisata dengan harga yang terjangkau”.

Informan terakhir menyatakan efek yang diharapkan dengan adanya destinasi wisata budaya menjaga silaturahmi. Seperti yang dikatakan Ahmad Darwis:

“Efeknya didapat dengan ada pariwisata berbasis kearifan lokal menjaga silaturahmi semakin harmonis. Sedangkan kunjungan wisata dalam tiga bulan terakhir tidak terlalu ramai karena acaranya hanya dibuka pada saat selesai lebaran atau pada hari ketiga lebaran bulan Juni 2019 dan yang mengikuti ramai baik dari luar maupun warga sekitar” (informan kesebelas, 26 Mei 2019).

Dari sebelas pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa efek yang didapatkan dengan adanya destinasi wisata dapat menambah penghasilan pengelola atau masyarakat. Destinasi wisata dapat membuka peluang pekerjaan untuk masyarakat sekitar, sedangkan penjual dapat membuka lapak untuk mendapat penghasilan seperti yang ada di Tor Indah Simarsayang, Kembar Agro, dan lubuk larangan Aek Rukkare.

4.1.4.6 Destinasi wisata berbasis kearifan lokal di Padangsidimpuan

Destinasi merupakan tempat tujuan, sedangkan destinasi wisata adalah tempat tujuan wisata. Destinasi wisata di Padangsidimpuan berbeda dengan destinasi wisata karena letak geografis dan potensi alam. Padangsidimpuan mempunyai keunggulan letak geografis di antara kabupaten Tapanuli Selatan,

Tapanuli Tengah, Padang Lawas Utara, Madinah, kota Sibolga dan lainnya karena letaknya berada di tengah . hal ini diperkuat pernyataan Ibu Saidah:

“Pariwisata berbasis kearifan lokal Padangsidempuan memiliki peluang besar untuk menjadi pariwisata tujuan wisata. Umumnya pariwisata di Padangsidempuan dan di daerah lain sama, yang membedakan yaitu pada kearifan lokalnya seperti memiliki budaya yang berbeda dengan daerah lain. Keunggulannya yaitu Padangsidempuan merupakan pusat dari beberapa kota dan kabupaten. Jarak tempuh yang tidak terlalu jauh dan berada di tengah-tengah wilayah. Memiliki banyak destinasi wisata alam, wisata kuliner, dan wisata budaya. Kekurangan destinasi di Padangsidempuan yaitu masyarakat masih minim dalam sadar wisata” (informan pertama, 7 Mei 2019).

Ibu Yuningsih kemudian menjabarkan pernyataan ibu Saidah mengenai destinasi wisata alam di Padangsidempuan. Seperti yang dikatakan :

“Pariwisata Padangsidempuan indah karena dikelilingi oleh perbukitan dan memiliki banyak sumber mata air ketika musim hujan air di sungai akan naik terkadang berbahaya bagi masyarakat. Yang membedakan destinasi Padangsidempuan, dikelola secara mandiri oleh masyarakat sedangkan daerah lain Dinas Pariwisata dilibatkan lebih dan dikelola langsung. kekurangannya kurang minat berkunjung dan sadar wisata” (Informan kedua, 7 Mei 2019).

Triangulasi pertama dilakukan kepada Ibu Dina sebagai pengelola destinasi wisata kuliner untuk membuktikan pernyataan informan pertama dan informan kedua. Pernyataan ibu Dina tidak berbeda jauh dengan dua pegawai Dinas Pariwisata. Namum ibu Dina menyatakan lebih spesifik mengenai makan yang berbasis kearifan lokal. Seperti yang dikatakan :

“Destinasi wisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan baik karena kearifan lokal di Padangsidempuan. Umumnya masih dijaga terutama dalam kuliner orang-orang di Padangsidempuan dan sekitarnya sendiri masih banyak yang menyukai makanan khas Padangsidempuan dari pada makanan-makanan yang berasal dari luar negeri seperti Pizza dan makanan-makanan western asian. keunggulan disini adalah ikan gulai, ikan asam padeh yang menjadi favorit. Kekurangan tidak banyak menu makanan karena kami hanya mengutamakan menu makanan ikan dan sayur yang merupakan ciri khas dari makanan Siporang.

Padangsidimpuan sendiri merupakan sentral dari beberapa daerah kota dan kabupaten seperti Tapanuli Selatan Tapanuli Tengah Madinah dan lainnya dan penduduk di Padangsidimpuan sudah banyak sehingga memungkinkan keuntungan dalam melakukan usaha” (informan ketiga, 19 Mei 2019).



Gambar 4.6 Destinasi wisata kuliner yang dijual informan ketiga berbasis kearifan lokal (Dokumentasi peneliti, 19 Mei 2019)

Untuk memperkuat jawaban ibu Dina sebagai pengelola destinasi wisata kuliner, peneliti menanyakan pertanyaan yang sama kepada ibu Rosdiana sebagai pengelola wisata berbasis kearifan lokal di Padangsidimpuan. Pernyataan ibu Rosdiana senada dengan ibu Dina yang mengatakan wisata kuliner di Padangsidimpuan memiliki ciri khas. Hal ini diungkapkan kepada peneliti, yaitu:

“Destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidimpuan bagus dan perlu dikunjungi oleh wisatawan karena memiliki keunggulan-keunggulan seperti cita rasa pada makanan, wisata alam dan lainnya. Destinasi Padangsidimpuan memiliki banyak kategori sehingga orang tidak bosan ke tempat yang itu-itu saja. Kekurangannya adalah kurangnya peran pemerintah dalam mengelola destinasi berbasis kearifan lokal” (informan ketujuh, 9 Juni 2019).



Gambar 4.7 Suasana Pasar Raya Sagumpal Bonang kota Padangsidempuan setelah lebaran dan suasana destinasi wisata kuliner, oleh-oleh Padangsidempuan yang dilakukan informan ketujuh (Dokumentasi facebook, 2019)

Triangulasi kedua dilakukan kepada bapak Abdul Rahman Nurdin sebagai pengelola destinasi wisata budaya untuk mengecek wawancara dengan informan lainnya terkait penelitian. Destinasi wisata budaya di Padangsidempuan indah dan berpotensi menjadi kota wisata namun kurangnya anggaran dari pemerintah. Seperti yang dikatakan kepada peneliti “Destinasi di Padangsidempuan bagus dan sangat berpotensi menjadi kota wisata. Keunggulannya berlimpah dan kekurangannya kurang penanam modal dan anggaran pemerintah” (informan keempat, 26 Mei 2019).



Gambar 4.8 Suasana destinasi wisata budaya di lubuk larangan Aek Rukkare di Padangsidimpuan ketika lebaran kedua atau pembukaan lubuk larangan (Dokumentasi peneliti, 6 Juni 2019)

Bapak Parlindungan Nasution sebagai pengelola destinasi wisata budaya menyatakan senada dengan keunggulan destinasi wisata dan berbeda pada kekurangan destinasi wisata di Padangsidimpuan. Hal ini diperkuat dengan pernyataannya kepada peneliti:

“Destinasi di Padangsidimpuan luar biasa terutama yang berbasis kearifan lokal, karena itu yang membedakan wisatawan Padangsidimpuan dengan daerah lain. Destinasi di Padangsidimpuan masih berbasis kearifan lokal dan dipertahankan sedangkan kekurangannya masuknya budaya modern yang merusak beberapa destinasi kearifan lokal” (Informan kesebelas, 17 Juni 2019).



Gambar 4.9 Suasana pembukaan lubuk larangan sungai batang ayumi (Dokumentasi google, 2019)

Triangulasi ketiga dilakukan kepada bapak Ahir Lubis sebagai pengelola destinasi wisata alam untuk mengecek wawancara dengan informan lainnya terkait penelitian. Tidak jauh berbeda dengan jawaban informan sebelumnya bapak Ahir menceritakan sumber mata air yang melimpah di Padangsidempuan. Seperti yang dijelaskan kepada peneliti: “Destinasi di padangsidempuan bagus karena dikelola dengan baik oleh pengelola. Keunggulan destinasi yang ada di padangsidempuan memiliki pemandangan yang indah. Kekurangannya tidak dirawat sepenuhnya oleh pemerintah dan pemerintah hanya mengawasi” (informan kedelapan, 10 Juni 2019) .



Gambar 4.10 Salah satu destinasi wisata alam di Padangsidimpuan dan objek yang bisa dijadikan foto di Tor Indah Simarsayang (Dokumentasi peneliti, 2019)

Sedangkan informan kesepuluh sebagai pengelola destinasi wisata alam di Padangsidimpuan indah dengan dikelilingi perbukitan. Seperti yang dikatakan kepada peneliti: “Destinasi di Padangsidimpuan bagus karena dikelilingi perbukitan dan dataran tinggi. Keunggulannya tempat yang strategis dan mudah dijangkau dan kelemahannya kurang perhatian pemerintah” (informan, 16 Juni 2019).



Gambar 4.11 Suasana Bukit Kembar Agro di Padangsidimpuan ketika libur lebaran (Dokumentasi peneliti, 16 Juni 2019)

Triangulasi empat dilakukan kepada bapak darwis sebagai masyarakat yang tinggal di daerah destinasi wisata. Tidak jauh berbeda dengan informan sebelumnya Padangsidempuan mempunyai keunggulan alam yang dapat menjadi destinasi wisata. Seperti yang dikatakan:

“Destinasi di Padangsidempuan sudah bagus dengan air yang melimpah dan pohon-pohon yang rindang, banyak ikan bahkan bisa hidup di sungai ini dan terus berkembang biak. Keunggulannya alam sangat luar biasa tumbuh berbagai tanaman dan hewan hadir menambah nikmat dari sang pencipta. Kekurang dana atau penanam modal dalam mengembangkan destinasi” (informan, 26 Mei 2019).

Triangulasi kelima dilakukan kepada wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata di Padangsidempuan untuk memperkuat jawaban dari stakeholder di Padangsidempuan. Bapak Rahmat menjawab senada mengungkapkan pengelolaan alam yang masih dijaga. Seperti yang dikatakan kepada peneliti:

“Destinasi di Padangsidempuan memiliki sumber mata air yang cukup dan melimpah. Walaupun Padangsidempuan bukan daerah wisata laut atau bahari tetapi air dari sungai melimpah. Keunggulan dari destinasi wisata Lubuk Larangan adalah mengingatkan wisatawan untuk saling silaturahmi untuk saling gotong royong dan mempererat hubungan antar tetangga, pengelolaan yang baik adanya ketua dan anggota-anggotanya secara aktif mengelola. Kekurangannya adalah kurang ada batasan antara masyarakat yang mandi di sungai dengan ikan yang ada di sungai” (informan keenam, 6 Juni 2019).

Informan kesembilan sebagai wisatawan menyatakan jarak tempuh yang tidak terlalu jauh senada dengan informan pertama yang mengatakan pusat dari beberapa daerah di sekitar Padangsidempuan. Hal ini diperkuat dengan jawaban informan kesembilan kepada peneliti:

“Destinasi indah. Keunggulan destinasi dekat dengan tempat tinggal sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama kurang lebih 1 jam jarak tempuhnya sudah bisa sampai. Kekurangannya Banyak masyarakat yang berkunjung hanya satu kali hanya untuk selfie dan tidak berkunjung kembali” (Informan kesembilan, 10 Juni 2019).

Dari sebelas pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa efek yang diharapkan dengan adanya destinasi wisata yaitu menambang pendapat asli daerah dan masyarakat sadar wisata. Adanya destinasi wisata di Padangsidempuan salah satu dapat membuka lowongan kerja bagi masyarakat dan menjadi simbiosis mutualisme.

4.1.4.7 Aksesibilitas Menuju Destinasi Wisata

Informan satu dan dua sepakat menyatakan bahwa aksesibilitas menuju destinasi wisata bukan bagian dari Dinas Pariwisata melainkan Dinas Pekerjaan Umum. Hal ini diperkuat dengan pernyataan kepada peneliti: “Aksesibilitas sendiri bukan bagian dari Dinas Pariwisata tetapi dinas pekerjaan umum yang bertanggung jawab pada pembangunan jalan yang memadai tidak berlubang dan lainnya” (Informan pertama, 7 mei 2019). Informan kedua mengatakan “aksesibilitas menuju tempat wisata telah baik dengan adanya kerjasama antara Dinas Pariwisata dengan dinas lainnya. Keunggulan aksesibilitas di Padangsidempuan beberapa dibangun dengan baik dan kekurangannya beberapa aksesibilitas belum dibangun dengan baik”.

Umumnya aksesibilitas menuju destinasi wisata mudah dilalui hal ini diperkuat dengan pernyataan informan ketiga, empat, lima, enam, tujuh dan delapan. Seperti yang diungkapkan kepada peneliti:

Informan ketiga mengatakan aksesibilitas menuju Siporang mudah seperti “Aksesibilitas menuju Siporang yang berada di pinggir jalan lintas. Kelebihannya mudah diakses Parkirannya luas. Kekurangannya tempat ibadah dan kamar mandi, kedepannya akan kami perbaiki bila ada biaya lebih”. Sedangkan informan

keempat mengatakan “Aksesibilitas mencapai destinasi mudah karena banyak arah jalan menuju lubuk larangan Aek Rukkare. Kelebihan dekat dengan jalan utama dan kekurangannya belum banyak diketahui khalayak”.

Informan kelima mengatakan “aksesibilitas menuju Aek Rukkare sudah mudah dilalui seperti jalan, ada tempat ibadah, tempat parkir dan tempat makan. Kekurangan tidak banyak yang tau jalur menuju ke destinasi dan kelebihan untuk fasilitas umum sudah terpenuhi”. Kemudian informan keenam mengatakan “aksesibilitas untuk menuju Lubuk larangan Aek Rukkare mudah karena arah jalannya menuju kesana banyak”.

Hal serupa dijawab ibu Rosdiana yang berjualan di pusat kota Padangsidempuan:

“aksesibilitas mencapai pariwisata Padangsidempuan mudah dengan adanya jalan yang bisa diakses, adanya bandara menuju ke Padangsidempuan dan kendaraan umum seperti becak atau angkot yang memudahkan masyarakat menuju destinasi. Kekurangannya yaitu jalan yang masih banyak bolong-bolong dan terletak di jalan kota. kelebihan aksesibilitas menuju wisata Padangsidempuan sudah bisa dijangkau melalui darat dan udara” (Informan ketujuh, 9 juni 2019).

Kemudian informan kedelapan mengatakan “aksesibilitas mencapai mudah karena jalan menuju ke destinasi ini sudah bagus. Kekurangan perlu ada tanda tanda di jalan agar hati-hati. Kelebihan jalan sudah mulus dan tidak berlubang”.

Tidak jauh berbeda informan kesembilan menjawab kemudahan aksesibilitas menuju destinasi wisata yang ada di Padangsidempuan. Seperti yang dikatakan kepada peneliti:

“aksesibilitas menuju tempat wisata terbilang mudah karena jalannya sudah diaspal. Sudah dilengkapi dengan kamar mandi, tempat sholat,

tempat makan parkir, dan tempat bermain anak. Kelebihan aksesibilitas menuju destinasi lengkap untuk sarana umumnya, sedangkan dengan kekurangannya adalah di bawah ketika menuju ke atas tempat destinasi tidak ada petunjuk arah atau kilometer yang menandakan jarak sejauh mana yang akan ditempuh” (informan kesembilan, 10 Juni 2019).

Informan kesepuluh mengatakan:

“aksesibilitas menuju destinasi di sini mudah dan fasilitas di destinasinya lengkap seperti tempat sholat, buang air kecil atau tempat makan. Kekurangan aksesibilitas jalannya agak curam untuk pemula kendaraan beroda dua dan empat pasti akan sulit melaluinya, tetapi yang sudah biasa membawa mobil atau motor pasti bisa melaluinya. kelebihannya ada ojek atau orang yang berjasa menaikkan penumpang ke atas atau membantu kendaraan untuk dinaikkan ke atas”(informan sepuluh, 16 Juni 2019).

Kesebelas informan menjawab aksesibilitas menuju destinasi wisata di Padangsidimpuan sudah mudah dan menghemat biaya. Hal ini ditutup dengan pernyataan informan terakhir:

Informan kesebelas menjelaskan “aksesibilitas menuju sungai batang ayumi mudah karena berada di pusat Jalan padangsidimpuan. Kelebihannya kearifan lokal Lubuk larangan masih dipertahankan sampai saat ini kekurangannya adalah kurangnya perhatian pemerintah tentang kearifan lokal khususnya pariwisata Lubuk larangan” (informan kesebelas, 17 Juni 2019).

4.1.4.8 Local Branding di Padangsidimpuan

Pelabelan yang memiliki kekuatan untuk membantu penjualan suatu lokasi atau tempat tertentu kepada publik. Namun Dinas Pariwisata kota Padangsidimpuan tidak membentuk *local branding* harus ada persetujuan dari walikota dan pihak terkait lainnya. Seperti yang dikatakan ibu Saidah

“*Local branding* sendiri dibentuk oleh Walikota dan atas persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat dalam membuat *local branding* tidak dapat ditentukan sendiri oleh Dinas Pariwisata harus memiliki Surat Keterangan yang disesuaikan dengan visi misi kota Padangsidimpuan. *Local branding* sendiri tidak dibuat langsung oleh Dinas Pariwisata, tetapi Dinas Pariwisata mengajukan Rencana Induk Pengembangan

Pariwisata Daerah yang disetujui oleh Walikota agar Dinas Pariwisata memiliki program-program dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal” (informan pertama, 7 Mei 2019).

