

**STRATEGI PROMOSI WISATA HALAL LHOK MATA IE
ACEH BESAR**

SKRISPI

Diajukan Oleh:

AKMAL RINALDI

NIM: 150401114

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH-2021**

LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI PROMOSI WISATA HALAL LHOK MATA IE
ACEH BESAR

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh

AKMAL RINALDI
NIM: 150401114

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Asmaunizar, M. Ag
NIP. 197409092007102001



Fitri Meliya Sari, M. I. Kom
NIP. 199006112020122015

SKRIPSI

Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan Sebagai Tugas

Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan penyiaran islam

Diajukan Oleh:

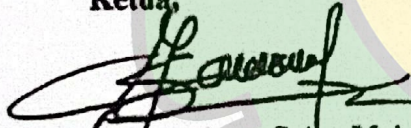
AKMAL RINALDI
NIM. 150401114

Pada Hari/Tanggal

Selasa, 11 Januari 2022 M
9 Jumadil Akhir 1443 H

di
Darussalam – Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah

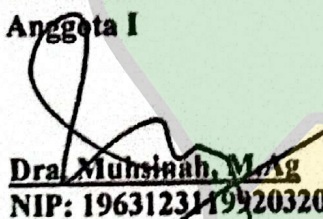
Ketua,


Asmaunizar, S.Ag. M.Ag
NIP: 197409092007102001

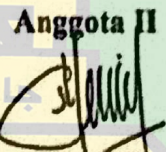
Sekretaris,


Fitri Meliya Sari, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP: 199006112020122015

Anggota I


Dra. Muhsinah, M.Ag
NIP: 196312311942032015

Anggota II


Syahril Furgany, M.I.Kom
NIP: 198904282019031011

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry


Dr. Fakhri, S.sos., M.A
NIP: 196411291998031001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Akmal Rinaldi

NIM : 150401114

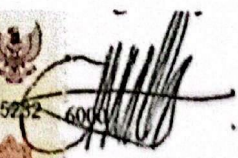
Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar 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 dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

A R - R A N I R Y

Banda Aceh, 16 Desember 2021
Yang Menyatakan

METERAI
TEMPEL
3E0B1AHF924885252 6000
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Akmal Rinaldi
NIM: 150401114

ABSTRAK

Objek wisata pada saat ini sudah dilihat sebagai sektor perekonomian global yang sangat menjanjikan pada masa depan. Seperti kita ketahui bahwa booming global Halal Market semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir ini termasuk kecendrungan wisatawan mencari wisata halal di seluruh dunia. Tidak terkecuali Aceh sebagai wilayah paling ujung pulau Sumatra yang menyajikan ratusan destinasi wisata ikut bagian penerapan wisata halal tersebut. Salah satunya wisata Lhok Mata Ie yang ikut mempromosikan wisata halal pada masyarakat memanfaatkan SDM yang dimilikinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi dan kendala yang dihadapi dalam menjalankan strategi promosi wisata halal di Lhok Mata Ie. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan pada pengelola wisata Lhok Mata Ie, wisatawan dan Dinas Kebudayaan dan Parawisata Aceh Besar. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi wisata halal yang dilakukan di wisata Lhok Mata Ie melalui: a) papan iklan/spanduk, b) melalui papan pemberitahuan di lokasi wisata, c) melalui pendekatan secara pribadi, d) penyediaan Keudai (tempat perbelanjaan) makanan halal, dan e) menyerdiakan tempat Ibadah dan fasilitas umum. Dalam melaksanakan promosi wisata halal terdapat beberapa kendala yang dihadapi pengelola yang juga menjadi penghambat promosi wisata halal di wisata Lhok Mata Ie sehingga tidak berjalan dengan baik. Kendala tersebut adalah a) sistem kepengolaan yang belum baik, dan b) keuangan yang tidak ada. Dua kendala ini menjadikan promosi wisata halal yang telah dilakukan selama ini belum mencapai kesempurnaan.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Wisata Halal, Lhok Mata Ie.



KATA PENGANTAR



Puji dan syukur kepada Allah Swt., atas berkat dan rahmat serta hidayah-Nya penelitian dengan judul “**Strategi Promosi Wisata Halal Lhok Mata Ie Aceh Besar**” ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw., Penelitian ini dilakukan dengan penuh perjuangan sehingga didalamnya ada dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dalam bentuk moral maupun material, secara langsung maupun tidak langsung, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dan terkait baik secara akademis maupun non akademis.

