

**KOMUNIKASI WISATA RELIGI MASJID AZIZI  
LANGKAT UNTUK MENARIK MINAT BERKUNJUNG  
WISATAWAN OLEH PEMERINTAH KABUPATEN  
LANGKAT**

**SKRIPSI**

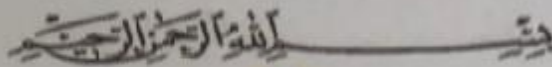
Oleh :  
**TENGGU HERLY SAPTA**  
**NPM. 1503110138**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



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

Nama Lengkap : **TENGGU HERLY SAPTA**  
NPM : 1503110138  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : **KOMUNIKASI WISATA RELIGI MASJID  
AZIZI LANGKAT UNTUK MENARIK  
MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN  
OLEH PEMERINTAH KABUPATEN  
LANGKAT**

Medan, 04 Oktober 2019

Pembimbing

**JUNAIDI, S.Pdi., M.Si**

Disetujui Oleh

**KETUA PROGRAM STUDI**

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

Dekan



**Dr. ARUF SALIH, S.Sos., M.SP**

Unggul

Terpercaya

## PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **TENGGU HERLY SAPTA**

N P M : 1503110138

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : Jumat, 04 Oktober 2019

Waktu : Pukul 07.45 WIB s/d selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : **ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

PENGUJI II : **Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A** (.....)

PENGUJI III : **JUNAIDI, S.Pdi., M.Si** (.....)

### PANITIA PENGUJI

Ketua,

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



Sekretaris,

**Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom**

## PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya TENGKU HERLY SAPTA, NPM 1503110138 menyatakan dengan sungguh-sungguh :

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

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

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

Medan, 29 Oktober 2019

Yang menyatakan,



Tengku Herly Sapta

**KOMUNIKASI WISATA RELIGI MASJID AZIZI LANGKAT UNTUK  
MENARIK MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN OLEH PEMERINTAH  
KABUPATEN LANGKAT**

**TENGGU HERLY SAPTA  
1503110138**

**ABSTRAK**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang diandalkan pemerintah untuk memperoleh devisa. Indonesia mempunyai potensi besar untuk menjadi kawasan tujuan wisata dunia. Salah satunya Kota Tanjung Pura yang merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata yang cukup menarik. Salah satunya tempat wisata religi Masjid Azizi Langkat saat ini yang banyak digemari oleh wisatawan, karena selain sebagai tempat pariwisata dan merefresh pikiran, pengunjung juga dapat memperoleh pengetahuan. Uraian teoritis dalam penelitian ini adalah komunikasi, komunikasi pemasaran, pariwisata, wisata religi, teori AIDDA. Pengetahuan ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi wisata religi masjid azizi langkat untuk menarik minat berkunjung wisatawan oleh pemerintah kabupaten langkat. Manfaat penelitian ini Sebagai salah satu bahan informasi atau bahan kajian untuk menambah pengetahuan dalam bidang komunikasi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang berarti peneliti sudah mempunyai konsep dan kerangka konseptual. Penelitian dengan pendekatan kualitatif menekankan analisis proses dari proses berpikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang di amati, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah. Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat populasi atau objek tertentu. Penelitian ini menggambarkan objek penelitian melalui wawancara mendalam terhadap informan atau narasumber. Narasumber dalam penelitian ini adalah 2 orang Staff Dinas Pariwisata Langkat dan 2 orang wisatawan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dinas pariwisata langkat mensosialisasikan tempat pariwisata di langkat dengan media booklet dan baliho yang akan di pasang di dekat Bandar udara kuala namu. Hal ini juga cukup efektif dalam membantu promosi karena merupakan salah satu alat promosi guna meningkatkan pengunjung datang.

**Kata Kunci: Wisata Religi, Masjid Azizi Langkat, Dinas Pariwisata Langkat, Wisatawan.**

## KATA PENGANTAR



*Alhamdulillah* rabbi'l alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT, karena dengan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul :.Komunikasi Wisata Religi Masjid Azizi Langkat Untuk Menarik Minat Berkunjung Wisatawan Oleh Pemerintah Kabupaten Langkat.

Skripsi ini merupakan syarat wajib mahasiswa untuk menyelesaikan pendidikan sarjananya di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam penyusunan skripsi ini telah dilewati sebagai suatu tantangan yang seharusnya dijalani, disamping sebagai pemenuhan kewajiban yang semestinya dilaksanakan. Dengan penulisan skripsi ini diharapkan dapat meningkatkan mutu suatu perguruan tinggi serta dapat memberikan sumbangan pikiran pada penelitian yang sama.

Dalam penulisan skripsi ini melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibunda Heriani dan Ayahanda Tengku Heri Wijaya dan keluarga yang telah memberikan segala kasih sayangnya kepada peneliti, pengorbanan, bimbingan serta doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, tidak lupa juga penulis mengucapkan terimah kasih kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Junaidi S.Pdi., M.Si selaku Pembimbing yang selalu membimbing, mendidik, mendukung, memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak M.Sis dan Junaidi Jussaf selaku staff Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Langkat sebagai narasumber yang telah membantu dan memberikan waktunya kepada peneliti untuk melakukan penelitian,
8. Sahabat-sahabat yang penulis Mulki, Andreano, Abrar, Rio, Mustakim, Reza, Nita yang telah banyak membantu peneliti.
9. Mamak, Bapak, Kakek dan Nenek dan Adik yang turut memberi semangat dan memotivasi penulis.
10. Buat semua temen-temen IKO B pagi dan IKO HUMAS B pagi terima kasih untuk semua perjuangan yang telah kita lalui selama perkuliahan.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi, dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk dikemudian hari dapat memperbaikinya.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca umum lainnya.

**Medan, 27 September 2019**  
Penulis

Tengku Herly Sapta



## **DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Sistematika Penelitian.....	4
<b>BAB II URAIAN TEORITIS</b>	
2.1 Pengertian Komunikasi .....	6
2.2 Komukasi Pemasaran.....	11
2.3 Pariwisata.....	18
2.4 Jenis-Jenis Pariwisata.....	20
2.5 Bentuk-Bentuk Pariwisata .....	23
2.6 Wisata Religi.....	25
2.7 Teori AIDDA .....	26
2.8 Sejarah Masjid Azizi Langkat.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Kerangka Konsep.....	33
3.3 Definisi Konsep .....	33
3.4 Kategorisasi Penelitian.....	35
3.5 Informan atau Narasumber .....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	38
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	39
3.9 Deskriptif Ringkas Objek Penelitian .....	39

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	40
4.2 Pembahasan.....	61

**BAB V PENUTUP**

5.1 Simpulan .....	64
5.2 Saran .....	65

**DAFTAR PUSTAKA..... 66**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN**

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1 Kerangka Konsep.....	33
Gambar 4.1 Informan 1.....	41
Gambar 4.2 Informan 2.....	42
Gambar 4.3 Informan 3.....	43
Gambar 4.4 Informan 4.....	45

## **DAFTAR TABEL**

Table 3.1 Kategorisasi Penelitian .....	35
-----------------------------------------	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang diandalkan pemerintah untuk memperoleh devisa. Peranan pariwisata dalam pembangunan nasional, di samping sebagai sumber perolehan devisa juga banyak memberikan sumbangan terhadap bidang-bidang lainnya. Diantaranya menciptakan dan memperluas lapangan usaha, meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah, mendorong pelestarian lingkungan hidup dan budaya bangsa, memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa dan lain sebagainya.

Indonesia mempunyai potensi besar untuk menjadi kawasan tujuan wisata dunia. Salah satunya Kota Tanjung Pura yang merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata yang cukup menarik minat berkunjung para wisatawan, baik wisatawan dalam negeri maupun luar negeri, hal ini dikarenakan Kota Tanjung Pura memiliki potensi objek dan daya tarik wisata yang cukup kuat sehingga banyak wisatawan yang datang ke tempat ini. Salah satunya tempat wisata religi Masjid Azizi Langkat saat ini yang banyak digemari oleh wisatawan, baik dari kalangan muda bahkan sampai ke kalangan dewasa, karena selain sebagai tempat pariwisata dan meresh pikiran, pengunjung juga dapat memperoleh pengetahuan.

Komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian utama yang dapat dikembangkan sebagai bidang-bidang kajian yang menarik. Bidang-bidang ini akan

terus berkembang di waktu-waktu yang akan datang sejalan dengan berkembangnya kompleksitas kajian di komunikasi pariwisata. Bidang-bidang dimaksud adalah komunikasi pemasaran pariwisata, brand destinasi, manajemen komunikasi pariwisata, komunikasi transportasi pariwisata, komunikasi visual pariwisata, komunikasi kelompok pariwisata, komunikasi *online* pariwisata, *public relations* dan MICE, dan riset komunikasi pariwisata (Bungin, 94:2015).

Menurut menteri pariwisata Arief yahya, Indonesia mempunyai potensi pariwisata berbasis religi yang sangat lengkap dan diakui dunia. Komposisi populasi berdasarkan pemeluk agama selain membentuk segmen wisatawan berbasis religi, juga akan membentuk karakteristik destinasi wisata ziarah (*pilgrimage tourism*) berbasis kewilayahan.

Mengingat mayoritas Muslim di Indonesia cukup banyak, Kementerian Pariwisata RI telah melakukan berbagai langkah untuk mendorong kegiatan wisata religi lebih berkembang lagi, di antaranya dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat untuk lebih memberdayakan masyarakat dalam meningkatkan destinasi wisata religi.

Oleh sebab itu saya yakin kemajuan yang dialami oleh objek pariwisata religi Masjid Azizi Tanjung pura, dipengaruhi oleh baiknya komunikasi dinas pariwisata dalam menyampaikan objek wisata ke masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Komunikasi Wisata Religi Masjid Azizi**

## **Langkat Untuk Menarik Minat Berkunjung Wisatawan Oleh Pemerintah Kabupaten Langkat’**

### **1.2. Batasan Masalah**

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini maka penulis membatasi masalah sebagai berikut, yaitu

1. Mengenai proses Komunikasi Wisata Religi Pemerintahan Kabupaten Langkat untuk menarik minat berkunjung wisatawan Masjid Azizi Langkat.
2. Objek penelitian terdiri dari dua orang pegawai Dinas Pariwisata Langkat dan dua orang Wisatawan Masjid Azizi Langkat.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

Bagaimana Komunikasi Wisata religi Masjid Azizi Langkat untuk menarik minat berkunjung wisatawan oleh Pemerintah Kabupaten Langkat.

### **1.4. Tujuan dan Manfaat penelitian**

#### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : Untuk mengetahui bagaimana Komunikasi Wisata Religi Masjid Azizi Langkat Untuk Menarik Minat Berkunjung Wisatawan Oleh Pemerintah Kabupaten Langkat.

### **1.4.2. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **a. Manfaat Teoritis**

Sebagai salah satu bahan informasi atau bahan kajian untuk menambah pengetahuan dalam bidang komunikasi pemasaran.

#### **b. Manfaat Praktis**

1. Sebagai masukan dan saran bagi Dinas Pariwisata Langkat dalam meningkatkan komunikasi wisata religi untuk menarik minat berkunjung wisatawan.
2. Sebagai bahan kajian bagi para peneliti selanjutnya.

#### **c. Manfaat Akademis**

Bahan penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut untuk para peneliti lain maupun masyarakat umum, serta diharapkan dapat memberikan manfaat guna menambah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan studi Komunikasi Wisata Religi.

### **1.5. Sistematika Penelitian**

#### **BAB I : Pendahuluan**

Pada bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

#### **BAB II : Uraian Teoritis**



Bab ini berisikan tentang pengertian komunikasi, fungsi komunikasi, strategi komunikasi, Komunikasi Pemasaran, model komunikasi pemasaran, perencanaan pemasaran, tahap pemasaran, strategi pemasaran, Tahap-tahap strategi komunikasi pemasaran, Empat komponen Strategi Komunikasi Pemasaran, Pariwisata, Wisata religi, Sejarah Masjid Azizi Langkat, Komunikasi Pariwisata, Komunikasi Pemasaran Pariwisata, Manajemen Komunikasi Pariwisata.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Pada bab ini berisikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Berisikan hasil dan penelitian.

### **BAB V : Penutup**

Simpulan dan saran.