Hal ini diperkuat pernyataan informan kedua mengatakan yang mengatakan: “*Local branding* sendiri dibentuk oleh Walikota”. Informan ketiga berbeda dengan informan pertama dan kedua mengatakan “*Local branding* di Padangsidempuan kota dengan banyak kuliner”.

Informan keempat, keenam dan kesebelas mengatakan *local branding* kota Padangsidempuan yaitu *Salumpat saindege* seperti tulisan yang ada di depan kantor walikota Padangsidempuan. Seperti yang dikatakan Informan keempat mengatakan “*Local branding* di Padangsidempuan *Salumpat saindege*”.

Sedangkan informan kelima, informan keenam, informan ketujuh, informan kedelapan, informan kesembilan dan kesepuluh memiliki jawaban berbeda mengenai *local branding*. Informan kelima “*local branding* Padangsidempuan yaitu kota Salak”. Informan ketujuh mengatakan “Tugu salak merupakan *local branding* Padangsidempuan sehingga lambang kotanya adalah buah salak dan beberapa batik yang digunakan di sekolah-sekolah menggunakan lambang buah Salak”. Informan kedelapan mengatakan “*local branding* Padangsidempuan yaitu kota Salak”. Informan kesembilan mengatakan “kota salak”. Informan kesepuluh mengatakan “kota salak”.

4.1.4.9 Pengetahuan lokal masyarakat dalam kearifan lokal

Informan pertama menjelaskan tentang pengetahuan lokal penting diketahui seluruh orang termasuk remaja. Seperti yang dikatakan:

“Pengetahuan lokal masyarakat belum terlalu baik seperti masih banyak pemuda-pemudi yang tidak mengetahui pengetahuan lokal.

Pengetahuan lokal sangat penting dipelajari atau dipahami dimengerti karena pengetahuan lokal merupakan cerminan dari kearifan lokal”(informan pertama, 7 Mei 2019).

Pengetahuan lokal penting dikuasai untuk menjadi menjawab pertanyaan wisatawan yang ingin bertanya. seperti yang dikatakan informan kedua :
 “Pengetahuan lokal pengelola dan masyarakat telah mengetahui informasi-informasi mengenai kearifan lokal. Pengetahuan lokal sangat penting dipelajari karena ketika pengelola atau masyarakat ditanyakan wisatawan dan tidak bisa menjawab akan rasa malu” (informan kedua, 7 Mei 2019).

Pengetahuan lokal pengelola destinasi wisata kuliner Siporang dapat mempertahankan cita rasa makan khas daerah. seperti yang dikatakan informan ketiga:

“Pengetahuan lokal dalam menjaga kearifan lokal Padangsidimpuan kami rasa baik karena kami mengetahui bagaimana cara mengelola makan menjadi disukai banyak pengunjung. Pengetahuan lokal sangat penting dimiliki masyarakat terutama mengelola makanan karena harus atau tahu selera Kebanyakan orang”(informan ketiga, 19 Mei 2019).

Pengetahuan lokal masyarakat Aek Rukkare sudah baik karena mau menaati peraturan yang diterapkan. seperti yang dikatakan informan keempat:

“Pengetahuan masyarakat bagus karena masyarakat patuh untuk tidak mencuri ikan, menyetrum ikan, membuang bahan kimia di sungai, memancing dan membawa barang berbahaya ke sungai. Sangat penting karena pengetahuan lokal akan meningkatkan kepedulian terhadap destinasi” (informan keempat, 26 Mei 2019).

Pernyataan informan kelima memperkuat jawaban informan keempat. seperti yang dikatakan :

“Pengetahuan pengelola Aek Rukkare sangat baik karena pengelola sendiri merupakan orang yang sejak kecil tinggal di daerah Lubuk larangan sehingga mengetahui perkembangan sejak kecil. Pengetahuan lokal ini sangat penting karena tidak semua orang mengetahui kearifan lokal mengenai destinasinya” (informan kelima, 26 Mei 2019).

Sedangkan informan keenam menjawab dengan singkat “pengetahuan lokal harus dimiliki setiap orang”. Pengetahuan lokal penting diketahui untuk menganalisis kondisi pasar. Seperti yang dikatakan informan ketujuh “Pengetahuan lokal dalam menjaga kearifan lokal baik karena kami mengetahui potensi pasar yang pas. Pengetahuan lokal dalam mengembangkan pariwisata sangat penting agar mengetahui kelemahan kelebihan dalam melakukan penjualan”.

Pengetahuan lokal dapat menimbulkan rasa cinta kepada kearifan lokal seperti yang dikatakan informan kedelapan “Pengetahuan lokal masyarakat dapat menjaga alam. Pengetahuan lokal sangat penting dalam menumbuhkan cinta pada pariwisata kearifan lokal”.

Sebagai wisatawan yang berkunjung ke Tor Indah Simarsayang Pengetahuan pengelola baik karena dapat mengetahui waktu yang pas untuk fotografi. Seperti yang dikatakan informan kesembilan

“Bagus karena mereka tahu jam-jam berapa saja yang bagus untuk foto atau pemandangannya yang indah dilihat. Pengetahuan lokal pengelolaan sangat penting mengingat banyak orang yang datang ke Tor Indah Simarsayang untuk foto dan kebanyakan dari pengelola mengetahui tempat-tempat atau cara mengambil foto yang baik”(informan kesembilan, 10 Juni 2019).

Pengetahuan lokal masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal dapat berdampak pada pendapatan asli daerah. Seperti yang dikatakan informan kesepuluh “Bagus karena dengan adanya objek wisata mereka juga dapat membuka peluang usaha untuk menambah penghasilan. Pengetahuan lokal pariwisata berbasis Kearifan lokal penting untuk dipahami untuk meningkatkan pendapatan asli daerah atau keuntungan pribadi”.

Pengetahuan lokal perlu dimiliki pemerintah, pengelola, dan masyarakat untuk menjaga kearifan lokal yang telah lama ada seperti yang dikatakan informan kesebelas “Masyarakat sekitar Lubuk larangan sungai Batang Ayumi tetap menjaga kearifan lokal yang telah lama ada. Kearifan lokal penting untuk dimengerti untuk melestarikan Lubuk larangan yang memiliki banyak makna”.

Dari sebelas pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa pengetahuan lokal sudah dimiliki informan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal. Hal ini dapat terlihat dari informan yang mampu berbaaur dengan alam dan manfaatnya sebagai suatu objek yang bernilai.

4.1.4.10 Nilai lokal di Padangsidimpuan

Nilai lokal yang ada di Padangsidimpuan sudah mulai berkurang pada panggilan atau tutur seperti yang dikatakan “Keunggulan dari nilai lokal sendiri adalah sampai saat ini masih dijalankan masyarakat. Kekurangannya mulai pudar nilai-nilai lokal seperti saling menghormati dan tidak boleh memanggil nama harus menggunakan tutur”.

Nilai lokal merupakan bagian dari kearifan lokal yang dijalankan bersama memiliki kurang dan kelebihan. Seperti yang dikatakan informan kedua

“Nilai lokal seperti yang ada di Lubuk larangan tidak boleh mengambil ikan pada saat belum waktunya. Nilai lokal pariwisata berbasis kearifan lokal memiliki keunggulan yaitu dilakukan secara mufakat dan musyawarah sedangkan kekurangannya adalah belum terlalu banyak orang mengetahui nilai lokal Padangsidimpuan diluar sana”(informan kedua, 7 Mei 2019).

Nilai lokal di Padangsidimpuan seperti peraturan tidak tertulis yang ditaati seperti yang dikatakan informan ketiga

“Nilai lokal di Padangsidempuan sendiri yaitu peraturan yang diatur bersama dan ditaati walaupun tidak tertulis seperti peraturan untuk menjaga lingkungan. Keunggulan nilai lokal di Padangsidempuan yaitu masyarakatnya masih yang taat pada peraturan dan kekurangan peraturannya sudah tidak sekeras zaman dahulu” (Informan ketiga, 19 Mei 2019).

Nilai lokal lubuk larangan Aek Rukkare telah memiliki banyak musyawarah dan mufakat yang tertulis secara resmi dan diresmikan pemerintah seperti yang dikatakan informan keempat “Nilai lokal yang ada membuat anggaran dasar dan anggaran rumah tangga bersama memilih dan membentuk kelompok pengurus lubuk larangan. Keunggulan nilai lokal di lubuk larangan struktur organisasi jales dan resmi. kekurangan masih kurang anggar dalam mengembangkan nilai lokal“.

Nilai lokal Aek Rukkare ditetapkan dengan sanksi sosial dan disepakati masyarakat. Seperti yang dikatakan informan kelima

“Nilai lokal yang terdapat di lubuk larangan tidak boleh mengambil ikan sebelum waktu yang ditentukan bila terdapat masyarakat mengambil ikan belum waktunya akan dikenakan sanksi sosial yang disepakati warga sekitar. Keunggulan nilai lokal masyarakat patuh kepada kearifan lokal dan menjaganya. kekurangan nilai lokal ada di masyarakat sekitar yang hidup modern dan tidak berpartisipasi pada nilai lokal” (Informan kelima, 26 Mei 2019) .

Sedangkan informan keenam sebagai wisatawan memperkuat nilai lokal di lubuk larangan yang sampai saat ini masih dijalankan masyarakat Padangsidempuan:

“Nilai-nilai lokal di Lubuk larangan ini sangat kuat karena peraturan dibuat secara bersama seperti dilarang mengambil ikan sebelum waktunya dan masyarakat yang mandi di sungai setiap hari tetap mempertahankan kearifan lokal tanpa mengambil ikan. Keunggulan dari nilai lokal tersebut untuk kepentingan bersama karena nanti hasilnya akan dibagikan kepada masyarakat sekitar dan bagi masyarakat yang sering mandi di sungai tetap menjaga kebersihan sungai.

Kekurangan nilai lokalnya adalah banyak generasi muda yang tidak memahami kearifan lokal ini sehingga tidak mau mengurus Lubuk larangan” (Informan keenam, 6 Juni 2019).

Ibu Rosdiana menjelaskan kearifan lokal yang ada di Padangsidempuan.

Seperti yang dikatakan:

“Nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan itu masih menaati kearifan lokal seperti aturan yang dibuat bersama di daerah tertentu atau di kampung tertentu misalnya makan bersama ketika setelah hari raya di masjid. Keunggulan nilai lokal dapat mempererat antara manusia dan kekurangan nilai lokal yaitu banyak masyarakat yang sudah tidak peduli” (Informan ketujuh, 9 Juni 2019).

Sedangkan informan kedelapan nilai lokal di Padangsidempuan dalam membuka destinasi mempekerjakan masyarakat sekitar seperti yang adanya peraturan yang dikatakan “disepakati bersama misalnya kami mempekerjakan masyarakat sekitar. Kekurangannya masih ada masyarakat yang cemburu nilai lokal yang disepakati dan kelebihan nilai lokal bisa diterima sebagian orang”.

Namun informan kesembilan mengatakan “Nilai lokal pengelola bagus dengan membuat peraturan-peraturan tertentu yang dijalankan bersama oleh pengelola dan wisatawan. Keunggulan nilai lokal yang dibuat untuk wisatawan dan pengelola dalam menjaga alam”.

Nilai lokal Padangsidempuan dapat berupa mufakat. Seperti yang dikatakan informan kesepuluh:

“Nilai lokal yang ada di Bukit kembar agro sebelum membuat tempat ini telah berkomunikasi kepada banyak pihak sehingga setelah berdirinya bangunan ini tidak ada yang protes. Keunggulan nilai lokal dapat di diterima masyarakat ditentukan dengan komunikasi yang baik dan kekurangannya nilai ini bisa berubah-ubah karena tidak resmi atau perjanjian tidak tertulis” (informan kesepuluh, 16 Juni 2019)

Informan kesebelas menyatakan sama seperti informan sebelumnya nilai lokal di lubuk larang yaitu tidak mengambil ikan ketika belum waktunya.

4.1.4.11 Keterampilan lokal di destinasi wisata kota Padangsidimpuan

Keterampilan lokal di Padangsidimpuan menurut informan pertama Masyarakat Padangsidimpuan sangat kreatif dan inovatif dalam keterampilan lokal dari prestasi-prestasi yang diperoleh. Keterampilan lokal pariwisata di Padangsidimpuan sudah ada dan mulai dipasarkan seperti makanan oleh-oleh khas dan lainnya.

Sedangkan Informan kedua mengatakan “masyarakat Padangsidimpuan sangat terampil dalam kehidupan sehari-hari dan dapat berbaur dengan kota Padangsidimpuan. Ada keterampilan lokal yang diproduksi masyarakat seperti gantungan, baju batik, tas dan lain-lain” (informan kedua, 7 Mei 2019).

Informan ketiga mengatakan “Padangsidimpuan mempunyai masyarakatnya yang mempertahankan kearifan lokal seperti mempertahankan alam, menjaga dan melestarikan ternak ikan. Keterampilan lokal di Padangsidimpuan sudah ada untuk pemasarannya, mungkin belum luas” (informan ketiga, 19 Mei 2019).

Sedangkan informan keempat sebagai pengelola destinasi budaya menyatakan belum keterampilan lokal yang dipasarkan di Aek Rukkare. Seperti yang dikatakan: “Keterampilan lokal masyarakat Lubuk larangan baik karena dapat berbaur dengan alam. Belum ada produk lokal yang dijual di area Lubuk larangan Aek Rukkare”.

Hal ini serupa dengan pernyataan bapak Abdul diungkapkan bapak Darwis. Seperti yang dikatakan kepada peneliti: “keterampilan lokal masyarakat dapat bertahan hidup dan keterampilan untuk menciptakan produk seperti alat pancing untuk acara lubuk larangan. Tidak ada produk keterampilan lokal sehingga pengunjung yang datang harus membawa sendiri keperluannya”.

Berbeda dengan jawaban informan sebelumnya, informan keenam mengatakan lubuk larangan sendiri dibentuk agar masyarakat memiliki pendapatan asli daerah sesuai dengan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga yang diresmikan. Hal ini diperkuat dengan pernyataan informan kepada peneliti, yaitu :

“Keterampilan lokal masyarakat lubuk larangan sendiri dibentuk agar masyarakat memiliki pendapatan asli daerah dari lubuk larangan sehingga masyarakat menjadi mandiri. Keterampilan lokal atau produk keterampilan lokal tidak ada yang dijual di Lubuk larangan tetapi pengelola biasanya akan membawa pancing atau umpan lebih untuk dipinjamkan kepada wisatawan” (informan keenam, 6 Juni 2019).

Informan ketujuh mengatakan “Keterampilan lokal masyarakat Padangsidimpuan sudah kreatif dengan menciptakan produk-produk yang berbahan dasar dari alam. Saat ini keterampilan lokal yang dipasarkan sudah ada”. Sedangkan informan kedelapan “Keterampilan lokal masyarakat unik. Sudah ada produk keterampilan lokal di Padangsidimpuan tapi belum dipasarkan di Tor Indah Simarsayang”.

Informan kesembilan mengungkapkan keterampilan lokal masyarakat Padangsidimpuan cukup kreatif karena dapat membuat ide-ide unik, seperti membuat tempat foto yang dilatarbelakangi oleh alam atau pegunungan, sehingga ketika diambil unik. Cinderamata tidak dijual di Tor Indah Simarsayang hanya

menjual makanan dan minuman. Namun pengelola Tor Indah Simarsayang menjual hasil foto yang disebar di media sosial sebagai bentuk keterampilan lokal.

Sedangkan informan kesepuluh mengatakan “Keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan kreatif seperti membuat gantungan, baju atau pernak-pernik lainnya yang diproduksi UMKM”. Informan kesembilan mengatakan “Keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan dengan makanan yang berbasis kearifan lokal dodol atau dikenal alame”.

Dari sebelas pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa nilai lokal yang dibentuk di Padangsidempuan secara *marpokat* atau musyawarah seperti yang dilakukan di lubuk larangan. Di lubuk larangan Aek Rukkare sendiri terdapat himbuan di dinding sungai untuk tidak mengambil ikan.

4.1.4.12 Sumber daya lokal di destinasi wisata Padangsidempuan

Informan pertama sampai dengan kesebelas sepakat sumber daya lokal berasal dari tuhan dan tidak dibentuk oleh tangan manusia seperti alam, pohon, hewan, air dan lainnya.

Dari sebelas pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa sumber daya lokal di Padangsidempuan merupakan objek yang dikelola dari alam seperti sungai, ikan, buah-buahan, pepohonan, perbukitan dan lainnya. Sumber daya lokal ini kemudian dimanfaatkan menjadi destinasi wisata seperti lubuk larang dan Tor Indah Simarsayang.

4.1.4.13 Mekanisme Pengambilan Keputusan Lokal di Padangsidempuan

Informan pertama mengatakan “Mekanisme pengambilan keputusan lokal harus mendengar suara-suara dari banyak pihak agar hasil yang didapatkan keputusan transparansi. Dinas Pariwisata di Padangsidempuan melibatkan seluruh seluruh kalangan dapat dapat mewakili suara untuk mengambil keputusan”.