Skripsi ini adalah salah satu syarat yang harus penulis selesaikan untuk mencapai gelar Sarjana Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis mendapat bimbingan pengarahan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kata pengantar ini penulis menyampaikan ungkapan terimakasih tak terhingga kepada pihak-pihak baik dalam pengarahan penulisan, pengumpulan data maupun semangat. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Terimakasih Kepada Bapak Prof. Dr. H. Warul Walidin AK, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dan Bapak Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, yang telah memfasilitasi peneliti

baik bidang akademik maupun bidang administratif selama proses penelitian berlangsung.

2. Terimakasih kepada Ibuk Asmaunizar, M. Ag, selaku pembimbing I, dan Ibuk Fitri Meliya Sari, M. I. Kom, selaku pembimbing II yang selalu memberikan waktu disela-sela kesibukannya untuk membimbing penyelesaian skripsi ini.
3. Terimakasih kepada Kepala Dinas Kebudayaan dan Parawisata Aceh Besar, Pengelola wisata Lhok Mata Ie dan para wisatawan yang bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi penulisan maupun isi tulisannya. Oleh karena itu, sangat penulis harapkan kritikan yang bersifat konstruktif dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini dimasa yang akan datang. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan bagi pembaca pada umumnya.

Aamiin yaa Rabbal 'Alamin...R - R A N I R Y

Banda Aceh 26 Oktober 2021

Penulis



Akmal Rinaldi

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GRAFIK	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Variabel Penelitian	8
F. Definisi Operasional	8
 BAB II LANDASAN TEORITIS.....	 10
A. Kajian Terdahulu	11
B. Strategi	13
1. Pengertian Strategi	13
2. Unsur-unsur Strategi	14
C. Promosi	14
1. Pengertian Promosi	14
2. Promosi Sebagai Proses Komunikasi	15
3. Bauran Promosi	17
D. Pariwisata	23
1. Konsep Daya Tarik Wisata	24
2. Wisata Halal	27
3. Makanan Halal	28
4. Fasilitas Rekreasi	29

BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Lokasi Penelitian	31
B. Fokus dan Ruang Lingkup Penelitian	32
C. Pendekatan dan Metode yang digunakan	32
D. Subjek dan Objek Penelitian	32
E. Sumber Data Penelitian	33
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	37
1. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian	37
B. Hasil Penelitian	39
1. Strategi Promosi Wisata Halal Lhok Mata Ie	39
2. Kendala Strategi Promosi Wisata Halal di Lhok Mata Ie	52
C. Pembahasan Hasil Penelitian	55
1. Pola Promosi Wisata Halal di wisata Lhok Mata Ie	55
2. Faktor Penghambat Promosi Wisata Halal di wisata Lhok Mata Ie	57
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Halaman