## BAB II

### URAIAN TEORITIS

#### 2.1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama-sama, disini maksudnya adalah sama makna. Suatu percakapan dapat dikatakan komunikatif apabila komunikan dan komunikator saling mengerti bahasa dan makna bahan percakapan. Komunikasi harus informative juga persuasif, dengan kata lain, komunikasi tidak hanya bertujuan agar orang lain sebatas mengerti dan mengetahui, tapi juga agar orang lain menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan sesuatu kegiatan, dan lain-lain. Setelah menyadari pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik. Maka komunikasi yang pada awalnya merupakan pengetahuan kini menjadi ilmu. Seperti ilmu-ilmu lainnya, ilmu komunikasi pun menyelidiki gejala-gejala komunikasi secara *ontologis* (pengertian), *aksiologis* (proses), dan *epistemologis* (tujuan). Pada hakikatnya, proses komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Komunikasi akan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan perasaan yang disadari (Effendy, 2011:54)

Menurut Baran (2012:5) komunikasi adalah transmisi pesan dari satu sumber kepada penerima. Selama 60 tahun, pandangan tentang komunikasi ini telah

didefinisikan melalui tulisan ilmuwan politik. Ia mengatakan bahwa cara yang paling nyaman untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini :

- a. Siapa?
- b. Berkata apa?
- c. Melalui saluran apa?
- d. Kepada siapa?
- e. Dengan efek apa?

Harold D. Laswell (Cangara, 2004:18) juga menambahkan bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan ialah dengan menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”.

Ilmu Komunikasi merupakan salah satu ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisipliner. Itu semua terjadi karena ilmu komunikasi berkembang dari beberapa pendekatan (Surip, 2013:13). Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar-menukar pendapat (Widjaja,2000:13).

Menurut Roger komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok

orang dapat di pahami oleh pihak lain, komunikasi akan juga efektif apabila pesan yang di sampaikan dapat di tafsir oleh penerima pesan tersebut (Mulyana, 2008:69).

### **2.1.2 Fungsi Komunikasi**

Thomas M. Scheidel mengemukakan bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Namun menurut scheidel, tujuan dasar kita berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis kita dengan penyampaian yang menyesuaikan fakta yang terjadi (Mulyana, 2010:4).

Berikut ini kita akan membahas 4 fungsi komunikasi berdasarkan kerangka yang dikemukakan William I. Gorden (Mulyana, 2010:7). Fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*) tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya meskipun terdapat suatu fungsi yang dominan.

#### **a) Fungsi Komunikasi Sosial**

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari ketegangan dan tekanan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.

#### b) Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi erat kaitannya dengan fungsi komunikasi sosial yang dapat dilakukan baik sendiri ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan-pesan non verbal.

#### c) Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Komunikasi ritual juga bersifat ekspresif, menyatakan perasaan terdalam seseorang. Ritual merupakan peristiwa, misalnya mencium tangan kedua orang tua kita ketika hendak bepergian. Atau bahkan acara-acara besar seperti lamaran, perayaan idul fitri, dan pernikahan.

#### d) Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum. Menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Komunikasi yang berfungsi menerangkan atau memberitahukan (*to inform*) mengandung muatan

persuasi dalam arti bahwa fakta atau informasi yang disampaikan adalah kebenaran.

### **2.1.3. Strategi Komunikasi**

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di pihak lain, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya, untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut (terutama efek dari proses komunikasi) digunakan telaah model komunikasi (Suryadi, 2018: 4).

Menurut Onong Uchjana dalam buku berjudul *Dimensi-Dimensi Komunikasi* menyatakan bahwa "... Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi (Suryadi, 2018: 5).

Selanjutnya menurut Onong Uchjana Effendy, strategi komunikasi terdiri dari dua aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik, yaitu strategi

yang dimaknai secara makro (*planned multimedia strategy*) dan secara mikro (*single communication medium strategi*). Telaah ini sangat penting untuk memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi komunikasi secara praktis nantinya (Suryadi,2018: 5). Selanjutnya, dalam buku Suryadi (2018: 5). Onong uchjana Effendy mengatakan dari dua aspek tersebut terdapat dua fungsi ganda, yaitu 1) menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informative, persuasif, dan instruktif secara sistematis pada sasaran untuk memperoleh hasil optimal; 2) menjembatani *cultural gap*, misalnya suatu program yang berasal dari suatu produk kebudayaan lain dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan milik keudayaan sendiri sangat tergantung dari bagaimana strategi mengemas informasi tersebut di dalam komunikasinya (1981: 67).

## **2.2. Komunikasi Pemasaran**

William G. Nickles mendefinisikan komunikasi pemasaran yaitu proses pertukaran informasi yang dilakukan secara persuasif sehingga proses pemasaran dapat berjalan secara efektif dan efisien. Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Dari definisi di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa Komunikasi Pemasaran adalah proses penyampaian pesan dengan cara bujukan atau ajakan untuk menawarkan suatu produk, baik barang atau jasa (Fitriah, 2018: 5-6).

Asosiasi Biro Iklan Amerika (*American Association of Advertising Agencies*) berhasil menyusun definisi komunikasi pemasaran terpadu yang menjadi salah satu definisi pertama di bidang ini yaitu :

*“A concept of marketing communication planning that recognizes the added value of a comprehensive plan that evaluates the strategic roles of a variety of communication disciplines-for example, general advertising, direct response, sales promotion, and public relations-and combines these disciplines to provide clarity, consistency, maximum communication impact”*

Suatu konsep perencanaan komunikasi pemasaran yang mengakui nilai tambah dari satu rencana komprehensif yang mengevaluasi peran strategis dari berbagai disiplin komunikasi-misalnya, iklan umum, respons langsung, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat-dan menggabungkan berbagai disiplin tersebut guna memberikan kejelasan, konsistensi, serta dampak komunikasi yang maksimal (Morissan, 2014: 8)

### **2.2.1. Model Komunikasi Pemasaran**

Menurut Kennedy dan Soemanagara, ada lima model komunikasi dalam pemasaran antara lain:

#### **a. Iklan (*Advertising*)**

Iklan adalah komunikasi massa melalui media surat kabar, majalah, radio, televisi, dan media lain atau komunikasi langsung yang di desain khusus untuk pelanggan antar bisnis maupun pemakai akhir.



b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan terdiri dari semua kegiatan pemasaran yang mencoba merangsang terjadinya aksi pembelian suatu produk yang cepat atau terjadinya pembelian dalam waktu yang singkat.

c. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Hubungan masyarakat yaitu sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berdasarkan pada saling pengertian.

d. Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perorangan yaitu suatu bentuk komunikasi langsung antara seorang penjual dengan calon pembelinya.

e. Penjualan langsung (*Direct Selling*)

Penjualan langsung adalah upaya perusahaan atau organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan sasaran dengan maksud untuk menimbulkan tanggapan atau transaksi penjualan (Fitriah, 2018: 7-8).

### **2.2.2. Perencanaan Pemasaran**

Menurut Morissan (2010: 74-81), adapun perencanaan strategi pemasaran adalah sebagai berikut:

a. Produk

Suatu perusahaan ada karena menghasilkan produk untuk ditawarkan kepada konsumen yang akan diperptukarkan, produk yang ditawarkan mencakup

berbagai bentuk mulai dari barang yang dapat dilihat secara fisik atau jasa. Merek merupakan kegiatan yang penting ditinjau dari perspektif promosi karena nama merek berfungsi menyampaikan atribut dan makna, sedangkan kemasan adalah aspek lain dari strategi produk yang perannya semakin penting.

#### b. Harga

Strategi harga dan strategi promosi harus berjalan bersama artinya perusahaan yang memiliki anggaran promosi yang tinggi harus memberikan harga yang juga tinggi untuk produknya sedangkan perusahaan dengan biaya promosi rendah harus memberikan harga murah bagi produknya.

#### c. Distribusi

Strategi distribusi yang dibuat hendaknya terlebih dahulu mempertimbangkan tujuan komunikasi serta efek pemilihan saluran terhadap program komunikasi pemasaran terpadu.

### **2.2.3. Target Pemasaran**

Memilih pasar sasaran yang tepat adalah kunci dalam mengimplementasikan sebuah rencana pemasaran yang berhasil dan merupakan suatu hal penting bagi kemampuan bertahan sebuah perusahaan. Kegagalan untuk menentukan sasaran secara tepat dapat mengakibatkan rendahnya penjualan, tingginya biaya, dan kerugian keuangan yang parah. Sebuah analisis pasar sasaran teliti akan menempatkan organisasi pada satu posisi yang lebih baik dalam melayani kebutuhan para konsumen dan mencapai tujuan-tujuannya (Lee Dkk, 2011: 95).

#### **2.2.4. Strategi Pemasaran**

Pemasaran melibatkan penetapan visi perusahaan serta mengimplementasikan kebijakan di mana perusahaan mampu untuk menghidupkan dan mengelola visi tersebut. Strategi pemasaran adalah proses perencanaan dan implementasi kebijakan perusahaan untuk mewujudkan tujuan-tujuan perusahaan yang sesuai dengan visi perusahaan. Salah satu contoh strategi pemasaran misalnya mengurangi harga untuk meningkatkan pertumbuhan pasar, diferensiasi produk dan segmentasi pasar, serta juga sejumlah strategi spesifik pada area pemasaran lainnya. Persaingan merupakan sebuah motivasi utama dalam strategi pemasaran (Hermawan, 2012: 40-41).

#### **2.2.5. Tahap-tahap strategi komunikasi pemasaran**

Sebelum sebuah perusahaan melakukan serangkaian promosi, ada 3 tahap strategi pemasaran yang perlu di jalankan oleh perusahaan tersebut, yaitu menentukan segmentasi, targetting, dan positioning. Secara lebih rinci ketiganya akan di jelaskan sebagai berikut (Morissan, 2010:56):

##### **a. Segmentasi**

Segmentasi pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur konsumen. Segmentasi adalah mengidentifikasi kelompok spesifik dalam pasar yang keinginan dan kebutuhannya dapat terpenuhi oleh produk perusahaan. Segmentasi dilakukan dengan membagi kelompok berdasarkan aspek demografis, geografis, psikografis, dan geodemografis (Morissan, 2010:65).

#### b) Targeting

Targeting adalah menentukan target sasaran atau pasar adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau konsumen (Morissan, 2010:56).

#### c) Positioning

Perusahaan perlu menentukan dimana titik diferensiasi kemudian membuat keputusan mengenai cara menghadirkan atau memposisikan produk didalam lingkungan yang kompetitif untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Diferensiasi produk bisa diterapkan pada bentuk, fitur, gaya, dan desain produk. *Positioning* adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek, atau perusahaan didalam otaknya, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu. Strategi *positioning* merupakan strategi yang berusaha menciptakan diferensiasi yang unik dalam benak konsumen sasaran, sehingga terbentuk citra (image) merek atau produk yang lebih unggul dibandingkan merek atau produk lain (Morissan, 2010:72).

### **2.2.6. Empat komponen Strategi Komunikasi Pemasaran**

Dalam strategi komunikasi pemasaran terdapat empat komponen dasar dengan menerapkan bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah empat komponen dalam pemasar yang terdiri dari: Produk (*product*), Harga (*Price*),

Tempat, termasuk juga distribusi (*Place*), Promosi (*promotion*). (Hermawan, 2012: 33):

1) Produk (*product*)

Suatu perusahaan ada karena menghasilkan produk untuk ditawarkan kepada konsumen yang akan di pertukarkan, umumnya dengan uang. Produk pada dasarnya adalah segala hal yang dapat dipasarkan dan mampu memuaskan konsumennya ketika dipakai atau dipergunakan (Morissan, 2010: 75).

2) Harga (*price*)

Harga suatu produk ditentukan tidak saja berdasarkan biaya produksi, namun juga faktor-faktor lain, seperti permintaan terhadap produk bersangkutan, tingkat persaingan serta persepsi konsumen terhadap produk, aktivitas mental yang dilakukan, dan bahkan upaya tingkah laku untuk mendukung produk itu (Morissan, 2010: 78).

3) Tempat (*Place*)

Salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran adalah menentukan bagaimana cara suatu produk dapat tersedia dipasaran. Strategi distribusi yang dibuat hendaknya terlebih dahulu mempertimbangkan tujuan komunikasi serta efek pemilihan saluran terhadap program komunikasi pemasaran terpadu (Morissan, 2010: 80)

#### 4) Promosi (*Promotion*)

Promosi sebagai koordinasi dari saluran upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa untuk memperkenalkan suatu gagasan (Morissan, 2010: 16). Tujuan promosi adalah untuk memodifikasi tingkah laku konsumen, membujuk dan memotivasi konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan, dan mengingat konsumen agar tidak beralih ke produk lain.