Informan kedua memperkuat pernyataan informan pertama dengan mengatakan:

“Mekanismenya Mekanisme pengambilan keputusan lokal harus dengan melibatkan orang-orang yang dapat mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan. Melibatkan pihak yang berkepentingan seperti pengelola, masyarakat sekitar wisata, pemerintah setempat, Walikota, Dewan Perwakilan Rakyat dan lain-lainnya” (Informan kedua, 7 Mei 2019).

Pernyataan tiga pernyataan informan informan pertama dan kedua memperkuat dengan mekanisme pengambilan keputusan lokal melibatkan masyarakat seperti yang dikatakan “Mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidempuan sendiri mempertimbangkan masukan-masukan dari masyarakat”.

Informan keempat mengatakan “Mekanisme pengambilan keputusan lokal pasti akan melibatkan pemerintah, masyarakat sekitar, yang sering terlibat dalam mengambil keputusan yaitu Kecamatan Padangsidempuan Utara Kelurahan Wek 1 Lubuk larangan sosial samora lingkungan 1”.

Informan kelima mengatakan “saya dilibatkan dalam pengambilan keputusan dengan mengirim undangan atau menyampaikan langsung ketika melakukan musyawarah dan ketika musyawarah setiap yang hadir boleh menyampaikan pendapat”.

Informan keenam tidak dilibatkan dalam mekanisme pengambilan keputusan lokal karena merupakan wisatawan. Informan ketujuh mengatakan “Mekanisme pengambilan keputusan lokal umumnya melibatkan masyarakat seperti menentukan hukum yang ditaati oleh masyarakat sekitar”.

Informan kedelapan memperkuat pernyataan informan-informan sebelumnya mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidempuan melibatkan masyarakat seperti yang dikatakan “Mengambil keputusan melibatkan semua pihak”.

Informan kesembilan sebagai wisatawan di Tor Indah Simarsayang tidak dilibatkan dalam mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidempuan. Informan kesepuluh mengatakan “Mekanismenya harus melibatkan semua pihak terutama orang-orang yang berkepentingan bahkan karyawan yang bekerja di Bukit Kembar Agro”. Informan kesebelas mengatakan “Mekanisme pengambilan keputusan lokal harus dengan musyawarah hasil mufakat”.

Dari sebelas pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan bahwa mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidempuan melibatkan semua pihak dan mengutamakan musyawarah dengan hasil mufakat.

4.1.4.14 Solidaritas Kelompok Lokal di Padangsidempuan

Solidaritas kelompok lokal dapat membantu dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal. Hal ini diperkuat dengan pernyataan ibu Saidah:

“Solidaritas kelompok wisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan sudah baik karena Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan sendiri telah membentuk kelompok sadar wisata di

madrasah aliyah negeri 2 dengan anggotanya anak remaja yang merupakan milenial. Kelompok lokal yang peduli pada pariwisata berbasis kearifan lokal seperti kelompok sadar wisata, kelompok kelompok pencinta alam dan pencinta lingkungan dan pecinta budaya dan lainnya (informan pertama, 7 Mei 2019).

Sebagai pegawai yang bekerja di Dinas yang sama dengan ibu Saidah, ibu Yuningsih menjawab tidak jauh berbeda. Seperti yang dikatakan kepada peneliti:

“kelompok lokal di Padangsidempuan mempunyai tujuan bersama dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal. Kelompok lokal sangat peduli pada pariwisata berbasis kearifan lokal karena selalu mengadakan penyuluhan dan pengecekan pada destinasi” (informan kedua, 7 Mei 2019).

Informan ketiga mengatakan “Solidaritas kelompok lokal sudah ada di Padangsidempuan karena dari kelompok-kelompok tertentu yang memperjuangkan wisata di Padangsidempuan”. Informan keempat menyatakan “Solidaritas kelompok masyarakat Padangsidempuan sudah baik tetapi untuk generasi muda sangat kurang solid dalam mengurus Lubuk larangan”.

Marpokat merupakan salah satu solidaritas masyarakat di Padangsidempuan untuk mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal dan bentuk komunikasi. Hal ini diperkuat dengan pernyataan informan kelima: “solidaritas masyarakat sangat luar biasa dengan tetap menjalankan kearifan lokal dalam segala bidang seperti mematuhi peraturan tidak tertulis, melakukan acara *marpokat* dan membantu ketika ada masyarakat yang kemalangan” (informan kelima, 26 Mei 2019).

Informan keenam mengatakan “solidaritas kelompok masyarakat masih minim seperti naposo nauli bulung yang ada di sini tidak kompak mengelola Lubuk larangan yang seharusnya dikelola nnb sebagai generasi muda”. Informan

ketujuh mengatakan “Solidaritas sekelompok baki karena Padangsidimpuan sendiri mempunyai jargon *salumpat saindege* atau selangkah seirama yang memiliki banyak makna dalam solidaritas kelompok”.

Informan sembilan menyatakan “Solidaritas kelompok di Padangsidimpuan mungkin kuat karena pernah melihat solidaritas kelompok mensosialisasikan destinasi untuk tetap dijaga dari hutan gundul dan lainnya”. Informan kesepuluh menyatakan “solidaritas kelompok lokal di Padangsidimpuan harmonis dalam membangun pariwisata berbasis kearifan lokal hanya kurang edukasi”. Informan kesebelas menyatakan “Masyarakat sangat solidaritas dalam mengembangkan kearifan lokal salah satunya tetap mempertahankan lubuk larangan”.

Dari sebelas pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti, bahwa solidaritas kelompok lokal di Padangsidimpuan sudah bekerjasama dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal. Namun peran pemerintah khususnya Dinas Pariwisata kota Padangsidimpuan belum melakukan kerjasama dengan beberapa pengelola destinasi wisata. Hal ini dikarena Dinas Pariwisata tidak bisa sendiri dalam mengelolanya dan memiliki dan kewajiban yang berbeda-beda.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Kota Padangsidimpuan

Model komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidimpuan mengacu pada penelitian sebelum dan dua model yang telah dibahas di bab dua. Dari dua model yang ada di pembahasan sebelumnya peneliti menggunakan

model yang dibahas oleh Nugraha, Perbawasari, dan Zubair (2017:238). Perbedaan dari penelitian ini dengan sebelumnya situasi komunikasi yang dilakukan berbeda di Padangsidempuan.

Bungin (2015:89) menjelaskan komponen komunikasi pariwisata adalah komunikasi, destinasi, sumber daya manusia dan kelembagaan, aksesibilitas, pemasaran, wisatawan dan pemilik modal. Sedangkan Lasswell (Rohim, 2009: 162) unsur komunikasi yaitu sumber, pesan, saluran, penerima dan efek. Sumber dari komunikasi pariwisata dalam penelitian ini sumber daya manusia dan kelembagaan yaitu pemerintah Padangsidempuan khususnya Dinas Pariwisata. Sumber daya manusia atau masyarakat di lokasi destinasi wisata. Pemilik modal atau pengelola wisata. Pesan yang disampaikan merupakan destinasi wisata. Media yang diguna berupa media massa dan non massa. Efek yang diharapkan calon wisatawan mengetahui *local branding* Padangsidempuan.

Berbagai aktivitas budaya yang telah ada di Padangsidempuan seperti *marpokat, makkobar, marpege-pege*, lubuk larangan, *onang-onang, margondang, manortor*, aneka kuliner dan lain sebagainya mulai dijadikan sebagai bagian dari destinasi wisata di Kota Padangsidempuan. Padangsidempuan sebagai daerah yang memiliki potensi wisata yang cukup besar, dengan berbagai macam destinasi wisata yang indah. Sebagai daerah yang memiliki potensi besar tersebut, maka konsep *salumpat saindege* di Padangsidempuan mulai dikembangkan.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, komunikasi pariwisata di Padangsidempuan yang terjadi belum baik terlihat dari pernyataan informan ketiga bahwa komunikasi dengan pemerintah kurang karena pengembangan dengan

modal sendiri. Hal ini dibenarkan oleh informan satu dan dua bahwa dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal tidak bisa dilakukan sendiri harus dengan bantuan dari seluruh pihak.

Potensi pariwisata di lokasi penelitian sangat dipengaruhi oleh sistem pengelolaan kawasan yang sedang dikembangkan. Dari aspek lingkungan, terdapat potensi menciptakan hubungan komunikasi yang baik dan pelestarian terhadap keanekaragaman hayati di Padangsidempuan. Pentingnya kearifan lokal dalam kehidupan bermasyarakat di sekitar lingkungannya, seperti yang diungkapkan Purba (Prastowo dan Budiana, 2016: 47) yang terdapat pada BAB dua.

4.2.2 Komunikasi pariwisata pihak pemerintah, pengelola, dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di kota Padangsidempuan

4.2.2.1 Peran Komunikator dalam mengembangkan pariwisata

Berdasarkan pemaparan yang dikemukakan oleh informan, diketahui berbagai komunikator dalam menyampaikan pesan yaitu Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dan Dinas terkait lainnya dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal, khalayak yaitu masyarakat sekitar tinggal didaerah wisata dan wisatawan, pengelola yaitu orang mengelola destinasi wisata. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Rohim (2009 :162) dan pernyataan ini diperkuat oleh informan keempat, kedelapan dan kesepuluh. Dari hasil observasi peneliti komunikator dalam penyampaian pesan terdiri atas tiga elemen yaitu lembaga resmi, lembaga tidak resmi dan khalayak.

4.2.2.2 Pesan yang disampaikan dalam mengembangkan Pariwisata

Pesan yang disampaikan secara membujuk, dimana pesan ini bertujuan membujuk calon wisatawan agar tertarik dan bertindak sesuai keinginan dari isi pesan seperti dinyatakan informan.. Hal ini diperkuat dengan pernyataan informan satu dan informan kedua. Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti pesan bersifat membujuk sudah dilakukan pengelola dan pemerintah.

4.2.2.3 Media yang digunakan dalam mengembangkan pariwisata

Media komunikasi Pariwisata yang digunakan dalam menyampaikan informasi pariwisata seperti penggunaan media massa dan media non massa. Hal ini sesuai yang dijelaskan Rohim (2009:162) dan pernyataan informan pertama, kedua, keempat, keenam, kedelapan, kesembilan, kesepuluh dan kesebelas. Namun masih ada pengelola destinasi wisata menggunakan media konvensional seperti yang telah dikemukakan peneliti di BAB I hal ini diperkuat oleh pernyataan informan ketiga, kelima dan ketujuh. Dari hasil observasi yang disampaikan di media massa sudah ada terbit di surat kabar lokal dan di media sosial facebook milik pengelola.

4.2.2.4 Target khalayak dalam mengembangkan pariwisata

Khalayak (*audience*) adalah orang yang menerima pesan dari sumber (Rohim, 2009: 162). Hal ini sesuai yang dikatakan kesebelas informan khalayak adalah calon wisatawan atau siapapun yang menerima pesan dari komunikator. Calon khalayak yang ingin dicapai yaitu calon wisatawan yang akan datang ke Padangsidempuan, sedangkan informan satu dan dua khalayak yang ingin dicapai investor dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di

Padangsidempuan. Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti khalayak yang di ingin dituju adalah semua orang yang terlibat mengembangkan pariwisata.

4.2.2.5 Efek yang diharapkan dengan adanya pariwisata

Efek yang diharapkan dengan ada pariwisata berbasis kearifan lokal khalayak mengetahui, adanya perubahan sikap dan ada perubahan perilaku seperti yang dikatakan Rohim (2009: 162). Hal ini diperkuat dengan pertanyaan informan keempat, keenam, kesembilan dan kesebelas. Namun efek yang diharapkan tidak selalu sampai karena adanya gangguan dalam komunikasi pariwisata.

Cangara (2013: 37) menjelaskan gangguan komunikasi rintangan kerangka berpikir, disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dengan khalayaknya. Hal ini dapat terjadi dikarenakan adanya perbedaan pengalaman serta pendidikan yang berbeda. Kurang komunikasi antar informan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal dapat dikarenakan gangguan komunikasi rintangan kerangka berpikir. Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti efek yang didapatkan komunikator masih sebatas informasi destinasi wisata belum kepada tindakan untuk berkunjung.

4.2.2.6 Destinasi wisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan

Destinasi adalah tempat tujuan, sedangkan destinasi dalam pariwisata yaitu tempat tujuan yang menjadi wisata (Bungin, 2015:94). Destinasi wisata di Padangsidempuan sudah berpotensi menjadi tujuan wisata hanya saja masih kurang seperti pernyataan yang dikemukakan informan pertama, keempat, kelima, kesembilan, kesepuluh, dan kesebelas. Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti destinasi wisata di Padangsidempuan terdapat sebagian jenis tetapi yang

banyak dikelola yaitu destinasi wisata alam, destinasi wisata budaya dan destinasi wisata kuliner.

4.2.2.7 Aksesibilitas Menuju Destinasi Wisata

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan aksesibilitas menuju destinasi wisata sudah mudah bagus, hal ini sesuai dengan yang dijelaskan Bungin (2015:94) dan diperkuat pernyataan informan ketiga, keempat, kelima, keenam, ketujuh, kedelapan, kesembilan, kesepuluh, dan kesebelas. Dari observasi yang dilakukan peneliti aksesibilitas menuju destinasi wisata sudah mudah dengan jalan sudah di aspal.

4.2.2.8 *Local Branding* di Padangsidempuan

Merujuk pada konsep di atas mengenai *local branding*, keberadaan destinasi wisata Padangsidempuan yang berbasiskan kearifan lokal masih dalam tahap pengembangan baik di antara para pelaku kepentingan di bidang kepariwisataan. Di mana para pelaku pariwisata dan pemerintah setempat bekerjasama mengemabngan *local branding* kota Padangsidempuan yang tertera dalam slogan salumpat saindege dan logo kota Padangsidempuan yaitu buah salak. Hal ini diperkuat informan ketiga, keempat, kelima, keenam, ketujuh, kedelapan, kesembilan dan kesepuluh. Dari observasi yang dilakukan peneliti *local branding* di Padangsidempuan berupa buah Salak.

Pemerintah melakukan *local branding* dengan menggunakan media, bahkan untuk memperkuat *local branding* kota Salak pemerintah membangun tuga salak dipusat kota dan membuat logo-logo salak pada baju batik anak

sekolah. Pada perbatasan kota menuju kota Padangsidempuan logo salak selalu muncul.

4.2.2.9 Pengetahuan lokal masyarakat dalam kearifan lokal

Pemahaman pengetahuan lokal dari kesebelas informannya hampir sama bahwa pengetahuan lokal penting dimiliki untuk beradaptasi dengan lingkungan. Hal ini sesuai dengan yang dijelaskan Ife (Unayah dan Sabarisman, 2016: 2017). Dari hasil observasi peneliti pengetahuan lokal masyarakat, pengelola, dan pemerintah sudah paham kondisi lingkungannya sehingga dapat memanfaatkan alam untuk dirinya dan orang lain. Dari observasi yang dilakukan peneliti pengetahuan lokal masyarakat Padangsidempuan dapat beradaptasi dengan lingkungan dan memanfaatkan alam.

4.2.2.10 Nilai lokal di Padangsidempuan

Nilai lokal yang dimiliki setiap daerah berbeda-beda sesuai dengan kesepakatan bersama dan aturan yang dijalankan bersama hal ini dapat berubah sesuai dengan kemajuan. Hal ini sesuai dengan penjelasan informan kedua, keempat, kelima, keenam dan kesebelas. Bahwa sebagian dari informan menaati dan membuat nilai lokal bersama seperti yang ada di lubuk larangan. Namun hal ini bisa saja bergeser seperti yang dikatakan informan keempat dalam mengelola lubuk larangan yang seharusnya dijalankan *Naposo Nauli Bulung(NNB)*. Dari observasi yang dilakukan peneliti nilai lokal di Padangsidempuan masih menentukan keputusan bersama salah satunya dengan *marpokat*.

4.2.2.11 Keterampilan lokal di destinasi wisata kota Padangsidimpuan

Keterampilan lokal salah satunya membuat industri rumah tangga seperti yang dikatakan Ife (Unayah dan Sabarisman, 2011: 7). Hal ini diperkuat informan keempat, kedelapan, kesepuluh dan kesebelas. Sumber daya lokal dapat dikelola dengan baik seperti lubang larangan Aek Rukkare dan lubang larangan sungai batang ayumi. Mekanisme pengambilan keputusan lokal Padangsidimpuan dijalankan sampai saat ini seperti yang dinyatakan informan tiga, empat, lima dan informan lainnya. Solidaritas kelompok lokal Padangsidimpuan terdapat pada masyarakat Padangsidimpuan itu sendiri. Dari observasi yang dilakukan peneliti Solidaritas kelompok lokal di Padangsidimpuan masih mengutamakan gotong royong dalam mengembangkan kearifan lokal.

4.2.2.12 Sumber daya lokal di destinasi wisata Padangsidimpuan

Sumber daya lokal berasal dari sang pencipta sesuai dengan jawaban kesebelas informan, kemudian sumber daya alam tersebut dapat dikelola seperti gunung, pohon, sungai dan lainnya. hal ini sesuai dengan yang dijelaskan Ife (Unayah dan Sabarisman, 2011: 7). Dari observasi yang dilakukan peneliti Sumber daya lokal di Padangsidimpuan berasal dari alam yang diciptakan Allah bukan sumber daya lokal yang dibuat sendiri seperti kolam.