4.1 Struktur Pengelola Wisata Lhok Mata Ie	38
--	----



DAFTAR GRAFIK

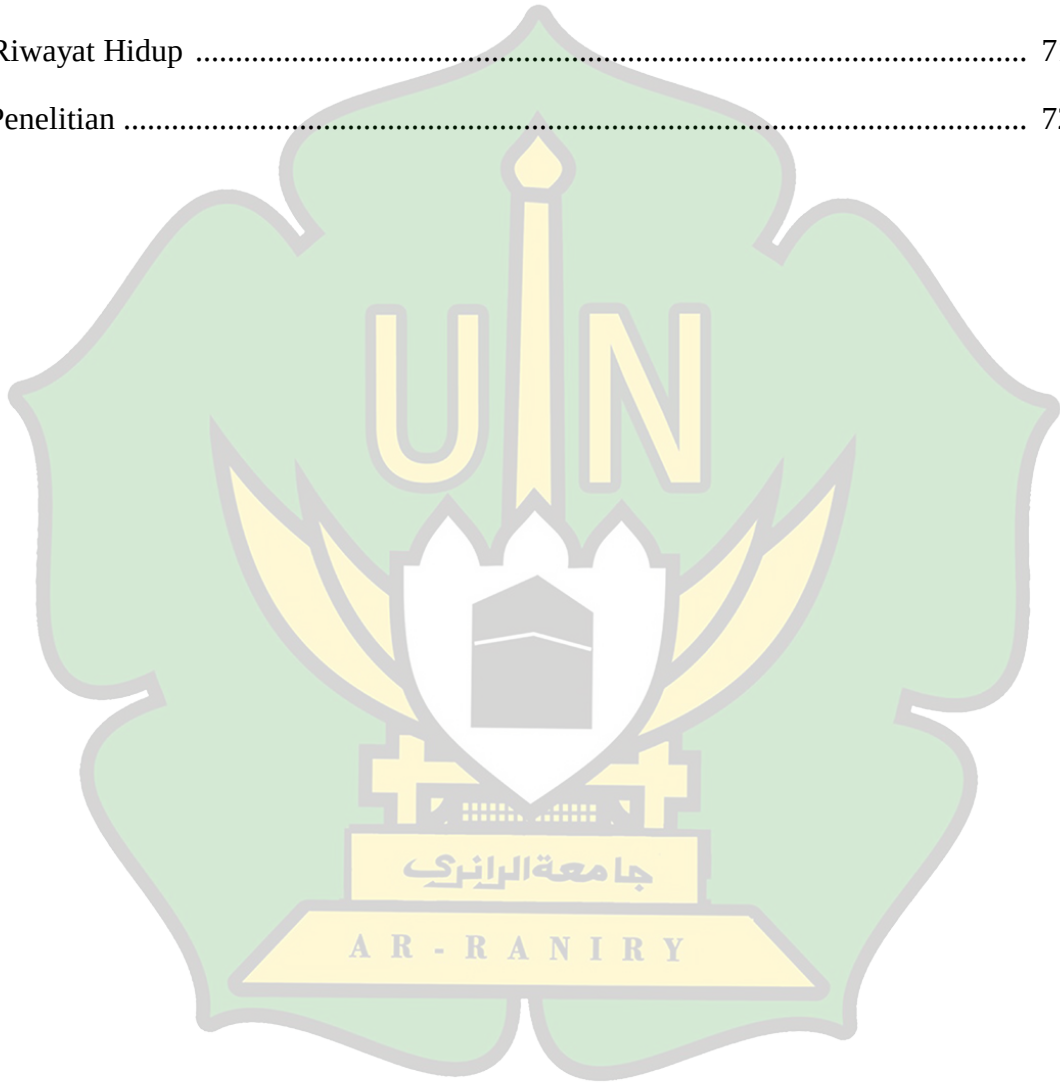
Halaman

2.1 10 Media Sosial Yang Sering Digunakan Tahun 2020	22
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Surat Keterangan Penelitian	65
Surat Penelitian	66
Transkrip Hasil Wawancara	57
Daftar Riwayat Hidup	71
Galeri Penelitian	72



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki keindahan alam dan tempat-tempat wisata yang dapat mendukung perkembangan pariwisata. Kondisi geografis Indonesia yang memiliki banyak pesona keindahan dan sumber Jurnal Sains Manajemen Volume. 4 No. 2 Tahun. 2018 84 daya alam memberikan peluang bagi pemerintah untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan yang dapat berpengaruh dalam peningkatan pendapatan nasional. Keanekaragaman budaya juga menjadi salah satu daya tarik wisata kultural yang mampu mendorong keinginan wisatawan mancanegara untuk berwisata ke Indonesia. Potensi pariwisata yang ada di Indonesia diharapkan dapat membantu negara dalam memajukan perekonomian.¹

Indonesia dianugerahi berupa kekayaan alam dan ragam budaya yang begitu indah. Sudah sepatutnya kita sebagai manusia memelihara alam kita sebaik mungkin. Dengan adanya potensi alam yang dimiliki, tentu saja mendorong adanya sebuah kegiatan pariwisata. Pariwisata juga merupakan sektor ekonomi untuk dijadikan penghasil di sebuah wilayah. Maka dari itu pentingnya sebuah pengembangan pariwisata dan peningkatan kualitas sarana dan prasarana pariwisata di daerah untuk menunjang pembangunan pariwisata.