### **2.3. Pariwisata**

Menurut E Guyer Freuler pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan. Rekreasi atau liburan ditujukan dengan adanya perjalanan yang singkat dan sementara dari orang-orang menuju daerah tujuan wisata diluar tempat kebiasaan mereka hidup dan bekerja diluar kegiatan mereka. Sedangkan dalam undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan Bab I Pasal I adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. (Rohman dan Fauzi, 2016:117)

Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memahami hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan

yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha lainnya (Suwantoro, 2004: 3-4).

Menurut Prof. Salah Wahab, pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapatkan pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri (di luar negeri), meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain (daerah tertentu, suatu negara atau benua) untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialami dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Pariwisata merupakan kegiatan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan dalam undang-undang RI Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan dijelaskan bahwa :

- 1) 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.
- 2) Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- 3) Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.
- 4) Kepariwisataan 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 dan

masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

- 5) Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan penyelenggaraan pariwisata.
- 6) Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan pariwisata.
- 7) Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

#### **2.4. Jenis-Jenis Pariwisata**

Jenis-jenis pariwisata menurut James J Spillane. (Spillane, 1987:28)

##### **2.4.1. Pariwisata Untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*)**

Bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menimbulkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak ingin tahunya, untuk mengendorkan ketegangan sarafnya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati, keindahan alam, untuk mengetahui hikayat rakyat setempat, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota, atau bahkan sebaliknya untuk menikmati hiburan di kota-kota besar ataupun untuk ikut serta dalam keramaian pusat-pusat wisatawan.



#### **2.4.2. Pariwisata Untuk Rekreasi (*Recreation Tourism*)**

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya. Biasanya, mereka tinggal selama mungkin ditempat-tempat yang dianggapnya benar-benar menjamin tujuan-tujuan rekreasi tersebut (misalnya tepi pantai, di pegunungan, di pusat-pusat peristirahatan atau pusat-pusat kesehatan) dengan tujuan menemukan kenikmatan yang diperlukan. Dengan kata lain mereka lebih menyukai *health resorts*. Termasuk dalam katagori ini ialah mereka yang karena alasan kesehatan dan kesembuhan harus tinggal di tempat-tempat yang khusus untuk memulihkan kesehatan, seperti di daerah sumber-sumber air panas dan lain-lain.

#### **2.4.3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)**

Jenis ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat negara lain, untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradapan masa lalu atau sebaliknya penemuan-penemuan besar masa kini, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan, atau juga untuk ikut serta dalam festival-festival seni musik teater, tarian rakyat dan lain-lain.

#### **2.4.4. Pariwisata Untuk Olah Raga (*Sport Tourism*)**

Jenis ini dapat dibagi menjadi dua kategori:

a) *Big Sports Events*, yaitu peristiwa –peristiwa olah raga besar seperti *Olympiade Games*, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia dan lain-lain yang menarik perhatian tidak hanya pada olah ragawannya sendiri, tetapi juga ribuan penonton atau penggemarnya.

b) *Sporting Tourism of the Practitioners*, yaitu pariwisata olah raga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan diri sendiri seperti pendakian gunung, olah raga naik kuda, berburu, memancing, dan lain-lain Negara yang bnyak memiliki fasilitas atau tempat-tempat olah raga seperti ini tentu dapat menarik sejumlah besar penggemar jenis olah raga pariwisata ini.

#### **2.4.5. Pariwisata Untuk Usaha Urusan Dagang (*Business Tourism*)**

Seperti disebutkan di muka, jenis pariwisata ini telah menimbulkan berbagai persoalan. Banyak ahli teori, ahli sosiologi maupun ekonomi beranggapan bahwa perjalanan wisara karena unsur *voluntary* atau sukarela tidak terlibat. Menurut parah ahli, perjalanan usah ini adalah bentuk profesional travelatau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada pelakunya baik pilihan daerah maupun pilihan waktu perjalanan.

#### **2.4.6. Pariwisata Untuk Berkonvensi (*Convention Tourism*)**

Peranan jenis pariwisata ini makin lama makin penting, Tanpa menghitung banyaknya konvensi atau konferensi nasional, banyak simposium maupun sidang yang diadakan setiap tahun di berbagai negara pada tahun 1969 telah ditafsir sebanyak 3.500 konferensi internasional. Jumlah setiap tahunnya terus meningkat dan diperkirakan mencapai angka 9.500 untuk tahun 1975 dan 19.000 konferensi internasional untuk tahun 1980. Di samping itu, perlu ditambahkan pula adanya berbagai pertemuan dari badan-badan atau organisasi internasional.

### **2.5. Bentuk-bentuk Pariwisata**

Pariwisata dapat dipelajari tidak hanya dari segi motivasi dan tujuan perjalanannya saja, tetapi juga bisa dilihat dari kriteria lain misalnya bentuk-bentuk perjalanan wisata yang dilakukan, lamanya perjalanan wisata tersebut.

#### **2.5.1. Pariwisata individu dan kolektif**

Baik pariwisata dalam negeri maupun luar negeri dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

- a. *Individual tourism* atau pariwisata perorangan
- b. *Organized collective tourism*, atau pariwisata kolektif yang di organisasi secara baik.

Kategori pertama meliputi seseorang atau kelompok orang (teman-teman atau keluarga) yang mengadakan perjalanan wisata dengan melakukan

sendiri pilihan daerah tujuan wisata maupun pembuatan programnya sehingga bebas pula mengadakan perubahan-perubahan setiap waktu dikehendaki. Seseorang maupun kelompok orang tersebut melakukan sendiri semua persiapan dalam rangka mendapatkan perlengkapan serta jasa-jasa yang diperlukan .

Kategori kedua meliputi sebuah biro perjalanan (*travel agent* atau *tour operator*) yang menjual suatu perjalanan menurut program dan jadwal waktu yang telah ditentukan terlebih dahulu untuk keseluruhan anggota kelompok yang dimaksudkan di atas. Biro perjalanan ini menawarkan kepada siapa saja yang berniat dengan keharusan membayar sejumlah uang yang telah ditentukan pula untuk ketentuan seluruh perjalanan tersebut.

### **2.5.2. Pariwisata Jangka Panjang, Pariwisata Jangka Pendek, dan Pariwisata Ekskursi**

Pembagian menurut lamanya perjalanan dibedakan atas pariwisata jangka panjang dimaksud sebagai suatu perjalanan yang berlangsung beberapa minggu atau beberapa bulan bagi wisatawan sendiri. Ini mempunyai arti penting bagi tempat-tempat yang dikunjungi, lebih-lebih bila terjadi pada jenis *recreation* atau *cultural tourism*.

Pariwisata jangka pendek atau *short term tourism* mencakup perjalanan yang berlangsung antara satu minggu sampai sepuluh hari. Secara sosiologis, hal tersebut adalah bentuk perjalanan yang hanya dapat dilakukan oleh mereka yang tidak dapat mengambil liburan panjang

Pariwisata aekskursi atau *excursionst tourism* adalah suatu perjalanan wisata yang tidak lebih dari 24 jam dan tidak menggunakan fasilitas akomodasi. Bentuk ini sangat menyolok bagi daerah-daerah perbatasan.

### **2.5.3. Pariwisata Dengan Alat Angkutan**

Ada berbagai bentuk pariwisata dengan alat angkutan yang dipakai misalnya, kereta api, kapal laut, kapal terbang, bus, dan kendaraan umum lain. Wisatawan yang berjalan kaki atau *pedestrian tourism (hikers)* sampai sekarang masih banyak penggemarnya. Bentuk ini patut diperhatikan terutama untuk kebijaksanaan investasi.

### **2.5.4. Pariwisata Aktif dan Pasif**

Untuk mempelajari pariwisata internasional dan pengaruhnya terhadap neraca pembayaran. Kedatangan wisatawan asing yang membawa devisa unuk suatu negara merupakan bentuk pariwisata yang sering disebut *active tourism (receptive tourism)*. Sedangkan penduduk suatu negara yang pergi ke luar negeri dan membawa uang ke luar negeri dan yang mempunyai pengaruh negatif terhadap neraca pembayaran merupakan *passive tourism*

## **2.6. Wisata Religi**

Wisata religi adalah salah satu jenis produk wisata yang berkaitan erat dengan sisi religious atau keagamaan yang dianut oleh umat manusia. Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ketempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama, biasanya beberapa tempat ibadah yang memiliki kelebihan.

Kelebihan ini misalnya dilihat dari sisi sejarah, adanya mitos dan legenda mengenai tempat tersebut ataupun keunikan dan keunggulan arsitektur bangunannya. (Chotib, 2015:412)

Secara substansial wisata religi adalah perjalanan keagamaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan spiritual, agar jiwa yang kering kembali basah oleh hikmah-hikmah religi. Dengan demikian, objek wisata religi memiliki cakupan yang sangat luas, meliputi setiap tempat yang bisa menumbuhkan cita rasa religiusitas yang bersangkutan serta dapat memperkaya wawasan dan pengalaman keagamaan serta memperdalam rasa spiritual. (Chotib, 2015:414)

## 2.7. Teori AIDDA

Teori AIDDA atau juga sering di sebut A-A Procedure (*From attention to action procedure*), merupakan teori yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm. AIDDA adalah akronim dari kata-kata *Attention* (perhatian), *Interes* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan), *Action* (tindakan/kegiatan). Adapun keterangan dari elemen-elemen tersebut adalah (Effendy, 2003:305).

- a. **Perhatian (*Attention*):** keinginan seseorang untuk mencari dan melihat sesuatu.
- b. **Ketertarikan (*Interest*):** perasaan ingin mengetahui tentang suatu hal yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen.
- c. **Keinginan (*Desire*):** kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian.

- d. **Keputusan (*Decision*)**: kepercayaan untuk melakukan sesuatu hal.
- e. **Tindakan (*Action*)**: suatu keinginan untuk merealisasikan keyakinan dan ketertarikan terhadap sesuatu.

**Tabel 2.1**

**Teori AIDDA**



**(Effendy: 2003:305)**

## 2.8. Sejarah Masjid Azizi Langkat

Masjid Azizi merupakan salah satu bangunan bersejarah, yang merupakan peninggalan kejayaan Kesultanan Langkat. Pada awalnya dilokasi ini pada masa Sultan Musa tahun 1296 H,(1877 M), sudah berdiri tempat suluk dan pada masa Sultan Abdul Aziz merupakan sultan kedua kesultanan langkat didirikan Masjid Azizi secara permanen tepatnya pada tanggal 12 Rabiul Awal 1320 H bertepatan dibangun dengan arsitektur yang indah dan anggun dan dipercantik dengan pemasangan Mozaik-mozaik Persia. Di setiap dinding nya tertulis Kaligrafi ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadits *Rasulullah Shallallahu 'Alaihi wa Sallam*. Ditambah dengan pemasangan lantai granit yang asal mulanya didatangkan langsung dari italia yang sangat dingin sehingga membuat betah kita beribadah di dalamnya.

Kaligrafi pada awalnya ditulis oleh tenaga ahli yang didatangkan oleh Sultan Abdul Aziz dari Negeri Arab yang penulisannya diawasi langsung oleh para penghafal Al-Qur'an, sehingga dalam penulisannya tidak terdapat kesalahan. Sampai dengan tahun 2016, telah 4 kali mengalami rehab penulisan. Pada awalnya ditulis oleh tenaga ahli dari Arab, Kemudian pada tahun 1957



pengrehaban kaligrafi dilakukan oleh ahli Kaligrafi Langkat yaitu Muhammad Salim Fachri bersama dengan Syekh H. Abdul Hamid Yazid dan Muhammad Said Johor (Guru Oboh), Muhammad Salim Fachri (Prof) merupakan alumni dari Darul Ulum dan merupakan penulis Alqur'an besar pada masa Presiden Soekarno dengan ukuran 1 meter. Pada tahun 1997 penulisan kaligrafi ini direhab ulang pada tahun 1982 oleh H. Abdul Kadir Ahmadi yang juga merupakan ahli kaligrafi Tanjung Pura Langkat, yang dalam mengerjakannya dibantu oleh remaja masjid, diantaranya Awaluddin Ibrahim, Edi Egot, dan lainnya. Selanjutnya pada tahun 2014 Kaligrafi direhab oleh tenaga ahli muda yaitu Januar Ishak SH. Mustafa Annizami dan Zulkifli. Yang merupakan pemenang dalam Musabaqah Tilawatil Qur'an bidang penulisan kaligrafi.

Menara Masjid Azizi Tanjung Pura didirikan pada bulan Desember 1927 oleh Deli Maschappij. Menara ini merupakan sumbangan dan pengobat kemarahan dari Sultan Abdul Aziz, karena Herbert Cremer yang merupakan Direktur Deli Matschappij yakni Perusahaan Perkebunan Tembakau Deli tidak hadir dalam acara pernikahan Anak dari Sultan Abdul Aziz.