4.2.2.13 Mekanisme Pengambilan Keputusan Lokal di Padangsidimpuan

Informan pertama dan kedua mengatakan bahwa dalam mengambil keputusan lokal masih sulit karena Dinas Pariwisata harus mengkonfirmasi dengan walikota. Hal ini sama seperti yang dijelaskan Cangara (2013:37), proses komunikasi yang terhambat akibat struktur organisasi. Contohnya seperti pada

pemerintahan yang ada di Indonesia saat ini, karena terlalu luas sistem organisasi yang ada akibatnya penyampaian informasi dari pemimpin tertinggi hingga sampai ke karyawan juga terhambat. Dari observasi yang dilakukan peneliti mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidempuan tidak dilakukan sendiri melainkan bersama-sama.

4.2.2.14 Solidaritas Kelompok Lokal di Padangsidempuan

Informan pertama, kedua, ketiga, kelima, ketujuh, kedelapan, kesembilan, kesepuluh, dan kesebelas sepakat bahwa solidaritas kelompok lokal di Padangsidempuan bekerjasama dalam mengembangkan pariwisata. Hal ini sesuai dengan yang dijelaskan Iff (Unayah dan Sabarisman, 2011: 7). Namun informan keempat dan keenam menyatakan solidaritas kelompok lokal masih minim seperti anak muda yang kurang peduli pariwisata berbasis kearifan lokal. Dari observasi yang dilakukan peneliti solidaritas kelompok lokal di Padangsidempuan bekerjasama dalam mengembangkan pariwisata, namun peran pemerintah masih kurang dibandingkan daerah lain di Sumatera utara seperti mengelola destinasi wisata secara langsung.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya dalam penelitian ini, maka simpulan terhadap penelitian mengenai model komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan, sebagai berikut :

1. Model komunikasi pariwisata yang terbentuk di Padangsidempuan merupakan keterlibatan antara publik-publik yang terkait dalam usaha mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal. Pernyataan sikap dan komitmen dari semua unsur yang terkait di bidang kepariwisataan untuk tetap mempertahankan nilai-nilai sosial budaya dan melestarikan lingkungan sebagai pondasi destinasi wisata. Kearifan lokal yang dikelola pengelola, khalayak, Dinas Pariwisata dan dinas terkait lainnya untuk menjadi destinasi wisata dan mengenalkan *local branding* Padangsidempuan yaitu kota Salak. Salah satunya dengan membangun tugu Salak, menggunakan logo Salak pada lambang atau logo baju, setiap perbatasan kota Padangsidempuan menggunakan logo Salak dan memproduksi olahan Salak seperti keripik, dodol, kue dan lainnya.
2. Komunikasi pariwisata Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan masih bersatu dengan lainnya yaitu Dinas Pendidikan, Dinas Pekerjaan Umum, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, Walikota Padangsidempuan dan dinas

terkait lainnya sehingga membutuhkan koordinasi dan birokrasi yang lebih panjang dalam proses komunikasinya.

Komunikator dalam penelitian ini adalah Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dan dinas terkait lainnya, pengelola dan khalayak. Pesan yang disampaikan Dinas Pariwisata dan Dinas terkait lainnya masih belum jelas, karena rencana pengembangan pariwisata berbasis kearifan tersebut baru sebatas wacana atau Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA). Sedangkan pada tataran masyarakat sudah mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal, sehingga terbangun kerjasama, dan kolaborasi di antara mereka. Media yang digunakan dalam menyampaikan Pariwisata berbasis kearifan lokal yaitu media massa dan non massa. Khalayak yang ingin dicapai semua calon wisatawan yang berkunjung ke Padangsidempuan. Efek yang diharapkan agar khalayak mengetahui destinasi wisata di Padangsidempuan.

Destinasi wisata berbasis kearifan lokal selain alam, budaya dan kuliner yang ada di Padangsidempuan. Aksesibilitas menuju destinasi wisata memiliki kemudah waktu dan biaya. *Local branding*, pelabelan yang memiliki kekuatan untuk membantu penjualan suatu lokasi kepada publik yaitu kota Salak hal ini perkuat dengan tindakan yang dilakukan pemerintah dengan membuat tugu Salak di pusat kota Padangsidempuan. Beberapa perbatasan kota di Padangsidempuan tidak luput dari logo atau lambang Salak.

Pengetahuan lokal, nilai lokal, keterampilan lokal, sumber daya lokal, mekanisme pengambilan keputusan lokal dan solidaritas kelompok lokal di Padangsidempuan didasarkan pada keterbukaan, kesamaan, dan empati. Namun terdapat beberapa kekurangan dalam keenam kategori kearifan lokal di Padangsidempuan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta simpulan yang telah ditarik, ada beberapa saran yang perlu diperhatikan, yakni:

1. Model komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan masih satu arah karena masing-masing pemilik kepentingan mengembangkan pariwisata dengan caranya masing-masing. Diharapkan Interaksi yang terjalin antara pemilik kepentingan hanya sebatas pemberitahuan dan bukan kerjasama mengembangkan destinasi wisata dan menghasil *lokal branding*. Perlu adanya kolaborasi antara pemilik kepentingan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan.
2. Komunikasi pariwisata pemerintah, pengelola dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata perlu segera dilakukan restrukturisasi agar lebih fokus dalam mengelola pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan. Ragam kearifan lokal yang melimpah di Padangsidempuan masih harus terus dikembangkan dan disosialisasikan kepada khalayak. Variatif menggunakan media-media saluran komunikasi yang digunakan. Generasi muda seperti *Naposo Nauli Bulung* seharusnya lebih peduli kepada kearifan lokal.

3. Sebaiknya pemerintah, pengelola dan khalayak dalam mengembangkan komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan menggunakan model yang telah peneliti gambarkan di hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bakti, Sumartias, Damayanti, dan Nugraha Pengembangan. 2018. *Model Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kawasan Geopark Pangandaran*. Jurnal Kajian Komunikasi Vol 6. No 2 Hal 217-230.
- Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran edisi pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- _____. 2015. *Komunikasi Pariwisata (Tourism communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Devito, Joseph A. 2011. *"Komunikasi Antar Manusia"*. Tangerang: Kharisma.
- Fajarini, Ulfah. 2014. *Peranan Kearifan Lokal Dalam Pendidikan Karakter*. Jurnal Sosio Didaktika Vol 1. No 2 Hal 123-130.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Haryanto, Joko Tri. 2014. *Kearifan Lokal Pendukung Kerukunan Beragama pada Komunitas Tengger Malang Jatim*. Semarang: Jurnal Analisa. Vol21. No 02 Hal 201-213.
- Hasibuan, Ismi Rahma. 2017. *Analisis Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari Industri Pariwisata dan Faktor Faktor Yang Mempengaruhinya*. Medan: Repositori Institusi USU.
(<http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/928/130501025.pdf?sequence=1&isAllowed=y>)
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif , Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2014. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media.

- Mulyadi. 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 20*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugraha, Perbawasari, dan Zubair. 2017. *Model Komunikasi Pariwisata yang Berbasis Kearifan Lokal (Studi Deskriptif Kualitatif di Wilayah Lembang Kabupaten Bandung Barat)*. Jurnal The Messenger Vol 9, No 2 Hal 231-240.
- Nurudin. 2017. *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Prastowo, Ari Agung dan Budiana, Heru Ryanto. 2016. *Pengembangan Pola Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal*. Jurnal 1 Ilmu Komunikasi Vol 7, No 1 Hal 44-51.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2011. *Antropologi Sastra Peran Unsur-unsur Kebudayaan dalam Proses Kreatif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi : Perspektif, Ragam, & Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- SK. MENPARPOSTEL. No: KM. 98 / PW.102/ MPPT-87. Tentang Pariwisata Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syah, Hidayat. 2013. *Urbanisasi dan Modernisasi (Studi Tentang Perubahan Sistem Nilai Budaya Masyarakat Urban di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan)*. Jurnal Toleransi, Vol. 5 No. 1 hal 12.
- Tamaratika, Fenilia dan Rosyidie, Arief. 2017. *Inkorporasi Kearifan Lokal dalam Pengembangan Kawasan Pariwisata Di Lingkungan Pantai*. Jurnal Sosioteknologi. Vol. 16. No. 1, Hal 125-133
- Tentang Padangsidimpuan. 2019. <https://padangsidimpuankota.bps.go.id/> diakses tanggal 15 Juni 2019
- Tentang Padangsidimpuan. 2019 <https://padangsidimpuankota.go.id/> diakses tanggal 15 juni 2019

Unayah, Nunung dan Sabarisman, Muslim. 2016. *Identifikasi Kearifan Lokal Dalam Pemberdayaan Komunikasi Adat Terpencil*. Jurnal Sosio Informa Vol. 2. No. 01 Hal 1-18

Undang Undang tentang Kepariwisataaan, UU No. 10 Tahun 2009. Jakarta: Direktorat Jenderal Hukum dan HAM.

Wahyudi, Agus. 2014. *Pesona Kearifan Jawa*. Yogyakarta: Dipta

Wibowo, Agus & Gunawan. 2015. *Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal di Sekolah*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Belajar

Widjaja. 2010. *Komunikasi: Komunikasi dan hubungan masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

TRANSKRIP WAWANCARA

Informan Pertama

Judul : Model Komunikasi Pariwisata Berbasis kearifan Lokal di Padangsidempuan
Nama Peneliti : Listiyana Syafitri Daulay
Nama Informan : Saidah Asro Fauziah
Usia : 50 Tahun
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Sekretariat di Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan
Tanggal Wawancara : 7 Mei 2019
Lokasi : Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan Jalan H. T. Rizal Nurdin, Val IV, Palopat, Padangsidempuan Tenggara,

a. Daftar pertanyaan untuk Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan

1. Siapa saja komunikator yang menyampaikan pesan kepada khalayak dan pengelola?
Walikota memberi hak kepada dinas pariwisata untuk menentukan komunikator dari pegawai dinas pariwisata kota Padangsidempuan
2. Bagaimana proses penentuan komunikator di Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan ?
Semua dinas di kota Padangsidempuan berada di bawah walikota sehingga semua arahan berasal dari walikota
3. Bagaimana pesan yang disampaikan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dengan stakeholder dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Yang disampaikan pariwisata berbasis kearifan lokal sesuai dengan kebudayaan lokal adat yang ada di Padangsidempuan. Setiap acara pariwisata yang dilakukan Dinas memasukan pesan-pesan seperti tarian daerah, lagu daerah, makanan daerah dan simbol-simbol yang melambangkan kearifan lokal di Padangsidempuan
4. Bagaimana pesan yang disampaikan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan kepada khalayak dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal?
Pada acara-acara pariwisata yang berbasis kearifan lokal terlebih dahulu mengenalkan ciri-ciri atau khas dari Padangsidempuan mau itu makanan seperti salak dan lainnya. Ketika kunjungan dari Dinas Pariwisata lain atau kunjungan dari luar daerah pasti di dalam acara tersebut akan dijelaskan
5. Bagaimana menentukan media yang digunakan?
Dalam menentukan media biasanya melalui rapat dan anggaran yang disesuaikan.
6. Media apa yang digunakan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal?

Media yang digunakan massa dan non massa

7. Adakah rapat khusus yang dilakukan Dinas Pariwisata untuk mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal ?
Ada
8. Siapa saja khalayak yang ingin dicapai oleh Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan?
Semua khalayak menjadi target terutama investor. Mendapatkan investor tidak mudah, merekapun melihat keuntungan dan tidak sembarangan.
9. Apa peran khalayak menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan ?
Peran khalayak adalah untuk membantu mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal
10. Efek apa yang sudah didapat selama ini oleh Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dengan adanya objek wisata?
efek yang selama ini sudah didapatkan dengan adanya kunjungan wisatawan, penghasilan dari pariwisata menjadi bertambah ke Padangsidempuan.
11. Upaya apa yang dilakukan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal?
Upaya mengenalkan pariwisata Padangsidempuan kepada seluruh masyarakat dan mencari investor, mengadakan rapat, dan membuat Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah atau program tahunan 2019.
12. Bagaimana destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan?
Pariwisata berbasis kearifan lokal Padangsidempuan memiliki peluang besar untuk menjadi pariwisata tujuan wisata.
13. Apa yang membedakan destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan dengan daerah lain menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan?
Umumnya pariwisata di Padangsidempuan dan di daerah lain sama, yang membedakan yaitu pada kearifan lokalnya seperti memiliki budaya yang berbeda dengan daerah lain.
14. Apa keunggulan destinasi dan kekurangan di Padangsidempuan kearifan lokal di Padangsidempuan menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan?
Keunggulannya yaitu Padangsidempuan merupakan pusat dari beberapa kota dan kabupaten. Jarak tempuh yang tidak terlalu jauh dan berada di tengah-tengah wilayah. Memiliki banyak destinasi wisata alam, wisata kuliner, dan wisata budaya. Kekurangan destinasi di Padangsidempuan yaitu masyarakat masih minim dalam sadar wisata.
15. Bagaimana aksesibilitas mencapai pariwisata di Padangsidempuan?
Aksesibilitas sendiri bukan bagian dari Dinas Pariwisata tetapi dinas pekerjaan umum yang bertanggung jawab pada pembangunan jalan yang memadai tidak berlubang dan lainnya
16. Strategi *Local Branding* seperti apa yang dilakukan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal?
Local branding sendiri dibentuk oleh Walikota dan atas persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat dalam membuat *local branding* tidak dapat ditentukan

sendiri oleh Dinas Pariwisata harus memiliki Surat Keterangan yang disesuaikan dengan visi misi kota Padangsidimpuan.

17. *Local Branding* selama ini telah dibangun Dinas Pariwisata kota Padangsidimpuan kepada khalayak ?
Local branding sendiri tidak dibuat langsung oleh Dinas Pariwisata, tetapi Dinas Pariwisata mengajukan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah yang disetujui oleh Walikota agar Dinas Pariwisata memiliki program-program dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal.
18. Bagaimana pengetahuan lokal menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidimpuan?
Pengetahuan lokal masyarakat belum terlalu baik seperti masih banyak pemuda-pemudi yang tidak mengetahui pengetahuan lokal.
19. Seberapa penting pengetahuan lokal dalam mengembangkan Pariwisata menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidimpuan?
Pengetahuan lokal sangat penting dipelajari atau dipahami dimengerti karena pengetahuan lokal merupakan cerminan dari kearifan lokal
20. Apa nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidimpuan menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidimpuan?
Keunggulan dari nilai lokal sendiri adalah sampai saat ini masih dijalankan masyarakat.
21. Apa keunggulan dan kekurangan nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidimpuan menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidimpuan?
Kekurangannya mulai pudar nilai-nilai lokal seperti saling menghormati dan tidak boleh memanggil nama harus menggunakan tutur.
22. Bagaimana keterampilan lokal pariwisata di Padangsidimpuan menurut Dinas Pariwisata di Padangsidimpuan ?
Masyarakat Padangsidimpuan sangat kreatif dan inovatif dalam keterampilan lokal dari prestasi-prestasi yang diperoleh.
23. Adakah produk keterampilan lokal pariwisata di Padangsidimpuan?
Keterampilan lokal pariwisata di Padangsidimpuan sudah ada dan mulai dipasarkan seperti makanan oleh-oleh khas dan lainnya
24. Apa sumber daya lokal pariwisata di Padangsidimpuan menurut Dinas Pariwisata di Padangsidimpuan ?
Sumber daya lokal di Padangsidimpuan yaitu yang berasal dari alam atau yang diciptakan oleh Allah
25. Apa yang membedakan sumber daya lokal pariwisata di Padangsidimpuan dengan daerah lain?
Sumber daya lokal memiliki kesamaan karena sumber daya diciptakan oleh Tuhan dan ciptakan terbentuknya karena alam bukan karena tangan manusia
26. Bagaimana mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidimpuan menurut Dinas Pariwisata di Padangsidimpuan ?
Mekanisme pengambilan keputusan lokal harus mendengar suara-suara dari banyak pihak agar hasil yang didapatkan keputusan transparansi.
27. Apakah Dinas Pariwisata di Padangsidimpuan melibatkan stakeholder dalam mengambil keputusan?