¹ Diannor Mayasari, *Jurnal E, STRATEGI PROMOSI PARIWISATA PULAU DERAWAN (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Berau Kalimantan Timur Dalam Upaya Menjadikan Pulau Derawan Sebagai Tujuan Wisata)*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah, 2014)

Dengan adanya peningkatan kualitas sarana dan prasarana pariwisata yang teratur dan tertata rapi menjadikan pariwisata tersebut lebih mudah dikenal masyarakat luas dan wisatawan. Secara langsung maka adanya loncatan peningkatan jumlah wisatawan yang datang dari dalam maupun luar negeri. Tetapi ada hal yang harus disadari bahwasanya wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia belum sebanyak wisatawan mancanegara yang datang di negara tetangga kita.

Sektor pariwisata saat ini telah menjadi aspek penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara. Pariwisata menjadi pilihan utama dalam pengembangan wilayah. Perkembangan pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata, dan lain-lain. Pembangunan suatu daerah dapat membuka daya tarik wisata baru bagi para wisatawan, baik wisatawan asing maupun lokal. Potensi pariwisata di Indonesia yang amat sangat melimpah dapat mengangkat ekonomi negara apabila setiap obyeknya dikelola dengan baik oleh pemerintah maupun pihak-pihak disekitar obyek wisata tersebut sehingga banyaknya kunjungan wisatawan akan berpengaruh pada naiknya devisa negara.²

Di latar belakang oleh berbagai macam agama yang di miliki penduduk Indonesia yang di dominasi oleh agama islam membuat pemerintah indonesia melihat potensi untuk mengembangkan wisata halal. Hal ini didukung oleh kondisi geografis yang sangat strategis. Iklim tropis yang dimiliki Indonesia menjadikan negara ini memiliki berbagai kekayaan flora dan fauna. Biodiversitas

² Yoga Adiyanto, SE,MM, *Jurnal E*, "Analisis Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Lebak Banten", Volume. 4 No. 2 Tahun. 2018, Jurnal Sains Manajemen.

yang tinggi ini menjadikan Indonesia memiliki potensi yang besar sebagai negara tujuan wisata. Produk wisata yang ditawarkan dikelompokkan dalam tiga hal yaitu wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan.³

Di luar ketiga kelompok wisata tersebut dan didasari oleh latar belakang agama Islam, maka timbul dua kelompok wisata, yaitu wisata halal dan wisata islami. Kelompok wisata ini disesuaikan dengan nilai-nilai dan norma Islami dikhususkan bagi pengunjung dari latar belakang agama Islam, sehingga jika ada pengunjung dari latar belakang berbeda harus menyesuaikan diri dengan nilai dan norma yang ada di tempat wisata tersebut.

Ada banyak pengertian tentang wisata halal yaitu seperti yang di kemukakan oleh Battour dan Ismail, wisata halal adalah kegiatan dalam pariwisata yang 'diizinkan atau dibolehkan' menurut ajaran Islam.⁴ Sedangkan menurut Mohsin et.al wisata halal adalah Penyediaan produk dan layanan pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim sesuai ajaran agama Islam.⁵

Terdapat sedikit perbedaan antara wisata halal dan wisata islami, menurut Duman, semua aktivitas wisata yang dilakukan oleh muslim yang berasal dari motivasi islam dan diwujudkan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan pendapat di atas dapat kita simpulkan bahwa perbedaan keduanya terletak di bidang fokusnya wisata tersebut. Wisata islami lebih berfokus pada

³ Widagdyo, KG. 2015. *Analisis Pasar Pariwisata Halal di Indonesia*. *The Journal of Tauhidinomics*. 1(1): 73-80

⁴ Battour, M, dan Ismail, MN. 2016. Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future. *Tourism Management Perspective*. 19: 150-154

⁵ Mohsin, A., Ramli, N, dan Alkhulayfi, BA. 2016. Halal Tourism: Emerging Opportunities. *Tourism Management Perspective*. 19: 137-143

banyak isu yang berbeda, seperti: partisipasi dan keterlibatan (oleh muslim), tempat-tempat wisata dan tujuan, produk (penginapan, makanan, hiburan, minuman, dan lainnya), dimensi (sosial, ekonomi, budaya, agama, dan lainnya), pengelolaan layanan (pemasaran, pertimbangan budaya, agama, dan lainnya).⁶