Masjid Azizi berdiri di atas tanah seluas 18.000 meter persegi, Masjid Azizi dibangun atas anjuran Syekh Abdul Wahab Babussalam pada masa pemerintahan Sultan Musa al-Muazzamsyah. Mulai dibangun pada tahun 1320 H (1899M) atau setidaknya 149 tahun sejak langkat resmi berdiri sebagai Kesultanan, namun sultan Musa wafat sebelum pembangunan masjid selesai

dilaksanakan. Pembangunan diteruskan oleh putranya yang bergelar Sultan Abdul Aziz Djalil Rachmat Syah (1897-1927) Sultan Langkat ke-7.

Rancangan masjid ditangani oleh seorang arsitek berkebangsaan Jerman, para pekerjaanya banyak dari etnis Tionghoa dan masyarakat Langkat sendiri. Sedangkan bahan bangunan didatangkan dari Penang Malaysia dan Singapura dengan menggunakan kapal ke Tanjungpura. Pada masa itu sungai Batang Serangan masih berfungsi baik dan kapal-kapal dengan tonase 600 ton dapat malayarinya.

Masjid Azizi diresmikan sendiri oleh Sultan Abdul Aziz Djalil Rachmat Syah bertepatan dengan perigatan Maulid Nabi Muhammad ﷺ dan peringatan perubahan Kerajaan menjadi kesultanan Langkat pada tanggal 12 Rabiul Awal 1320H (13 Juni 1902 M) menghabiskan dana sekitar 200,000 Ringgit, dan dinamai masjid Azizi sesuai dengan nama Sultan Abdul Aziz Djalil Rachmat Syah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang berarti peneliti sudah mempunyai konsep dan kerangka konseptual. Penelitian dengan pendekatan kualitatif menekankan analisis proses dari proses berpikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang di amati, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah. Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat populasi atau objek tertentu. Penelitian ini menggambarkan objek penelitian melalui wawancara mendalam terhadap informan atau narasumber, sehingga dapat ditemukan gambaran bagaimana Komunikasi Wisata Religi Masjid Azizi Langkat Untuk Menarik Minat Berkunjung Wisatawan Oleh Pemerintah Kabupaten Langkat.

Menurut penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan dalam mengungkapkan permasalahan dalam kehidupan kerja organisasi pemerintah, swasta, kemasyarakatan, kepemudaan, perempuan, olahraga, seni, dan budaya, sehingga dapat dijadikan suatu kebijakan untuk di laksanakan demi kesejahteraan bersama. Penelitian kualitatif bertujuan mengembangkan konsep sensitivitas pada masalah yang di hadapi, menerangkan realitas yang berkaitan dengan penelusuran teori dari bawah (grounded theory) dan mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih dari fenomena yang dihadapi (Gunawan, 2013: 80).

Secara harfiah, sesuai dengan namanya, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui proses kuantifikasi, perhitungan statistik, atau bentuk cara-cara lainnya yang menggunakan ukuran angka. Kualitatif berarti suatu yang berkaitan dengan aspek kualitas, nilai atau makna yang terdapat dibalik fakta. Kualitas, nilai atau makna yang hanya dapat diungkapkan dan dijelaskan melalui linguistik, bahasa, atau kata-kata (Gunawan, 2013: 82).

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara-cara kuantifikasi. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada kualitas atau hal yang terpenting suatu barang atau jasa. Penelitian kualitatif dapat menunjukkan kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, pergerakan sosial, dan hubungan kekerabatan (Ghoni dan Almanshur, 2014: 25).

Penelitian kualitatif sifatnya deskriptif analitik. Data yang diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan analisis dokumen, catatan lapangan, disusun peneliti dilokasi penelitian, tidak dituangkan dalam bentuk dan angka-angka (Gunawan, 2013: 87). Metode kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati. Metode kualitatif dipergunakan dengan beberapa pertimbangan (Hikman, 2011: 37):

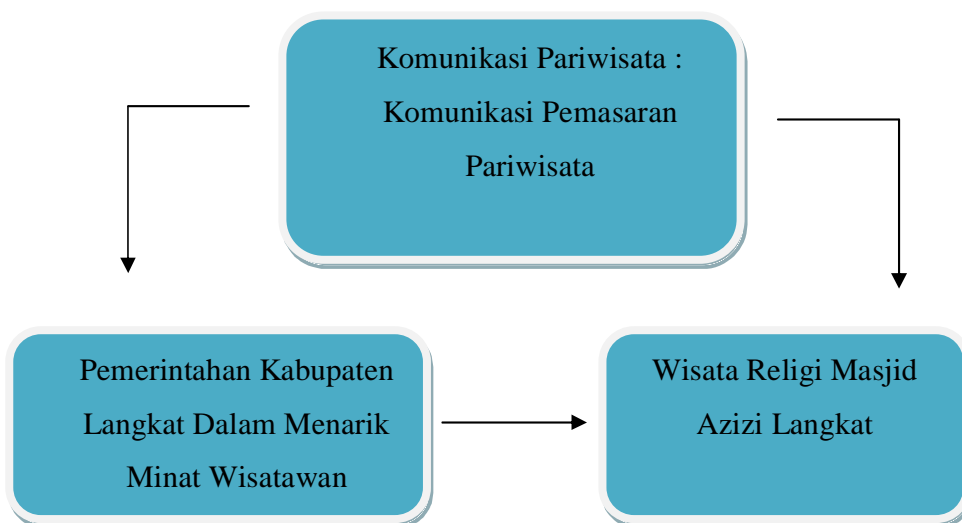
- a) Menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda.

- b) Metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dengan responden.
- c) Metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi. Penelitian kualitatif menyusun desain yang secara terus-menerus disesuaikan dengan kenyataan dilapangan, tidak harus menggunakan desain yang telah disusun secara ketat dan kaku, sehingga tidak dapat diubah lagi

### 3.2. Kerangka Konsep

Adapun kerangka konsep pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 3.1: Kerangka Konsep**



### 3.3. Definisi Konsep

Adapun konsep pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menurut Burhan Bungin (2015:94) Komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian utama yang dapat dikembangkan sebagai bidang-

bidang kajian yang menarik. Bidang-bidang ini akan terus berkembang diwaktu-waktu yang akan datang sejalan dengan berkembangnya kompleksitas kajian di komunikasi pariwisata.

2. Komunikasi pemasaran pariwisata yaitu Bidang komunikasi pariwisata (*tourism Communication marketing*) atau disingkat (TMC). Bidang TMC mengkaji secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang kajian ini menjelaskan 4P, 7P, *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)
3. Pemerintahan Kabupaten Langkat, Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Langkat.
4. Wisata Religi yaitu merupakan jenis wisata yang sering dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau sekelompok masyarakat. Wisata religi banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.
5. Masjid Azizi Langkat, Masjid Azizi berdiri di atas tanah seluas 18.000 meter persegi, Masjid Azizi dibangun atas anjuran Syekh Abdul Wahab Babussalam pada masa pemerintahan Sultan Musa al-Muazzamsyah. Mulai dibangun pada tahun 1320 H (1899M) atau setidaknya 149 tahun sejak

langkat resmi berdiri sebagai Kesultanan, namun sultan Musa wafat sebelum pembangunan masjid selesai dilaksanakan. Pembangunan diteruskan oleh putranya yang bergelar Sultan Abdul Aziz Djalil Rachmat Syah (1897-1927) Sultan Langkat ke-7. Masjid Azizi diresmikan sendiri oleh Sultan Abdul Aziz Djalil Rachmat Syah bertepatan dengan peringatan Maulid Nabi Muhammad ﷺ dan peringatan perubahan Kerajaan menjadi kesultanan Langkat pada tanggal 12 Rabiul Awal 1320H (13 Juni 1902 M) menghabiskan dana sekitar 200,000 Ringgit, dan dinamai masjid Azizi sesuai dengan nama Sultan Abdul Aziz Djalil Rachmat Syah

### 3.4. Kategorisasi Penelitian

Adapun kategorisasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.1: Kategorisasi Penelitian**

No.	Konsep Teoritis	Kategorisasi
1.	Komunikasi Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perencanaan</li> <li>- Sosialisasi</li> <li>- Strategi</li> <li>- Kerjasama dengan media</li> <li>- Dokumentasi</li> </ul>

2. Masjid Azizi Langkat	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sejarah</li> <li>- Aspek Religi</li> <li>- Kebersihan</li> </ul>

*Sumber; Hasil Olahan 2019*

### **3.5. Informan atau Narasumber**

Informan adalah orang-orang yang terlibat dalam objek penelitian yang akan di manfaatkan peneliti dalam menggali informasi terkait objek yang akan diteliti. Informan adalah 1 orang Kasi.Informasi dan Pemasaran Objek Wisata. 1 orang Staff Pengelola Cagar Budaya dan 2 orang Wisatawan. Narasumber dalam penelitian ini sebanyak 4 (Empat) orang.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam rangka mengumpulkan data yang diperlukan, maka penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berpendapatan secara fisik. Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan



data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis. Teknik dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian sosial untuk menelusuri data historis (Gunawan, 2013 : 160-176).

a) Wawancara

Wawancara atau interview adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara. Inti dari metode wawancara ini bahwa disetiap pengguna metode ini selalu ada beberapa pewawancara, responden, materi wawancara, dan pedoman wawancara (Bungin, 2007: 108).

b) Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti pancaindra telinga, penciuman, mulut, kulit. Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan panca bergantian. Seseorang yang sedang melakukan pengamatan tidak selamanya menggunakan pancaindra mata saja, tetapi selalu mengaitkan apa yang dilihatnya dengan apa yang dihasilkan oleh pancaindra lainnya; seperti apa yang ia dengar, apa yang ia cicipi, apa yang ia cium dari penciumannya, bahkan dari apa yang ia rasakan dari sentuhan-sentuhan kulitnya (Bungin, 2007: 115).

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dengan demikian, pada penelitian sejarah, maka bahan dokumentasi memegang peranan yang amat penting (Bungin, 2007: 121).

### **3.7. Teknik Analisi Data**

Analisis data dalam penelitian berlangsung bersamaan dengan proses pengumpulan data. Diantaranya adalah melalui reduksi data, penyajian data, dan verifikasi (Bungin, 2008: 144).

Ada riset kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi (Kriyanto, 2006: 196).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman yaitu analisis interaktif. Teknik analisis data kualitatif dengan analisis interaktif melalui tahapan sebagai berikut:

- a. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan data dari semua data yang sudah di dapat.
- b. Penyajian data adalah proses pengorganisasian untuk memudahkan data untuk dianalisis dan disimpulkan.
- c. Penarikan kesimpulan dalam proses ini adalah membuat pernyataan atau kesimpulan secara bulat tentang suatu permasalahan yang diteliti dalam bahasa yang deskriptif dan bersifat interpretatif (Idrus, 2009 :147-151).

### **3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata Kabupaten Langkat. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada Juli 2019 hingga September 2019.

### **3.9. Deskriptif Ringkas Objek Penelitian**

Masjid Azizi berdiri di atas tanah seluas 18.000 meter persegi, Masjid Azizi dibangun atas anjuran Syekh Abdul Wahab Babussalam pada masa pemerintahan Sultan Musa al-Muazzamsyah. Mulai dibangun pada tahun 1320 H (1899M) atau setidaknya 149 tahun sejak langkat resmi berdiri sebagai Kesultanan, namun sultan Musa wafat sebelum pembangunan masjid selesai dilaksanakan. Pembangunan diteruskan oleh putranya yang bergelar Sultan Abdul Aziz Djalil Rachmat Syah (1897-1927) Sultan Langkat ke-7. Masjid Azizi diresmikan sendiri oleh Sultan Abdul Aziz Djalil Rachmat Syah bertepatan dengan peringatan Maulid Nabi Muhammad ﷺ dan peringatan perubahan Kerajaan menjadi kesultanan Langkat pada tanggal 12 Rabiul Awal 1320H (13 Juni 1902 M) menghabiskan dana sekitar 200,000 Ringgit, dan dinamai masjid Azizi sesuai dengan nama Sultan Abdul Aziz Djalil Rachmat Syah.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

Berikut ini penulis akan memaparkan hasil penelitian yang berjudul “Komunikasi Wisata Religi Masjid Azizi Langkat Untuk Menarik Minat Berkunjung Wisatawan Oleh Pemerintah Kabupaten Langkat”. Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis mengambil data dalam bentuk wawancara, kemudian hasil wawancara akan dianalisis dalam bentuk penjelasan narasi. Dalam penelitian ini penulis juga menjelaskan maksud dari pertanyaan yang diajukan kepada informan agar mereka lebih mudah memahami maksud dari pertanyaan tersebut.