Dinas Pariwisata di Padangsidempuan melibatkan seluruh seluruh kalangan dapat dapat mewakili suara untuk mengambil keputusan

28. Bagaimana solidaritas kelompok lokal di Padangsidempuan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Solidaritas kelompok wisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan sudah baik karena Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan sendiri telah membentuk kelompok sadar wisata di madrasah aliyah negeri 2 dengan anggotanya anak remaja yang merupakan milenial.
29. Adakah kelompok lokal yang peduli pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Kelompok lokal yang peduli pada pariwisata berbasis kearifan lokal seperti kelompok sadar wisata, kelompok kelompok pencinta alam dan pencinta lingkungan dan pencinta budaya dan lainnya
30. Apakah pariwisata berbasis kearifan lokal penting bagi Dinas Pariwisata di Padangsidempuan untuk dikembangkan?
Sangat penting

Informan kedua

Judul : Model Komunikasi Pariwisata Berbasis kearifan Lokal di Padangsidempuan
Nama Peneliti : Listiyana Syafitri Daulay
Nama Informan : Yuningsih
Usia : 53 Tahun
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Kepala Bidang Pemasaran Wisata
Tanggal Wawancara : 7 Mei 2019
Lokasi : Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan Jalan H. T. Rizal Nurdin, Val IV, Palopat, Padangsidempuan Tenggara,

a. Daftar pertanyaan untuk Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan

1. Siapa saja komunikator yang menyampaikan pesan kepada khalayak dan pengelola?
Komunikator dalam penyampaian pesan merupakan pegawai dinas Pariwisata kota Padangsidempuan
2. Bagaimana proses penentuan komunikator di Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan ?
Dengan rapat penentuan komunikator.
3. Bagaimana pesan yang disampaikan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dengan stakeholder dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
pesannya adalah sama-sama membangun pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan karena dalam membangun pariwisata berbasis kearifan lokal Dinas Pariwisata tidak dapat berdiri sendiri diperlukan dinas lainnya, masyarakat. Pengelola, wisatawan seluruh seluruh bagian dari pariwisata
4. Bagaimana pesan yang disampaikan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan kepada khalayak dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal?
Pesannya dengan membentuk kata-kata atau simbol-simbol yang menarik wisatawan
5. Bagaimana menentukan media yang digunakan?
Dalam menentukan media Dinas Pariwisata melihat efek yang pas didapatkan calon pengunjung dan melihat biaya yang digunakan dalam menggunakan media tertentu
6. Media apa yang digunakan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal?
Media yang digunakan radio, koran, dan facebook.
7. Adakah rapat khusus yang dilakukan Dinas Pariwisata untuk mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal ?
Iya ada
8. Siapa saja khalayak yang ingin dicapai oleh Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan?

Saya ingin mencapai seluruh masyarakat domestik dan internasional.

9. Apa peran khalayak menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan ?
Peran khalayak sangat penting tanpa adanya khalayak pariwisata berbasis kearifan lokal tidak akan berkembang
10. Efek apa yang sudah didapat selama ini oleh Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dengan adanya objek wisata?
Efek yang sudah didapat Dinas Pariwisata adalah dengan meningkatnya pendapatan asli daerah dari perhotelan.
11. Upaya apa yang dilakukan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal?
Upayanya melakukan rapat internal menjalankan program-program melihat atau meninjau langsung destinasi wisata”.
12. Bagaimana destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan?
Destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan baik karena kearifan lokal di Padangsidempuan.
13. Apa yang membedakan destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan dengan daerah lain menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan?
Umumnya masih dijaga terutama dalam kuliner orang-orang di Padangsidempuan dan sekitarnya sendiri masih banyak yang menyukai makanan khas Padangsidempuan dari pada makanan-makanan yang berasal dari luar negeri seperti Pizza dan makanan-makanan western asian.
14. Apa keunggulan destinasi dan kekurangan di Padangsidempuan kearifan lokal di Padangsidempuan menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan?
keunggulan disini adalah ikan gulai, ikan asam padeh yang menjadi favorit. Kekurangan tidak banyak menu makanan karena kami hanya mengutamakan menu makanan ikan dan sayur yang merupakan ciri khas dari makanan Siporang. Padangsidempuan sendiri merupakan sentral dari beberapa daerah kota dan kabupaten seperti Tapanuli Selatan Tapanuli Tengah Madinah dan lainnya dan penduduk di Padangsidempuan sudah banyak sehingga memungkinkan keuntungan dalam melakukan usaha
15. Bagaimana aksesibilitas mencapai pariwisata di Padangsidempuan?
aksesibilitas menuju tempat wisata telah baik dengan adanya kerjasama antara Dinas Pariwisata dengan dinas lainnya.
16. Apa kekurangan dan kelebihan aksesibilitas menuju objek wisata di Padangsidempuan?
Keunggulan aksesibilitas di Padangsidempuan beberapa dibangun dengan baik dan kekurangannya beberapa aksesibilitas belum dibangun dengan baik”.
17. *Local Branding* selama ini telah dibangun Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan kepada khalayak ?
Local branding sendiri dibentuk oleh Walikota
18. Bagaimana pengetahuan lokal menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan?
Pengetahuan lokal pengelola dan masyarakat telah mengetahui informasi-informasi mengenai kearifan lokal.

19. Seberapa penting pengetahuan lokal dalam mengembangkan Pariwisata menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan?
Pengetahuan lokal sangat penting dipelajari karena ketika pengelola atau masyarakat ditanyakan wisatawan dan tidak bisa menjawab akan rasa malu
20. Apa nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan?
Nilai lokal seperti yang ada di Lubuk larangan tidak boleh mengambil ikan pada saat belum waktunya.
21. Apa keunggulan dan kekurangan nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan?
Nilai lokal pariwisata berbasis kearifan lokal memiliki keunggulan yaitu dilakukan secara mufakat dan musyawarah sedangkan kekurangannya adalah belum terlalu banyak orang mengetahui nilai lokal Padangsidempuan diluar sana
22. Bagaimana keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut Dinas Pariwisata di Padangsidempuan ?
masyarakat Padangsidempuan sangat terampil dalam kehidupan sehari-hari dan dapat berbaur dengan kota Padangsidempuan.
23. Adakah produk keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan?
Ada keterampilan lokal yang diproduksi masyarakat seperti gantungan, baju batik, tas dan lain-lain.
24. Apa sumber daya lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut Dinas Pariwisata di Padangsidempuan ?
Ya lokal pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan yaitu berasal dari alam terbentuk tanpa campur tangan manusia
25. Apa yang membedakan sumber daya lokal pariwisata di Padangsidempuan dengan daerah lain?
Yang membedakan sumber daya lokal Padangsidempuan dengan daerah lain dari segi alam
26. Bagaimana mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidempuan menurut Dinas Pariwisata di Padangsidempuan ?
Mekanismenya Mekanisme pengambilan keputusan lokal harus dengan melibatkan orang-orang yang dapat mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan.
27. Apakah Dinas Pariwisata di Padangsidempuan melibatkan stakeholder dalam mengambil keputusan?
Melibatkan pihak yang berkepentingan seperti pengelola, masyarakat sekitar wisata, pemerintah setempat, Walikota, Dewan Perwakilan Rakyat dan lain-lainnya
28. Bagaimana solidaritas kelompok lokal di Padangsidempuan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
kelompok lokal di Padangsidempuan mempunyai tujuan bersama dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal
29. Adakah kelompok lokal yang peduli pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?

Kelompok lokal sangat peduli pada pariwisata berbasis kearifan lokal karena selalu mengadakan penyuluhan dan pengecekan pada destinasi

30. Apakah pariwisata berbasis kearifan lokal penting bagi Dinas Pariwisata di Padangsidempuan untuk dikembangkan?
iya

Informan ketiga

Judul : Model Komunikasi Pariwisata Berbasis kearifan Lokal di Padangsidempuan
Nama Peneliti : Listiyana Syafitri Daulay
Nama Informan : Dina
Usia : 40 Tahun
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Pengelola destinasi wisata kuliner
Tanggal Wawancara : 19 Mei 2019
Lokasi : Rumah Makan Siporang Jalan Jl. Rizal Nurdin, Lintas Panyabungan Padangsidempuan Tenggara

b. Daftar pertanyaan untuk pengelola wisata

1. Berapa lama mengelolah destinasi wisata ?
Mengelola ini kurang lebih Sudah 2 tahun yang lalu rumah makan ini sendiri memiliki 4 cabang di Panyabungan yang kedua di Padangsidempuan dan yang ketiga di sayur matinggi dan siabu. Cabang pertama berada di siabu dan sudah berdiri kurang lebih 15 tahun yang lalu kemudian setelah beberapa tahun kemudian dibuka cabang yang ada di Sidempuan kemudian di Panyabungan dan di sayurmatinggi pembukaan cabang ini karena banyaknya peminat ikan gulai atau ikan asam padeh
2. Apa saja peran pengelola wisata dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
mengelola makanan yang ada seperti ikan gulai, sayur pakkat dan makanan-makanan berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan seperti ikan salai yang di gulai, ikan asam padeh, daun ubi tumbuk dan lainnya
3. Bagaimana komunikasi antara pengelola wisata dengan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
komunikasi dengan Dinas Pariwisata Kota Padangsidempuan dan dinas lainnya kurang karena kami mengelola rumah makan ini sendiri tanpa ada bantuan pemerintah mungkin ada bantuan pemerintah seperti mempromosikan dari media sosial api secara langsung tidak ada
4. Bagaimana pengelola wisata dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Komunikasi kepada pelanggan dengan menjelaskan menu-menu khas yang ada di sini
5. Bagaimana pengelola wisata dalam mengelola pesan untuk mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Media yang sederhana dan murah biayanya. Karena nama rumah makan Ciporang sendiri sudah dikenal di Mandailing Tapanuli Selatan dan Padangsidempuan sehingga pihak rumah makan tidak perlu mempromosikan secara besar-besaran hanya menggunakan media sederhana

6. Media apa yang digunakan pengelola wisata untuk mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Hanya menggunakan media dari mulut ke mulut dan menggunakan media papan reklame di depan di depan rumah makan
7. Apa kekurangan dan kelebihan media yang digunakan pengelola wisata?
Kelebihan dari papan reklame yang ada di rumah makan yaitu ketika ada wisatawan yang melintas dapat membaca makanan-makanan yang apa saja yang terdapat di rumah makan Ciporang sip orang dan keunggulan dari mulut ke mulut dapat menjangkau lebih dari yang diperhitungkan atau dengan media dari mulut ke mulut pelanggan yang datang lebih banyak. Kekurangan medianya adalah kreatif dan inovatif melihat perkembangan zaman saat ini. Tidak dilakukan media yang membutuhkan biaya besar atau menggunakan media sosial karena membutuhkan foto yang memerlukan teknik tertentu dalam mengambilnya agar bagus sehingga pengelola tidak menggunakan media tersebut.
8. Siapa saja khalayak yang ingin dicapai pengelola wisata dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Yang ingin dicapai adalah semua orang terus siapa pun yang lewat atau menyukai makanan makanan atau tak khas daerah.
9. Apa dengan ada khalayak berkunjung ke objek wisata berefek bagi pengelola wisata ?
Adanya pengunjung yang datang keuntungan kami semakin bertambah bar dan usaha Kami tetap dapat berjalan
10. Apa saja yang dilakukan pengelola wisata dalam mengembangkan destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
tetap mempertahankan cita rasa sehingga orang yang datang ingin kembali makan di sini
11. Bagaimana destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata?
Destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padang Sidempuan baik karena kearifan lokal di Padangsidempuan umumnya masih dijaga terutama dalam kuliner orang-orang di Sidempuan sendiri masih banyak yang menyukai makanan makanan khas Sidempuan daripada makanan makanan yang berasal dari luar negeri seperti Pizza seperti dan makanan-makanan modern
12. Apa keunggulan destinasi dan kekurangan destinasi di Padangsidempuan kearifan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata?
Dari makanan yaitu memiliki rasa yang berbeda dengan makanan atau olahan makanan yang sama makanan keunggulan disini adalah ikan gulai terus dan ikan yang menjadi favorit destinasi kami yaitu kurang banyak menu makanan karena kami hanya mengutamakan menu makanan ikan dan sayur yang merupakan ciri khas dari makanan Siporang
13. Potensi apa yang ada di Padangsidempuan sehingga pengelola tertarik dan berpartisipasi dalam mengembangkannya?

merupakan Sentral dari beberapa daerah kota dan kabupaten seperti Tapanuli Selatan Tapanuli Tengah Madinah dan lainnya dan penduduk di Padangsidempuan sudah banyak sehingga memungkinkan keuntungan dalam melakukan usaha.

14. Bagaimana aksesibilitas mencapai pariwisata di Padangsidempuan?
Aksesibilitas menuju wisata ini yang berada di pinggir jalan lintas
15. Apa kekurangan dan kelebihan aksesibilitas menuju objek wisata di Padangsidempuan?
Kelebihannya mudah diakses Parkirannya luas dan kekurangannya tempat ibadah dan kamar mandi kedepannya akan kami perbaiki bila ada biaya lebih
16. *Local Branding* seperti apa yang telah ada menurut pengelola wisata?
Local branding di Padangsidempuan yang seru kota dengan banyak kuliner
17. Bagaimana pengetahuan lokal dalam menjaga kearifan lokal di Padangsidempuan?
Pengetahuan lokal dalam menjaga kearifan lokal Padangsidempuan kami rasa baik karena kami mengetahui bagaimana cara mengelola makan menjadi dan disukai banyak pengunjung
18. Seberapa penting pengetahuan lokal dalam mengembangkan pariwisata menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Sangat penting dimiliki masyarakat terutama mengolah makanan karena harus atau tahu selera Kebanyakan orang
19. Apa nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Nilai lokal di Padangsidempuan sendiri yaitu peraturan yang diatur bersama dan ditaati walaupun tidak tertulis seperti peraturan menjaga lingkungan
20. Apa keunggulan dan kekurangan nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Keunggulan nilai lokal di Padangsidempuan yaitu masyarakatnya masih dan taat pada peraturan dan kekurangannya sudah tidak sekeras zaman dahulu
21. Bagaimana keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan ?
Keterampilan lokal di Padangsidempuan sudah terampil untuk pemasarannya yang mungkin belum luas
22. Adakah produk keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan?
Ada
23. Apa sumber daya lokal pariwisata yang ada di Padangsidempuan?
Sumber daya yang berasal dari alam yang ada hewan ikan sapi kambing ternak lainnya
24. Bagaimana mengelola sumber daya lokal di Padangsidempuan sesuai dengan pengalaman pengelola wisata?
Sumber daya seperti ternak ikan memiliki teknik-teknik tertentu yang dapat dipelajari bila kita terjun langsung dan sudah menernak ikan pasti akan mengetahui cara-cara tertentu

25. Bagaimana mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidempuan sendiri mempertimbangkan masukan-masukan dari masyarakat
26. Adakah masyarakat yang tidak mendukung dengan adanya objek wisata yang dikelola pengelola?
Saat ini tidak ada masyarakat di sekitar destinasi yang tidak suka dengan tempat ini kebanyakan mendukung
27. Apa manfaat objek wisata bagi pengelola wisata kota Padangsidempuan?
destinasi ini sebagai pemasukan bagi kami pengelola tetapi juga dapat membantu masyarakat sekitar atau warga-warga tidak memiliki pekerjaan sehingga membuka lapangan pekerjaan yang lebih besar
28. Bagaimana solidaritas kelompok lokal di Padangsidempuan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Solidaritas kelompok lokal sudah ada di Padangsidempuan karena dari kelompok-kelompok tertentu yang memperjuangkan wisata di Padangsidempuan
29. Apa yang membuat pengelola wisata tertarik mengelola pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Tertarik karena makanan berbasis kearifan lokal mempunyai keunggulan sendiri dari cita rasa

Informan Keempat

Judul : Model Komunikasi Pariwisata Berbasis kearifan Lokal di Padangsidempuan
Nama Peneliti : Listiyana Syafitri Daulay
Nama Informan : Abdul Rahman Nurdin
Usia : 49 Tahun
Jenis kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Pengelola wisata budaya
Tanggal Wawancara : 26 Mei 2019
Lokasi : Sungai Aek Rukkare Wek-1 Padangsidempuan Utara

b. Daftar pertanyaan untuk pengelola wisata

1. Berapa lama mengelolah destinasi wisata ?
Kurang lebih dua tahun.
2. Apa saja peran pengelola wisata dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Mengenalkan lubuk larangan ke calon pengunjung, mengelola lubuk larangan dengan cara memberikan ikan, melihat kondisi sungai, lingkungan dan komunikasi dengan masyarakat.
3. Bagaimana komunikasi antara pengelola wisata dengan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Komunikasinya baik.
4. Bagaimana pengelola wisata dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
menyampaikan informasi di media sosial facebook,
5. Bagaimana pengelola wisata dalam mengelola pesan untuk mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Mengelola pesan dengan cara kata kata yang menarik.
6. Media apa yang digunakan pengelola wisata untuk mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Menentukan media dengan cara memilih yang paling murah biayanya. Media sosial karena media lain membutuhkan biaya lebih.
7. Apa kekurangan dan kelebihan media yang digunakan pengelola wisata?
Kelebihan media sosial tidak memerlukan biaya, mudah dijangkau calon wisatawan dan kekurangan media sosial biasa saja yang menerima pesan berasal dari luar daerah.
8. Siapa saja khalayak yang ingin dicapai pengelola wisata dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Khalayak yang ingin dicapai semua orang terutama yang peduli pariwisata berbasis kearifan lokal.

9. Apa efek dengan ada khalayak berkunjung ke objek wisata bagi pengelola wisata ?
efeknya menjalin silaturahmi antara masyarakat dan mengembalikan kearifan lokal yang sempat beberapa tahun tidak dijalankan
10. Apa saja yang dilakukan pengelola wisata dalam mengembangkan destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Destinasi di Padangsidempuan bagus dan sangat berpotensi menjadi kota wisata.
11. Bagaimana destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata?
Keunggulan alamnya berlimpah.
12. Apa keunggulan destinasi dan kekurangan destinasi di Padangsidempuan kearifan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata?
kekurangannya kurang penanam modal dan anggaran pemerintah.
13. Potensi apa yang ada di Padangsidempuan sehingga pengelola tertarik dan berpartisipasi dalam mengembangkannya?
berpotensi menjadi kota wisata
14. Bagaimana aksesibilitas mencapai pariwisata di Padangsidempuan?
Aksesibilitas mencapai destinasi mudah karena banyak arah jalan menuju lubuk larangan Aek Rukkare.
15. Apa kekurangan dan kelebihan aksesibilitas menuju objek wisata di Padangsidempuan?
Kelebihan dekat dengan jalan utama dan kekurangannya belum banyak diketahui khalayak
16. *Local Branding* seperti apa yang telah ada menurut pengelola wisata?
Local branding di Padangsidempuan *Salumpat saindege*
17. Bagaimana pengetahuan lokal dalam menjaga kearifan lokal di Padangsidempuan?
Pengetahuan masyarakat bagus karena masyarakat patuh untuk tidak mencuri ikan, menyetrum ikan, membuang bahan kimia di sungai, memancing dan membawa barang berbahaya ke sungai.
18. Seberapa penting pengetahuan lokal dalam mengembangkan pariwisata menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Sangat penting karena pengetahuan lokal akan meningkatkan kepedulian terhadap destinasi.
19. Apa nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Nilai lokal yang ada membuat anggaran dasar dan anggaran rumah tangga bersama memilih dan membentuk kelompok pengurus lubuk larangan.
20. Apa keunggulan dan kekurangan nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Keunggulan nilai lokal di lubuk larangan struktur organisasi jales dan resmi. kekurangan masih kurang anggaran dalam mengembangkan nilai lokal
21. Bagaimana keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan ?

Keterampilan lokal masyarakat Lubuk larangan baik karena dapat berbaur dengan alam.

22. Adakah produk keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan?
Belum ada produk lokal yang dijual di area Lubuk larangan Aek Rukkare.
23. Apa sumber daya lokal pariwisata yang ada di Padangsidempuan?
Sumber daya lokal yang ada Lubuk larangan yaitu sungai.
24. Bagaimana mengelola sumber daya lokal di Padangsidempuan sesuai dengan pengalaman pengelola wisata?
Mengelola sumber daya lokal yang ada di Lubuk larangan atau sungai sangat sulit bila dilakukan sendiri harus adanya bantuan masyarakat sekitar pemerintah untuk membentuk sebuah destinasi yang dapat dikunjungi.
25. Bagaimana mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Mekanisme pengambilan keputusan lokal pasti akan melibatkan pemerintah, masyarakat sekitar, yang sering terlibat dalam mengambil keputusan yaitu Kecamatan Padangsidempuan Utara Kelurahan Wek 1 Lubuk larangan sosial samora lingkungan 1.
26. Adakah masyarakat yang tidak mendukung dengan adanya objek wisata yang dikelola pengelola?
Ada beberapa masyarakat yang tidak mendukung objek wisata tetapi dengan partisipasi atau tidak datang pada acara.
27. Apa manfaat objek wisata bagi pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Manfaat objek wisata dapat melestarikan alam dan dapat menjalankan kearifan lokal membentuk pariwisata berbasis kearifan lokal mempererat silaturahmi menjalin harmonisasi antara masyarakat sekitar.
28. Bagaimana solidaritas kelompok lokal di Padangsidempuan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Solidaritas kelompok masyarakat Padangsidempuan sudah baik tetapi untuk generasi muda sangat kurang solid dalam mengurus Lubuk larangan.
29. Apa yang membuat pengelola wisata tertarik mengelola pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Bagi pemerintah dan masyarakat aktif dalam acara Lubuk larangan yang hanya diadakan beberapa tahun dalam sekali diusahakan datang.

Informan Kelima

Judul : Model Komunikasi Pariwisata Berbasis kearifan Lokal di Padangsidempuan
Nama Peneliti : Listiyana Syafitri Daulay
Nama Informan : Ahmad Darwis
Usia : 60 Tahun
Jenis kelamin : Laki-laki
Peran : Masyarakat sekitar destinasi wisata
Tanggal Wawancara : 26 Mei 2019
Lokasi : Sungai Aek Rukkare Wek-1 Padangsidempuan Utara

c. Daftar pertanyaan untuk masyarakat di lokasi wisata

1. Apa saja peran masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Ikut berpartisipasi dalam program yang dibuat oleh dinas pariwisata dan acara destinasi wisata. Mengunggah foto di media sosial sebagai cara mengenalkan destinasi wisata berbasis kearifan lokal ke banyak orang
2. Bagaimana komunikasi antara masyarakat dengan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dan pengelola wisata dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Komunikasi yang baik dengan rutin melakukan kunjungan kepada pemerintah dan pengelola, musyawarah dalam mengambil keputusan
3. Bagaimana masyarakat dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Dengan cara mulut ke mulut atau berbicara ketika bertemu dengan keluarga atau teman yang ada di luar daerah Padangsidempuan
4. Media apa yang digunakan masyarakat untuk mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Tidak ada media yang digunakan
5. Apa kekurangan dan kelebihan media yang digunakan masyarakat?
Kekurangan media yang digunakan tidak bisa dijangkau calon pengunjung yang lebih luas. Kelebihan media seminar dapat dengar audien yang hadir
6. Siapa saja khalayak yang ingin dicapai masyarakat dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Seluruh masyarakat domestik dan internasional
7. Bagaimana perkembangan kunjungan wisata dari 5 tahun terakhir?
Tiga bulan terakhir kunjungan semakin meningkat terutama di bulan sebelum puasa dan setelah hari raya
8. Ada efek yang didapat masyarakat dengan adanya objek wisata?
Ada semakin ramai destinasi wisata dan menjadi tambahan pendapatan
9. Apa ada perubahan saat objek wisata belum dikelola dengan sudah dikelola untuk masyarakat?
Ada sebelum dikelola destinasi wisata tidak terurus dan sungai dibiarkan begitu saja setelah ada sungai semakin terawat dan masyarakat lebih hati-hati dalam membuang sampah karena takut ikannya mati

10. Apa efek yang diharapkan masyarakat kepada khalayak dengan adanya objek wisata?
Masyarakat terus berkunjung ke lubuk larangan agar lubuk larangan ini tetap berjalan.
11. Apa saja yang dilakukan masyarakat dalam mengembangkan destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Menjaga lingkungan dan tetap merawat lingkungan sungai
12. Bagaimana destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan menurut masyarakat?
Destinasi wisata di Padangsidempuan sudah bagus dengan air yang melimpah dan pohon-pohon yang rindang, banyak ikan bahkan bisa hidup di sungai ini dan terus berkembang biak
13. Apa keunggulan destinasi dan kekurangan destinasi di Padangsidempuan kearifan lokal di Padangsidempuan menurut masyarakat?
14. Keunggulannya alam sangat luar biasa tanpa buat berbagai tanaman dan hewan hadir menambah nikmat dari sang pencipta dan kurang dana atau penanam modal dalam mengembagkan destinasi wisata
15. Bagaimana aksesibilitas mencapai pariwisata di Padangsidempuan?
Aksesibilitas menuju destinasi wisata sudah seperti jalan yang baik, tempat ibadah, tempat parkir dan tempat makan
16. Apa kekurangan dan kelebihan aksesibilitas menuju objek wisata di Padangsidempuan?
Kekurangan banyak yang belum tau jalur menuju ke destinasi wisata dan kelebihan untuk fasilitas umum sudah terpenuhi
17. Bagaimana pengetahuan lokal masyarakat dalam menjaga kearifan lokal di Padangsidempuan?
Pengetahuan lokal yang dimiliki seperti musim hujan atau kemarau ketika musim hujan debit air di sungai akan naik dan kemungkinan ikan akan hanyut tinggi sehingga perlu adanya penimbunan agar ikan tetap terjaga.
18. Seberapa penting pengetahuan lokal dalam mengembangkan Pariwisata menurut masyarakat?
sangat penting ketika masyarakat tidak tahu lingkungannya maka lingkungan tersebut akan rusak
19. Apa nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut masyarakat?
Nilai lokal yang terdapat di lubuk larangan tidak boleh mengambil ikan sebelum waktu yang ditentukan bila terdapat masyarakat mengambil ikan belum waktunya akan dikenakan sanksi sosial yang disepakati warga sekitar.
20. Apa keunggulan dan kekurangan nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut masyarakat?
Keunggulan nilai lokal masyarakat patuh kepada kearifan lokal dan menjaganya dan kekurangan nilai lokal ada masyarakat sekitar yang hidup modern dan tidak berpartisipasi pada nilai lokal
21. Bagaimana keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut masyarakat?

- keterampilan lokal masyarakat sangat baik karena dapat bertahan hidup tetap keterampilan untuk menciptakan produk seperti alat pancing masih kurang
22. Adakah produk keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan?
Tidak ada sehingga pengunjung yang datang harus membawa sendiri keperluannya
 23. Apa sumber daya lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut masyarakat?
Sumber daya lokal di sini adalah sungai atau sumber air sebagai kebutuhan primer
 24. Bagaimana mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidempuan menurut masyarakat?
Dalam mengambil keputusan selalu melibatkan tokoh, warga sekitar, pengelola dan pemerintah
 25. Adakah masyarakat dilibatkan dalam mengambil keputusan untuk mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal?
Dilibatkan dengan mengirim undangan atau menyampaikan langsung ketika melakukan musyawarah dan ketika musyawarah setiap yang hadir boleh menyampaikan pendapat
 26. Bagaimana solidaritas kelompok lokal di Padangsidempuan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
solidaritas masyarakat sangat luar biasa dengan tetap menjalankan kearifan lokal dalam segala bidang seperti mematuhi peraturan tidak tertulis, melakukan acara dan ketika ada warga yang kemalangan
 27. Adakah masyarakat luar di luar daerah lokasi wisata yang peduli kepada objek wisata?
ada tetapi kelompok-kelompok tersebut mungkin kini masih kekurangan dan mempunyai sibuk dengan kegiatannya sehingga tidak aktif
 28. Apa harapan masyarakat dengan adanya objek wisata?
Harapannya agar destinasi wisata lebih berkembang sehingga masyarakat sekitarnya dapat merasakan hasilnya dan generasi muda peduli dengan kearifan lokal yang sudah lama ada disini
 29. Perlu pariwisata berbasis kearifan lokal diwariskan?
Perlu agar nantinya generasi muda tahu dari mana asalnya, bersyukur atas alam yang dianugerahkan sang pencipta dan menjaga alam dan tetap mempunyai nilai moral yang saat ini mulai hilang
 30. Apa saran masyarakat kepada dinas pariwisata dan pengelola wisata dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal ?
Saran untuk pengelola agar lebih aktif mempromosikan destinasi wisata

Informan Keenam

Judul : Model Komunikasi Pariwisata Berbasis kearifan Lokal di Padangsidempuan
Nama Peneliti : Listiyana Syafitri Daulay
Nama Informan : Rahmat Hidayat Nasution
Usia : 45 Tahun
Jenis kelamin : Laki-laki
Peran : Wisatawan
Tanggal Wawancara : 6 Juni 2019
Lokasi : Sungai Aek Rukkare Wek-1 Padangsidempuan Utara

d. Daftar pertanyaan untuk wisatawan

1. Apa peran wisatawan ?
Mengikuti acara yang ada di Lubuk larangan
2. Bagaimana komunikasi pariwisata dengan pengelola destinasi wisata?
Komunikasi dengan pengelola Lubuk larangan baik karena pengelola memberitahu syarat ketentuan dan apa saja yang diperbolehkan ketika berlangsungnya acara
3. Bagaimana sikap pengelola destinasi wisata?
Mulanya acara pengelola bersikap ramah dan bercerita cerita baik itu cerita tentang Lubuk larangan maupun cerita lainnya
4. Dari mana wisatawan mengetahui pesan acara di destinasi wisata?
Mengetahui informasi adanya acara dari WhatsApp. Saya sendiri merupakan perantauan dan orangtua masih tinggal di daerah sini ketika lebaran kami pulang dan mengikuti acara yang diselenggarakan pengelolaan Lubuk larangan
5. Media apa yang wisatawan gunakan untuk mendapatkan pesan?
Media WhatsApp mungkin dipilih karena dapat menyampaikan pesan secara pribadi
6. Apa kelebihan dan kekurangan media yang wisatawan gunakan untuk mendapatkan pesan?
Kekurangan pada media WhatsApp sendiri itu ketika salah satu orang tidak aktif maka informasi tidak dapat diketahui dan kelebihan adalah tidak memerlukan biaya pulsa hanya menggunakan biaya paket data internet
7. Bagaimana destinasi wisata ditempat ini?
Di sini ramai karena acara hanya diadakan dua tahun sekali yaitu pada bulan Januari dan setelah Lebaran acara ini juga dilakukan sebagai tanda syukur atau Pesta Rakyat di mana orang-orang yang merantau akan pulang dan berkumpul di sungai
8. Apa manfaat destinasi wisata ini bagi wisatawan?
Adanya tempat ini dapat menjaga kelestarian antara sungai dan hewan yaitu ikan dan acara tersebut dapat menyambung silaturahmi bagi masyarakat yang jauh ataupun masyarakat yang dekat tetapi Jarang Bertemu
9. Apa efek yang diharapkan dengan adanya destinasi wisata?

Destinasi wisata semakin baik karena dulunya dikelola dengan tidak teratur oleh naposo Nauli bulung dan sekarang mempunyai kelompok-kelompok resmi dan masyarakat dilarang untuk membuang sampah atau mengambil ikan di Lubuk larangan yang terdapat ternak ikan

10. Apa harapan wisatawan dengan adanya destinasi wisata?
Harapannya agar masyarakat tetap menjaga kearifan lokal yaitu dimana ikan yang ada di sungai dikelola bersama masyarakat hasilnya nanti untuk dibagikan masyarakat sekitar dan untuk sendiri di luar masyarakat sekitar boleh mau ikut mengambilnya dengan berpartisipasi membayar dan hal ini tetap bisa dilestarikan
11. Bagaimana destinasi wisata menurut wisatawan?
Wisatawan yaitu dengan tidak merusak lingkungan menjaga kearifan lokal yang berupa peraturan-peraturan tertentu yang disepakati bersama walaupun sebagai wisatawan tetap harus mengikuti peraturan tersebut
12. Apa yang membedakan destinasi wisata di Padangsidempuan dengan ditempat lain?
Destinasi di Padangsidempuan memiliki sumber mata air yang cukup dan melimpah. Walaupun padangsidempuan bukan daerah wisata laut atau bahari tetapi air air dari sungai sangat melimpah.
13. Apa keunggulan dan kekurangan destinasi wisata?
Keunggulan dari destinasi wisata Lubuk larangan adalah mengingatkan Ingatkan wisatawan untuk saling silaturahmi untuk saling gotong royong dan Mempererat hubungan antara Tetangga. Kekurangannya Pemerintah Kurang memperhatikan Lubuk larangan Karang Lubuk larangan lebih dikelola oleh pengelola dan masyarakat sekitar.
14. Bagaimana aksesibilitas menuju destinasi wisata?
Aksesibilitas untuk Menuju Lubuk larangan Aek Rukkare mudah karena jalannya menuju ke sana banyak jalur
15. Apa kelebihan dan kekurangan aksesibilitas menuju destinasi wisata?
Kelebihannya adalah pengelolaan yang baik adanya ketua dan anggota-anggotanya secara aktif mengelola dan kekurangannya adalah kurang burung ada batasan antara masyarakat yang mandi di sungai dengan ikan yang ada
16. bagaimana pengetahuan lokal pengelola menurut wisatawan?
Pengetahuan pengelola sangat baik karena pengelola sendiri merupakan orang yang sejak kecil tinggal di daerah Lubuk larangan sehingga mengetahui perkembangan
17. Seberapa penting pengetahuan lokal bagi wisatawan?
pengetahuan lokal ini sangat penting karena tidak semua orang mengetahui kearifan lokal mengenai destinasinya
18. Nilai lokal apa yang ada di destinasi wisata?
Nilai-nilai lokal di Lubuk larangan ini sangat kuat karena Peraturan dibuat secara bersama seperti dilarang mengambil ikan sebelum waktunya dan masyarakat yang mandi di sungai setiap hari akan akan mempertahankan kearifan lokal itu
19. Apa keunggulan dan kekurangan nilai lokal di destinasi wisata?

Keunggulan dari nilai lokal tersebut untuk kepentingan bersama karena nanti hasilnya akan dibagikan kepada masyarakat sekitar dan bagi masyarakat yang sering mandi di sungai tapi tetap menjaga kebersihan sungai. Kekurangan nilai lokal nya adalah banyak generasi muda yang tidak memahami kearifan lokal ini sehingga tidak mau mengurus Lubuk larangan ini lagi

20. Keterampilan lokal seperti apa yang ada di destinasi wisata?
Keterampilan lokal masyarakat baik karena Lubuk larangan sendiri dibentuk agar masyarakat memiliki pendapatan asli daerah dari lubuk larangan sehingga masyarakat menjadi Mandiri
21. Keterampilan lokal apa yang diproduksi di destinasi wisata?
Keterampilan lokal atau produk keterampilan lokal tidak ada yang dijual di Lubuk larangan tetapi pengelola biasanya akan membawa pancing atau umpan lebih untuk dipinjamkan kepada masyarakat
22. Sumber daya lokal apa yang ada di destinasi wisata?
Sumber daya lokal yang ada di Lubuk larangan yaitu sungai
23. Apa yang membedakan sumber daya lokal di destinasi wisata ini dengan destinasi wisata lain?
Yang membedakan dengan Lubuk larangan lain adalah pengelolah nya resmi dan telah memiliki anggaran dasar dan anggaran rumah tangga seperti yang pernah dikatakan Pak Abdurrahman Nurdin
24. Bagaimana solidaritas kelompok di destinasi wisata?
Solidaritas kelompok masyarakat masih minim seperti naposo Nauli bulung yang ada di sini tidak kompak mengelola Lubuk larangan yang seharusnya dikelola nnb
25. Apakah destinasi wisata ini perlu dilestarikan?
Sangat diperlukan pelestarian agar Sungai tetap menjadi aliran air dan bukan menjadi tempat pembuangan sampah
26. apa saran dengan wisatawan dengan ada destinasi wisata?
Perlunya kerjasama antara nnb pemerintah pengelola dan masyarakat agar destinasi ini tetap menjadi kearifan lokal dan bukan hanya menjadi sungai tempat aliran air yang menjadi sumber mata air yang bermanfaat bagi kehidupan manusia dan hewan

Informan Ketujuh

Judul : Model Komunikasi Pariwisata Berbasis kearifan Lokal di Padangsidempuan
Nama Peneliti : Listiyana Syafitri Daulay
Nama Informan : Rosdiana Pane
Usia : 42 Tahun
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Pengelola wisata kuliner
Tanggal Wawancara : 9 Juni 2019
Lokasi : Pasar Raya Sangkumpal Bonang, Wek-II, Padangsidempuan Utara

b. Daftar pertanyaan untuk pengelola destinasi wisata

1. Berapa lama mengelola destinasi wisata ?
berjualan sudah kurang lebih 10 tahun yang lalu awalnya hanya menjual salak saja kemudian menjadi besar dan menjual makanan makanan seperti oleh-oleh Sidempuan yaitu alami keripik sambal dan lainnya
2. Apa saja peran pengelola wisata dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Perannya yaitu dengan berjualan makanan berbasis kearifan lokal seperti salak, keripik sambal, alame atau sering disebut dodol, korak koling atau yang lebih dikenal dengan lapan lapan, beteng-beteng dan lainnya”
3. Bagaimana komunikasi antara pengelola wisata dengan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Kurang baik
4. Bagaimana pengelola wisata dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Pesan kepada masyarakat yaitu dengan ramah ketika pengunjung datang atau menawarkan produk-produk yang merupakan khas daerah.
5. Bagaimana pengelola wisata dalam mengelola pesan untuk mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Orang yang tidak menjadi beli tidak dimarahi dan tetap tersenyum
6. Media apa yang digunakan pengelola wisata untuk mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Media yang digunakan dengan cara melihat biaya, memperhitungkan keuntungan bila keuntungannya besar maka media yang digunakan lebih besar. Saat ini media yang digunakan masih sederhana seperti papan reklame, menyebarkan informasi dari mulut ke mulut.
7. Apa kekurangan dan kelebihan media yang digunakan pengelola wisata?
Kekurangan media yang digunakan mungkin kurang dijangkau oleh wisatawan yang baru datang ke Padangsidempuan sedangkan kelebihan mendapat rekomendasi dari orang yang pernah mencoba makanan tersebut secara langsung

Siapa saja khalayak yang ingin dicapai pengelola wisata dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?

Semua baik itu orang dari Padangsidempuan maupun orang-orang yang dari luar daerah. adanya khalayak dapat meningkatkan penjualan dan mempertahankan destinasi wisata kuliner

8. Apa efek dengan ada khalayak berkunjung ke objek wisata bagi pengelola wisata ?

Efek yang dirasakan selama beberapa bulan sangat ramai terutama ketika menjelang puasa dan setelah lebaran

9. Apa saja yang dilakukan pengelola wisata dalam mengembangkan destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?

Mempertahanan makan khas daerah

10. Bagaimana destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata?

Destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan bagus dan perlu dikunjungi oleh wisatawan karena memiliki keunggulan-keunggulan seperti cita rasa pada makanan, wisata alam dan lainnya.

11. Apa keunggulan destinasi dan kekurangan destinasi di Padangsidempuan kearifan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata?

Destinasi Padangsidempuan memiliki banyak kategori sehingga orang tidak bosan ke tempat yang itu-itu saja.

12. Kekurangannya adalah kurangnya peran pemerintah dalam mengelola Bagaimana aksesibilitas mencapai pariwisata di Padangsidempuan?

mencapai pariwisata Padangsidempuan sudah mudah dengan adanya jalan yang bisa diakses adanya bandara menuju ke Padang Sidempuan dan kendaraan umum seperti becak atau angkot yang memudahkan masyarakat menuju destinasi

13. Apa kekurangan dan kelebihan aksesibilitas menuju objek wisata di Padangsidempuan?

Kekurangannya yaitu jalan yang masih banyak bolong-bolong walaupun ada di jalan kota kelebihan aksesibilitas menuju wisata Padang Sidempuan sudah bisa dijangkau melalui darat

14. *Local Branding* seperti apa yang telah ada menurut pengelola wisata?

Tugu salak merupakan *local branding* Padangsidempuan sehingga lambang kotanya adalah buah salak dan beberapa batik yang digunakan di sekolah-sekolah menggunakan lambang buah Salak

15. Bagaimana pengetahuan lokal dalam menjaga kearifan lokal di Padangsidempuan?

Pengetahuan lokal dalam menjaga kearifan lokal baik karena kami mengetahui potensi pasar yang pas.

16. Seberapa penting pengetahuan lokal dalam mengembangkan pariwisata menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?

Pengetahuan lokal dalam mengembangkan pariwisata sangat penting agar mengetahui kelemahan kelebihan dalam melakukan penjualan

17. Apa nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?

Nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan itu masih menaati kearifan lokal seperti aturan yang dibuat bersama di daerah tertentu atau di kampung tertentu misalnya makan bersama ketika setelah hari raya di masjid.

18. Apa keunggulan dan kekurangan nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Keunggulan nilai lokal dapat mempererat antara manusia dan kekurangan nilai lokal yaitu banyak masyarakat yang sudah tidak peduli
19. Bagaimana keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan ?
Keterampilan lokal masyarakat Padangsidempuan sudah kreatif dengan menciptakan produk-produk yang berbahan dasar dari alam.
20. Adakah produk keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan?
Saat ini keterampilan lokal yang dipasarkan sudah ada
21. Apa sumber daya lokal pariwisata yang ada di Padangsidempuan?
Sumber daya lokal dengan cara merawatnya seperti kita mempunyai kebun maka kita harus rajin memupuk nya memberi air pada saat-saat tertentu dan melihat kondisi tanah melihat kondisi jarak antara pohon satu dan pohon lainnya dan melihat kondisi pohon salak
22. Bagaimana mengelola sumber daya lokal di Padangsidempuan sesuai dengan pengalam pengelola wisata?
Ambil keputusan umumnya melibatkan masyarakat umum seperti Tentukan hukum yang ditaati oleh masyarakat sekitar
23. Bagaimana mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Mekanisme pengambilan keputusan lokal umumnya melibatkan masyarakat seperti menentukan hukum yang ditaati oleh masyarakat sekitar
24. Adakah masyarakat yang tidak mendukung dengan adanya objek wisata yang dikelola pengelola?
Tidak ada
25. Apa manfaat destinasi wisata bagi pengelola wisata kota Padangsidempuan?
objek wisata ini dapat membuka lowongan pekerjaan bagi orang lain dan mendapatkan keuntungan pribadi dapat ulurkan oleh-oleh dibawa wisatawan
26. Bagaimana solidaritas kelompok lokal di Padangsidempuan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Solidaritas sekelompok baki karena Padangsidempuan sendiri mempunyai jargon *salumpat saindege* atau selangkah seirama yang memiliki banyak makna dalam solidaritas kelompok
27. Apa yang membuat pengelola wisata tertarik mengelola pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Karena hobi menjadi wirausaha

Informan Kedelapan

Judul : Model Komunikasi Pariwisata Berbasis kearifan Lokal di Padangsidempuan
Nama Peneliti : Listiyana Syafitri Daulay
Nama Informan : Muhammad Ahir Lubis
Usia : 47 Tahun
Jenis kelamin : laki-laki
Peken : Pengelola wisata alam
Tanggal Wawancara : 10 Juni 2019
Lokasi : Tor Indah Simarsayang, Simarsayang, Padangsidempuan Utara

b. Daftar pertanyaan untuk pengelola destinasi wisata

1. Berapa lama mengelolah destinasi wisata ?
Sekitar 2 tahun lalu mengelola tempat pariwisata Tor indah simarsayang tempat ini terbentuk karena memang lahannya sudah ada dan karena hobi suami sehingga dibentuknya tempatmu wisata di yang sekarang banyak diminati masyarakat yaitu dengan selfie
2. Apa saja peran pengelola wisata dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Perannya itu mengelola wisata, mempromosikan destinasi dan menjaga lingkungan
3. Bagaimana komunikasi antara pengelola wisata dengan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Kurang baik
4. Bagaimana pengelola wisata dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
menyampaikan pesan dengan cara mempromosikan melalui media sosial, media cetak, dibantu dengan informasi mulut ke mulut.
5. Bagaimana pengelola wisata dalam mengelola pesan untuk mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Mengelola pesan dengan cara mengunggah foto-foto Tor Indah Simarsayang di media
6. Media apa yang digunakan pengelola wisata untuk mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Menentukan media nya dengan cara berdiskusi dan melihat media yang paling tepat untuk banyak orang. Media sosial dan media massa digunakan dalam menyampaikan pesan.
7. Apa kekurangan dan kelebihan media yang digunakan pengelola wisata?

Keunggulan biaya murah dan kekurangannya belum tentu orang yang mendapat informasi tertarik karena pengelola berharap kunjungan ramai sehingga pemasukan bertambah

8. Siapa saja khalayak yang ingin dicapai pengelola wisata dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
khalayak dari daerah padangsidempuan dan dari luar kota padangsidempuan
9. Apa efek dengan ada khalayak berkunjung ke objek wisata bagi pengelola wisata ?
Adanya destinasi kuliner membuat saya punya penghasilan sendiri
10. Apa saja yang dilakukan pengelola wisata dalam mengembangkan destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Dengan menambah wahana berfoto dan mempercantik tempat agar masyarakat kembali lagi berkunjung
11. Bagaimana destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata?
Destinasi di padangsidempuan bagus karena dikelola dengan baik oleh pengelola. Keunggulan destinasi yang ada di padangsidempuan memiliki pemandangan yang indah.
12. Apa keunggulan destinasi dan kekurangan destinasi di Padangsidempuan kearifan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata?
Kekurangannya tidak dirawat sepenuhnya oleh pemerintah dan pemerintah hanya mengawasi
13. Apa kekurangan dan kelebihan aksesibilitas menuju objek wisata di Padangsidempuan?
aksesibilitas mencapai mudah karena jalan menuju ke destinasi ini sudah bagus. Kekurangan perlu ada tanda tanda di jalan agar hati-hati. Kelebihan jalan sudah mulus dan tidak berlubang
14. *Local Branding* seperti apa yang telah ada menurut pengelola wisata?
local branding Padangsidempuan yaitu kota Salak
15. Bagaimana pengetahuan lokal dalam menjaga kearifan lokal di Padangsidempuan?
Pengetahuan lokal masyarakat dapat menjaga alam.
16. Seberapa penting pengetahuan lokal dalam mengembangkan pariwisata menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Pengetahuan lokal sangat penting dalam menumbuhkan cinta pada pariwisata kearifan lokal
17. Apa nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Nilai lokal disepakati bersama misalnya kami mempekerjakan masyarakat sekitar.
18. Apa keunggulan dan kekurangan nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Kekurangannya masih ada masyarakat yang cemburu nilai lokal yang disepakati dan kelebihan nilai lokal bisa diterima sebagian orang
19. Bagaimana keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan ?

Keterampilan lokal masyarakat unik.

20. Adakah produk keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan?
Sudah ada produk keterampilan lokal di Padangsidempuan tapi belum dipasarkan di Tor Indah Simarsayang
21. Apa sumber daya lokal pariwisata yang ada di Padangsidempuan?
Pegunungan yang terbilang aman
22. Bagaimana mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Mengambil keputusan melibatkan semua pihak
23. Adakah masyarakat yang tidak mendukung dengan adanya objek wisata yang dikelola pengelola?
Tidak ada
24. Bagaimana solidaritas kelompok lokal di Padangsidempuan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Kerjasama masyarakat erat mengembangkan pariwisata
25. Apa yang membuat pengelola wisata tertarik mengelola pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Dapat bermanfaat bagi seluruh masyarakat dan bukan hanya mencari keuntungan sendiri

Informan Sembilan

Judul : Model Komunikasi Pariwisata Berbasis kearifan Lokal di Padangsidempuan
Nama Peneliti : Listiyana Syafitri Daulay
Nama Informan : Sulastri
Usia : 45 Tahun
Jenis kelamin : Perempuan
Peran : Wisatawan
Tanggal Wawancara : 10 Juni 2019
Lokasi : Tor Indah Simarsayang, Simarsayang, Padangsidempuan Utara

d. Daftar pertanyaan untuk wisatawan

1. Apa peran wisatawan ?
Mengikuti acara yang ada di Lubuk larangan
2. Bagaimana komunikasi pariwisata dengan pengelola destinasi wisata?
Komunikasi dengan pengelola baik karena pengelola bersikap ramah
3. Bagaimana sikap pengelola destinasi wisata?
Penyampaian pesan oleh pengelola jelas dan pengunjung memahami Pesan yang disampaikan oleh pengelola
4. Dari mana wisatawan mengetahui pesan acara di destinasi wisata?
Mengetahui informasi Tor Indah Simarsayang dari media sosial, penyampaian pesan oleh pengelola jelas dan saya memahami pesan yang disampaikan oleh pengelola
5. Media apa yang wisatawan gunakan untuk mendapatkan pesan?
Media media sosial luas untuk dijangkau sehingga pengelola mudah menyampaikan pesan kepada wisatawan.
6. Apa kelebihan dan kekurangan media yang wisatawan gunakan untuk mendapatkan pesan?
Kekurangan pengolah dalam menyampaikan informasi yaitu kurang aktif dalam membagikan acara-acara atau kegiatan-kegiatan yang ada di tempat wisata
7. Apa harapan wisatawan dengan adanya destinasi wisata?
Harapannya bagi destinasi ini semoga destinasi ini dapat dikenal masyarakat luas
8. Bagaimana destinasi wisata menurut wisatawan?
Adanya tempat ini kami jadi terhibur dan bisa berwisata dengan harga yang terjangkau
9. Apa keunggulan dan kekurangan destinasi wisata?
Keunggulan destinasi dekat dengan tempat tinggal sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama kurang lebih 1 jam jarak tempuhnya sudah bisa sampai. Kekurangannya Banyak masyarakat yang berkunjung hanya satu kali hanya untuk selfie dan tidak berkunjung kembali

10. Bagaimana aksesibilitas menuju destinasi wisata?
Kelebihan aksesibilitas menuju destinasi lengkap untuk sarana umumnya, sedangkan dengan kekurangannya adalah di bawah ketika menuju ke atas tempat destinasi tidak ada petunjuk arah atau kilometer yang menandakan jarak sejauh mana yang akan ditempuh
11. Apa kelebihan dan kekurangan aksesibilitas menuju destinasi wisata?
aksesibilitas menuju tempat wisata terbilang mudah karena jalannya sudah diaspal. Sudah dilengkapi dengan kamar mandi, tempat sholat, tempat makan parkir, dan tempat bermain anak.
12. bagaimana pengetahuan lokal pengelola menurut wisatawan?
Bagus karena mereka tahu jam-jam berapa saja yang bagus untuk foto atau pemandangannya yang indah dilihat.
13. Seberapa penting pengetahuan lokal bagi wisatawan?
Pengetahuan lokal pengelolaan sangat penting mengingat banyak orang yang datang ke Tor Indah Simarsayang untuk foto dan kebanyakan dari pengelola mengetahui tempat-tempat atau cara mengambil foto yang baik
14. Nilai lokal apa yang ada di destinasi wisata?
Nilai lokal pengelola bagus dengan membuat peraturan-peraturan tertentu yang dijalankan bersama oleh pengelola dan wisatawan.
15. Apa keunggulan dan kekurangan nilai lokal di destinasi wisata?
Keunggulan nilai lokal yang dibuat untuk wisatawan dan pengelola dalam menjaga alam
16. Keterampilan lokal seperti apa yang ada di destinasi wisata?
Keterampilan lokal masyarakat Padangsidempuan cukup kreatif karena dapat membuat ide-ide unik seperti membuat tempat foto yang dilatarbelakangi oleh alam atau pegunungan, sehingga ketika diambil fotonya bagus.
17. Keterampilan lokal apa yang diproduksi di destinasi wisata?
Untuk cinderamata sendiri disini tidak menjual cinderamata hanya menjual makanan dan minuman, tetapi mereka menjual hasil foto yang disebar di media sosial
18. Sumber daya lokal apa yang ada di destinasi wisata?
tumbuhan dan hewan dan juga sumber daya alam
19. Apa yang membedakan sumber daya lokal di destinasi wisata ini dengan destinasi wisata lain?
kekurangannya adalah ketika berfoto di tempat-tempat yang tinggi kurang ada pengawasan oleh pengelola ketika naik ke atas semua orang yang ingin naik ke atas diperbolehkan tidak ada batasan maksimal ketika berada diatas yang ini merupakan bahaya karena bisa saja tempat tersebut roboh
20. Bagaimana solidaritas kelompok di destinasi wisata?
Solidaritas kelompok di Padangsidempuan mungkin kuat karena pernah melihat solidaritas kelompok mensosialisasikan destinasi untuk tetap dijaga dari hutan gundul dan lainnya
21. Apakah destinasi wisata ini perlu dilestarikan?
Pariwisata berbasis kearifan lokal perlu dikembangkan agar generasi muda mengetahui dan tidak hanya bermain di cafe

22. apa saran dengan wisatawan dengan ada destinasi wisata?
kurang kerjasamanya antara antara pemerintah pengelola dalam
mengembangkan wisata

Informan Kesepuluh

Judul : Model Komunikasi Pariwisata Berbasis kearifan Lokal di Padangsidempuan
Nama Peneliti : Listiyana Syafitri Daulay
Nama Informan : Sutan Hasibuan
Usia : 53 Tahun
Jenis kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Pengelola wisata alam
Tanggal Wawancara : 16 juni 2019
Lokasi : Kembar Agro, Jl. Jend. Besar A Haris Nasution, Baruas, Padangsidempuan Batunadua

b. Daftar pertanyaan untuk pengelola wisata

1. Berapa lama mengelolah destinasi wisata ?
Kurang lebih 4 tahun
2. Apa saja peran pengelola wisata dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Mengelola tempat destinasi Kembar Argo, menuangkan kreasi atau ide baru agar pelanggan tetap datang menjaga komunikasi dengan baik dan mengikuti minat masyarakat
3. Bagaimana komunikasi antara pengelola wisata dengan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Komunikasinya baik.
4. Bagaimana pengelola wisata dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Pesan yang disampaikan dengan cara mudah dimengerti terkadang menggunakan bahasa daerah untuk masyarakat atau pengunjung yang tidak mengerti bahasa Indonesia dengan menyesuaikan pada bahasa pengunjung
5. Bagaimana pengelola wisata dalam mengelola pesan untuk mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Mengikuti minat pasar
6. Media apa yang digunakan pengelola wisata untuk mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
untuk menentukan media melihat sasaran, media yang digunakan media cetak, facebook dan instagram
7. Apa kekurangan dan kelebihan media yang digunakan pengelola wisata?
Keunggulannya dapat menyebarkan informasi lebih luas kekurangannya tidak bisa di pastikan Siapa saja yang menerima informasi bisa jadi dari luar pulau yang menerima sehingga keinginan mau datang ke lokasi tidak bisa diprediksi .