Sebagai upaya untuk mengembangkan wisata halal (halal tourism), salah satu strategi yang Indonesia ambil yaitu dengan meningkatkan keberadaan hotel syariah. Pemerintah melalui Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia telah membuat pedoman penyelenggaraan hotel syariah. Syariah yang dimaksud disini adalah prinsip-prinsip hukum islam sebagaimana yang diatur fatwa dan atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Pada tahun 2013, terdapat 37 hotel syariah yang telah bersertifikat halal dan 150 hotel menuju operasional syariah. Terdapat sebanyak 2.916 restoran dan 303 diantaranya telah bersertifikasi halal, dan 1.800 sedang mempersiapkan untuk sertifikasi.⁷

Untuk memasarkan industri pariwisata tersebut, tentunya diperlukan suatu proses promosi. Promosi adalah setiap upaya marketing yang fungsinya untuk memberikan informasi atau meyakinkan para konsumen yang potensial mengenai 4 kegunaan suatu produk atau jasa dengan tujuan untuk mendorong konsumen baik melanjutkan atau memulai pembelian pada harga tertentu. Proses promosi tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai media, seperti media cetak, media elektronik, maupun pameran. Dalam menggunakan media elektronik, sebagai contoh Jakarta sebagai Ibu Kota Negara Indonesia mulai

⁶ Mohsin, A., Ramli, N, dan Alkhulayfi, BA. 2016. *Halal*, 19: 137-143.

⁷ Kementrian Pariwisata. 2015. *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah*. Kementrian Pariwisata: Jakarta.

memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan sektor pariwisata, untuk dapat mengurangi pengiriman delegasi ke luar negeri. Selain Jakarta, Filipina juga menggunakan media sosial sebagai media promosi pariwisata. Penggunaan media sosial dipilih untuk menarik wisatawan kembali pasca topan Haiyan yang menyerang Filipina beberapa waktu lalu. Di samping itu, masyarakat Filipina juga sudah mulai sadar akan penggunaan internet dan media sosial. Sedangkan dalam menggunakan media cetak, dapat menggunakan brosur, leaflet, booklet, spanduk, poster, bahkan baliho sebagai alat promosi.⁸

Aceh merupakan sebuah provinsi yang sebenarnya memiliki potensi wisata yang besar, banyak daerah yang ada di Aceh mulai dari bagian timur, barat dan wilayah-wilayah lainnya masih belum terkelola dengan optimal. Maka dari itu, pemerintah perlu melakukan pengelolaan pusat-pusat destinasi wisata yang ada di Aceh dan juga melakukan promosi terhadap dunia luar bahwa Aceh memiliki potensi yang besar dalam sektor pariwisata. Promosi ini akan sangat berdampak pada perekonomian yang ada di aceh seperti menarik minat investor asing agar dapat memajukan destinasi wisata yang ada di Aceh. Ditambah lagi dengan latar belakang agama Islam yang kuat dibandingkan daerah lainnya yang ada di Indonesia, Aceh juga bisa menjadi destinasi wisata halal nasional bahkan internasional.

Sejauh ini, Pemerintah Aceh melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Aceh telah berupaya secara rutin menyelenggarakan event yang menarik dengan berbagai tema. Beberapa event tersebut merupakan agenda unggulan yang

⁸ Widya Andhyta P, *jurnal E, Kegiatan Promosi Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Kendal, 2014*, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

dinilai sangat produktif dan inspiratif untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke Aceh, diantaranya: Aceh Coffee Festival, Aceh Food Festival, Pemilihan Duta Wisata Aceh, Pacuan Kuda Tradisional di Aceh Tengah, dan lain-lain.

Wisata halal tentu saja membutuhkan sentuhan yang spesifik dibandingkan dengan wisata konvensional. Potensi yang sudah dimiliki Aceh apalagi ditambah dengan prestasi di atas kertas yang sudah diakui yaitu memenangkan 3 kategori; Aceh sebagai destinasi budaya ramah wisatawan muslim terbaik, Bandara Sultan Iskandar Muda sebagai bandara ramah wisatawan muslim terbaik, Masjid Baiturrahman Sebagai Daya Tarik Wisata Terbaik dalam Kompetisi Pariwisata Halal Nasional 2016 oleh Kementerian Pariwisata RI.⁹

Objek wisata halal yang akan penulis teliti berlokasi di Lhok Mata Ie yang terletak di Aceh Besar. Pemilihan lokasi ini dilakukan mengingat objek wisata tersebut masih belum ramai dikunjungi meskipun memiliki potensi yang sangat besar dan harus mendapat perhatian lebih dalam hal promosi. Karena ini menyajikan wisata *hiking/climbing* atau mendaki gunung, namun di balik itu terdapat hamparan pantai yang sangat indah. Fasilitas yang disediakan masih tergolong minim mengingat wisata halal ini lebih diutamakan pada wisatawan yang memiliki hobi mendaki gunung, sehingga fasilitas-fasilitas seperti spa halal, transportasi halal tidak disediakan dan fasilitas hotel halal tidak cocok disediakan pada objek wisata ini karena pengunjung lebih memilih untuk *camping* atau mendirikan tenda pribadi untuk lebih berbaur dengan alam.

⁹ Muis, 2020. *Perkembangan Peluang dan Tantangan Wisata Halal di Aceh*. Staff Pengajar STISIP Al Washliyah Banda Aceh. ADABIYA Vol. 22.

Sejauh yang peneliti telusuri, promosi terhadap wisata ini hanyalah berupa *review* dari para pengunjung melalui unggahan di akun Instagram mereka. Sedangkan dari pihak swasta melalui akun Instagram [@wisataaceh](#) juga mempromosikan wisata tersebut. Persamaan antara dua pihak tersebut adalah mempromosikan foto pemandangan pantai Lhok Mata Ie.

Menurut peneliti, strategi dalam mempromosikan suatu objek wisata tidak hanya sebatas menunjukkan foto saja, namun juga informasi lengkap lainnya sehingga para wisatawan yang ingin berkunjung sudah melakukan persiapan yang matang. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “***Strategi Promosi Wisata Halal Lhok Mata Ie Aceh Besar***”.

B. Rumusan Masalah

1. Strategi bagaimana yang diterapkan dalam promosi wisata halal Lhok Mata Ie?
2. Apa saja kendala yang dihadapi untuk menjalankan strategi promosi dalam memajukan wisata halal di Lhok Mata Ie ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, yang menjadi tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi promosi dalam memajukan wisata halal Lhok Mata Ie.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam menjalankan strategi promosi dalam memajukan wisata halal Lhok Mata Ie.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah dalam bidang studi ilmu komunikasi yang berkenaan dengan cara yang ditempuh untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Sehingga perbandingan antara teori yang peneliti jabarkan dengan fakta yang peneliti dapatkan melalui penelitian dapat menjadi acuan dalam penerapan ilmu komunikasi

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti dan pihak lainnya, dan untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan terhadap perkembangan dan pembinaan akademik serta dapat menjadi bahan referensi dalam penelitian selanjutnya.

Melalui penelitian ini juga diharapkan menjadi motivasi kepada peneliti selanjutnya untuk mensosialisasikan strategi promosi kepada pihak-pihak terkait ataupun pengelola objek wisata halal agar menunjang aspek pariwisata di Aceh.

E. Variabel Penelitian

Variabel Independen : Strategi Promosi

Variabel Dependen : Wisata halal Lhok Mata Ie Aceh Besar

F. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono, definisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu

yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁰

Oleh sebab itu, dapat peneliti uraikan penjelasan mengenai judul penelitian sebagai berikut:

1) Strategi Promosi

Menurut Daryanto, strategi promosi adalah suatu rencana permainan untuk mencapai sasaran yang diinginkan dari suatu unit bisnis.¹¹

2) Lhok Mata Ie

Lhok Mata Ie, adalah salah satu pantai yang tersembunyi di daerah Ujong Pancu, Aceh Besar. Lokasi ini tidak terlalu jauh dari Pelabuhan Ulee Lheue Banda Aceh. Pantai ini sangat menarik, karena suasana sekitar pantai yang terletak di antara perbukitan, dan ukuran pantainya sekitar 20 hingga 30 meter sehingga memungkinkan pengunjung untuk melakukan berkemah.

¹⁰ Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta), hal: 60

¹¹ Daryanto, *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. (Bandung: Satu Nusa. 2011), hal 85.