Dalam penelitian ini penulis mengambil 4 narasumber yang diwawancarai secara langsung, yaitu dua orang narasumber berasal dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Langkat, serta dua wisatawan yang datang ke Masjid Azizi Langkat. Untuk mengetahui bagaimana komunikasi wisata religi Masjid Azizi Langkat untuk menarik minat pengunjung wisatawan oleh pemerintah kabupaten langkat, akan dijelaskan pada hasil wawancara berikut ini:

**1. Informan I**

Nama Narasumber : Junaidi Jusaf , SST.Par

Jabatan Narasumber : Kepala Seksi (KASI) Informasi Dan Pemasaran  
Objek Wisata

Usia : 39 Tahun

Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil

Agama : Islam



**Gambar 4.1 Informan I**

**Sumber. Hasil Penelitian 2019**

Junaidi Jusaf merupakan seorang lulusan Diploma III di Akademi Pariwisata Ampta Yogyakarta pada tahun 1999 sampai 2002. Kemudian ia

melanjutkan kembali pendidikannya dengan mengambil Diploma IV di Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti Jakarta pada tahun 2004 sampai 2005. Saat ini Junaidi Jusaf bekerja di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Langkat sebagai Kepala Seksi (KASI) Informasi Dan Pemasaran Objek Wisata.

## **2. Informan II**

Nama Narasumber : M. Sis

Jabatan Narasumber : Staff Pengelola Cagar Budaya

Usia : 55 Tahun

Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil

Agama : Islam



**Gambar 4.2 Informan II**

**Sumber. Hasil Penelitian 2019**

Sis yang biasa disapa dengan Pak Sis merupakan seorang ayah dari 12 orang anak yaitu 7 orang laki-laki dan 5 orang perempuan. Beliau merupakan lulusan dari Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) tahun 1990. Saat ini pak sis bekerja di Dinas pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Langkat sebagai Staff pengelola cagar budaya.

### 3. Informan III

Nama Narasumber : Nita Elvira Sembiring

Jabatan Narasumber : Wisatawan Masjid Azizi Langkat

Usia : 22 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswi

Agama : Islam



### **Gambar 4.3 Informan III**

#### **Sumber. Hasil Penelitian 2019**

Nita merupakan mahasiswa tingkat akhir disalah satu Universitas swasta di Kota Medan. Ia tinggal bersama orang tua nya didaerah Hinai Kiri, Kec. Secanggang, Kab. Langkat. Nita biasanya datang ke Masjid Azizi Langkat ketika mereka sedang mengunjungi sanak saudara yang ada di daerah Tanjung Pura.

#### **4. Informan IV**

Nama Narasumber : Doni Syahputra

Jabatan Narasumber : Wisatawan Masjid Azizi Langkat

Usia : 22 Tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Agama : Islam





**Gambar 4.4 Informan IV**

**Sumber. Hasil Penelitian 2019**

Doni merupakan pemuda asli kabupaten Langkat, ia tinggal di Tanjung Beringin, Kab. Langkat. Doni adalah seorang karyawan disalah satu rumah makan yang ada di Stabat. Doni datang ke Masjid Azizi bersama kekasihnya untuk mengisi waktu libur diakhir pekan dengan berkunjung ke Masjid Azizi Langkat.

#### **4.1.2 Narasi wawancara**

##### **1. Perencanaan yang dilakukan Dinas Pariwisata Langkat untuk meningkatkan jumlah wisatawan**

Setelah dilakukan wawancara secara langsung dengan pihak dinas pariwisata Langkat, penulis mendapatkan informasi bahwa perencanaan yang

dilakukan oleh pihak dinas pariwisata langkat sudah cukup bagus dalam meningkatkan jumlah wisatawan ke Masjid Azizi Langkat.

**Informan Junaidi Jusaf selaku KASI Informasi Dan Pemasaran Objek Wisata Dinas Kabupaten Langkat, Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“Proses perencanaan yang dilakukan oleh pihak dinas pariwisata langkat adalah dengan melakukan promosi. Promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan ataupun memberitahukan suatu informasi umum baik berupa barang, jasa maupun tempat kepada khlayak umum. Dalam waktu dekat ini pihak dinas pariwisata akan mengadakan bentuk promosi dengan melakukan pemasangan baliho didekat kualanamu dan didua titik dikota medan, didalam baliho tersebut nantinya gambar masjid Azizi yang akan dipasang paling besar, sehingga memudahkan orang-orang untuk melihatnya”.

**Informan M. Sis selaku Staff Pengelola Cagar Budaya Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“ Informan M. Sis membenarkan pernyataan dari informan I yaitu Proses perencanaan yang dilakukan oleh pihak dinas pariwisata langkat adalah dengan melakukan promosi. Dalam waktu dekat ini pihak dinas pariwisata akan mengadakan bentuk promosi dengan melakukan pemasangan baliho didekat kualanamu dan didua titik dikota medan, didalam baliho tersebut nantinya gambar masjid Azizi yang akan dipasang paling besar, sehingga memudahkan orang-orang untuk melihatnya”.

## **2. Sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Langkat untuk menarik minat berkunjung wisatawan**

Setelah melakukan wawancara penulis mendapatkan informasi bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh pihak Dinas Pariwisata Langkat adalah melalui bentuk booklet yang akan dibagikan.

### **Informan Junaidi Jusaf selaku KASI Informasi Dan Pemasaran Objek Wisata Dinas Kabupaten Langkat, Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“ Junaidi Jusaf mengatakan dalam proses sosialisasi untuk memperkenalkan secara langsung tidak dilakukan, tetapi proses sosialisasi tetap dilakukan dalam bentuk booklet. Dimana booklet adalah sebuah buku kecil yang biasanya akan digunakan untuk memberitahukan isi penting suatu hal yang akan diberikan kepada mereka yang bersangkutan”.

### **Informan M. Sis selaku Staff Pengelola Cagar Budaya Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“ Sedangkan Sis menjelaskan sosialisasi terakhir dilakukan oleh pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Langkat pada tahun 2008. Pada tahun 2008 sosialisasi yang dilakukan adalah dengan melakukan festival Azizi yang berlokasi di Masjid Azizi Langkat dengan tujuan memperkenalkan kepada masyarakat tentang kejayaan kesultanan langkat pada masanya sebagai buktinya adalah bangunan Masjid Azizi. Namun program tersebut sudah dihapuskan dan rencana akan dibuat kembali ditahun 2020”.

**Informan Nita Elvira Sembiring sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“ Nita sebagai pengunjung yang datang ke Masjid Azizi mengatakan tidak mengetahui terlalu banyak informasi mengenai masjid Azizi Langkat, ia pernah melihat sosialisasi masjid Azizi Langkat sewaktu dirinya sedang pergi ke Pekan Raya Sumatera Utara (PRSU). Saat itu Nita memasuki Stan Kabupaten Langkat dan disana nita melihat informasi yang berkaitan dengan masjid Azizi Langkat maupun tempat wisata lainnya di Langkat”.

**Informan Doni Syahputra sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“ Lain halnya dengan Doni, ia mengatakan karena jarak rumah nya dengan masjid Azizi yang tidak terlalu jauh, membuatnya sudah cukup sering datang ketempat tersebut, sehingga meskipun tidak adanya sosialisasi dirinya sudah cukup sering dan mengetahui tentang masjid Azizi”.

**3. Komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Langkat kepada masyarakat**

Selain sosialisasi bentuk komunikasi juga perlu dilakukan untuk menarik minat wisatawan ke Masjid Azizi Langkat. Komunikasi yang menarik biasanya akan dapat menarik minat wisatawan. Berdasarkan hasil wawancara Dinas Pariwisata Langkat melakukan bentuk komunikasi dalam media booklet yang didalamnya terdapat gambar dan berisi informasi-informasi mengenai masjid Azizi maupun tempat wisata lainnya yang ada dilangkat.

**Informan Junaidi Jusaf selaku KASI Informasi Dan Pemasaran Objek Wisata Dinas Kabupaten Langkat, Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“ Junaidi Jusaf mengatakan dalam proses komunikasi pihak Dinas pariwisata menggunakan bentuk komunikasi dalam media booklet yang didalamnya terdapat gambar dan berisi informasi-informasi mengenai masjid Azizi maupun tempat wisata lainnya yang ada dilangkat. Selain booklet mereka juga menggunakan sosial media seperti Facebook, Instagram, dan twitter.

**Informan M. Sis selaku Staff Pengelola Cagar Budaya Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“ Pernyataan informan I diperkuat dengan jawaban dari informan M. Sis yang mengatakan dalam proses komunikasi pihak Dinas pariwisata menggunakan bentuk komunikasi dalam media booklet yang didalamnya terdapat gambar dan berisi informasi-informasi mengenai masjid Azizi maupun tempat wisata lainnya yang ada dilangkat. Selain booklet mereka juga menggunakan sosial media seperti Facebook, Instagram, dan twitter.”

**Informan Nita Elvira Sembiring sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“ Nita mengatakan ia sudah lama mengetahui tentang masjid Azizi bahkan saat dirinya masih duduk dibangku sekolah dasar. Selain itu Nita juga mengungkapkan ia terkadang mencari informasi terbaru tentang Masjid Azizi melalui media sosial seperti Instagram maupun mesin pencarian Google tetapi ia tidak pernah melihat baliho atau spanduk yang mempromosikan wisata Masjid Azizi maupun tempat wisata lainnya yang ada dilangkat”.

**Informan Doni Syahputra sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“ Sedangkan Doni mengetahui tentang masjid Azizi Langkat dari orang tuanya yang dahulu pernah mengajak nya ke Masjid Azizi sewaktu masih kecil”

**4. Kerjasama antara Dinas Pariwisata Langkat dengan media untuk mempromosikan Masjid Azizi Langkat.**

Media merupakan salah satu sarana komunikasi dalam bentuk cetak ataupun audio visual untuk menyalurkan pesan. Melalui media wisatawan dapat mengetahui informasi-informasi penting yang dibutuhkan.

**Informan Junaidi Jusaf selaku KASI Informasi Dan Pemasaran Objek Wisata Dinas Kabupaten Langkat, Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“Junaidi Jusaf mengatakan dalam proses mempromosikan Masjid Azizi pihak Dinas Pariwisata Langkat ada bekerja sama dengan beberapa media, seperti koran yang berbentuk iklan. Mereka melakukannya setiap akhir bulan dan itu tidak hanya khusus promosi mengenai Masjid Azizi namun juga terdapat tempat wisata lainnya”.

**Informan M. Sis selaku Staff Pengelola Cagar Budaya Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“M.Sis juga mengatakan dalam proses mempromosikan Masjid Azizi pihak Dinas Pariwisata Langkat ada bekerja sama dengan beberapa media, seperti koran yang berbentuk iklan. Mereka melakukannya setiap akhir bulan dan itu tidak hanya khusus promosi mengenai Masjid Azizi namun juga terdapat tempat wisata lainnya”.

**5. Kebersihan Masjid Azizi**

Kebersihan dari suatu tempat sangatlah penting untuk diperhatikan, guna kenyamanan pengunjung yang datang ke tempat tersebut. Dalam hasil wawancara didapat bahwa seluruh kegiatan yang berkaitan dengan masjid tersebut dikelola oleh keturunan kesultanan langkat. Mereka sudah membayar iuran untuk mengurus masalah yang berkaitan tentang kebersihan sehingga kebersihan di Masjid Azizi Langkat selalu dijaga.

**Informan Junaidi Jusaf selaku KASI Informasi Dan Pemasaran Objek Wisata Dinas Kabupaten Langkat, Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“Untuk saat ini urusan dalam masjid itu milik pribadi yaitu milik keturunan kesultanan langkat. Kebersihan didalam masjid tetap selalu dijaga oleh mereka. Semua pusat kegiatan dikelola oleh pihak kesultanan langkat, walaupun seperti itu jika dibutuhkan oleh pihak kesultanan langkat dari dinas akan tetap membantu. Pihak dinas hanya mengajukan program kerja kepada pihak pengelola masjid Azizi langkat dan jika disetujui maka program tersebut baru dilaksanakan”.

**Informan M. Sis selaku Staff Pengelola Cagar Budaya Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“Pernyataan dari informan I juga didukung oleh informan II yaitu untuk saat ini urusan dalam masjid itu masih milik pribadi yaitu keturunan kesultanan langkat. Kebersihan didalam masjid tetap selalu dijaga oleh mereka. Semua pusat kegiatan dikelola oleh pihak kesultanan langkat, walaupun seperti itu jika dibutuhkan oleh pihak kesultanan langkat dari dinas akan tetap membantu. Pihak dinas hanya mengajukan program kerja kepada pihak pengelola masjid Azizi langkat dan jika disetujui maka program tersebut baru dilaksanakan”.