8. Siapa saja khalayak yang ingin dicapai pengelola wisata dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Semua orang menjadi target khalayak terutama yang ada di Sumatera Utara
9. Apa efek dengan ada khalayak berkunjung ke objek wisata bagi pengelola wisata ?
Tambah penghasilan
10. Apa saja yang dilakukan pengelola wisata dalam mengembangkan destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Destinasi di Padangsidempuan bagus karena dikelilingi perbukitan dan dataran tinggi.
11. Bagaimana destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata?
Keunggulannya tempat yang strategis dan mudah di dijangkau dan kelemahannya kurang perhatian pemerintah
12. Bagaimana aksesibilitas mencapai pariwisata di Padangsidempuan?
Aksesibilitas menuju destinasi di sini mudah dan fasilitas di destinasinya lengkap seperti tempat sholat, buang air kecil atau tempat makan.
13. Apa kekurangan dan kelebihan aksesibilitas menuju objek wisata di Padangsidempuan?
Kekurangan aksesibilitas jalannya agak curam untuk pemula kendaraan beroda dua dan empat pasti akan sulit melaluinya, tetapi yang sudah biasa membawa mobil atau motor pasti bisa melaluinya. kelebihannya ada ojek atau orang yang berjasa menaikkan penumpang ke atas atau membantu kendaraan untuk dinaikkan ke atas
14. *Local Branding* seperti apa yang telah ada menurut pengelola wisata?
kota salak
15. Bagaimana pengetahuan lokal dalam menjaga kearifan lokal di Padangsidempuan?
Bagus karena dengan adanya objek wisata mereka juga dapat membuka peluang usaha untuk menambah penghasilan.
16. Seberapa penting pengetahuan lokal dalam mengembangkan pariwisata menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Pengetahuan lokal pariwisata berbasis Kearifan lokal penting untuk dipahami untuk meningkatkan pendapatan asli daerah atau keuntungan pribadi.
17. Apa nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Nilai lokal yang ada di Bukit kembar agro sebelum membuat tempat ini telah berkomunikasi kepada banyak pihak sehingga setelah berdirinya bangunan ini tidak ada yang protes.
18. Apa keunggulan dan kekurangan nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Keunggulan nilai lokal dapat di diterima masyarakat ditentukan dengan komunikasi yang baik dan kekurangannya nilai ini bisa berubah-ubah karena tidak resmi atau perjanjian tidak tertulis

19. Bagaimana keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan ?
Keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan kreatif seperti membuat gantungan, baju atau pernak-pernik lainnya yang diproduksi UMKM.
20. Adakah produk keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan?
Ada tapi disini belum dipasarkan.
21. Apa sumber daya lokal pariwisata yang ada di Padangsidempuan?
Sumber daya alam
22. Bagaimana mengelola sumber daya lokal di Padangsidempuan sesuai dengan pengalam pengelola wisata?
Tetap menanam pohon.
23. Bagaimana mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Mekanismenya harus melibatkan semua pihak terutama orang-orang yang berkepentingan bahkan karyawan yang bekerja di Bukit Kembar Agro.
24. Adakah masyarakat yang tidak mendukung dengan adanya objek wisata yang dikelola pengelola?
Tidak ada
25. Apa manfaat objek wisata bagi pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Manfaat objek dapat membuka lowongan pekerjaan dan menghibur
26. Bagaimana solidaritas kelompok lokal di Padangsidempuan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
solidaritas kelompok lokal di Padangsidempuan harmonis dalam membangun pariwisata berbasis kearifan lokal hanya kurang edukasi

Informan Sebelas

Judul : Model Komunikasi Pariwisata Berbasis kearifan Lokal di Padangsidempuan
Nama Peneliti : Listiyana Syafitri Daulay
Nama Informan : Parlindungan Nasution
Usia : 55 Tahun
Jenis kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Pengelola wisata budaya
Tanggal Wawancara : 17 Juni 2019
Lokasi : Sungai Batang ayumi, Padangsidempuan Utara

b. Daftar pertanyaan untuk pengelola wisata

1. Berapa lama mengelolah destinasi wisata ?
Kurang lebih 7 tahun
2. Apa saja peran pengelola wisata dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Komunikasi dengan masyarakat yang datang, menjaga ikan sungai Batang ayumi dengan baik, mengawasi keadaan sungai seperti ikan saat musim hujan aliran sungai akan deras maka untuk menanggulangnya ada tempat-tempat yang ditinggikan agar ikannya tidak lari terbawa arus
3. Bagaimana komunikasi antara pengelola wisata dengan Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
baik
4. Bagaimana pengelola wisata dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Menyampaikan pesan dengan jelas, mudah dimengerti masyarakat yang datang, dan pesannya menjaga ikan di sungai Batang ayumi, mengawasi keadaan sungai dan melihat arus sungai
5. Bagaimana pengelola wisata dalam mengelola pesan untuk mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Mengelola pesan dengan bicara keunggulan
6. Media apa yang digunakan pengelola wisata untuk mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Tidak menggunakan media dari mulut ke mulut saja
7. Apa kekurangan dan kelebihan media yang digunakan pengelola wisata?
Kelebihan mulut ke mulut dipercaya karena orang-orang yang menyampaikan biasanya langsung datang atau sudah pernah datang ke lubuk larangan. Kekurangannya tidak semua orang yang datang ke lubuk larangan mau menceritakan acara yang mereka ikuti sehingga tidak menarik perhatian

8. Siapa saja khalayak yang ingin dicapai pengelola wisata dalam mengenalkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan? semua orang
9. Apa efek dengan ada khalayak berkunjung ke objek wisata bagi pengelola wisata ?
Efeknya didapat dengan ada pariwisata berbasis kearifan lokal menjaga silaturahmi semakin harmonis. Sedangkan kunjungan wisata dalam tiga bulan terakhir tidak terlalu ramai karena acaranya hanya dibuka pada saat selesai lebaran atau pada hari ketiga lebaran bulan Juni 2019 dan yang mengikuti ramai baik dari luar maupun warga sekitar
10. Apa saja yang dilakukan pengelola wisata dalam mengembangkan destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan?
Destinasi di Padangsidempuan luar biasa terutama yang berbasis kearifan lokal karena itu yang berbeda wisatawan padangsidempuan dengan daerah lain.
11. Bagaimana destinasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata?
Destinasi di Padangsidempuan masih berbasis kearifan lokal dan dipertahankan sedangkan kekurangannya masuknya budaya modern yang merusak beberapa destinasi kearifan lokal
12. Bagaimana aksesibilitas mencapai pariwisata di Padangsidempuan?
aksesibilitas menuju sungai batang ayumi mudah karena berada di pusat Jalan padangsidempuan.
13. Apa kekurangan dan kelebihan aksesibilitas menuju objek wisata di Padangsidempuan?
Kelebihannya kearifan lokal Lubuk larangan masih dipertahankan sampai saat ini kekurangannya adalah kurangnya perhatian pemerintah tentang kearifan lokal khususnya pariwisata Lubuk larangan
14. *Local Branding* seperti apa yang telah ada menurut pengelola wisata?
Salumpat saindege
15. Bagaimana pengetahuan lokal dalam menjaga kearifan lokal di Padangsidempuan?
Masyarakat sekitar Lubuk larangan sungai Batang Ayumi tetap menjaga kearifan lokal yang telah lama ada.
16. Seberapa penting pengetahuan lokal dalam mengembangkan pariwisata menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Kearifan lokal penting untuk dimengerti untuk melestarikan Lubuk larangan yang memiliki banyak makna
17. Apa nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
tidak membuang sampah sembarangan tidak mengambil ikan belum waktunya dan tidak mengganggu ikan serta menjaga ikan.
18. Apa keunggulan dan kekurangan nilai-nilai lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Keunggulan nilai kearifan lokal baik untuk semua masyarakat dan bagus jika dipertahankan oleh kekurangannya mulai berkurang nilai kearifan lokal

19. Bagaimana keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan ?
Keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan dengan makanan yang berbasis kearifan lokal dodol atau dikenal alame.
20. Adakah produk keterampilan lokal pariwisata di Padangsidempuan?
Alame.
21. Apa sumber daya lokal pariwisata yang ada di Padangsidempuan?
Sumber daya lokal yaitu sungai.
22. Bagaimana mengelola sumber daya lokal di Padangsidempuan sesuai dengan pengalam pengelola wisata?
Dengan tidak merusak sungai
23. Bagaimana mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidempuan menurut pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Mekanisme pengambilan keputusan lokal harus dengan musyawarah hasil mufakat.
24. Adakah masyarakat yang tidak mendukung dengan adanya objek wisata yang dikelola pengelola?
Tidak
25. Apa manfaat objek wisata bagi pengelola wisata kota Padangsidempuan?
Manfaat destinasi memperkuat komunikasi dengan masyarakat misalnya ketiga di sungai berkumpul dapat bercerita cerita dan menjalin kedekatan
26. Bagaimana solidaritas kelompok lokal di Padangsidempuan dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Padangsidempuan ?
Masyarakat sangat solidaritas dalam mengembangkan kearifan lokal salah satunya tetap mempertahankan lubuk larangan.

LAMPIRAN 2

LEMBAR OBSERVASI

No	Tanggal	Objek	Hasil Observasi
1.	07/02/2019	Mengamati Dinas Pariwisata Kota Padangsidempuan	Menemukan komunikator di Dinas Pariwisata kota Padangsidempuan
2.	11-16/02/2019	Mengamati destinasi wisata kuliner di Kota Padangsidempuan	Menemukan ada sepuluh destinasi wisata kuliner yang ramai dikunjungi.
3.	19-22/02/2019	Mengamati destinasi wisata budaya di Kota Padangsidempuan	Mendapat lima lubuk larangn yang menjadi destinasi wisata budaya di Kota Padangsidempuan ramai dikunjungi
4.	25-27/02/2019	Mengamati destinasi wisata alam di Kota Padangsidempuan	Mendapat tujuh wisata alam yang ada di Padangsidempuan ramai dikunjungi
6.	11-17/05/2019	Mengamati dua belas tempat wisata kuliner di Kota Padangsidempuan	Mendapat Rumah Makan Siporang merupakan wisata kuliner yang banyak dikunjungi wisatawan dan Oleh-oleh Padangsidempuan ramai dikunjungi
7.	21-25/05/2019	Mengamati lima lubuk larangn yang menjadi destinasi wisata budaya di Kota Padangsidempuan	Mendapatkan Aek Rukkare merupakan wisata budaya yang dikelola oleh bapak Abdul Rahman Nurdin sebagai pengelola, memiliki surat resmi dari lurah dan memiliki anggaran dasar dan anggaran rumah tangga dan program untuk menarik pengunjung.
8.	03-09/05/2019	Mengamati dua belas tempat destinasi wisata kuliner yang banyak dikunjungi oleh wisatawan selama tiga bulan terakhir	Mendapatkan hasil Tor Indah Simarsayang dan Kembar Agro merupakan destinasi wisata alam yang banyak dikunjungi wisatawan dari tiga bulan terakhir.
9.	12/06/2019	Mengamati Komunikator	Menemukan lembaga resmi, lembaga tidak resmi dan khalayak sebagai komunikator.

10.	15/06/2019	Mengamati Pesan	Menemukan pesan persuasif telah disampaikan pemerintah dan pengelola.
11.	15/06/2019	Mengamati Media	Menemukan Sudah ada terbit di surat kabar lokal dan di media sosial facebook milik pengelola.
12.	15/06/2019	Mengamati Khalayak	Menemukan khalayak yang ingin dituju adalah semua orang yang terlibat mengembangkan pariwisata.
13.	15/06/2019	Mengamati Efek	Menemukan efek yang didapatkan komunikator masih sebatas informasi destinasi wisata belum kepada tindakan untuk berkunjung
14.	16/06/2019	Mengamati Aksesibilitas	Menemukan aksesibilitas menuju destinasi wisata sudah mudah dengan jalan sudah di aspal.
15.	16/06/2019	Mengamati <i>Local Branding</i>	Menemukan <i>local branding</i> di Padangsidimpuan berupa buah Salak
16.	16/06/2019	Mengamati Pengetahuan lokal	Menemukan beradaptasi dengan lingkungan dan memanfaatkan alam.
17.	16/06/2019	Mengamati Nilai lokal	Menemukan keputusan bersama salah satunya dengan <i>marpokat</i>
18.	17/06/2019	Mengamati Keterampilan lokal	Menemukan mengutamakan gotong royong dalam mengembangkan kearifan lokal.
19.	17/06/2019	Mengamati Sumber daya lokal	Menemukan Sumber daya lokal di Padangsidimpuan berasal dari alam yang diciptakan Allah bukan sumber daya lokal yang dibuat sendiri seperti kolam.
20.	17/06/2019	Mengamati Mekanisme Pengambilan Keputusan Lokal	Menemukan mekanisme pengambilan keputusan lokal di Padangsidimpuan tidak dilakukan sendiri melainkan bersama-sama.

21.	17/06/2019	Mengamati Solidaritas Kelompok Lokal	Menemukan peneliti solidaritas kelompok lokal di Padangsidempuan berkerjasama dalam mengembakan pariwisata, namun peran pemerintah masih kurang dibandingkan daerah lain di Sumatera utara seperti mengelola destinasi wisata secara langsung.
-----	------------	--	--

Sumber: hasil penelitian, 2019

LAMPIRAN 3
DOKUMENTASI



Dokumentasi dengan Ibu Saidah



Dokumentasi dengan Wisatawan Tor Indah Simarsayang



Dokumentasi dengan Ibu Dina

LAMPIRAN 6

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Listiyana Syafitri Daulay
Tempat & Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 15 maret 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : JL. Jend. Sudirman gg. Bidan Kel. Losungbatu Kec. Padangsidimpuan Utara
Email : listiyana1995@gmail.com
Nomor Handphone : 081360992197
Anak Ke : 1 (pertama) dari 3 (tiga) bersaudara

Nama Orang Tua

Ayah : Rustam Efendi Daulay
Ibu : Herlina Kumala Pulungan
Alamat : JL. Jend. Sudirman gg. Bidan Kel. Losungbatu Kec. Padangsidimpuan Utara

Pendidikan Formal

2000-2001 : TK Pratama Kota Bandar Lampung
2001-2004 : SDN 2 Rawa Laut Kota Bandar Lampung
2004-2007 : SDN Petukangan utara 01 Pagi Kota Jakarta Selatan
2007-2009 : SMP Negeri 142 Kota Jakarta Barat
2009-2010 : SMP Muhammadiyah 4 Kota Depok
2010-2012 : SMK Bina Rahayu Kota Depok
2012-2013 : SMK Kota Padangsidimpuan
2013-2017 : S1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Kota Medan

Medan, 9 September 2019

Listiyana Syafitri Daulay