**Informan Nita Elvira Sembiring sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“ Kebersihan Masjid Azizi dibenarkan oleh informan Nita sebagai pengunjung yang mengatakan, lingkungan masjid sudah cukup bersih, serta suasana dalam masjid juga nyaman dan bersih, meskipun bangunan tua masjid tersebut dirawat cukup baik hanya saja warna cat yang memulai memudar dan mulai ditumbuhi lumut dipinggiran bangunannya membuat masjid terlihat sedikit kotor untuk semuanya seperti kamar mandi dan dlam masjid masih terlihat baik”.

**Informan Doni Syahputra sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**



“ Informan Doni juga mengatakan bahwa kebersihan didalam dan diluar masjid sudah cukup terjaga, karena saya merasa nyaman ketika melaksanakan ibadah sholat disini, meskipun masjid ini bangunannya tua tetapi menurut saya cukup bersih dan indah untuk dilihat”

#### **6. *Guidance* di Masjid Azizi Langkat**

*Guidance* yang berarti bimbingan, namun kita sering mendengar istilah *guide* yang merupakan pemandu wisata yang bertugas memberikan informasi , bantuan, interpretasi warisan budaya, serta sejarah kepada pengunjung ataupun wisatawan. Pentingnya *Guide* ditempat wisata adalah agar memudahkan wisatawan untuk memperoleh informasi selain itu terkadang tidak jarang terdapat wisatawan asing yang berasal dari luar negeri. Namun berdasarkan hasil wawancara untuk wisata Masjid Azizi Langkat mereka tidak ada *guide* yang menangani masalah tersebut.

**Informan Junaidi Jusaf selaku KASI Informasi Dan Pemasaran Objek Wisata Dinas Kabupaten Langkat, Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“Secara khusus *guide* di Masjid Azizi tidak ada, namun ada wakilnya seperti Badan Kemakmuran Masjid (BKM) atau pemangku adat dimasjid azizi. Selain itu tidak jarang juga orang-orang dari museum langkat turun untuk menjadi *guide* karena berdekatan dengan masjid azizi”.

**Informan M. Sis selaku Staff Pengelola Cagar Budaya Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“ Informan M. Sis juga mengatakan hal yang sama bahwa secara khusus *guide* di Masjid Azizi tidak ada, namun ada wakilnya seperti Badan Kemakmuran Masjid (BKM) atau pemangku adat di Masjid Azizi.

## **7. Sejarah Masjid Azizi menjadi Ikon wisata religi di Langkat**

Masjid Azizi memiliki penuh dengan sejarah, berdasarkan data wawancara didapat masjid Azizi merupakan peninggalan dari kejayaan kesultanan Langkat, dan masjid Azizi sendiri dibangun sebagai rasa peduli pihak kesultanan langkat terhadap agama islam.

**Informan Junaidi Jusaf selaku KASI Informasi Dan Pemasaran Objek Wisata Dinas Kabupaten Langkat, Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“ Masjid azizi merupakan peninggalan dari kejayaan kesultanan langkat, masjid azizi ini merupakan hasil dari pertambangan minyak dipangkalan berandan pada zaman belanda, hasil dari pertambangan minyak tersebut dibangun masjid azizi dan bangunan-bangunan lain seperti bangunan makam-makam kesultanan yang ada ditanjung pura”.

**Informan M. Sis selaku Staff Pengelola Cagar Budaya Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“ Karena kepedulian pihak kesultanan langkat kepada agama islam dibangunlah Masjid Azizi, serta sekolah-sekolah islam di Tanjung Pura. Masjid azizi menunjukkan bukti masa kejayaan kesultanan langkat pada masanya. Masjid azizi dikelola secara turun temurun oleh keturunan kesultanan

langkat, saat ini pemangku adat kesultanan adalah Tengku Azura Razis. Dalam pembuatan masjid azizi dilakukan oleh beberapa arsitektur dari luar negeri seperti dari itali,jerman,belanda, arab, mesir dan turki.

**Informan Nita Elvira Sembiring sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“ Nita mengatakan tidak terlalu mengetahui banyak sejarah tentang masjid Azizi, Ia hanya mengetahui Masjid Azizi Langkat merupakan peninggalan dari kesultanan melayu Langkat karena terlihat dari corak khas bangunannya berwarna kuning khas melayu”.

**Informan Doni Syahputra sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“Pernyataan Doni sependapat dengan Nita yang mengatakan bahwa hanya mengetahui bahwa masjid Azizi merupakan peninggalan dari kesultanan melayu langkat”.

**8. Aspek Religi yang bisa diambil dari Masjid Azizi Langkat**

Berdasarkan hasil wawancara banyak aspek religi yang bisa diambil dari kegiatan yang ada di masjid Azizi Langkat, warga-warga setempat rutin mengadakan kegiatan yang berkaitan dengan aspek keagamaan.

**Informan Junaidi Jusaf selaku KASI Informasi Dan Pemasaran Objek Wisata Dinas Kabupaten Langkat, Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“ Junaidi Jusaf menjelaskan aspek religi dalam lingkup keagamaan islam tetap dilakukan di masjid Azizi, banyak kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Masjid Azizi guna meningkatkan ilmu keagamaan. Contoh kegiatannya adalah pengajian disetiap malam rabu untuk remaja dan malam minggu untuk ibu-ibu dan bapak-bapak, setelah selesai jumat terdapat kegiatan ratib dan syarikat munfar serta kegiatan-kegiatan religi lainnya, masjid azizi merupakan pusat dari kegiatan agama ditanjung pura”.

**Informan M. Sis selaku Staff Pengelola Cagar Budaya Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“ M.Sis juga menjelaskan hal yang sama yaitu aspek religi dalam lingkup keagamaan islam tetap dilakukan di masjid Azizi, banyak kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Masjid Azizi guna meningkatkan ilmu keagamaan. Contoh kegiatannya adalah pengajian disetiap malam rabu untuk remaja dan malam minggu untuk ibu-ibu dan bapak-bapak, setelah selesai jumat terdapat kegiatan ratib dan syarikat munfar serta kegiatan-kegiatan religi lainnya, masjid azizi merupakan pusat dari kegiatan agama ditanjung pura”.

**Informan Nita Elvira Sembiring sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“Menurut Nita masjid Azizi adalah salah satu tempat wisata yang menarik karena selain disatu sisi sebagai masjid untuk beribadah umat muslim tetapi juga bisa menjadi tempat obyek wisata, karena disekitar masjid juga terdapat makam pahlawan nasional dari Langkat seperti tengku amir hamzah.

**Informan Doni Syahputra sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“Menurut Doni Masjid Azizi harus terus diperkenalkan kepada masyarakat luar, agar masyarakat luar bisa mengetahui di Langkat juga terdapat obyek wisata religi yang unik peninggalan ari kesultanan melayu Langkat”.

**9. Turut serta warga dalam melestarikan tempat wisata Masjid Azizi**

Dalam melestarikan tempat wisata tentunya perlu andil tangan dari masyarakat yang ikut turut serta dalam melestarikan tempat tersebut. Dalam melestarikan masjid Azizi warga sekitar cukup peduli dengan Masjid Azizi, seperti warga sering sholat berjamaah di masjid Azizi.

**Informan Junaidi Jusaf selaku KASI Informasi Dan Pemasaran Objek Wisata Dinas Kabupaten Langkat, Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“Warga sibuk dengan kegiatan masing-masing sehingga hanya beberapa warga yang terkadang sempat untuk ikut membantu jika ada kegiatan seperti gotong royong kebersihan. Tetapi untuk saat ini masalah kebersihan sudah

dikelola oleh pihak BKM , selain itu ahli waris keturunan sultan juga sudah membayar iuran untuk masalah tersebut”.

**Informan M. Sis selaku Staff Pengelola Cagar Budaya Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“ Informan M. Sis juga mengatakan hal yang sama bahwa warga sibuk dengan kegiatan masing-masing sehingga hanya beberapa warga yang terkadang sempat untuk ikut membantu jika ada kegiatan seperti gotong royong kebersihan.

**Informan Nita Elvira Sembiring sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“Namun Nita mengatakan meskipun masjid Azizi merupakan bangunan tua tetapi masih dirawat dengan baik, karena peran masyarakat sekitar yang cukup baik dalam melestarikan dan menjaga kebersihan Masjid Azizi Langkat”.

**Informan Doni Syahputra sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“ Menurut doni peran masyarakat sekitar dalam melestarikan Masjid Azizi sudah cukup baik, karena terlihat dari terawatnya area sekitar lingkungan masjid yang bersih dan lebar sehingga bisa menjadi tempat persinggahan yang nyaman bagi mereka yang ingin beristirahat sebentar”.

## **10. Dampak sosial ekonomi masjid Azizi langkat**

Berdasarkan hasil wawancara untuk dampak sosial ekonomi dengan adanya masjid azizi adalah terjadi hubungan dengan beberapa daerah dimalaysia, selain itu ketika sedang ada acara besar di Masjid Azizi membantu masyarakat sekitar dalam mencari rezeki karena banyak pengunjung wisatawan yang datang.

### **Informan Junaidi Jusaf selaku KASI Informasi Dan Pemasaran Objek Wisata Dinas Kabupaten Langkat, Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“Untuk sosial ekonomi dengan adanya masjid azizi terjadi hubungan dengan beberapa daerah dimalaysia , karena terdapat beberapa istri dari keluarga kesultanan hanya berbeda 4 tower saja, bangunan tersebut dibangun untuk menghilangkan rasa rindu keturunan dari sultan yang ada dimalaysia dengan masjid azizi”.

### **Informan M. Sis selaku Staff Pengelola Cagar Budaya Tanggal wawancara: 26 Agustus 2019**

“Banyak nya bantuan yang datang dari luar ke masjid azizi yang diterima oleh pihak kesultanan, selain itu pada setiap tahun ada acara haul besilam untuk memperingati tuan guru besar setiap jamaah yang datang dari berbagai negara akan datang kemasjid azizi untuk singgah, selain itu dampak terbesarnya adalah menjadi ikon paling terkenal dikabupaten langkat”.

### **Informan Nita Elvira Sembiring sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“Menurut Nita masjid Azizi Langkat merupakan salah satu wisata religi yang baik untuk dikunjungi karena selain keindahan bangunannya juga bisa menjadi lebih dekat dengan agama islam, karena masjid merupakan tempat ibadah bagi umat muslim”

**Informan Doni Syahputra sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“Doni juga mengungkapkan dengan berwisata ke masjid Azizi bisa meningkatkan aspek keagamaan kita dan bisa belajar tentang sejarah pada masa lalu”.

#### **11. Saran dari pengunjung sebagai informan untuk Dinas Pariwisata Langkat**

Tentunya dalam sebuah penelitian saran dari pengunjung sangatlah penting, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis terdapat saran yang diberikan pengunjung sebagai informan.

**Informan Nita Elvira Sembiring sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“ Menurut Nita sebaiknya dalam proses mempromosikan obyek wisata yang ada dilangkat Pihak Dinas Pariwisata Langkat lebih ditingkatkan lagi, karena masih banyak obyek wisata Langkat yang tidak terekspos. Selain itu dalam bentuk promosi harus lebih diaktifkan lagi, Karena menurut Nita di Langkat



bukan hanya Masjid Azizi saja yang menarik untuk dikunjungi terdapat tempat-tempat indah lainnya yang orang lain juga sering mencari informasinya melalui website maupun akun sosial media Dinas Pariwisata Langkat”.

**Informan Doni Syahputra sebagai wisatawan yang datang berkunjung ke Masjid Azizi, Tanggal 1 September 2019**

“ Menurut Doni baginya dalam proses promosi hendaklah pihak Dinas Pariwisata Langkat jangan hanya sebatas media melalui sosial media ataupun website, ada baiknya pihak dinas pariwisata Langkat mau bekerja sama dengan sekolah-sekolah untuk mensosialisasikan mengenai sejarah Masjid Azizi ataupun tempat lainnya, agar para pelajar tidak buta tentang sejarah daerah mereka sendiri”.

**4.2 Pembahasan**

Setelah memperoleh informasi melalui wawancara secara mendalam terhadap 4 (empat) informan yang terdiri dari 2 (dua) Staff Dinas Pariwisata Langkat, dan 2 (dua) wisatawan Masjid Azizi Langkat dalam Komunikasi Wisata Religi Masjid Azizi Langkat untuk menarik minat berkunjung wisatawan oleh Pemerintah Kabupaten Langkat. Dan komunikasi yang digunakan oleh Pemerintah Kabupaten Langkat ialah.

1. Komunikasi yang digunakan dalam proses komunikasi pihak Dinas pariwisata menggunakan bentuk komunikasi dalam media booklet yang

didalam nya terdapat gambar dan berisi informasi-informasi mengenai masjid Azizi maupun tempat wisata lainnya yang ada dilangkat. Selain booklet mereka juga menggunakan sosial media seperti Facebook, Instagram, dan twitter. Hal ini terbukti dengan pernyataan dari wisatawan yang mengatakan dia mengetahui Masjid Azizi Langkat dari media sosial, namun tidak dari informasi lain seperti baliho maupun spanduk yang jelas tentang wisata di Langkat contoh seperti Masji Azizi Langkat. Namun tanpa disadari para wisatawan sudah menjadi bagian dari Humas Pemerintah Kabupaten Langkat, bagaimana tidak mereka juga berkata bahwa mereka mengetahui dari orang tua mereka dan perlahan-lahan mereka juga mengetahui tentang keindahan maupun sejarah tentang Masjid Azizi Langkat dan memberitahukan kepada teman-teman mereka bahwa Masjid Azizi lebih indah daripada yang hanya mereka lihat dari *Website*.

2. Masih banyak kegiatan keagamaan yang dilakukan di Masjid Azizi Langkat, seperti banyak kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Masjid Azizi guna meningkatkan ilmu keagamaan. Contoh kegiatannya adalah pengajian disetiap malam rabu untuk remaja dan malam minggu untuk ibu-ibu dan bapak-bapak, setelah selesai jumat terdapat kegiatan ratib dan syarikat munfar serta kegiatan-kegiatan religi lainnya, masjid azizi merupakan pusat dari kegiatan agama ditanjung pura. Dinas Pariwisata Langkat juga telah melakukan promosi ke Bandar udara Kuala Namu dengan membuat baliho tentang wisata yang ada di daerah Langkat

contoh nya Masjid Azizi itu sendiri. Sejarah yang ada di Masjid Azizi langkat juga menarik untuk diketahui oleh pengunjung, karena mereka akan mengetahui kenapa Masjid Azizi sampai dibangun semegah ini, dan bangunan nya yang kental akan adat khas melayu.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Hasil penelitian tentang Komunikasi Wisata Religi Masjid Azizi Langkat Untuk Menarik Minat Berkunjung Wisatawan Oleh Pemerintah Kabupaten Langkat.

1. Komunikasi wisata religi Masjid Azizi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Langkat untuk menarik minat berkunjung wisatawan ialah melalui Komunikasi dengan media booklet dan Media social.
  - a. Booklet adalah sebuah buku kecil yang biasanya akan digunakan untuk memberitahukan isi penting suatu hal yang akan diberikan kepada mereka yang bersangkutan.
  - b. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring social, facebook.
2. Masjid Azizi Langkat merupakan pusat dari kegiatan religi di Kabupaten Langkat.
3. Sejarah tentang Masjid Azizi Langkat yang banyak belum diketahui masyarakat luas adalah Masjid azizi merupakan peninggalan dari kejayaan kesultanan langkat, masjid azizi ini merupakan hasil dari pertambangan minyak dipangkalan berandan pada zaman belanda, hasil dari pertambangan minyak tersebut

dibangun masjid azizi dan bangunan-bangunan lain seperti bangunan makam-makam kesultanan yang ada ditanjung pura. Arsitektur bangunan juga banyak dari luar negeri seperti dari itali,jerman,belanda, arab, mesir dan turki.

## **5.2 SARAN**

1. Diharap bagi Dinas Pariwisata untuk lebih meningkatkan sosialisasi tentang banyaknya tempat wisata yang ada di daerah Kabupaten Langkat, contoh seperti Masjid Azizi Langkat yang dimana para pengunjung hanya mengetahui dari teman maupun saudara namun tidak dari Dinas Pariwisata Langkat.
2. Diharap bagi para wisatawan agar tetap menjaga kelestarian dan kebersihan Masjid Azizi Langkat agar tetap terjaga kenyamanan wisatawan lainnya, dengan tidak lupa membuang sampah pada tempatnya. Menjaga bangunan Masjid Azizi yang sudah tua dengan tidak membuat kerusakan di setiaran bangunan Masjid Azizi Langkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata* . Jakarta: Prenada Group
- Baran, George E. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Jilid I Edisi 5*. Jakarta : Erlangga.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah ragam varian Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bungin, M. Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta. Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Fitriah, Maria. 2018. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta.: Deepublish.
- Ghony, M. Djunaidi & Almanshur Fauzan. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta. Ar-ruzz media.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hikman, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi Dan Sastra*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Erlangga.
- Kriyanto, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lee, Monle. 2011. *Prinsip-prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. 2014. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja.
- Spillane, James J. 1987. *Pariwisata Indonesia, Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius

Surip, Muhammad. 2011. *Teori komunikasi* . Medan. Universitas Negeri Medan.

Suryadi, Edi. 2018. *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya.

Suwantoro, Gamal. 2004, *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta : ANDI

Widjaja. 2000. *Ilmu komunikasi*. Jakarta. Renika Cipta.

### **Jurnal dan Karya Ilmiah**

Chotib, Moch. 2015. *Wisata Religi Di Kabupaten Jember*. Jurnal FENOMENA.  
Vol. 14 No 2.

Rohman, Auliyaur & Fauzi, Moh.Qudsi. 2016. *Dampak Ekonomi Terhadap  
Pendapatan Pedagang Kios Di Wisata Religi Makam Sunan Drajat  
Lamongan*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan. Vol. 3 No 2.



## LAMPIRAN-LAMPIRAN



Gambar 1 : Wawancara Narasumber I



Gambar 2 : Wawancara Narasumber II



Gambar 3 : Wawancara Narasumber III



Gambar 4 : Wawancara Narasumber IV

## **Pedoman Pertanyaan Wawancara**

Nama : Tengku Herly Sapta

Narasumber : Kepala Dinas Pariwisata Langkat dan Kasubag umum

Lokasi Penelitian : Dinas Pariwisata Langkat

1. Adakah perencanaan Dinas Pariwisata Langkat untuk meningkatkan jumlah wisatawan Masjid Azizi Langkat?
2. Bagaimana sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Langkat untuk menarik minat berkunjung wisatawan?
3. Komunikasi apa yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Langkat kepada masyarakat?
4. Apakah Dinas Pariwisata Langkat memiliki kerjasama dengan media untuk mempromosikan Masjid Azizi Langkat?
5. Apakah kebersihan Masjid Azizi selalu diperhatikan?
6. Apakah ada guidance di tempat wisata Masjid Azizi Langkat?
7. Bagaimana sejarah Masjid Azizi Langkat sampai dia menjadi Ikon wisata religi Langkat?
8. Aspek Religi apa yang bisa diambil dari Masjid Azizi Langkat?
9. Bagaimana turut serta warga sekitar dalam melestarikan tempat wisata tersebut?

10. Apa saja dampak-dampak yang dihasilkan dengan adanya tempat wisata ini secara social maupun ekonomi?

## **Pedoman Pertanyaan Wawancara**

Nama : Tengku Herly Septa

Narasumber : Wisatawan

Lokasi : Masjid Azizi Langkat

1. Sudah berapa kali anda datang ke Masjid Azizi Langkat?
2. Kenapa anda tertarik datang ke Masjid Azizi Langkat?
3. Darimana anda mendapat informasi tentang Masjid Azizi Langkat?
4. Apa yang anda ketahui tentang sejarah Masjid Azizi?
5. Bagaimana tanggapan anda tentang objek wisata Masjid Azizi Langkat?
6. Bagaimana pendapat anda tentang kebersihan di lingkungan Masjid Azizi Langkat?
7. Kesan apa yang anda dapat setelah berkunjung di Masjid Azizi Langkat?
8. Apakah anda memiliki saran/pesan untuk Dinas Pariwisata Langkat?



**UMSU**

Umsu | Cerdas | Terpercaya

Bila menyalin surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

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

Nomor : 620/KET/IL3-AU/UMSU-03/F/2019  
Lampiran : --  
Hal : *Mohon Diberikan izin  
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 15 Dzulhijjah 1441 H  
16 Agustus 2019 M

Kepada Yth : Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah  
(BAPPEDA) Kabupaten Langkat  
di-  
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim  
Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

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

Nama Mahasiswa : **TENGGU HERLY SAPTA**  
NPM : 1503110138  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2017/2018  
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI WISATA RELIGI MESJID AZIZI LANGKAT  
UNTUK MENARIK MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN OLEH  
PEMERINTAH KABUPATEN LANGKAT**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.  
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan



Dr. ARIF N. SALEH, S.Sos., MSP.



**PEMERINTAH KABUPATEN LANGKAT**  
**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH**

Jalan : T. A. Hamzah No. 1 Telp. 8910488 Fax. 8910488

**STABAT**

**SURAT REKOMENDASI/IZIN PENELITIAN**

**No. : 070- 397 /BPP-LKT/2019**

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Langkat, setelah membaca dan memperhatikan surat dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik nomor : 620/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2019 Tanggal 16 Agustus 2019 tentang Rekomendasi/Izin Penelitian dan setelah membaca/memperhatikan permohonan tersebut, izin mengadakan Penelitian diberikan kepada :

Nama : **TENGKU HERLY SAPTA**  
NIM : 1503110138  
Alamat : Jl. Proklamasi Psr. VI Kwala Bingai  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Judul Penelitian : **"Komunikasi Wisata Religi Masjid Azizi Langkat Untuk Menarik Minat Berkunjung Wisatawan Oleh Pemerintah Kabupaten Langkat"**  
Daerah Penelitian : Kabupaten Langkat  
Tempat Penelitian : Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata  
Lamanya : 2 (dua) bulan  
Pengikut/peserta : Sendiri  
Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dalam jangka waktu 1 x 24 jam setelah tiba di tempat yang dituju diwajibkan melaporkan kedatangannya kepada Ka. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Langkat.
2. Mentaati ketentuan-ketentuan Hukum yang berlaku di Kabupaten Langkat.
3. Menjaga tata tertib, keamanan, kesopanan dan kesusilaan serta menghindari perbuatan lisan/tulisan maupun lukisan yang dapat melukai atau menyinggung perasaan atau menghina Agama, Bangsa dan Negara.
4. Tidak diperkenankan menjalankan kegiatan di luar kegiatan Penelitian.
5. Sesudah Penelitian berakhir sebelum meninggalkan Daerah setempat diwajibkan melapor kepada Ka. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.
6. Selambat-lambatnya 1 (satu) bulan setelah Penelitian, agar melaporkan hasilnya kepada Bupati Langkat c/q Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kabupaten Langkat di Stabat.
7. Surat Keterangan ini akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat ini tidak memenuhi ketentuan di atas.

Demikian Surat Keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan kepada yang bersangkutan supaya dapat diberi bantuan yang berhubungan dengan Penelitian yang dilaksanakan.

Bersedia memenuhi ketentuan butir 1 s/d 7.

Dikeluarkan di : Stabat  
Pada Tanggal : 19 Agustus 2019

Pemegang Izin Penelitian

**TENGKU HERLY SAPTA**

An. Ka. BAPPEDA KABUPATEN LANGKAT

Sekretaris,

**H. HARIANTO**  
Pembina

NIR. 19650221 198503 1 001

Tembusan :

1. Sdr. Wakil Dekan FISIP UMSU di Tempat;
2. Sdr. Ka. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Langkat di Tempat;
3. Bertanggungjawab:



Unggul, Cerdas & Terpercaya  
menjawab surat ini agar disebutkan  
lok dan tanggalnya

183

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

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624507 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN-PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI

Sk-I

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

Medan, 30-April - 2019.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Tengku Herly Sakti  
N.P.M : 1503110130  
Jurusan : Ilmu Komunitas  
Tabungan sks : 130... sks, IP Kumulatif 3,29

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Bersama dengan
1	Komunikasi Wisata Religi mesjid Azzi Langkat untuk menarik minat berkunjung wisatawan Oleh pemerintah Kabupaten Langkat	10/05-2019
2	Komunikasi Organisasi pengadilan negeri kelas 1 A Medan dalam melakukan proses pengadilan kepada terdangta	
3	Komunikasi Interpersonal orangtua dengan anak dalam meningkatkan prestasi belajar anak ( studi kasus sel 050661 Kuala Berau Stabat)	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

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

Memohon,  
Manti

Medan, tgl. 10-mei 2019

(Tengku Herly Sakti)

Ketua,  
Hus  
Nurchasrah nasution S.Sos. M-1.kom

PB: JUNADI ✓





**UMSU**

Unsuul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

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

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**

**Nomor : 11.183/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2019**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal : **10 Mei 2019** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **TENGGU HERLY SAPTO**  
N P M : 1503110138  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : XIII (Delapan) Tahun Akademik 2018/2019  
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI WISATA RELIGI MESJID AZIZI LANGKAT  
UNTUK MENARIK MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN OLEH  
PEMERINTAH KABUPATEN LANGKAT**

Pembimbing : **JUNAIDI, S.Pdi., M.Si.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal 10 Mei 2020.**

Ditetapkan di Medan,  
Medan, 04 Ramadhan 1440 H  
10 Mei 2019 M

Dekan



**DR. ARIPTN SALEH., S.Sos., MSP.**

Tembusan :

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



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

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

Sk-3

PERMOHONAN  
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.  
 Bapak Dekan FISIP UMSU  
 di  
 Medan.

Medan, 30 Juli 2019

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

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

Nama lengkap : Tengku Herly Sapta  
 N P M : 1503110138  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 11.183./SK/IL.3/UMSU-03/F/20.19.. tanggal .. dengan judul sebagai berikut :

wisata Religi  
Komunikasi ~~Religi~~ Masjid AZizi Langkat untuk  
menarik minat Berkunjung ~~dan~~ Wisatawan oleh  
Pemerintah Kabupaten Langkat.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

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

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

Menyetujui :

Pembimbing

(Jumaidi S.Pdi. M.Si)

Pemohon,

(Tengku Herly Sapta)

**UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 585/KEP/III.3-AU/UMSU-03/F/2019

Program studi : Ilmu Komunikasi  
 Hari, Tanggal : Jum'at, 02 Agustus 2019  
 Waktu : 09.00 WIB s/d. selesai  
 Tempat : LAB. FISIP Gedung C UMSU  
 Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggung	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
6	FAHREZA NAJIA AULIA	1503110169	Dr. IRWAN SYARI T.JG, S.Sos., M.AP.	ELVITA YENNI, SS, M.Hum	STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA LANGKAT DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN DI PEMANDIAN KOLAM ABADI KECAMATAN SEI BINGKAI PASCA BANJIR BANDANG
7	MUHAMMAD REYHAN GHAFARI	1503110160	Dr. IRWAN SYARI T.JG, S.Sos., M.AP.	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	WACANA FATWA HARAM GAME ONLINE PUBG OLEH MUJI (STUDI PADA MAHASISWA PANCA BUDI MEDAN)
8	ALI NAFIZA TUSSALAM	1503110173	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	PERSEPSI PENONTON TENTANG IKLAN TRAILER BERSAMBUNG (STUDI PADA FILM AVENGERS END GAME)
9	TENGGU HERLY SAPTO	1503110138	Dr. IRWAN SYARI T.JG, S.Sos., M.AP.	JUNAIDI, S.Pd. M.Si.	KOMUNIKASI WISATA RELIGI MESJID AZIZI LANGKAT UNTUK MENARIK MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN OLEH PEMERINTAH KABUPATEN LANGKAT
10	YAHYA MUHARROM SIREGAR	1503110143	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ELVITA YENNI, SS, M.Hum	PERSEPSI DAN PERILAKU REMAJA TERHADAP KUDAPAN TRADISIONAL (STUDI PADA PRODUKSI KUE ENAK)

Medan, 23 Dzulqaidah 1440 H  
31 Juli 2018 M



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



Zhigwal, Cerdas & Terpercaya

Bisa menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20230 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama lengkap : Terjku Harto Saptu  
N P M : 1503110138  
Jurusan : Ilmu Komunikasi / Humas  
Judul Skripsi : Komunikasi Wisata Religi Masjid ATIZI Langkat untuk menarik minat Bertanggung Utsatawan oleh Pemerintah Kabupaten Langkat

No.	Tanggal	Kegiatan Advise/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	10-07-2019	Bimbingan judul skripsi dan TUJUAN PENELITIAN	
2.	18-07-2019	Bimbingan proposal skripsi dan revisi proposal skripsi	
3.	29-07-2019	Acc proposal skripsi	
4.	07-08-2019	Bimbingan Bab I-III	
5.	15-08-2019	Revisi Bab I-III	
6.	19-08-2019	Acc Bab I-III, Bimbingan pedoman wawancara	
7.	20-09-2019	Bimbingan Bab IV-V	
8.	30-09-19	Acc Bab IV-V	

Medan, .....20.....

Dekan,  
  
(Dr. Arifin S. S. S. S. S. M. S. P.)

Ketua Program Studi,  
  
(Nithasyah Nasution)

Pembimbing ke : ....  
  
(Zamrud S.P.H., M.Si)



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

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

SK-6

PERMOHONAN UJIAN SKRIPSI

Kepada Yth.  
Bapak Dekan FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 01 - Oktober ..... 2019.

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

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

Nama lengkap : Tengku Herly Septa  
N P M : 1503110138  
Program Studi : FISIP Ilmu Komunikasi (HUMAS)  
Alamat rumah : LINGK. XI WISMOREJO Stabat  
Telp : 081370405250

dengan ini mengajukan permohonan mengikuti Ujian Skripsi. Bersama ini Saya lampirkan persyaratan:

1. Transkrip Nilai Kumulatif dari Dekan, rangkap - 2;
2. Tanda Bukti Lunas SPP tahap berjalan, rangkap - 2;
3. Tanda Bukti Lunas Biaya Ujian Skripsi, rangkap - 2;
4. Foto Copy Ijazah Terakhir Dilegalisir, rangkap - 3;
5. Konvensi Nilai (bagi Mahasiswa pindahan), rangkap - 2;
6. Surat Keterangan Bebas Pinjaman Buku dari Perpustakaan UMSU, rangkap - 2;
7. Foto Copy Cover Skripsi, rangkap - 2;
8. Foto Copy Surat Penetapan Pembimbing (SK-2), rangkap - 2;
9. Foto Copy Kartu Hasil Studi, rangkap - 2; dan Melampirkan yang **Aslinya**.
10. Foto Copy Sertifikat Lulus Ujian Kompri, rangkap - 2; dan Melampirkan yang **Aslinya**.
11. Permohonan Ujian Skripsi, rangkap - 2;
12. Pas Photo Terbaru Hitam Putih Ukuran 3 x 4 cm = 5 lembar dan 4 x 6 = 8 lembar
13. Skripsi yang telah Disahkan lengkap diperbanyak = 3 eksemplar dan dijilid (Pembimbing - 1).
14. Terlampir Photocopy KTP ukuran A4 sebanyak = 2 lembar

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

Pemohon,  
  
(Tengku Herly Septa)

Disetujui oleh ;

Medan, 01 - Oktober ..... 2019.

Medan, 01 - Oktober ..... 2019.

Dekan,

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

a.n.Rektor,  
Wakil Rektor - I

(Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH.,M.Hum)



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

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

SK-7

**SURAT PERNYATAAN**

*Bismillahirrohmanirrohiem.*

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara :

Nama lengkap : Tereku Hery Saptu  
 Tempat, tgl. lahir : Lubuk Patan, 01-Februari-1997  
 Agama : Islam / ~~Kristen~~ / ~~Katolik~~ / ~~Hindu~~ / ~~Budha~~ \*  
 Status Perkawinan : Kawin / ~~Belum Kawin~~ / ~~Duda~~ / ~~Janda~~ \*  
 N P M : 1503110138  
 Alamat Rumah : Linke XI Wismorejo Stabat  
 Telp/HP. 081370485250  
 Pekerjaan/Instansi : -  
 Alamat Kantor : .....  
 Telp/HP. ....

melalui surat permohonan tertanggal 01-Oktober-2019 telah mengajukan permohonan menempuh Ujian Skripsi. Untuk ujian skripsi yang akan saya tempuh, menyatakan dengan sesungguhnya :

1. Bahwa saya dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.
2. Bahwa saya siap secara optimal dan berada dalam kondisi baik untuk memberikan jawaban atas pertanyaan dari Penguji.
3. Bahwa saya bersedia menerima keputusan yang ditetapkan oleh Panitia Penguji Skripsi dengan ikhlas tanpa mengadakan gugatan apapun juga.
4. Saya menyadari bahwa keputusan Panitia Penguji ini bersifat mutlak dan tidak dapat diganggu gugat.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran tanpa paksaan atau tekanan dalam bentuk apa pun dan dari siapa pun, untuk dipergunakan bilamana dipandang perlu. Semoga Allah SWT. meridhoi saya. Amien.-

Saya yang menyatakan,

Meterai tempel Rp. 6000
-------------------------------

.....



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

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

SK-8

**BORANG DATA ALUMNI**



I. DATA PRIBADI	
NAMA LENGKAP	Tenyku Herly Septa <span style="float: right;">L/P*</span>
TEMPAT DAN TGL. LAHIR	Lubuk Pakam, 01-02-1991
AGAMA	ISLAM
SUKU BANGSA	Melayu
II. KEMAHASISWAAN	
TAHUN MASUK UMSU	2015
N P M	1503110138
JURUSAN	Fisip Ilmu Komunikasi
ASAL SEKOLAH	MA Negeri 1 Stabat
ALAMAT SEKOLAH	Jl Proklamasi
MENDAPAT BEASISWA (Selama di UMSU)	BEASISWA T.A. Rp.
	BEASISWA T.A. Rp.
	BEASISWA T.A. Rp.
III. KETERANGAN PENYELESAIAN STUDI	
JADWAL UJIAN SKRIPSI	HARI TANGGAL
NILAI/IPK/PREDIKAT	NILAI : IPK : PREDIKAT :
JUDUL SKRIPSI	
IV. KETERANGAN KELUARGA	
STATUS SIPIL	KAWIN/BELUM KAWIN/JANDA/DUDA*
NAMA SUAMI/ISTRI*	WAFAT TAHUN
PEKERJAAN TERAKHIR	
JUMLAH ANAK KANDUNG	PRIA .....ORANG, WANITA ..... ORANG = .....ORANG
ALAMAT RUMAH & KODE POS	
TELEPON/HP	
NAMA AYAH	
NAMA IBU	
PEKERJAAN ORANG TUA	
ALAMAT RUMAH & KODE POS	
TELEPON/HP	
V. KETERANGAN PEKERJAAN	
PEKERJAAN	
JABATAN DI INSTANSI	
NAMA INSTANSI	
ALAMAT INSTANSI	
TELEPON/FAX INSTANSI	



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

Sk-10

**UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI**  
Nomor : 815/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Jum'at, 04 Oktober 2019  
Waktu : 07.45 Wib s.d. selesai  
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI		Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	
11	CAHYA ASRI LARASATI	1503110235	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	ANALISIS ISI PESAN IKLAN SATU INDONESIA (STUDI PADA IKLAN ASURANSI ASTRA VERSI PENGGERAK KESEHATAN)
12	TENGGU HERLY SAPTO	1503110138	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	KOMUNIKASI WISATA RELIGI MESJID AZIZI LANGKAT UNTUK MENARIK MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN OLEH PEMERINTAH KABUPATEN LANGKAT
13	M. RIZKI ANANDA	1503110132	MURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.SI	PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI PROGRAM CSR PT. PERKEBUNAN NUSANTARA IV
14	AYU SARI RAMADHANI	1503110243	IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	OPINI PUBLIK TERHADAP SLOGAN POLITIK PADA KAMPANYE PILPRES 2019
15	SRIKANDY INDAH KARINA SARASHYNTA BUDOYO	1503110277	IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	ANALISIS BAHASA JURNALISTIK PADA RUBRIK EKONOMI & BISNIS DALAM SURAT KABAR HARIAN WASPADA

Notulis Sidang:

Ditetapkan oleh :

  
Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Medan, 03 Shaffar 1441 H  
02 Oktober 2019 M

Panitia Ujian



  
Sekretaris  
Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

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



## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **Data Pribadi**

Nama : Tengku Herly Sapta  
Tempat/Tanggal Lahir : Lubuk Pakam, 01 Februari 1997  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : LINGK. XI WISMOREJO Kw. Bingai Stabat  
Anak ke : 1 (satu) dari 3 (tiga) Bersaudara

### **Nama Orang Tua**

Ayah : Tengku Heri Wijaya  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Ibu : Heriani  
Alamat : LINGK. XI WISMOREJO Kw. Bingai Stabat

### **Pendidikan Formal**

2003-2009 : SD 050661 Kw. Bingai  
2009-2012 : SMP Negeri 1 Stabat  
2012-2015 : SMA Negeri 1 Stabat  
2015-2019 : S1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara