

**KONSEP DAN PERENCANAAN KOMUNIKASI PARIWISATA  
DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN SIMEULUE  
DALAM PENYEBARAN INFORMASI WISATA HALAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh**

**ZAKIYAH ULFA**

**NIM. 140401019**

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
1442 H / 2021 M**

**SKRIPSI**

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

**Oleh**

**ZAKIYAH ULFA  
NIM. 140401019**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing I,**



**Zainuddin T., M.Si  
NIP. 19701104 200003 1 002**

**Pembimbing II,**



**Syahril Furgany M.I.Kom  
NIP. 2041079023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Zakiyah Ulfa

NIM : 140401019

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.



di, 18 Januari 2021  
Menyatakan,

Zakiyah Ulfa  
NIM. 140401019

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan anugrah dan karunia-Nya. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW sebagai suri teladan bagi ummatnya dan menuntun ummatnya kejalan yang dirahmati Allah.

Alhamdulillah berkat kasih sayang Allah dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Konsep dan Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Simeulue dalam Penyebaran Informasi Wisata Halal”**. Skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam penyelesaian skripsi tidak lepas dari dukungan, bantuan dan doa dari banyak pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orangtua tercinta ayahanda Darsuin Ahby dan Ibunda Hasana yang sangat berjasa memberikan kasih sayang yang besar, doa dan dukungan baik moril dan materil sehingga dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.
2. Bapak Dr.Fakhri, S.Sos, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan izin penelitian ini
3. Bapak Dr.Hendra Syahputra.,SE.,MM selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan banyak bantuan
4. Bapak Zainuddin. T, S.Ag.,M.Si selaku pembimbing utama dan bapak Syahril Furqany, M.I.Kom selaku pembimbing kedua yang dengan sangat professional dan tanggung jawab telah membimbing, memberi saran, nasehat dan dukungan kepada penulis dari awal hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

5. Bapak Abdul Karim, S.Pd selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Simeulue dan segenap Kepala bidang Promosi, Kepala Bidang Pengembangan Destinasi dan pelaku usaha pariwisata serta masyarakat Simeuleu yang telah membantu penulis dalam proses penelitian.
6. Bapak dan ibu dosen KPI yang telah mendidik dan mengajarkan penulis selama menempuh pendidikan.
7. Kepada nanda, eva, sri, upa, yuyun dan para sahabat penulis lainnya dari kelas Internasional tercinta yang selalu mendukung dan memberi semangat disaat mood tidak baik yang telah bersama penulis dari awal perkuliahan serta seluruh teman-teman angkatan 2014 jurusan KPI

Banda Aceh, 1 Januari 2020

Penulis

Zakiyah Ulfa

NIM. 140401019

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Definisi Operasi.....	6
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>8</b>
A. Penelitian Sebelumnya yang Relevan.....	8
B. Konsep dan Perencanaan Komunikasi Pariwisata.....	10
1. Pengertian Komunikasi Pariwisata.....	10
2. Perencanaan Komunikasi Pariwisata.....	17
3. Konsep Perencanaan komunikasi Pariwisata.....	26
C. Model Komunikasi Pariwisata.....	28
D. Informasi Wisata Halal dan Media Penyebarannya.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	42
B. Lokasi Penelitian.....	43
C. Subjek Penelitian.....	43
D. Tehnik Pengumpulan Data.....	44
E. Tehnik Analisis Data.....	45
<b>BAB IV.....</b>	<b>46</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	46
1. Struktur Organisasi.....	46
2. Visi dan Misi.....	47
B. Konsep dan Perencanaan Komunikasi Pariwisata dinas Kebudayaan dan Kabupaten Simeulue.....	48
1. Sosialisasi.....	50
2. Pelatihan.....	54
3. Pembuatan Buku Travel Guide.....	60

C. Model Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue dalam Penyebaran Informasi Wisata Halal.....	61
D. Pemahaman SDM Pariwisata Simeulue Terhadap Informasi Wisata Halal.....	64
E. Analisis Data.....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Masyarakat Mempromosikan Destinasi wisata Simeulue Melalui Instagram .....	53
Gambar 4.2 peserta sedang Mendengarkan Materi Surfing.....	57
Gambar 4.3 Peserta sedang Mendengarkan arahan dari pemateri .....	58
Gambar 4.4 Kepala Sedang Memberikan Materi.....	59
Gambar 4.5 Buku Panduan Wisata Kabupaten Simeulue.....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Lampiran 2 : Dokumentasi Hasil Penelitian

Lampiran 3 : Surat Keputusan Pembimbing Skripsi

Lampiran 4 : Surat Izin Melakukan Penelitian

Lampiran 5 : Surat Telah Menyelesaikan Penelitian

Lampiran 6 : Daftar Riwayat hidup

## ABSTRAK

Wisata halal merupakan bagian dari industri pariwisata, dalam pengelolaannya membutuhkan SDM pariwisata yang memumpuni dibidangnya, SDM pariwisata yang disebutkan adalah pemerintah, pelaku usaha, stakeholder dan juga masyarakat. Berdasarkan persoalan ini, maka yang ingin diteliti adalah Konsep dan Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue dalam Penyebaran Informasi Wisata Halal. Penelitian ini berusaha mengkaji bagaimana konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata dan kebudayaan dan pariwisata Simelue dalam penyebaran informasi wisata halal, model komunikasi yang digunakan dalam penyebaran informasi wisata halal, serta bagaimana Pemahaman SDM pariwisata Simeulue mengenai informasi yang disebarkan oleh Dinas Kebudayaan dan pariwisata Simeulue. Untuk menjawab permasalahan tersebut, maka digunakan metode penelitian *deskriptif analitis* dengan pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeuleu, Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata, Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata, Tokoh Masyarakat dan Pelaku Usaha. Sumber data diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi. Hasil penelltian menyimpulkan bahwa konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue dilakukan dengan sosialisasi, pelatihan-pelatihan, pembuatan buku Travel Guide, serta kerja sama dengan komunitas-komunitas dibidang pariwisata. Model komunikasi yang digunakan dalam penyebaran informasi wisata halal berupa model komunikasi satu langkah (*one step flow*) dan model komunikasi multilangkah (*many steps flow*). Serta pemahaman SDM pariwisata Simeulue sendiri belum begitu memumpuni tentang wisata halal.

Kata kunci; perencanaan, komunikasi pariwisata, SDM, wisata halal

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Otonomi daerah telah memberikan kewenangan, hak dan kewajiban bagi pemerintah daerah untuk mengatur urusan rumah tangganya sendiri sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku, diluar urusan politik luar negeri dengan asas desentralisasi, dekosentrasi dan asas pembantuan tugas. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam undang-undang nomor 32 tahun 2004 tentang otonomi daerah<sup>1</sup>. Pemberian wewenang kekuasaan kepada pemerintah daerah diharapkan dapat mempercepat pemerataan keadilan dan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat indonesia, meningkatkan pelayanan umum secara maksimal dari lembaga pemerintah dan juga membangun daya saing antar daerah. Dengan semangat otonomi, Pemerintah daerah juga diharapkan mampu mandiri secara finansial dan tidak terlalu bergantung pada pendanaan dari pemerintah pusat untuk menjalankan roda pemerintahannya. Salah satunya dengan mengelola sumberdaya alam daerahnya sendiri secara kreatif sehingga dapat menambah pemasukan pendapatan asli daerah (PAD).

Pengelolaan SDA yang kreatif salah satunya adalah dengan membangun dan memajukan sektor pariwisata di daerah sesuai dengan kekhasan dan keunikan masing masing daerah. Sektor pariwisata yang dikelola dengan serius terbukti dapat meningkatkan PAD, pembangunan dan perekonomian suatu daerah, perbaikan infrastruktur, serta penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat di daerah. Lebih jauh lagi, pariwisata juga mampu membuka jalan dalam pengembangan sumber daya manusia di suatu wilayah yang pada akhirnya sangat berperan dalam pengentasan kemiskinan.

Salah satu daerah dengan SDA yang luar biasa dan potensi wisata yang sangat besar adalah kabupaten Simeeulue. Kabupaten penghasil kelapa dan cengkeh ini

---

<sup>1</sup> <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/40768/uu-no-32-tahun-2004> diakses pada 10 oktober 2019

memiliki luas wilayah 2.051,48 km dengan jumlah penduduk 80,279 jiwa. Sebagai wilayah gugusan kepulauan yang terdiri dari 147 pulau dan tiga pulau berpenduduk, objek wisata bahari and objek wisata surfing adalah andalan utama sektor pariwisata di kabupaten ini. kabupaten Simeulue termasuk dari sepuluh wilayah di indonesia yang menjadi rujukan bagi wisatawan untuk melakukan wisata surfing. Hampir seluruh pantai disimeulue dapat dijadikan spot wisata surfing keindahan ombak di pantai simeulue tak perlu diragukan hal ini terbukti dengan diadakan Aceh international surfing championship 2017 dan Aceh international surfing championship 2018 yang mana acara ini digelar secara resmi oleh World surf league(WSL) dan asian surfing championship (ASC). Selain itu, objek wisata sejarah dan budaya juga menjadi daya tarik wisata simeulue sebagai contoh budaya nandong, smong dan sejarah penyebaran agama islam di simeulue oleh Teungku diujung

Produk daya tarik wisata Simeulue perlu diperkenalkan dan dijual kepada wisatawan dalam dan luar negeri untuk menarik minat wisatawan berkunjung. Sehingga dari banyak opsi destinasi wisata yang ada wisatawan memilih Simeulue sebagai destinasi yang cocok untuk di kunjungi. Promosi dan aktifitas pemasaran pariwisata ini memerlukan strategi dan branding khusus. Pemerintah provinsi dan pemerintah daerah saling membantu dan bekerja sama untuk mempromosikan wisata simeulue. salah satu upaya promosi yang di lakukan adalah dengan mengadakan event-event wisata yang bertaraf nasional dan international. Sebagai contoh, melalui program kalender wisata aceh yang terdiri dari 100 event wisata tahun 2019. Pemerintah mengadakan kemah wisata nusantara di kabupaten simeulue sebagai salah satu upaya memperkenalkan dan menjual potensi wisata simeulue kepada wisatawan dalam dan luar negeri.

Sebagai kabupaten yang menjadi bagian dari provinsi Aceh, Simeulue juga ikut memasarkan daerahnya sebagai tujuan wisata halal yang aman bagi wisatawan muslim dan non muslim. Hal ini sesuai dengan kebudayaan dan adat istiadat masyarakat Aceh yang tidak lepas dari syariat islam dalam kehidupan kesehariannya. Sejak 2016 pemerintah Aceh memperjelas kedudukan pariwisata

Aceh sebagai destinasi wisata halal dunia. Hal ini dilihat dari strategi pemasaran pariwisata aceh yang dilakukan dengan memperkenalkan brand pariwisata aceh yang dikenal dengan slogan *The light of Aceh*. Slogan ini merefleksikan semangat bagi seluruh masyarakat yang disatukan melalui syariat islam yang rahmatan lilalamin sebagai cahaya benderang yang mengajak pada nilai-nilai kebaikan kemakmuran dan memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak<sup>2</sup>.

Promosi potensi wisata Simeulue dan pemasaran wisata yang dilakukan pemerintah tidak akan maksimal tanpa memperhatikan sumber daya manusia (SDM) di daerah. Melihat bahwa Pariwisata merupakan sektor industri komplek yang melibatkan banyak pihak sehingga keberhasilan sektor pariwisata juga ditentukan dengan baiknya kerjasama antara pemerintah, masyarakat, penyedia jasa dan pelaku wisata. SDM pariwisata adalah seluruh aspek manusia yang mendukung kegiatan wisata baik yang bersifat tangible maupun intangible yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mewujudkan terciptanya kepuasan wisatawan serta berdampak positif terhadap ekonomi, kesejahteraan dan kelestarian lingkungan dan budaya di kawasan wisata tersebut.

Untuk mewujudkan pariwisata sebagai jalan keluar dalam peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat, maka keterlibatan masyarakat dalam sektor ini adalah hal yang mutlak. Pengembangan pariwisata yang aktif melibatkan partisipasi masyarakat bertujuan untuk kesinambungan yang muncul dari kepedulian akan kelestarian aset pariwisata daerah dan kebermanfaatnya bagi masyarakat setempat agar pariwisata tidak dikuasai oleh pihak luar dan berdampak langsung bagi kesejahteraan masyarakat.

Pariwisata Simeulue sendiri belum berdampak positif bagi pembangunan ekonomi masyarakat, keterlibatan partisipasi masyarakat dalam sektor inipun masih sangat kurang. Hal ini dapat dilihat dari kurangnya penyediaan sektor jasa yang mendukung pembangunan pariwisata seperti jasa travel, toko souvenir, dan restoran ditambah lagi sektor akomodasi yang berupa penginapan dan resort- resort serta

---

<sup>2</sup> <http://disbudpar.acehprov.go.id/branding-baru-the-light-of-aceh/> diakses pada 22 Desember 2019

homestay sebagian besar bukanlah milik masyarakat daerah namun dananya berasal dari pihak luar, baik pihak luar daerah maupun luar negeri.

Pemerintah daerah sebagai pemimpin harus mampu mendukung dan memotivasi SDM dibawahnya serta mampu mengajak masyarakat untuk ambil peran dalam pembangunan dan pengembangan sektor pariwisata ini. oleh sebab itu pemerintah khususnya Dinas kebudayaan dan Pariwisata Simeulue ditantang untuk mencari pola baru dalam menjawab persoalan ini. langkah awal yang dapat dilakukan oleh pemerintah adalah dengan membangun komunikasi pariwisata yang baik. Yaitu dengan membentuk konsep serta perencanaan komunikasi yang di ambil sebagai pola awal bagaimana komunikasi itu sendiri akan disampaikan. Perencanaan pada hakikatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus menerus dan dikelola untuk memilih alternative yang terbaik dari berbagai alternative yang ada untuk mencapai tujuan tertentu<sup>3</sup>.

Dengan begitu maka informasi tentang pariwisata yang ingin disampaikan oleh pemerintah kepada masyarakat tersampaikan dengan maksimal yang pada akhirnya tujuan untuk mengajak dan mendukung masyarakat daerah tentang pariwisata akan berhasil. Namun untuk membangun komunikasi pariwisata yang baik maka diperlukan konsep dan perencanaan yang matang, sehingga proses komunikasi yang akan dilakukan oleh pemerintah berjalan dengan lancar. Berdasarkan dari latar belakang yang telah disampaikan, maka penelitian ini dimaksud

udkan untuk mengetahui **Konsep dan Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Simeulue dalam Penyebaran Informasi Wisata Halal.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dan fokus penelitian tersebut, peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

---

<sup>3</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, Cet 1 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), Hal.22

1. Bagaimana konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata dinas kebudayaan dan pariwisata dalam penyebaran informasi wisata halal
2. Bagaimana model komunikasi yang digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue dalam Menyebarkan informasi wisata halal.
3. Bagaimana SDM pariwisata memahami informasi tentang wisata halal yang disebarkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue.

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata dinas kebudayaan dan pariwisata Simeulue dalam penyebaran informasi wisata halal
2. Untuk mengetahui model komunikasi yang digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue dalam menyebarkan informasi wisata halal
3. Untuk mengetahui bagaimana SDM pariwisata memahami informasi yang disebarkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue tentang wisata halal

### **D. Manfaat penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan diperoleh manfaat:

1. Secara praktis  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan rujukan bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue dalam pengembangan potensi wisatanya di daerah dengan menggunakan konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata yang benar.
2. Manfaat akademis  
Penelitian ini diharapkan memberi wawasan ilmiah kepada civitas akademika khususnya bagi yang belajar di jurusan pariwisata dan komunikasi sebagai acuan untuk menambah khazanah keilmuannya.

## **E. Definisi Operasional**

### **1. Konsep dan Perencanaan komunikasi**

Konsep menurut menurut kbri adalah 1. Rancangan. 2. Ide atau pengertian yang diabstrakkan dari peristiwa kongkret. 3. Gambaran mental dari objek, proses, atau apapun diluar bahasa, yang digunakan akal budi untuk memahami hal-hal lain.<sup>4</sup>

Perencanaan komunikasi (PK) adalah upaya membuat rancangan pelaksanaan suatu program komunikasi, untuk mengkampanyekan, menyosialisasikan atau mempromosikan suatu “Produk” (program, jasa, atau lembaga) kepada khalayak sarannya dengan harapan tercapainya tujuan komunikasi tersebut.

Sedang menurut para ahli perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak hanya mencakup media massa, dan komunikasi antarpribadi, tapi setiap aktifitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu di antar individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi (Jonh Middleton, 1978, dalam Cangana 2013, 45).<sup>5</sup>

### **2. Pariwisata halal**

Pariwisata halal adalah kegiatan perjalanan yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, Pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariat. Pariwisata halal (Kementrian Pariwisata 2012). Pariwisata halal dimanfaatkan oleh banyak orang karena kharakteristik produk dan jasanya bersifat universal. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisatadalam pariwisata halal adalah sama dengan produk, jasa,

---

<sup>4</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsep> diakses pada 25 des 2019

<sup>5</sup> Kenmada Widjajanto, *Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi* (Bandung: CV Ultimus, 2013), Hal 7

objek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai syariah. Jadi pariwisata halal tidak hanya sebatas wisata religi.<sup>6</sup>

### 3. Informasi

Informasi merupakan salah satu elemen dalam komunikasi berupa pesan yang ditransmisikan melalui media komunikasi oleh komunikator kepada komunikan yang selanjutnya informasi ini berguna untuk pengambilan keputusan atau untuk menambah pengetahuan dan wawasan.

Menurut Davis informasi adalah data yang diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Aan Jaelani yang berjudul "*Industri Pariwisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek (Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects)*", (Cirebon), (Online), ([https://mpira.ub.uni-muenchen.de/76237/1/MPRA\\_paper\\_76237.pdf](https://mpira.ub.uni-muenchen.de/76237/1/MPRA_paper_76237.pdf) diakses 25 Desember 2019).

<sup>7</sup> Abdul Kadir, *Pengenalan Sistem Informasi* (Yogyakarta: Andi, 2003), hal 28

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Sebelumnya yang Relevan

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan bidang keilmuan yang sedang ditempuh oleh peneliti di prodi komunikasi dan Penyiaran Islam . pada bab sebelumnya peneliti telah merumuskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, fokus penelitian, tujuan dikedua, kedua, n manfaat penelitian. Selanjutnya penelitian ini memerlukan penelitian terdahulu sebagai sandaran suatu penelitian. Penelitian yang akan dilakukan mengacu pada konsep teori komunikasi dan teori pembangunan pada bidang pariwisata. Beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan berkenaan tentang konsep tersebut sebagai berikut.

Penelitian yang dilakukan oleh Suci Feridha (2018) mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Jang berjudul *Model Komunikasi dalam Pengelolaan wisata Halal di Aceh Besar dan Banda Aceh*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model-model komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh dalam mengelola wisata halal di Aceh.

Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa model komunikasi yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mengelola wisata halal di Aceh dalah model komunikasi Lasswell dan model komunikasi dua arah. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan tehnik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data adalah wawancara, observasi, dokumentasi, studi pustaka dan penelusuran internet.

Penelitian kedua dilakukan oleh Firdaus Fadhli (2018) dalam skripsinya yang berjudul *Analisis Perencanaan komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Aceh dalam Mempromosi Wisata Halal* dengan tujuan penelitian untuk mengetahui perencanaan komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata provinsi Aceh dalam mempermosikan wisata halal serta untuk menegetahui pelaksanaan

dalam perencanaan komunikasi Dinas Kebudayaan dan pariwisata Provinsi Aceh dalam mempromosikan wisata halal di aceh. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis dengan pendekatan kualitatif, tehnik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi.

Sedang hasil penelitian ini menyebutkan bahwa perencanaan komunikasi Disbudpar Aceh dirancangenelitian ini menggunakan menelitian ini menggunakan m untuk mencapai tujuan yang diharapkan dalam kegiatanpromosi wisata halal di Aceh. Tujuan tersebut dirancang untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dan memahami destinasi wisata halal yang dijalankan. Kegiatan promosi wisata halal di Aceh perlu perencanaan yang konprehensif akan memudahkan promosi, publikasi dan penyiapan destinasi wisata halal. Kemudian implementasi perencanaan komunikasi Disbudpar Aceh dibentuk dalam mempromosikan wisata halal, mengembangkan konsep wisata halal yang sudah ada seperti, wisata Tsunami, wisata budaya, wisata sejarah, serta wisata kuliner kedalam konsep wisata halal dengan memberikan sertifikasi halal kepada pelaku usaha, mengajak masyarakat industri pariwisata terus membentuk produk-produknya, mengajak sentral-sentral industri wisata.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Melly Indri Saputri (2018) dalam skripsinya yang berjudul *Komunikasi Pariwisata Lombok dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Halal* dengan tujuan penelitian untuk mengetahui dan menggambarkan bagaimana komunikasi pariwisata Lombok dalam membangun citra destinasi wisata halal. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa komunikasi pariwisata Lombok dalam membangun citra destinasi wisata halal sudah sesuai dengan kajian dalam buku Burhan Bungin yang berjudul “Komunikasi Pariwisata”. Diantara kajian tersebut yaitu; komunikasi pemasaran, brand destinasi, manajemen komunikasi pariwisata, komunikasi transportasi pariwisata, komunikasi visual

pariwisata, komunikasi kelompok pariwisata, komunikasi online pariwisata, public relation dan MICE, dan riset komunikasi pariwisata.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Momi Rizkia (2018) dalam skripsinya yang berjudul *Bentuk Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Menerapkan Pariwisata Islami di Kabupaten Aceh Singkil*. Dengan tujuan penelitiannya untuk mengetahui program apa saja yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam menerapkan pariwisata islami di Kabupaten Aceh Singkil. Kemudian untuk komunikasi apa yang digunakan dinas pariwisata dalam menerapkan pariwisata islami di Aceh Singkil serta untuk mengetahui hambatan dan keberhasilan dinas pariwisata dalam menerapkan pariwisata islami di Kabupaten Aceh Singkil. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dan dalam pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang digunakan Dinas Pariwisata dalam menerapkan pariwisata islami di Kabupaten Aceh Singkil, lebih mengedepankan komunikasi kelompok, seperti mengadakan pelatihan-pelatihan, seminar. Program-program yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam menerapkan pariwisata islami di Aceh Singkil berupa program yang meliputi; Gerakan Sadar Wisata, Pelatihan Guide, pelatihan Homestay serta sosialisasi-sosialisasi lainnya.

## **B. Konsep dan Perencanaan Komunikasi Pariwisata**

### **1. Pengertian Komunikasi Pariwisata**

Komunikasi secara umum dapat diartikan sebagai suatu kegiatan mentransfer informasi dari komunikator kepada komunikan menggunakan media tertentu dengan tujuan untuk menyampaikan ide dan pendapat, mendidik maupun mempengaruhi objek yang menjadi tujuan komunikasi.

Secara etimologi, pariwisata berasal dari kata sanskerta, yaitu “pari” berarti ‘banyak, berkali-kali, berputar-putar’, dan “wisata” berarti ‘perjalanan’ atau ‘bepergian. Berdasarkan arti kata ini, pariwisata dapat didefinisikan sebagai

perjalanan yang dilakukan berkali-kali dengan maksud dan tujuan yang tertentu<sup>8</sup>. Menurut UU Republik Indonesia No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, mendefinisikan wisata sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mengunjungi suatu tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, mengembangkan pribadi, atau untuk mempelajari daya Tarik wisata yang dikunjunginya<sup>9</sup>. Seluruh aktifitas kegiatan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, termasuk berbagai fasilitas layanan dan jasa yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha maupun pemerintah serta segala jenis usaha yang terkait dengan bidang tersebut, didefinisikan dengan istilah pariwisata.

Suwantoro (1997:3-4) menyatakan pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan, misalnya, untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin tahu sesuatu sehingga terdorong untuk bepergian dengan motif berbagai kepentingan, seperti ekonomi, sosial, kebudayaan, agama, kesehatan, dan kepentingan lain seperti ingin tahu, menambah pengalaman atau untuk meneliti<sup>10</sup>.

Secara historis, manusia melakukan perjalanan wisata telah terjadi sejak adanya peradaban dunia. Di masa prasejarah, manusia melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain sebagai bentuk gaya dan cara bertahan hidup. Berlanjut di masa primitif, manusia melintasi tempat-tempat yang jauh untuk menghindari iklim yang ekstrim sehingga dapat mendukung keberlangsungan hidupnya. Pada masa kebangkitan islam, perjalanan wisata didasari atas motivasi agama untuk menambah keimanan seperti halnya melakukan perjalanan haji dan umrah sebagai salah satu bagian dari rukun islam yang dilakukan oleh ummat islam seluruh dunia setiap tahunnya. Hingga pada masa modern, dengan kemudahan teknologi informasi dan transportasi serta tersedianya akomodasi yang memadai, menyebabkan meningkatnya minat masyarakat dunia baik dari kalangan atas maupun menengah untuk melakukan wisata, perjalanan wisata menjadi kebutuhan

---

<sup>8</sup> Bugaran Antonius Simantuntak dkk, *Sejarah Pariwisata Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), hal. 1

<sup>9</sup> Ibid, hal. 2

<sup>10</sup> Ibid. hal 3

bagi masyarakat dunia dengan motif dan tujuan tertentu baik untuk mengunjungi keluarga atau untuk melepas lelah dari penatnya beban pekerjaan.

The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) mengatakan, pada tahun 2013 lalu, tercatat ada sekitar 1,087 miliar jiwa turis yang lalu lalang Antara Negara yang satu dengan Negara yang lainnya. Angka ini pun tumbuh 5% dibandingkan tahun 2012. Tujuan perjalanan wisata inipun beraneka. Namun, sekitar 51% atau yang terbesar adalah berekreasi atau berliburan. Selanjutnya disusul dengan tujuan mengunjungi keluarga atau teman, alasan kesehatan, dan lainnya dengan porsi 27% sedangkan yang terakhir, mereka melakukan perjalanan untuk tujuan bisnis atau professional dengan angka 15%. UNWTO pun memprediksikan bahwa jumlah turis itu akan terus bertambah menyentuh angka 1,8 miliar jiwa pada tahun 2030 mendatang<sup>11</sup>

Melihat potensi yang ada, menjadikan pariwisata sebagai sektor bisnis yang memerlukan perhatian khusus, Dan hal ini telah menjadi konsentrasi semua Negara, baik Negara maju, Negara berkembang hingga Negara islam. Semua bersaing mempromosikan keunggulan negaranya masing-masing. Pasalnya, sektor industri pariwisata dapat menjadi magnet untuk terciptanya berjuta lapangan kerja lainnya dan sektor industri ini juga merupakan salah satu penyumbang devisa Negara terbesar. Menurut hitungan UNWTO, sektor pariwisata bisa memberi kontribusi sebesar 9% pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebuah Negara. Bentuknya pun beragam, mulai dari investasi, baik langsung maupun tidak langsung, atau efek domino lainnya<sup>12</sup>.

Menurut IUOTO ( *International Union of Official Travel Organization*) yang dikutip oleh Spillane (1993), pariwisata mestinya dikembangkan oleh setiap Negara karena delapan alasan utama seperti berikut ini: (1) pariwisata sebagai pemicu perkembangan ekonomi nasional maupun internasional. (2) pemicu kemakmuran melalui perkembangan komunikasi, transportasi, akomodasi, jasa-jasa lainnya. (3) pelestarian khusus terhadap pelestarian budaya, nilai-nilai sosial agar bernilai

---

<sup>11</sup> Sapta Nirwandar, *Building Indonesia Tourism and Creative Industry* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), Hal. 4

<sup>12</sup> Ibid hal 5

ekonomi. (4) pemerataan kesejahteraan yang diakibatkan adanya konsumsi wisatawan pada suatu destinasi wisat. (5) Penghasil devisa. (6) Pemicu perdagangan internasional. (7) pemicu pertumbuhan dan perkembangan lembaga pendidikan profesi pariwisata maupun lembaga yang khusus yang membentuk jiwa hospitality yang handal dan santun, dan (8) Pangsa pasar bagi produk lokal sehingga aneka ragam produk terus berkembang, seiring dinamika sosial ekonomi pada daerah suatu destinasi<sup>13</sup>.

Di era sekarang, pariwisata dipandang sebagai bisnis modern sebab konsep pariwisata mendefinisikan dirinya sebagai produk bisnis modern. Jadi semua produk pariwisata didesain sebagai produk bisnis, mulai dari destinasi, ekonomi kreatif, transportasi, perhotelan, venue rekreasi, atraksi seni dalam paket-paket wisata yang menarik, mengagumkan, menantang dan mengesankan.<sup>14</sup>

Destinasi pariwisata modern sangat kompleks dan kapitalistik, dengan demikian pengolahan pariwisata modern harus menggunakan manajemen bisnis yang akurat dan terukur. Dalam manajemen pariwisata modern seluruh hal ihwal pariwisata harus dipetakan berdasarkan jenis usaha yang dikelola dengan baik, sehingga manajemennya menjadi baik dan dapat dibangun koneksitas yang baik pula diantara jenis-jenis usaha pariwisata itu. Saat ini seluruh kompleksitas pariwisata dapat dikelompokkan berdasarkan komponen dan elemen penting.

Pariwisata modern dapat dikelompokkan dalam beberapa komponen penting, yaitu; (1) destinasi, (2) Transportasi, (3) Pemasaran pariwisata, (4) Sumber daya. Dalam perspektif yang lain, pemerintah Indonesia mengklasifikasikan komponen pariwisata ke dalam beberapa bagian penting seperti; (1) industry pariwisata, (2) destinasi pariwisata, (3) Pemasaran pariwisata, dan (4) kelembagaan pariwisata.

Johnpaul (2015) mengatakan, komponen utama pariwisata adalah terdiri dari; (1) aksesibilitas, (2) akomodasi, dan (3) atraksi. Adapaun menurut Ramesh (2015) komponen pariwisata terpenting adalah; (1) akomodasi, (2) aksesibilitas, (3) fasilitas, (4) atraksi, dan (5) aktivitas.

---

<sup>13</sup> Gusti Bagus Rai Utama, *Pengantar Industri Pariwisata*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), Hal. 9

<sup>14</sup> Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata Pemasaran dan Brand Destinasi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015 ) hal 85

Komponen dan elemen-elemen pariwisata itu terus akan berkembang sesuai dengan kreatifitas *stakeholder* pariwisata di suatu destinasi Negara atau destinasi venue wisata. Kemajuan teknologi informasi dan transportasi saat ini menyebabkan berbagai destinasi dapat berinteraksi dengan mudah dan dapat bertukar pengalaman. Sehingga perkembangan destinasi disesuaikan dengan kekuatan modal pariwisata<sup>15</sup>

Dengan kompleksitas industri pariwisata, komunikasi pariwisata yang baik sangatlah penting sebagai sebuah usaha untuk memajukan industri pariwisata setiap destinasi diberbagai daerah dan Negara. Kajian ilmu komunikasi dan ilmu pariwisata memiliki hubungan yang erat satu sama lain. Komunikasi membantu pemasaran pariwisata diberbagai elemen pemasaran, komunikasi berperan memberi informasi pariwisata diberbagai media komunikasi. Komunikasi juga berperan untuk mengedukasi dan memberi informasi yang berkenaan tentang pariwisata kepada sumberdaya pariwisata, baik itu pemerintah, masyarakat, wisatawan serta penyedia jasa yang ikut andil dalam industri pariwisata.

Peran komunikasi bukan saja pada pemasaran pariwisata, namun pada semua komponen dan elemen pariwisata, memerlukan peran komunikasi, baik itu komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi persuasif serta komunikasi lainnya<sup>16</sup>. Dunia pariwisata selalu saling melengkapi dengan seluruh komponen dan elemennya sehingga memerlukan komunikasi yang baik untuk mengkomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan aksesibilitas, mengkomunikasikan destinasi kepada konsumen bisnis pariwisata sendiri dan juga mengkomunikasikan sumber daya kepada wisatawan dan stakeholder pariwisata termasuk juga membentuk kelembagaan pariwisata.

Komunikasi dan pariwisata adalah dua hal yang tidak terpisahkan. Dalam kajiannya masing- masing bidang ilmu baik komunikasi dan pariwisata menyumbang hal- hal yang diperlukan untuk membangun dan memajukan pariwisata. Komunikasi menyumbang teori-teori komunikasi persuasif, teori komunikasi massa, teori komunikasi interpersonal, dan teori komunikasi kelompok

---

<sup>15</sup> *Ibid.* hlm. 87

<sup>16</sup> *Ibid.* hlm 88

serta teori komunikasi lainnya. Sementara pariwisata menyediakan *field* kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke destinasi, dan SDM serta kelembagaan kepariwisataan<sup>17</sup>.

Komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian utama yang dapat dikembangkan sebagai bidang-bidang yang menarik. Bidang-bidang ini akan terus berkembang seiring dengan berkembangnya kajian pariwisata dari waktu ke waktu. Bidang kajian yang dimaksud adalah

1) Komunikasi pemasaran pariwisata

Bidang komunikasi pemasaran (*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.

2) Brand Destinasi

Brand destinasi adalah kajian tentang brand destinasi dalam konteks brand produk destinasi, dimana brand destinasi adalah media dan pesan itu sendiri dalam konteks dan proses komunikasi pemasaran secara umum dan khususnya di dalam konteks pemasaran pariwisata.

Manajemen Komunikasi Pariwisata

Kajian ini mengulas mengenai bagaimana manajemen diterapkan di bidang komunikasi pariwisata, yaitu bagaimana memenej pemasaran pariwisata, memenej aksesibilitas dan memenej SDM serta kelembagaan pariwisata. Bagaimana peran pemimpin dan leadership, bagaimana memenej orang-orang, memenej anggaran dan memenej alat-alat dan mesin komunikasi pariwisata serta juga memenej berbagai saluran media komunikasi yang digunakan dalam komunikasi pariwisata

3) Komunikasi Transportasi Pariwisata

Masyarakat pariwisata (*community tourism*) memerlukan informasi tentang aksesibilitas ke destinasi pariwisata. Karena itu salah satu yang terpenting adalah informasi transportasi ketika akan bepergian ke destinasi pariwisata.

---

<sup>17</sup> Ibid hlm 92

Kajian komunikasi pariwisata ini menyangkut media atau saluran-saluran komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi transportasi pariwisata, dampak informasi terhadap masyarakat pariwisata, umpan balik yang diharapkan. Kajian juga menyangkut tentang alat dan jenis transportasi, anggaran yang diperlukan, masalah keamanan dan keselamatan transportasi, transportasi alternative, dan konektivitas dengan akomodasi perhotelan, motel serta *guesthouse*, dan sebagainya apabila ada keadaan *emergency* di jalan. Prinsip utama di dalam transportasi komunikasi ini adalah keamanan, kenyamanan, keterjangkauan, dan kenangan.

#### 4) Komunikasi Visual Pariwisata

Bidang komunikasi visual pariwisata adalah bidang desain grafis yang sangat menantang di bidang industri pariwisata. Dikarenakan bidang ini selalu berkembang di masa depan dimana kajiannya diarahkan kepada komunikasi entrepreneurship, kreativitas, seni, dan kebebasan berkoreasi. komunikasi visual pariwisata mengambilsisi kajian konseptual konten komunikasi yang diterapkan pada industri kreatif yang menghasilkan souvenir, cenderamata, oleh-oleh yang memiliki ikon local tourism yang berkesan dan menjadi brand pariwisata.

#### 5) Komunikasi Kelompok Pariwisata

Bidang komunikasi kelompok pariwisata menyangkut kemampuan pribadi pelaku pariwisata baik pemilik destinasi, penguasa venue atau bahkan kemampuan pribadi-pramuwisata dan pandu wisata. Bisnis pariwisata bukan bisnis personal, namun bisnis yang dijalankan secara kelompok sehingga keterampilan komunikasi kelompok menjadi penting.

#### 6) Komunikasi Online Pariwisata

Media online menjadi kajian tersendiri didalam komunikasi pariwisata, karena itu media online tidak hanya dapat digunakan sebagai media pemasaran pariwisata, namun juga dapat digunakan untuk berbagai kepentingan di dalam dunia pariwisata. Ada lima kemampuan media online saat ini, yaitu kemampuan menyimpan (upload) informasi, kemampuan

mengolah informasi, kemampuan mengeluarkan informasi (download), menyebarkan komunikasi

dan kemampuan mengkonstruksi citra informasi.

#### 7) Public Relation dan MICE

Bidang public relation (PR) dan MICE adalah bidang yang sangat menarik dalam komunikasi pariwisata, Karena bidang ini menjadi salah satu pintu masuk pariwisata ke destinasi. Karena itu, peran PR sangat diperlukan untuk mengatur semua program yang menyangkut dengan semua program MICE.

#### 8) Riset Komunikasi Pariwisata

Salah satu ujung tombak pengembangan kajian adalah riset, Karena itu komunikasi pariwisata juga menaruh harapan yang tinggi kepada riset ini riset komunikasi pariwisata dapat mengambil objek-objek riset pada bidang-bidang kajian komunikasi pariwisata<sup>18</sup>

## 2. Perencanaan Komunikasi Pariwisata

Konsep perencanaan komunikasi menjadi hal mendasar yang harus disusun sebelum memulai sebuah program komunikasi. Tindakan perencanaan komunikasi ini biasa tersistematik dan tersusun dan berorientasi pada hasil akhir. Hasil akhir dari sebuah tindakan komunikasi merupakan tujuan yang akan dicapai oleh setiap pelaku yang memiliki motif dalam usaha komunikasi. tujuan itu sendiri harus memiliki arah yang jelas, dan untuk membangun arah yang jelas diperlukan rencana yang tersusun dan juga terarah. Tanpa perencanaan yang terarah dan tersusun maka tindakan komunikasi itu sendiri akan melenceng dari tujuan awal yang ingin dicapai.

Perencanaan sendiri merupakan kajian dasar dalam ilmu manajemen. Dalam manajemen dikenal beberapa konsep fungsi, diantaranya konsep POAC, yang artinya *Planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), dan *Controlling* (pengendalian); dan konsep PODMC yaitu

---

<sup>18</sup> *Ibid* hlm 97

*Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Directing* (pengarahan), *motivating* (pemotivasian), dan *Controlling* (pengendalian).<sup>19</sup>

Berbagai ahli dan praktisi manajemen mendefinikan perencanaan dari berbagai sudut pandang, diantaranya yang dikemukakan oleh GR Terry (1975; 140-140) yang menyatakan perencanaan adalah memilih menghubungkan fakta serta membuat dan menggunakan dugaan mengenai masa yang akan datang untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Atau menurut Hayashi (1976; 2) yang mendefinisikan perencanaan sebagai suatu proses bertahap dari sebuah tindakan yang terorganisasi untuk menjembatani Antara keadaan yang ada dan aspirasi organisasi.

Sementara menurut Siswanto (2012; 42), perencanaan adalah suatu aktivitas integratif yang berusaha memaksimalkan efektifitas seluruhnya dari suatu organisasi sebagai suatu system, sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Dalam Cangara (2013; 22) beberapa pakar mencoba memberikan pengertian atau definisi apa yang dimaksud dengan perencanaan sebagai berikut:

- Perencanaan merupakan proses untuk menentukan kemana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ke tempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan kata lain, perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.
- Perencanaan adalah usaha yang sadar, terorganisir, dan terus menerus guna memilih alternative terbaik untuk mencapai tujuan yang tertentu.<sup>20</sup>

Dengan kata lain perencanaan merupakan proses awal yang dilakukan oleh seorang ataupun sekelompok orang sebelum akhirnya mengaktualisasikan hal-hal yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan akhir dari sebuah tindakan yang diinginkan. Dan dengan pemaparan para ahli dapat disimpulkan bahwa perencanaan

---

<sup>19</sup> Kenmada widjajanto, *Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi* (Bandung: CV Ultimus, 2013), Hal.2.

<sup>20</sup> Ibid. Hal.4.

memegang peran penting dalam pengambilan sebuah keputusan dari sebuah tindakan ataupun program.

Dalam konteks pariwisata, perencanaan komunikasi diperlukan oleh *stakeholder* yang memiliki peran penting dalam pembangunan pariwisata baik itu pelaku usaha maupun pemerintah sebagai upaya dasar untuk mencapai tujuan pariwisata yang diinginkan. Sebagai contoh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue, menyusun perencanaan komunikasi awal sebelum mengaktualisasikan ke lapangan program edukasi pariwisata yang akan disampaikan kepada SDA pariwisata ataupun target komunikasinya sehingga informasi ataupun pesan komunikasi yang diberikan mampu diterima tanpa ada gangguan yang tak diinginkan..

Perencanaan komunikasi itu sendiri menurut pakar adalah sebagai berikut.

- Perencanaan komunikasi merupakan pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakantentang bagaimana suatu kegiatankomunikasi akanatau harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai dengan yang kita inginkan (Syam Nina et al: 2007)
- Perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu di Antara individu atau kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi (John Middleton, 1978, dalam Cangara, 2012; 45).<sup>21</sup>

Pada hakikatnya perencanaan komunikasi dilakukan untuk menjelaskan bagaimana pengiriman pesan yang tepat, oleh komunikator yang tepat kepada sasaran yang tepat, dengan media yang tepat, dan pada waktu yang tepat pula. Dengan begitu, sebuah perencanaan komunikasi haruslah memiliki strategi

---

<sup>21</sup> Ibid. Hal. 7.

komunikasi yang baik. agar mampu mempengaruhi dan mengubah perilaku masyarakat yang menjadi target komunikasinya sehingga akan ada perubahan sikap sebagaimana yang diinginkan. Oleh karena itu strategi komunikasi yang baik sangatlah penting. Berhasil atau tidaknya sebuah perencanaan pastinya ditentukan oleh strategi komunikasi yang baik dan benar. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif.

#### **a. Jenis Perencanaan Komunikasi**

Perencanaan komunikasi pada dasarnya memiliki dua jenis, yakni:

1) Perencanaan komunikasi strategis. 2) Perencanaan komunikasi operasional.

##### **1) Perencanaan Komunikasi Strategis**

Komunikasi strategis adalah serangkaian proses mempengaruhi, bertindak, dan meyakinkan khalayak yang dianggap penting untuk membantu mencapai misi dari sebuah organisasi. Sehingga konsep komunikasi strategis ini berimplikasi pada munculnya perencanaan komunikasi strategis.

Perencanaan komunikasi strategis adalah perencanaan komunikasi yang mengacu pada kebijaksanaan komunikasi yang menetapkan alternatif dalam mencapai tujuan jangka panjang, serta menjadi kerangka dasar untuk perencanaan operasional jangka pendek. Perencanaan strategis diwujudkan dalam target yang dapat di kuantifikasi dengan pendekatan-pendekatan sistematis terhadap tujuan yang ingin dicapai menurut kebijaksanaan komunikasi.<sup>22</sup>

##### Karakteristik perencanaan strategis

- Keputusan yang diambil berkaitan dengan situasi masa depan.
- Merupakan kegiatan manajemen puncak (*top management*) yang berlangsung terus-menerus.

---

<sup>22</sup> Ibid. Hal. 10.

- Hasil proses pemikiran atau latihan intelektual yang diangkat dari nilai-nilai, budaya, prosedur, dan teknis yang dianut oleh lembaga tersebut.
- Berfikir positif dan inspiratis
- Memperhatikan rangkaian konsekuensi sebab akibat sepanjang waktu.
- Mengidentifikasi secara sistematis tentang peluang dan ancaman di masa yang akan datang.
- Memperhatikan rangkaian tindakan alternatif yang terbuka di masa yang akan datang.
- Mempertemukan dengan tujuan organisasi dan juga tujuan masyarakat.
- Merupakan proses menentukan visi, misi, tujuan, sasaran, dan strategi pencapaian.

Dalam proses perencanaan strategis hal yang pertama akan muncul adalah Visi dan misi. Visi ialah suatu pandangan ke depan yang akan menjadi sasaran ataupun tujuan akhir dari suatu kegiatan. Visi pada dasarnya harus membangkitkan inspirasi yang menyusunnya. Sedangkan misi adalah bentuk yang didambakan di masa depan. Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh organisasi dalam mewujudkan cita-cita yang tercantum dalam visi. Misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju serta dapat memberikan petunjuk garis besar cara pencapaian visi.

Perencanaan komunikasi strategis harus mengacu pada konsep dasar pada perencanaan jangka panjang. Perencanaan jangka panjang yang dibuat dalam rentang waktu Antara 10-25 tahun. Perencanaan komunikasi strategis selama jangka tersebut harus mampu menempatkan suatu cita-cita yang didasari filosofi dan nilai-nilai yang ada di masyarakat, maupun meminjam nilai-nilai dari luar yang

dipandang bisa memajukan dan menjadi cita-cita masyarakat dalam tataran yang luas.<sup>23</sup>

Agar perencanaan komunikasi strategis berjalan sesuai jalurnya, maka diperlukan sejumlah langkah strategis salah satunya dengan pembentukan tim yang akan memimpin proses perencanaan komunikasi. ada tiga alternatif pembentukan tim sesuai dengan cakupan kebutuhan komunikasi, yaitu:

a) Membentuk Tim Aksi Komunikasi (*communication action team*)

Jika sebuah organisasi mempersiapkan meluncurkan proses perencanaan komunikasi strategis untuk pertama kalinya, maka ada beberapa kriteria untuk merekrut atau memilih anggota, sebagai berikut: 1) keahlian atau keterampilan; 2) perilaku yang mendukung usaha komunikasi organisasi; 3) karakter atau sifat kepribadian; 4) sikap tanggung jawabnya kepada organisasi.

b) Membentuk Tim Audit Komunikasi (*communication audit team*)

Tugas tim audit komunikasi dalam perencanaan strategis sebuah organisasi adalah membuat analisi yang komprehensif terhadap komunikasi organisasi internal maupun eksternal untuk mencari tahu, kebutuhan komunikasi, kebijakan, tindakan organisasi untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi organisasi.

Tim ini harus dapat mengidentifikasi sejumlah isu penting dalam organisasi, di antaranya di area 1) manajemen dan produksi; 2) pesan dan *Branding*; 3) mengidentifikasi efektifitas dan efisiensi perlengkapan komunikasi; 4) dan sejumlah teknik dan isu yang disebarkan melalui perencanaan komunikasi strategis, dengan menggunakan saluran-saluran komunikasi organisasi yang memungkinkan, di antaranya media kits, surat, brosur, media publikasi audio visual, materi online dan lain-lainnya.

---

<sup>23</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, Cet 1 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), Hal.51.

- c) Membentuk Tim Pengendali Krisis Komunikasi (*crisis communication control team*)

Tidak semua komunikasi organisasi berjalan dengan lancar bahkan adakalanya sebuah organisasi mengalami krisis komunikasi. tim pengendali krisis komunikasi ini bertugas untuk merancang perencanaan komunikasi strategis yang komprehensif yang paling memungkinkan untuk menghadapi krisis komunikasi atau kontroversi dalam organisasi.<sup>24</sup>

## 2) Perencanaan Komunikasi Operasional

Rencana operasional memberikan deskripsi bagaimana rencana strategis akan dilaksanakan. Dalam perencanaan operasional, dikenal pula dua jenis perencanaan yaitu:

- a) Perencanaan sekali pakai (*single use plan*)

Perencanaan sekali pakai dirancang untuk pencapaian tujuan tertentu dan ditinggalkan mana kala tujuan itu telah tercapai. Perencanaan sekali pakai merupakan arah tindakan yang mungkin tidak terulang dalam bentuk yang sama di masa yang akan datang.

Bentuk perencanaan sekali pakai di antaranya yaitu:

- Perencanaan program, yang mencakup serangkaian aktivitas yang relatif luas. Suatu program menjelaskan: 1) langkah-langkah utama yang diperlukan untuk mencapai tujuan; 2) unit atau anggota yang bertanggung jawab untuk setiap langkah; 3) urutan serta pengaturan waktu setiap langkah.
- Perencanaan Proyek, yang merupakan bagian program yang lebih kecil dan mandiri. Selain proyek memiliki cakupan yang terbatas dan petunjuk yang jelas mengenai tugas dan waktu, setiap proyek menjadi tanggung jawab setiap individu yang ditunjuk dan diberi sumber daya spesifik dan dalam waktu tertentu.

---

<sup>24</sup> Ibid hal 15

- Perencanaan anggaran, yang merupakan pernyataan mengenai sumber daya keuangan (financial resource) yang disediakan untuk kegiatan tertentu dalam waktu tertentu. Anggaran terutama merupakan alat untuk mengendalikan aktivitas suatu organisasi. Anggaran mendeskripsikan pendapatan dan biaya. Dengan demikian anggaran menentukan target aktivitas seperti hasil penjualan, biaya tiap bagian atau investasi baru.

b) Perencanaan Tetap (*standing plan*)

Perencanaan tetap merupakan pendekatan yang akan dilakukan untuk menangani situasi yang berulang dan dapat diperkirakan. Perencanaan tetap ini memberi kesempatan kepada manajer untuk menghemat waktu yang digunakan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan karena situasi yang serupa ditangani dengan cara konsisten yang telah ditentukan sebelumnya.

Bentuk utama perencanaan tetap antaranya:

- Perencanaan kebijakan, kebijakan adalah pedoman umum dalam pengambilan keputusan, kebijakan menentukan apakah keputusan dapat diambil atau tidak. Yang berhak mengambil kebijakan adalah manajer puncak (*top manager*).
- Perencanaan prosedur standar. Implementasi kebijakandilakukan melalui garis lebih detail disebut prosedur standar. Suatu prosedur memberikan suatu perangkat detail untuk melaksanakan urutan tindakan yang sering atau biasa terjadi.
- Perencanaan peraturan. Peraturan adalah pernyataan bahwa suatu harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan dalam situasi tertentu. peraturan merupakan rencana tetap yang paling jelas dan

bukan merupakan pedoman pemikiran atau pengambilan keputusan.<sup>25</sup>

Dalam konteks organisasi, perencanaan tetap juga memerlukan perencanaan komunikasi disetiap keputusan yang diambil. Pada akhirnya, sebuah perencanaan komunikasi tergantung pada komitmen pelakunya.

### **b. Pendekatan dalam Perencanaan Komunikasi**

Suatu perencanaan yang baik memerlukan pendekatan yang sesuai dengan tujuan dan target sasaran yang diinginkan. Pendekatan perencanaan dapat dilakukan dalam dua cara, yaitu:

- 1) Pendekatan Perencanaan Rasional Menyeluruh
  - Ialah pendekatan yang dilandasi kebijaksanaan umum yang merumuskan tujuan yang ingin dicapai sebagai suatu kesatuan.
  - Didasari oleh seperangkat spesifikasi tujuan yang lengkap menyeluruh dan terpadu
- 2) Pendekatan Perencanaan Terpilih
  - Ialah pendekatan yang mempertimbangkan bagian-bagian kebijaksanaan umum yang berkaitan langsung dengan unsur atau subsistem yang diprioritaskan.
  - Pendekatan perencanaan terpilih dalam pelaksanaannya lebih mudah dan realistis.

Dari perspektif komunikasi, ada empat pendekatan teori yang sangat diperlukan dalam perencanaan komunikasi, yaitu:

- 1) Teori Pembangunan
- 2) Teori sosiologi
- 3) Teori Komunikasi, dan
- 4) Teori Organisasi

---

<sup>25</sup> Kenmada Widjajanto, *Perencanaan komunikasi Konsep dan Aplikasi* (Bandung: CV. Ultimus, 2013), Hal. 18

Toeri pembangunan digunakan untuk menentukan tujuan dan system komunikasi yang dikehendaki dalam pembangunan. Teori sosiologi digunakan untuk memahami struktur masyarakat terutama yang berkaitan dengan perubahan sikap dan perilaku masyarakat secara sosio-kultural. Teori komunikasi berkaitan dengan strategi komunikasi, dan teori organisasi dimanfaatkan untuk memahami bentuk-bentuk kelembagaan baik yang dijadikan sebagai sarana penggerak program, maupun sebagai target sasaran program.<sup>26</sup>

### c. Konsep Perencanaan komunikasi

Konsep perencanaan komunikasi diberikan untuk menggambarkan bagaimana perencanaan komunikasi dilakukan dengan tujuan mempermudah pelaksanaannya dilapangan. Dave Fleet seorang professional komunikasi dari Toronto menyatakan, dari perspektif praktis, perencanaan komunikasi strategis setidaknya memiliki 10 langkah yang harus dilakukan perencana komunikasi, yakni sebagai berikut.

#### 1) Analisis persoalan dengan melihat konteks.

Yang dimaksud dengan analisis persoalan dengan melihat konteks di sini adalah hal-hal yang terkait faktor yang melatar belakangi munculnya persoalan atau kebijakan, yang selanjutnya mendorong keinginan untuk membuat suatu perencanaan yang fokus pada persoalan.

#### 2) Analisis Lingkungan

Tahap ini adalah fase dimana perencana komunikasi membuka lebar-lebar mata dan telinga untuk memperhatikan apa yang dikatakan orang lain tentang organisasi, baik melalui media maupun dari jaringan atau saluran komunikasi lainnya. Ada beberapa pendekatan yang bisa dilakukan dalam tahap ini, di antaranya yang paling banyak digunakan adalah pendekatan SWOT (*Strenght, weakness, opportunities, and threats*), atau dengan kata lain, kekuatan, kelemahan, peluang dan anacaman.

#### 3) Analisis *Stakeholder*

---

<sup>26</sup> Hafied cangara, Perencanaan &..., Hal.53.

Tahap ini adalah tahap dimana perencana komunikasi mulai membuat analisis sumber daya manusia maupun organisasi yang akan mendukung implementasi perencanaan komunikasi.

4) Menetapkan Tujuan Komunikasi

Pada tahap ini perencana komunikasi menetapkan apa yang akan dilakukan dalam sebuah aktivitas, apakah untuk mengedukasi khalayak, mengajak untuk mengikuti apa yang diinginkan oleh perencana komunikasi atau tujuan-tujuan komunikasi lainnya. Selanjutnya mendefinisikan tujuan komunikasi dengan spesifik, dapat diukur, dapat dicapai, realistis dan selalu focus pada tenggat waktu. Pendefinisian ini dikenal dengan istilah SMART yang artinya *specific, measurable, achievable, realistic and time-focused*.

5) Menetapkan Strategi (Komunikasi)

Ini adalah langkah dimana para perencana komunikasi menentukan langkah yang ditempuh untuk mencapai tujuan komunikasi. Strategi, menurut Fleet akan terbangun sendiri jika dilakukan analisis komprehensif. Dalam menetapkan strategi (komunikasi) terkandung beberapa hal didalamnya, diantaranya menetapkan profil komunikasi seperti pendekatan bagaimana yang ingin dilakukan, apakah dengan cakupan yang luas atau terbatas, juga menetapkan proaktif dan reaktif.

6) Menentukan khalayak sasaran yang ingin dituju

Tahap menentukan khalayak yang dituju ini harus selektif dan sesuai dengan profilnya. Khalayak yang dituju harus sesuai dengan tujuan sasaran, ada banyak pilihan khalayak dalam tahap ini, sehingga perencana komunikasi harus memilah dengan tetap khalayak yang menjadi sasarannya.

7) Merencanakan komunikasi dengan khalayak sasaran

Fleet memberikan saran dalam membuat perencanaan komunikasi, yakni perlunya membuat ringkasan dari pesan komunikasi yang ingin disampaikan, gunakan Bahasa yang simpel dan harus jujur.

8) Meretapkan perencanaan pesan

Ada beberapa pesan kunci yang harus dipertimbangkan dalam perencanaan pesan, yakni 1) pesan harus mengkomunikasikan apa yang sedang

dilakukan oleh organisasi; 2) mempertimbangkan cara berkomunikasi yang berbeda dengan khalayak yang berbeda; 3) perhitungkan pesan komunikasi yang sesuai dengan sasaran; dan 4) menyampaikan pesan kepada semua khalayak sasaran organisasi.

9) Menetapkan taktik komunikasi.

Taktik berkomunikasi di sini adalah bagaimana cara menyampaikan pesan komunikasi kepada khalayak yang telah dipilih. Terdapat sejumlah cara untuk menyampaikan pesan komunikasi di antaranya: 1) membuat artikel; 2) rilis di media massa elektornik maupun media online; 3) pidato dan masih banyak lagi media yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi

10) Mengantisipasi isu yang berkembang

Ketika semua langkah perencanaan komunikasi telah dilakukan maka hal selanjutnya yang harus dipersiapkan adalah mengantisipasi isu jika terjadi sesuatu diluar kendali.<sup>27</sup>

### C. Model komunikasi

Model ialah suatu gambaran yang sistematis dan abstrak, dimana menggambarkan potensi-potensi tertentu yang berkaitan dengan berbagai aspek dari sebuah proses. Ada juga yang menggambarkan model sebagai cara untuk menunjukkan sebuah objek, dimana didalamnya dijelaskan kompleksitas suatu proses, pemikiran, dan hubungan Antara unsur-unsur yang mendukungnya. Model dibangun agar kita dapat mengidentifikasi, menggambarkan atau mengategorisasikan komponen-komponen yang relevan dari sebuah proses. Sebuah model dapat dikatakan sempurna, jika ia mampu memperlihatkan semua aspek-aspek yang mendukung terjadinya sebuah proses.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Kenmada Widjanto, *Perencanaan komunikasi aplikasi &...*, Hal. 37.

<sup>28</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cet 13 ( Jakarta: Rajawali Pers, 2012), Hal.43.

Secara etimologis komunikasi, istilah komunikasi berasal dari Bahasa latin *communicatio* atau *communis* yang berarti kesamaan makna tentang sesuatu. Sehingga komunikasi diartikan sebagai proses sosial dari orang-orang yang terlibat dalam hubungan sosial dan memiliki kesamaan makna mengenai sesuatu hal. Sedangkan jika ditinjau sudut terminologis, komunikasi diartikan sebagai suatu proses berbagi (dinatayang bermakna) baik secara verbal (lisan dan tulisan) maupun on verbal (gerakan tubuh, wajah dan mata), sehingga orang-orang yang berperan sebagai pengirim dan penerima pesan memperoleh makna yang timbal balik atau sama terhadap pesan yang dipertukarkan.<sup>29</sup>

Setiap komunikasi yang dilakukan pasti memiliki tujuan. Berlo (1960), tujuan komunikasi terdiri dari tiga macam, yaitu: (a) bersifat Informatif, yaitu dengan menyampaikan ide, gagasan, sesuatu hal dan lain-lain dengan pendekatan pikiran; (b) Persuasif, yaitu bertujuan untuk mengugah perasaan orang, dengan pendekatan emosional, dan (c) hiburan, yaitu komunikasi yang bertujuan menghibur atau menyenangkan seseorang melalui peragaan-peragaan tertentu.<sup>30</sup>

Untuk mencapai tujuan komunikasi diperlukan strategi komunikasi yang baik. Dengan strategi komunikasi diharapkan mampu memberi perubahan akan tindakan dari target komunikasi. Baik itu memberi pesan yang informatif maupun memberi edukasi yang berarti kepada mereka. Sebagai contoh, jika target komunikasi adalah bagaimana membuat orang sadar, maka strategi komunikasinya adalah bagaimana mengkomunikasikan suatu pengetahuan yang diperlukan agar mereka memiliki kesadaran akan perihal permasalahan yang ingin disampaikan oleh komunikator. Dalam menjalankan strategi komunikasi maka seluruh proses komunikasi harus dipahami sebagai proses mentransformasikan pesan diantara kedua belah pihak. Target komunikasi maupun komunikator itu sendiri memiliki kepentingan masing-masing dalam proses ini dan memiliki pengetahuan yang saling dipertukarkan satu

---

<sup>29</sup> Ali Alamsyah Kusumadinata, *Pengantar Komunikasi Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), Hal. 1

<sup>30</sup> Ibid, Hal.1

sama lain, oleh karena itu strategi komunikasi harus mempertimbangkan semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi.

Para pakar dalam bidang komunikasi telah menemukan banyak model komunikasi yang dapat digunakan untuk mempermudah strategi komunikasi yang akan dilakukan. Model komunikasi dibuat untuk membantu dalam memberikan pengertian tentang komunikasi, dan juga menspesifikasi bentuk-bentuk komunikasi yang ada dalam hubungan antarmanusia. Selain itu, model juga dapat membantu untuk memberi gambaran fungsi komunikasi dari segi alur kerja, membuat hipotesis riset dan juga untuk memenuhi perkiraan-perkiraan praktis dalam strategi komunikasi. Meski sudah banyak model komunikasi yang dibuat untuk memudahkan pemahaman terhadap proses komunikasi, tetapi para pakar komunikasi sendiri mengakui bahwa tidak ada satupun model komunikasi yang paling sempurna, melainkan saling mengisi satu sama lain.<sup>31</sup>

Untuk mencapai komunikasi yang efektif diperlukan tindakan yang terorganisir dalam menyampaikan pesan komunikasi sehingga komunikasi bisa menjadi efektif. Komunikasi yang efektif juga bergantung pada proses komunikasi dan model komunikasi yang digunakan. Ada beberapa model komunikasi yang dibahas dalam skripsi ini, yaitu model komunikasi satu langkah, model komunikasi dua langkah, model komunikasi multi langkah dan model komunikasi web.

### 1. Model Komunikasi Satu Langkah (*One Step Flow*)

Model komunikasi yang paling mudah adalah model komunikasi yang sederhana di mana komunikasi terjadi searah, dan dalam praktik, komunikasi ini dapat menjadi komunikasi dua arah apabila *receiver* memberi umpan balik kepada *sender*




---

<sup>31</sup> Toto Tasamara, *Komunikasi Dakwah*, Cet Ke 2, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), Hal. 1.

### Gambar 1.1 Model Komunikasi satu arah

Model komunikasi satu arah ini adalah proses komunikasi yang terjadi dimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan tanpa mendapatkan feedback dari komunikan. Model komunikasi ini dapat ditemukan dalam proses komunikasi yang dilakukan oleh media Massa seperti penyampaian berita di station televisi.

Model ini mengemukakan bahwa pada dasarnya peranan penerima sama dengan peranan komunikator, dan peranan itu terlihat ketika dia memberikan umpan balik kepada pengirim. Model yang disebut “model dua arah” ini sangat bermanfaat bagi pengirim dan penerima mendiskusikan pesan-pesan yang dikirim dalam suatu proses komunikasi.<sup>32</sup>

Model komunikasi satu langkah dipraktikkan secara langsung di dalam proses komunikasi individu kepada individu, individu kepada kelompok, individu kepada masyarakat. Model komunikasi satu langkah juga menjadi model komunikasi Media Massa, dimana penerima bukan satu orang, namun terdiri dari berbagai orang dalam masyarakat.<sup>33</sup>

## 2. Model Komunikasi Dua Langkah (Two Step Flow)

Model komunikasi dua langkah ditandai dengan hadirnya pihak kedua dalam proses komunikasi, yang mana komunikator menyampaikan pesan kepada pihak kedua. Pihak kedua bisa jadi pemimpin opini, pembentuk opini maupun media kemudian pihak kedua menyampaikan pesan selanjutnya kepada penerima.<sup>34</sup> Dalam proses komunikasi, kekuatan perantara atau mediasi sangat penting terutama orang-orang dianggap sebagai pemuka pendapat (*key person*). Dalam beberapa level masyarakat informasi yang dikomunikasikan oleh suatu organisasi atau

---

<sup>32</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana, 2011), Hal. 80

<sup>33</sup> Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata Pemasaran dan Brand Destinasi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), Hal. 48

<sup>34</sup> Burhan Bungin, *Komunikasi pariwisata...*, Hal. 50.

pemerintah tak selamanya dapat dipahami langsung sehingga memerlukan peran pemimpin opini sebelum pesan atau informasi yang disampaikan oleh pemerintah atau organisasi dapat diterima oleh masyarakat.

### **3. Model Komunikasi Multilangkah (*many steps flow communication*)**

Model komunikasi multilangkah melibatkan pihak kedua, pihak ketiga, dan sebagainya dalam komunikasi.<sup>35</sup> Pada dasarnya, model komunikasi multilangkah adalah gabungan dari model komunikasi satu langkah dan dua langkah. Penyampaian pesan dalam model komunikasi ini melalui interaksi yang kompleks dimana banyak pihak yang masuk dalam proses komunikasinya. Bentuk interaksinya pun bisa terjadi secara langsung maupun melalui pemimpin opini. Dengan tujuan pesan yang disampaikan dapat terangkat ke permukaan dan dijangkau oleh khalayak ramai. Sebagai contoh kecil proses komunikasi multilangkah adalah, misalnya seorang pengguna media sosial twitter menuliskan suatu pesan tentang kesetaraan hak antara warga Negara berkulit hitam dan berkulit putih dan kemudian menggunakan hastag atau tanda pagar *#blacklivesmatter* maka informasi ataupun ide yang dipost tersebut dalam hitungan jam dapat menjangkau level nasional bahkan internasional apabila tweet yang di post tersebut dire-tweet (dipost ulang) oleh pengguna twitter lainnya. Sehingga memunculkan efek yang beragam baik pro maupun kontra terhadap isu yang sedang dimunculkan.

### **4. Model Komunikasi Berbasis web (*web communication based*)**

Model komunikasi berbasis web ini terjadi dalam jejaring dunia maya dimana setiap orang dapat berinteraksi secara langsung dengan komunikannya. Sebagai contoh interaksi yang terjadi dalam website e-commerce dimana pelanggan dan sesama pelanggan dapat berbagi pengalaman berbelanja di suatu e-commerce tertentu hal ini dapat memberi dampak yang baik ataupun buruk terhadap penjualan di lapak tersebut.

---

<sup>35</sup> Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata...*, Hal.51.

Bentuk komunikasi ini bersifat *people to people* atau bisa juga sender (Komunikator) ke orang lain. Komunikator adalah orang yang menyebarkan informasi kepada orang dalam jaringan web dan informasi tersebut akan menyebar ke mana-mana di dalam jaringan. Web memenej informasi yang menjadi tak terkendali karena informasi-informasi tersebut itu akan tersimpan di dalam program-program penyimpanan data global seperti I-cloud, Dropbox, Mailbox, Google, dan sebagainya, sehingga diperkirakan informasi dalam jaringan web ini akan “abadi” di dalam system ini.

Karakter model komunikasi web adalah; 1) menyebarkan informasi dalam jaringan dengan sangat cepat; 2) informasi sulit dikendalikan komunikator; 3) informasi tersimpan secara “abadi” di dalam jaringan; 4) informasi bersifat terbuka untuk orang banyak; 5) secara generic informasi dapat hilang dengan sendiri apabila terserang virus; 6) bagi kepentingan tertentu informasi dapat dikunci dan tidak semua orang boleh mengakses.<sup>36</sup>

#### **D. Informasi Wisata Halal dan Media Penyebarannya**

Islam merupakan agama yang sempurna dimana ajarannya mengatur seluruh aspek kehidupan seorang Muslim mulai dari yang kecil hingga yang besar, dari bangun tidur hingga tertidur kembali. Hal ini sebagaimana Allah berfirman dalam Al-Quran surah Al-maidah ayat 3

الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا

Artinya:

“Pada hari ini telah Kusempurnakan untukmu Agamamu, dan telah Kucukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam menjadi agama bagimu”.<sup>37</sup>

Islam mengenal syariat sebagai jalan kehidupan seorang Muslim. Syariat Islam merupakan hukum-hukum Islam yang berasal dari al-quran dan hadist yang

<sup>36</sup> Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata...*, Hal. 53

<sup>37</sup> Al-Quran, Surah Al-Maidah, Ayat 3, Hal 107

menjadi panduan bagi Muslim untuk menjalani kehidupan di dunia. Syariat Islam menjelaskan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh seorang muslim dalam kehidupannya dengan penentuan hukum haram dan halal.

Secara terminologi “halal” dan “haram” merupakan istilah yang terdapat dalam Al-quran dan ini digunakan dalam pelbagai tempat dengan konsep berbeda. Kata halal secara bahasa berasal dari kata **الحل** yang artinya sesuatu yang dibolehkan menurut syariat. Ulama kontemporer, Yusuf al-Qardhawi, mendefinisikan halal sebagai segala sesuatu dengannya terurailah buhul yang membahayakan, dan Allah membolehkan untuk dikerjakan. Sedangkan kata haram secara bahasa adalah dilarang/terlarang atau tidak diizinkan. Dari sisi istilah, menurut Yusuf al-Qardhawi adalah sesuatu yang Allah larang untuk dilakukan dengan larangan yang tegas, setiap orang yang menentanginya akan berhadapan dengan siksa Allah di akhirat. Dan bahkan dia juga terancang dengan sanksi syariat di dunia.<sup>38</sup>

Menjalani kehidupan yang sesuai dengan perintah Allah merupakan hal yang wajib bagi seorang Muslim. Dalam segi makanan, Allah menganjurkan kepada Muslim untuk memakan sesuatu yang baik atau *thayyib* bagi kesehatan dan melarang beberapa hal haram untuk dikonsumsi seperti halnya bangkai, daging babi dan anjing, darah dan binatang yang tidak disembelih dengan menyebut nama Allah. Persoalan tentang halal dan haramnya suatu produk makanan menjadi persoalan serius dalam masyarakat. Kasus tentang ketidakhalalan sebuah produk dapat menimbulkan reaksi keras dan sensitif. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Muslim memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pemilihan produk halal untuk dikonsumsi. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi industri makanan untuk memastikan produk yang dipasarkan sesuai dengan standar kehalalan.

Tak hanya persoalan makanan, namun seluruh bentuk kegiatan seorang Muslim harus sesuai dengan tuntunan Al-quran dan hadist hal ini kemudian memunculkan industri-industri baru yang berusaha memenuhi kebutuhan Muslim dalam menjalani kehidupan yang sesuai dengan aturan agama. Sebagai contoh

---

<sup>38</sup> Muchtar Ali, “Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab produk atas Produsen Industri Halal”, *Ahkam*, Vol. XVI, No.2, Juli (2016)

munculnya Bank-bank Syariah yang menjauhi transaksi riba didalamnya, industri kosmetik halal, industri fashion muslimah, hotel-hotel syariah dan bahkan industri pariwisata pun mengembangkan bentuk wisata halalnya.

Term wisata halal menjadi populer di dunia industri pariwisata tidak hanya di Negara-negara Muslim namun juga negara dengan mayoritas penduduknya non Muslim, seperti Negara Thailand, Jepang dan Korea Selatan sudah mulai menaruh perhatian besar terhadap konsep baru dari bisnis pariwisata. Hal ini melihat jumlah wisatawan Muslim yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan laporan Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation (COMCEC) pada tahun 2016, kedatangan pengunjung muslim di Negara OIC (The Organization of Islamic Cooperation) dan non-OIC diperkirakan mencapai 116 juta pada tahun 2014 dan diproyeksikan akan tumbuh menjadi 178 juta pada tahun 2020.<sup>39</sup>

Pengertian pariwisata halal menurut Mohsin et al (2016) adalah penyediaan produk dan layanan pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim sesuai dengan ajaran agama Islam<sup>40</sup>. Berdasarkan definisi tersebut, wisata halal mempertimbangkan hukum agama Islam dalam menentukan pelayanan dan produk dari pariwisata, seperti hotel, makanan, atraksi dan perjalanan wisata itu sendiri. Wisata halal tidak selalu bertujuan untuk perjalanan religi dan kegiatan lokasi wisata tak terbatas pada Negara atau wilayah muslim saja, namun berlaku juga di Negara atau wilayah yang mayoritas non muslim dan wisata jenis ini juga dapat dinikmati oleh wisatawan non muslim sekalipun. Dari sisi industri, pariwisata halal merupakan produk pelengkap pariwisata konvensional. Sehingga, pengembangan pariwisata halal merupakan cara baru untuk mengembangkan pariwisata yang menjunjung tinggi nilai-nilai islami tanpa menghilangkan keunikan dan orisinalitas destinasi yang menjadi tujuan wisata.

---

<sup>39</sup> Soraya Ratna Pratiwi dkk, "Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung", jurnal Kajian Komunikasi, VOL, 6, NO.1, Juni (2018)

<sup>40</sup> Eka Dewi Satriana dkk, "Wisata Halal: Perkebangan, Peluang dan Tantangan", Journal of Halal Product and Research (JHPR), VOL,01, NO.02, Mei-November (2018)

Islam menganjurkan seorang muslim untuk melakukan perjalanan sebagai bentuk proses pembelajaran bagi seorang muslim sebagaimana Allah sebutkan dalam al-quran

أَوَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ كَانُوا أَشَدَّ مِنْهُمْ قُوَّةً وَأَثَارُوا الْأَرْضَ وَعَمَرُوهَا أَكْثَرَ مِمَّا عَمَرُوهَا وَجَاءَتْهُمْ رُسُلُهُمْ بِالْبَيِّنَاتِ ۗ فَمَا كَانَ اللَّهُ لِيَظْلِمَهُمْ وَلَكِنْ كَانُوا أَنْفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ

Artinya: “Dan apakah mereka tidak mengadakan perjalanan di muka bumi dan memerhatikan bagaimana akibat (yang diderita) oleh orang-orang sebelum mereka? Orang-orang itu lebih kuat dari mereka (sendiri) dan telah mengelola bumi (tanah) serta memakmurkannya lebih banyak dari apa yang telah mereka makmurkan. Dan telah datang kepada mereka rasul-rasul mereka dengan membawa bukti yang nyata. Maka Allah sekali-kali tidak berlaku zalim kepada mereka, akan tetapi merekalah yang berlaku zalim kepada merekalah yang berlaku zalim terhadap diri mereka sendiri” (QS.30:9).

Islam memandang perjalanan pertama sebagai bentuk ibadah yang dilakukan oleh seorang muslim salah satunya sebagai bagian dari rukun islam yang ke lima yaitu melakukan perjalanan Haji dan umrah. Kedua perjalanan ataupun wisata dipandang sebagai salah satu proses menambah pengetahuan, pembelajaran dan pemahaman akan peradaban dan ciptaan Allah dimuka bumi. Yang ketiga perjalanan dipandang sebagai bentuk penyebaran syiar-syiar Islam sebagaimana yang telah dilakukan oleh para sahabat dan ulama.

Seorang wisatawan memiliki motivasi perjalanannya tersendiri sebelum ia memutuskan kemana destinasi wisata yang akan ditujunya dan dengan begitu ia akan menikmati perjalanan dari kunjungannya itu. Menurut Plog, 1975 (dalam Pitana, 2005) ia mengelompokkan topologi wisatawan sebagai berikut:

- a. *Allocentris*, yaitu wisatawan hanya ingin mengunjungi tempat-tempat yang belum diketahui, bersifat petualang, dan mau memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh masyarakat local.

- b. *Psycocentris*, yaitu wisatawan yang hanya ingin mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah memiliki fasilitas dengan standar yang sama dengan di negaranya.
- c. *Mid-Centris*, yaitu terletak diantara dipologi *Allocentris* dan *Pyscocentris*

Tipologi wisatawan merupakan aspek sosiologi wisatawan yang menjadi bahasan yang penting karena pada penelitian ini akan meneliti persepsi wisatawan terhadap suatu objek wisata. Menurut Pitana (2005), tipologi wisatawan perlu diketahui untuk tujuan perencanaan dan pengembangan pariwisata<sup>41</sup>. Dengan mengetahui kebutuhan riil wisatawan sehingga pengelola dalam melakukan pengembangan objek wisata sesuai dengan segmentasi wisatawan.

Aceh merupakan provinsi yang dikenal dengan penerapan syariat Islam dalam kehidupan bermasyarakatnya, hal ini menjadikan Aceh sebagai daerah keunggulan wisata halal. Dalam acara Malam Penganugrahan Wisata Halal dan Launcing Logo Brand Wisata Halal Aceh di Hotel Hermes pada jumat 6 Desember 2019, Plt Gubernur Aceh Nova Iriansyah mengatakan bahwa Syariat Islam merupakan kebanggaan masyarakat Aceh, karena itu syariat adalah sebagai branded wisata halal aceh. Di acara yang sama Nova menyebutkan pemerintah terus berupaya untuk mempromosikan Wisata halal Aceh dengan mengusung Tagline “The Light of Aceh”<sup>42</sup>. Yang mana tagline ini memperjelas *positioning* brand pariwisata di aceh sebagai daerah pariwisata halal.

Perkembangan pariwisata halal di Aceh terus menjadi perhatian pemerintah baik di tingkat daerah maupun ditingkat nasional. Perkembangan ini dapat dilihat dari keberhasilan Aceh memenangkan 2 katagori wisata halal dunia pada tahun 2016 yang diadakan oleh International Travel Week (ITW) di Abu Dhabi. Kedua katagori tersebut adalah aceh sebagai World’s Best Halal Culture Destination dan

---

<sup>41</sup> Gusti Bagus Rai Utama, *Pengantar Industri Pariwisata*, Yogyakarta: Deepublish, 2016), Hal. 161

<sup>42</sup> <https://aceh.tribunnews.com/2019/12/08/aceh-andalkan-wisata-halal> diakses pada 21 Agustus 2020

Bandara Iskandar Muda Blang Bintang sebagai World's Best Airport for Halal Traveller<sup>43</sup>. Hal ini memicu semangat pemerintah dan pelaku usaha penyedia jasa pariwisata untuk terus berkolaborasi bersama membangun industri wisata halal Aceh. Semangat membangun perekonomian Aceh melalui wisata halal harus dibarengi oleh kesiapan kapasitas infrastruktur dan Sumberdaya manusia pariwisata itu sendiri dimana mereka merupakan penyedia jasa dan kebutuhan wisatawan nantinya.

Pemerintah memiliki peran dan tanggung jawab dalam peningkatan dan pengembangan daerah destinasi wisata serta kualitas sumberdaya manusia pariwisata. Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pariwisata pasal 3 menyebutkan bahwa fungsi utama kementerian pariwisata adalah sebagai berikut:

- a. Perumusan dan penetapan kebijakan di bidang pengembangan industri dan kelembagaan pariwisata, pengembangan destinasi pariwisata, pengembangan pemasaran I, dan pengembangan pemasaran II;
- b. Koordinasi dan sinkronisasi pelaksanaan kebijakan dibidang pengembangan industri dan kelembagaan pariwisata, pengembangan destinasi pariwisata, pengembangan pemasaran I, dan pengembangan pemasaran II;
- c. Pelaksanaan kebijakan dibidang pembangunan dan perintisan daya tarik wisata dalam rangka pengembangan destinasi pariwisata nasional dan pengembangan daerah serta peningkatan kualitas dan daya saing pariwisata;
- d. Pelaksanaan bimbingan teknik dan supervise atas pelaksanaan urusan pemerintahan dibidang pengembangan industri dan kelembagaan pariwisata, pengembangan destinasi pariwisata, pengembangan pemasaran I dan pengembangan pariwisata II;
- e. Pembinaan dan pemberian dukungan administrasi dilingkungan kementerian pariwisata.

---

<sup>43</sup> <https://aceh.tribunnews.com/2016/12/22/aceh-terima-piagam-wisata-halal-dunia>  
diakses pada 21 agustus 2020

- f. Pengelolaan barang milik/kekayaan Negara menjadi tanggung jawab kementerian pariwisata ; dan
- g. Pelaksanaan atas pelaksanaan tugas dilingkungan kementerian pariwisata<sup>44</sup>.

Berdasarkan fungsi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh perencanaan dan pelaksanaan dalam kegiatan pengembangan dan promosi pariwisata menjadi tanggung jawab kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif, dan kegiatan untuk di daerah-daerah dibantu oleh Dinas Pariwisata masing-masing daerah.

Upaya pengembangan kualitas pariwisata harus dibarengi dengan kesiapan SDM pariwisata sebab SDM memiliki peran besar dalam memajukan sektor pariwisata. SDM pariwisata mencakup wisatawan/pelaku atau sebagai pekerja. Peran SDM sebagai pekerja dapat berupa SDM di lembaga Pemerintah, SDM yang bertindak sebagai pengusaha (wirausaha) yang berperan dalam menentukan kepuasan dan kualitas pekerja, para pakar dan professional yang turut berperan dalam mengamati, mengendalikan dan meningkatkan kualitas kepariwisataan serta yang tidak kalah penting adalah masyarakat di kawasan wisata yang tidak termasuk dari bagian kategori diatas, namun turut menentukan kenyamanan, kepuasan wisatawan yang berkunjung ke kawasan tersebut<sup>45</sup>.

Upaya untuk pengembangan Kualitas SDM pariwisata dapat dilakukan oleh pemerintah melalui program-program terencana. Salah satu contohnya adalah dengan melakukan diseminasi informasi, khususnya yang terkait dengan informasi dan komunikasi pariwisata halal. Dengan begitu akan adanya peningkatan pemahaman dan pengetahuan SDM secara khusus terhadap Pariwisata Halal. Menurut Tulung (2014) diseminasi informasi adalah penyebaran informasi dan sebuah penyampaian pesan komunikasi yang dapat terjadi jika pengguna mengalami internalisasi yaitu pengguna menerima pesan atau memerlukan

---

<sup>44</sup> <https://www.kemendparekrif.go.id/post/tugas-dan-fungsi> diakses pada 21 agustus 2020

<sup>45</sup> Sri Pajriah, "Peran Sumberdaya Manusia dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Kabupaten Ciamis", *Jurnal Artefak: History and Education*, VOL.5, NO.1, April (2018).

informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan harapannya sehingga memberi manfaat baginya<sup>46</sup>.

Penyebarluasan informasi pariwisata halal harus dilakukan dengan konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata yang baik yaitu salah satunya dengan memperhatikan media yang dipakai dalam menyebarkan informasi pariwisata sehingga pesan informasi yang disebarkan tepat sasaran dan tujuan dari kampanye komunikasi itu terwujud.

Di era teknologi dan informasi ini pemerintah menyatakan bahwa pariwisata memasuki babak baru yaitu pariwisata 4.0 yang serba digital. Dalam workshop yang diadakan oleh kementerian pariwisata yang bertema “Keterbukaan Informasi Publik Bidang Pariwisata di Era Digital” menyebutkan bahwa pembagian informasi di platform digital mencapai 70 persen dan penyajian informasi media digital empat kali lebih efektif dibandingkan dengan media konvensional<sup>47</sup>.

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui. Kata media muncul bersamaan dengan sarana dan disertai dengan teknologinya. Koran merupakan representasi dari media cetak, sementara radio yang merupakan media audio dan televisi sebagai media audio-visual yang merupakan representasi dari media elektronik, dan internet merupakan representasi dari media online atau media digital<sup>48</sup>. Didalamnya terdapat portal, website (situs web), media sosial, radio online, tv online dll. Dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas pengguna yang memanfaatkannya.

Dalam media digital, informasi merupakan komponen utama, hal ini dikarenakan informasi menjadi entitas utama yang akan disampaikan. Informasi

---

<sup>46</sup> Yugih Setyanto dkk, “Diseminasi Informasi Terkait Pariwisata Berwawasan Lingkungan dan Budaya Guna Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Studi pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat), Jurnal Komunikasi, VOL.9, NO.2, Desember (2017).

<sup>47</sup> [https://kominfo.go.id/content/detail/11234/kemenpar-perkuat-penyediaan-informasi-pariwisata-via-media-digital/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/11234/kemenpar-perkuat-penyediaan-informasi-pariwisata-via-media-digital/0/sorotan_media) diakses pada 22 Agustus 2020

<sup>48</sup> Rulli Nasrullah, Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), Hal 3

yang diproduksi, dipertukan dan kemudian dikonsumsi oleh penggunanya. Informasi yang di sebarakan melalui media digital menjadi konten yang bernilai yang kemudian konten tersebut diakses oleh pengguna media digital lainnya untuk digunakan sesuai dengan kebutuhan informasi yang diinginkan.

Penyebaran informasi atau konten merupakan karakteristik dari media digital. Penyebaran informasi terjadi dalam dua jenis. *Pertama*, melalui konten. Di media digital, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh khalayak lain. *Kedua*, melalui perangkat. Penyebaran melalui perangkat dapat dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk menyebarkan konten, misalkan tombol 'share' pada youtube yang berfungsi untuk menyebarkan konten video, baik ke platform di media digital.

49

Dengan begitu di dunia industri 4.0 media digital menjadi sarana yang sangat menjanjikan untuk digunakan sebagai media penyebaran informasi wisata halal yang kemudian informasi tersebut ini menjadi bermanfaat kepada SDM pariwisata yang berujung pada kemajuan industri pariwisata nasional maupun daerah. Dalam hal ini seluruh pihak yang terlibat di Industri pariwisata saling berhubung satu sama lain. Media digital yang dimaksud dapat berupa website atau portal yang dikelola oleh pemerintah memuat informasi terhadap pariwisata halal maupun media sosial lain berupa Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan lainnya.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan metode penelitian**

Metodologi penelitian adalah cara kerja untuk mengumpulkan data dan kemudian mengolah data tersebut sehingga data tersebut dapat memecahkan masalah penelitian. Atau dengan kata lain metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu..

Metodologi penelitian sangat berperan dalam upaya menghimpun data yang diperlukan dalam penelitian. Dengan kata lain metodologi penelitian akan memberikan petunjuk akan pelaksanaan penelitian atau petunjuk bagaimana penelitian itu dilakukan. Metodologi mengandung makna yang menyangkut cara pengujian data yang diperlukan untuk memecahkan dan menjawab masalah penelitian.

Dengan demikian penulis dalam penelitian ini memilih menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif analitis.

Metode penelitian deskriptif analitis yaitu suatu metode yang menggambarkan, melukiskan dan menguraikan data dengan menggunakan kalimat-kalimat sederhana dan mudah dipahami, metode tersebut memusatkan diri pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang, yaitu masalah-masalah yang aktual. Setelah data dikumpul mula-mula disusun dijelaskan dan kemudian dianalisis.<sup>50</sup> Dengan kata lain penelitian deskriptif analitis mengambil masalah atau memusatkan perhatian pada masalah-masalah sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan, hasil penelitian kemudian diolah dan diambil kesimpulannya.

Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan

---

<sup>50</sup> Winamo Suracmad, *Dasar dan Tehnik Research (Pengantar Metodologi Ilmiah)*, Bandung: Tarsito, 1972, hal. 132

mengedepankan proses interaksi komunikasi mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti.<sup>51</sup>

## B. Lokasi penelitian

Sesuai dengan judul skripsi yang diajukan, penelitian ini berlokasi di Kabupaten Simeulue pada Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Simeulu yang pada saat in berkantor di Jl. Melur No.176, Sinabang, Simeulu Timur, Kabupaten simeulue, Aceh.

## C. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang diwawancarai, diminta informasi oleh pewawancara serta orang yang di perkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari objek peneltian. Penelitian ini menggunakan prosedur purposive, yaitu strategi menentukan informan yang paling umum di dalam penelitian kualitatif dengan menentukan kelompok peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian. *Key person* yang digunakan sebagai informan disesuaikan dengan struktur sosial serta yang paling banyak mengetahui informasi mengenai objek penelitian<sup>52</sup>

Dalam penelitian ini, subjek penelitian yang akan peneliti wawancarai yakni :

Nama	Jabatan
Abdul Karim	Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Simeulue
Erni Novita	Kabid Pengembangan Destinasi Pariwisata
Risdawani	Kabid Pemasaran Pariwisata
Tarmi	Tokoh Masyarakat
Pelaku Usaha	Pelaku usaha

<sup>51</sup> Haris herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu Sosial*,(Jakarta: Salemba Humanika, 2012), hal.18

<sup>52</sup> Burhan Bungin, *Penelitian kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Cet Ke 5, (Jakarta: Kencana, 2011), Hal. 107

#### D. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Penelitian yang akan peneliti lakukan menempuh beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

##### 1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan. Komponen yang dapat diobservasi yaitu *Place* (tempat), *Actor* (pelaku), dan *Activities* (kegiatan).<sup>53</sup>

##### 2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden.<sup>54</sup> Adapun jenis wawancara dalam penelitian ini bersifat wawancara semiterstruktur. Jenis wawancara ini, dalam pelaksanaannya lebih bebas. Dimana pewawancara memiliki peluang untuk mengembangkan pertanyaan-pertanyaan penelitian. Tujuan dari jenis wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.

##### 3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.<sup>55</sup> Data yang dikumpulkan dengan teknik

---

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 229

<sup>54</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: komunikasi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 133

<sup>55</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metode Penelitian Sosial Edisi kedua* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal. 69

dokumentasi cenderung merupakan data sekunder yaitu berisi surat-surat, catatan, laporan maupun teori-teori para ahli.<sup>56</sup> Peneliti menggunakan brosur dan foto-foto kegiatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Simeulue dalam pada kegiatan-kegiatan yang berkenaan dengan tujuan penelitian.

#### **E. Tehnik analisis Data**

Menurut Bogdan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.<sup>57</sup>

Sehingga dapat di jelaskan bahwa analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori,menjabarkan kedalam unit-unit, menyusun ke dalam pola, milih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan kemudian membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh peneliti sendiri maupun orang lain.

---

<sup>56</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: komunikasi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 125

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 244

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Dinas kebudayaan dan pariwisata merupakan lembaga pemerintahan kabupaten Simeulue yang berada dibawah pemerintahan provinsi Aceh yang mengurus urusan yang bersangkutan dengan kebudayaan dan pariwisata di daerah kanupaten Simeulue. Kantor Dinas Kebudayaan Pariwisata Simeulue berlokasi di Jl. Melur No.176, Sinabang, Simeulu Timur, Kabupaten simeulue, Aceh.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai tugas pokok, yaitu melaksanakan kegiatan tehnik dan administrasi dibidang kebudayaan dan pariwisata sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku untuk membantu kelancaran tugas pokok pemerintah kabupaten simeulue. Adapun fungsi dari Dinas kebudayaan dan Pariwisata Simeulue yaitu menyusun perencanaan pembangunan dan pengembangan pariwisata di daerah Simeulue membuat kebijakan yang berkenaan dengan pembangunan wisata, memberdaya gunakan dan menggali potensi wisata yang ada di daerah, memperkenalkan dan mempromosi potensi wisata, serta mendidik and melatih sumber daya manusia pariwisata daerah. Dalam pelaksanaan tugas pokok, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memiliki wewenang dalam perumusan kebijakan teknis yang menjadi bagian dalam kewewenangan Otonomi daerah, pemberian periinan dan pelaksanaan umum serta wewenang dalam pengelolaan urusan ketatausahaan.

##### **a. Struktur Organisasi**

Adapun struktur organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terdiri Dari Kepala Dinas; Sekretariat; dalam bagian secretariat memiliki sub bagian umum, kepegawaian dan perlengkapan, dan sub bagian keuangan, program, evaluasi dan pelaporan. Bidang Pemasaran Pariwisata; yang didalamnya terdapat seksi promosi pariwisata dan pelayanan informasi pariwisata, seksi usaha akomodasi restoran travel dan tanda daftar usaha pariwisata. Bidang Kebudayaan; didalamnya terdapat seksi pelestarian situs sejarah dan kepurbakalaan. Serta seksi pengembangan ada

istiadat, atraksi nilai seni budaya dan pranata sosial. Bidang Pengembangan; terdapat seksi pengembangan ekonomi kreatif dan seksi pengembangan kawasan dan industri pariwisata.

Adapun struktur organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue adalah sebagai berikut:

Kepala Dinas	: Abd Karim S.Pd
Sekretaris	: Sakya Dewi SST
Kepala subbag umum kepegawaian dan pelengkapan	: Uliwan Abidin SE
Kepala subbag keuangan, program dan pelaporan	: Cut Nur Asiyah SKM
Bidang Pemasaran Pariwisata	: Risadawani SE
Kabid seksi promosi dan pelayanan informasi pariwisata	: Irfan S.Pd
Kabid seksi akomodasi, restoran dan travel	: Sahru Edi A.Md
Bidang Kebudayaan	: Rosdawaty SE
Kepala seksi pengembangan adat istiadat	: Alfian M,SE
Bidang Pengembangan	: Erni Novita SE
Kepala seksi pengembangan kawasan pariwisata	: Fera Fisatria SS
Kepala seksi pengembangan ekonomi kreatif	: Masna Aflita A.Md

#### b. Visi dan Misi

Visi adalah gambaran ke depan tentang sesuatu yang ingin dicapai oleh seseorang maupun suatu organisasi dengan perencanaan strategi berdasarkan nilai-nilai luhur yang ada. Adapun visi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Simeulue adalah “Terwujudnya Pariwisata dan Budaya Simeulue yang Maju dan Lestari Berdasarkan Nilai-Nilai Syariat Menuju Simeulue Sejahtera”

Adapun misi merupakan langkah-langkah yang akan ditempuh untuk pencapaian visi, dan memberikan pemahaman-pemahaman bagaimana cara

keberhasilan dalam mencapai visi yang telah ditetapkan tersebut. Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue adalah sebagai berikut:

- 1) Mengembangkan pariwisata yang berdaya saing, destinasi yang unggul serta pemasaran promosi pariwisata yang berkelanjutan
- 2) Meningkatkan kualitas SDM pengelolaan kepariwisataan
- 3) Meningkatkan sarana dan prasarana pendukung kepariwisataan serta menjalin kerjasama dengan pihak swasta
- 4) Melestarikan dan mengembangkan nilai keragaman serta kekayaan budaya berdasarkan syariat.

#### **B. Konsep dan Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue**

Konsep dan perencanaan di rancang sebagai alat bantu untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai dimasa yang akan datang oleh sebuah organisasi. Hingga konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata ini diperlukan agar program yang disusun dapat dikomunikasikan dengan baik kepada sasaran perencanaannya. Tujuan dari sebuah organisasi dapat dibaca melalui rancangan visi dan misi yang mereka miliki. Visi dan misi dari Dinas kebudayaan dan pariwisata Simeulue tertuang jelas dalam profil organisasinya. Sebagai organisasi yang bertugas untuk merencanakan program-program kerja pemerintah, Dinas Kebudayaan dan pariwisata Simeulue tentunya telah menentukan sasaran dari program yang rencanakan dan menyusun serta menentukan tenggak waktu hingga bagaimana program-program kerja itu dikomunikasikan atau disampaikan.

Sebagai daerah yang menerapkan syariat islam, pemerintah Simeulue mendukung penuh dan terus berusaha menerapkan pariwisata halal yang sesuai dengan tatanan syariat islam yang berlaku. Dalam pengelolaan pariwisata halal diperlukan pemahaman yang benar terhadap informasi pariwisata halal itu sendiri. Sebagian beranggapan bahwa pariwisata halal kerap disamakan dengan wisata religi sedang pada dasarnya, wisata halal mencakupi seluruh jenis dari kegiatan pariwisata baik itu wisata budaya, wisata religi, wisata bahari dan lainnya. Dimana

wisata halal ini berupaya menyediakan hal-hal dasar yang menjadi kebutuhan keseharian dari turis muslim. Hal itu berupa kebutuhan beribadah, makanan halal dan penginapan yang sesuai dengan nilai islam. Konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata ini diperlukan agar dapat terjadi desiminasi informasi mengenai pariwisata halal yang tersampaikan dengan baik kepada sumberdaya manusia pariwisata. Abdul Karim selaku Kepala dinas kebudayaan dan pariwisata Simeulue menganggapi perihal konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata di Simeulue dan mengatakan bahwa:

“Penerapan konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata halal tentu kita lakukan komunikasi sosial atau sosialisasi kepada masyarakat. Dan pelaku-pelaku yang akan masuk dalam konsep dan perencanaan komunikasi tentu pelaku-pelaku usaha wisata. Apakah itu namanya resort, penginapan, kuliner dan sebagainya. Sebab mereka yang bersentuhan langsung dengan usaha wisata”.<sup>58</sup>

Secara sederhana, perencanaan komunikasi berasal dari kata perencanaan dan komunikasi. Kedua kata ini memiliki konsep dasar yang berbeda namun saling berkaitan. Perencanaan komunikasi dapat diartikan sebagai kegiatan untuk mengimplementasikan sebuah kebijakan komunikasi. Perencanaan dilihat dari aspek manajemennya sedangkan komunikasi dilihat dari proses penyebaran pesan maupun pertukaran informasi yang sesuai dengan tujuan kebijakan perencanaan komunikasi itu sendiri, sebagai contoh untuk mengedukasi, membangun kesadaran, kampanye, pemasaran, membangun branding, maupun membangun kerjasama.

Dalam menyusun konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata, Dinas kebudayaan dan pariwisata Simeulue merujuk pada pedoman dan acuan yang diberikan oleh pemerintah provinsi yang sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai. Abdul karim dalam wawancara yang penulis lakukan mengatakan bahwa mereka telah mengikuti sosialisasi yang diberikan oleh pemerintah provinsi tentang bagaimana pengelolaan pariwisata halal itu sendiri baik itu sosialisasi yang dilakukan di di provinsi maupun dalam kabupaten.

---

<sup>58</sup> Hasil wawancara dengan Abdul Karim, *Kadis kebudayaan dan Pariwisata Simeulue*, 19 September 2020.

Untuk sebuah konsep dan perencanaan, apalagi itu perencanaan komunikasi suatu organisasi akan memiliki peran yang sangat strategis dalam mencapai tujuan perencanaan apabila melakukan tahapan-tahapan berikut; memahami hakikat perencanaan, pendekatan perencanaan, dan bagaimana langkah-langkah komunikasi itu dilakukan. Dalam penerapan konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata Dinas kebudayaan dan pariwisata simeulue memilih beberapa langkah dalam upaya penyebaran informasi pariwisata halal kepada SDM pariwisata. Langkah-langkah yang diambil berupa sosialisasi, training, pembuatan buku panduan wisata dan membangun kerja sama dengan komunitas-komunitas dalam bidang pariwisata dan budaya.

a. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan langkah salah satu langkah yang dapat dilakukan dalam upaya penyebaran informasi. Kegiatan sosialisasi dapat dikatakan sebagai usaha dalam membangun jembatan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat dan pelaku usaha pariwisata. Sosialisasi dilakukan sebagai pengenalan awal mengenai informasi wisata halal. Pemerintah daerah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue melakukan seminar-seminar berkenaan dengan pariwisata halal yang bertujuan untuk mengedukasi dan menginformasi masyarakat serta pelaku usaha tentang pariwisata halal itu sendiri dan bagaimana cara pengelolaannya.

Abdul karim, dalam wawancara yang penulis lakukan mengatakan bahwa masih banyaknya pemahaman yang berkenaan tentang wisata halal yang belum seutuhnya dipahami oleh masyarakat. Dengan berlakunya syariat Islam di Kabupaten Simeulue, masyarakat beranggapan tidak perlu adanya perbedaan pengelolaan wisata konvensional dan pariwisata halal. Sebab pada hakikatnya ketika syariat Islam itu berlakukan disuatu daerah, aturan-aturan yang berkenaan dengan usaha pariwisata harus sejalur dengan aturan Syariat. Namun, Abdul karim menyebutkan perlu adanya sosialisasi bagaimana cara pengelolaan yang benar tentang wisata halal itu. Sebagai contoh kecil sosialisasi kepada pelaku usaha agar memperhatikan kebersihan menu makanannya dengan bentuk perlakuan kecilnya

adalah membersihkan cangkang telur sebelum mengolahnya untuk dijadikan olahan makanan seperti mie aceh ataupun martabak telur.<sup>59</sup>

Pariwisata halal di Simeulue tidak hanya ditawarkan kepada wisatawan Muslim dalam negeri namun juga ditawarkan kepada wisatawan asing. Jumlah pengunjung asing yang datang ke Simeulue dari tahun ketahun terus meningkat. Abdul Karim menyebutkan bahwa kabupaten Simeulue mejadi kabupaten ketiga paling banyak dikunjungi oleh wisatawan asing setelah Banda Aceh dan Sabang. Pada tahun 2019, jumlah pengunjung asing yang datang ke Simeulue berjumlah 400 dan pada tahun 2020 pengunjung meningkat menjadi 1400 pengunjung asing dari target 1900 pengunjung pada tahun 2020 namun kendala pandemik COVID 19 target itu tidak dapat dicapai.

Sebagai daerah yang menjunjung tinggi adat budaya dan aturan keislaman, pengunjung yang datang ke simeulue di tuntut untuk menghormati adat dan budaya daerah dengan tidak melakukan sesuatu hal yang dilarang salah satunya dengan mengenakan pakaian yang menutup aturat dan bagi wisatawan non muslim untuk berpakaian sopan dan tidak terbuka. Sosialisasi yang dilakukan untuk memberi pemahaman tentang informasi wisata halal selain dengan pengadaan seminar-seminar namun juga dengan penyebaran surat himbauan kepada pelaku usaha untuk memberi pemahaman kepada pengunjung untuk senantiasa menghormati adat budaya local.

“wisata halal tidak hanya pada konsep “kuliner” namun, tentu pelaku dan perlakuan wisata itu sendiri yang halal. Wisatawan asing yang datang ke Simeulue kita himbau dengan surat himbaun ke resort-resort dan pemilik usaha bahwa ingatkan tamunya untuk menghormati adat budaya kita di Simeulue dan penerapan wisata halalnya dan mereka tidak keberatan dengan hal tersebut”.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> Hasil wawancara dengan Abdul Karim, *Kadis kebudayaan dan Pariwisata Simeulue*, 19 September 2020.

<sup>60</sup> Hasil wawancara dengan Abdul Karim, *Kadis kebudayaan dan Pariwisata Simeulue*, 19 September 2020.

Pandemic yang terjadi diawal tahun 2020 mengakibatkan kegiatan wisata berhenti total. Sejak Maret hingga September wisatawan asing dilarang untuk melakukan kunjungan ke Simeulue. Hal ini mengakibatkan banyak resort dan penginapan yang harus melakukan pemberhentian kerja sementara staff dan karyawan. Dinas Kebudayaan dan pariwisata simeulue berupaya membantu pelaku usaha wisata yang kehilangan pekerjaan dan kena dampak pandemic dengan memberikan bantuan berupa barang-barang usaha yang diperlukan oleh pelaku usaha kuliner, pengrajin ayaman tikar serta pelaku usaha yang berdampak langsung oleh pandemic. Dan juga Dinas pariwisata dan kebudayaan Simeulue meminta pemerintah dalam hal ini Bupati untuk menyurati BUMN perbankan untuk memberikan keringan dengan penundaan pembayaran pajak kepada pemilik usaha penginapan dan resort.

Pada bulan Oktober 2020 kegiatan wisata di Kabupaten Simeulue mulai bangkit kembali, Pemerintah Kabupaten Simeulue mulai memberi izin bagi wisatawan asing untuk melakukan kunjungan ke Kabupaten Simelue dengan syarat memperhatikan protocol kesehatan dan jaga jarak. Hal ini disampaikan dengan menyebarkan surat edaran yang dikeluarkan oleh Bupati Simeulue.

Membangun kesadaran berwisata yang baik tidak hanya kepada wisatawan asing namun wisatawan lokal juga memiliki peran penting untuk menjaga keberlangsungan tempat destinasi wisata, menjaga kebersihan dan kenyamanan destinasi wisata dengan memberikan sosialisasi untuk membuang sampah pada tempatnya. Lokasi wisata yang banyak di kunjungi wisata lokal terlihat kotor dengan sampah plastic bekas minuman dan makanan yang dibuat sembarangan membuat destinasi wisata terlihat kotor dan tak terjaga. Abdul karim menyebutkan bahwa membangun kesadaran untuk buang sampah pada tempatnya menjadi tanggung jawab semua masyarakat. dan salah satu usaha yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah dengan mengajak masyarakat untuk melakukan kerja bakti atau gotong royong untuk mengutik sampah sampah yang bertebaran

dilokasi destinasi wisata. Hal ini pernah dilakukan di destinasi wisata pantai Alaik Sektare,<sup>61</sup>

Dalam melakukan sosialisasi informasi wisata halal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue menggandeng media-media Massa online untuk memberitakan tentang wisata di Simeulue. Tidak hanya itu Abdul Karim menyebutkan bahwa masyarakat-masyarakat yang telah mengikuti seminar dan training pengembangan wisata juga diajak untuk mempromosikan destinasi wisata-wisata yang ada di Simeulue melalui media sosial yang mereka miliki yaitu dengan berkunjung ke destinasi wisata dan mengambil gambar untuk kemudian di posting di akun Instagram dan Juga Facebook.<sup>62</sup>



Gambar 4.1 masyarakat mempromosikan destinasi wisata Simeulue melalui Instagram<sup>63</sup>

Dalam upaya melakukan program perencanaan komunikasi dilapangan, tidak menutup kemungkinan didapati hambatan dalam pelaksanaannya. Hambatan yang di hadapi oleh dinas ketika melakukan sosialisasi kepada masyarakat adalah masih banyaknya pemahaman masyarakat yang beranggapan bahwa kedatangan

<sup>61</sup> Hasil wawancara dengan Abdul Karim, *Kadis kebudayaan dan Pariwisata Simeulue*, September 2020.

<sup>62</sup> Hasil wawancara dengan Abdul Karim, *Kadis kebudayaan dan Pariwisata Simeulue*, 19 September 2020.

<sup>63</sup> Instagram Wisata.Simeulue, diunggah pada 7 Agustus 2020

turis asing ke Simeulue akan membawa pengaruh buruk terhadap agama dan budaya masyarakat Simeulue. Selain hal tersebut hambatan lainnya adalah kurangnya kepedulian masyarakat untuk menjaga sarana prasarana wisata yang dibangun di lokasi-lokasi destinasi wisata. Abdul karim menyebutkan banyaknya prasarana yang rusak dan terabaikan setelah dibangun seperti di destinasi wisata jembatan merah di Teupah selatan.

#### b. Pelatihan/ Training

Kabupaten simeulue menawarkan potensi wisata yang besar yang bila dikelola dengan baik dan benar mampu membawa perubahan taraf kehidupan ekonomi masyarakat. Mayoritas dari masyarakat Simeulue berprofesi sebagai nelayan dan tani dan lainnya sebagai ASN dan tenaga kerja di kantor-kantor di kabupaten dan desa. Dari segi kependudukan masyarakat Simeulue merupakan masyarakat yang heterogen. Terdapat banyak suku dari berbagai daerah di Indonesia. Seperti Aceh, Padang, Nias, Aneuk Jame, Batak, Bugis dan suku asli Simeulue yaitu. Dengan banyaknya suku yang berada di Simeulue, terjadilah akulturasi budaya dan kesenian yang diadopsi dari suku-suku tersebut. Salah satu budaya yang menjadi kekhasan Kabupaten Simeulue adalah budaya nandong. Kesenian tradisional Simeulue ini merupakan seni tutur yang dilestarikan secara turun temurun.

Selain dari kearifan budaya lokal yang beragam kabupaten Simeulue juga nawarkan banyak destinasi wisata yang mampu memberikan pengalaman yang berbeda kepada pengunjung. Objek wisata yang dapat ditemui di Simelue Antara lain:

##### 1. Objek Wisata Alam

Seperti air terjun Leubang hulu, air terjun Tanjung Raya, air terjun Putra Jaya, dan sejumlah objek wisata alam lainnya yang dikemas seperti goa Sembilan/Sinar Bahagia, goa Air Pinang, Goa Ana'o dan lain-lain

##### 2. Objek Wisata Bahari

Hampir seluruh pesisir pantai Simeulue memiliki ombak yang besar yang berkarakter. Hal ini menjadi daya tarik untuk pengunjung melakukan surfing, selain itu bibir pantai yang berkarang menjadi tujuan bagi para wisatawan untuk snorkeling, diving dan juga untuk melakukan pancing mania. Simeulue juga dikelilingi oleh banyak pulau yang memiliki keindahan alam dan pantai diantaranya; Pulau Babi; Pulau Lasia, Pulau Harapan, Pulau Pinang, Pulau Mincau, Pulau Linggam, Pulau Siumat, Pulau Selaut.

### 3. Objek Wisata Religi

Seperti makam Teuku Khalilullah (Teuku Diujung) dan Makam Bangkudo Batu yang membawa dan menyiarkan agama Islam ke Kabupaten Simeulue yang terletak di Kecamatan Simeulue Cut tepatnya di Desa Latak Ayah dan di Kecamatan Teupah Barat di Desa Salur.

### 4. Objek Wisata Kuliner

Wisata kuliner tradisional yang dapat ditemui di Simeulue adalah Memek. Makanan kuliner ini menggunakan bahan beras ketan yang disangrai dan kemudian dicampur dengan adonan santan dan pisang ditambah gula serta garam. Makanan ini umum dikonsumsi masyarakat di momen Ramadhan. Kuliner selanjutnya adalah makanan berbahan sagu. Dulunya sagu merupakan makanan pokok masyarakat Simeulue pengganti nasi. Sagu yang disangrai dengan cara khusus sangat cocok dimakan dengan kuah ikan kakap maupun kuah daging.<sup>64</sup>

Potensi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Simeulue perlu dikelola dengan baik oleh sumberdaya manusia pariwisata. Dalam artian seluruh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah serta *stakeholder* harus memiliki pemahaman yang baik tentang pariwisata itu sendiri. Pemahaman yang baik dihasilkan oleh desiminasi informasi tentang pariwisata yang didapat dari kegiatan

---

<sup>64</sup> Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue, *Travel Guide to Simeulue (Panduan wisata Kabupaten Simeulue)*, hal 19.

sosialisasi dan juga pelatihan yang dilakukan oleh pemerintah maupun komunitas yang bergerak dibidang pariwisata melalui media sosial maupun media lainnya.

“Pengembangan suatu destinasi wisata memang harus dibarengi dengan pengembangan sumberdaya manusianya.dan ini dilakukan melalui pelatihan-pelatihan yang kita laksanakan. Dan beberapa pelatihan yang telah Dinas laksanakan seperti pelatihan tata kelola homestay, pelatihan kuliner dengan tujuan pengembangan kuliner di Simeulue, pelatihan surfing, pelatihan selam, pelatihan kelompok sadar wisata, pelatihan bagi kelompok wisata pengrajin dan pelatihan pemandu wisata”.<sup>65</sup>

Wexley dan Yulk menjelaskan bahwa pelatihan dan pengembangan adalah sesuatu yang mengacu pada hal-hal yang berhubungan dengan usaha-usaha berencana yang dilaksanakan untuk mencapai penguasaan keterampilan, pengetahuan, dan sikap karyawan atau anggota organisasi. Pengembangan lebih difokuskan pada peningkatan keterampilan dalam mengambil keputusan dan hubungan manusia. (*Human Relations*).<sup>66</sup>

Pelatihan-pelatihan yang dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue melibatkan masyarakat yang bersentuhan langsung dengan sektor usaha pariwisata yaitu mereka yang tinggal di lokasi destinasi wisata dan juga pelaku usaha wisata itu sendiri. hal ini bertujuan untuk meningkatkan keahlian dan juga mengedukasi masyarakat sehingga mampu memberikan pelayanan jasa pariwisata yang dibutuhkan oleh wisatawan yang datang ke Simeulue. Pelatihan pelatihan tersebut diantaranya:

a) Pelatihan Tata Kelola Homestay

Homestay merupakan salah satu bentuk akomodasi pariwisata yang cukup berperan penting dalam pengembangan pariwisata. Homestay merupakan salah satu usaha pengembangan *Tourism based community* dimana masyarakat menyedia ruang dan tempat dirumah

---

<sup>65</sup> Hasil wawancara dengan Erni Novita, Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Wisata, Simeulue, 19 September 2020

<sup>66</sup><http://eprints.uny.ac.id/7868/3/bab%20%20-%2007104244083.pdf> diakses pada 2 December 2020

mereka yang didesign untuk menjadi tempat penginapan para wisata. Di Simeulue pembangunan homestay semakin bertambah, sekarang sudah ada beberapa homestay yang berdiri yaitu Ibu Homestay, Omak Homestay, Galang Homestay. Pelatihan tata kelola homestay ini bertujuan meberi tahu kepada masyarakat bagaimana mengelola usaha homestay yang baik dan benar sehingga mampu memberi kenyamanan kepada wisatawan yang menginap di homestay mereka.

b) Pelatihan Kuliner

Simeulue memiliki beberapa makanan khas yang tidak ditemukan di daerah lain, seperti memek, dan olahan sagu yang dapat dijadikan makanan padat dan ringan. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk mengembangkan kuliner Simeulue sehingga dapat memberi kesan yang berbeda kepada penikmat kuliner ini. Yang menjadi peserta pelatihan ini diambil dari utusan PKK yang ada disetiap kecamatan di Kabupaten Simeulue.

c) Pelatihan Surfing

Wisata Surfing merupakan salah satu atraksi yang paling diminati oleh wisatawan khususnya wisatawan asing yang berkunjung ke Kabupaten Simeulue. Simeulue dikenal memiliki ombak yang berkarakter. Pelatihan surfing bertujuan untuk meningkatkan keahlian dan keterampilan SDM dalam bidang Surfing.



Gambar 4.2 Peserta sedang mendengarkan arahan dari pelatih surfing<sup>67</sup>

d) Pelatihan Snorkeling dan Diving

Peserta pelatihan snorkeling yang diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue dilatih langsung oleh snorkeler profesional dari Provinsi. Pelatihan dilaksanakan selama dua hari. Hari pertama peserta mengikuti dan mendengarkan materi yang disampaikan dan di hari kedua peserta langsung melakukan pelatihan dilapangan. Erni menyebutkan peserta yang mengikuti pelatihan akan diberikan sertifikat yang kemudian dapat dipakai untuk bekerja.



Gambar 4.3 Peserta sedang mendengarkan arahan dari pemateri

e) Pelatihan Tata Kelola Destinasi

Pelatihan tata kelola destinasi merupakan pelatihan yang diberikan kepada masyarakat di sekitar destinasi wisata. Pelatihan ini untuk memberikan informasi kepada mereka bagaimana cara yang baik untuk mengelola destinasi. Pelatihan ini juga membantu masyarakat di daerah yang memiliki potensi wisata untuk dikembangkan sehingga mampu menarik pengunjung untuk datang. Salah satu destinasi wisata yang dikelola oleh masyarakat adalah Pantai Aleik Sektare di Kecamatan Teupah Barat.

<sup>67</sup> Hasil Dokumentasi, *Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeuleu*, 26 September 2020



Gambar 4.4 Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue sedang memberikan materi kepada peserta.<sup>68</sup>

f) Pelatihan Pemandu Wisata

Pemandu wisata merupakan salah satu hal terpenting yang diperlukan dalam industri pariwisata dimana pemandu wisata bertugas untuk memandu wisatawan yang berkunjung di lokasi destinasi wisata yang baru. Seorang pemandu wisata diharuskan memiliki informasi yang baik dan benar tentang destinasi wisata baik dari segi sejarah, budaya dan juga hal-hal lainnya. pelatihan pemandu wisata yang dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue bertujuan untuk mengedukasi Peserta yang mengikuti pelatihan untuk dapat membekali diri akan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan. Peserta pelatihan di ambil dari setiap utusan yang dipilih oleh masing-masing kecamatan yang ada di Simeulue

g) Pelatihan Kelompok Sadar Wisata

Pelatihan kelompok sadar wisata atau yang disebut DARWIS yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue di tujukan kepada dua kelompok DARWIS untuk dua Kecamatan yaitu Kecamatan Simeulue Timur dan Teupah Tengah. Tahun seharusnya dilakukan pelatihan lanjutan. Namun, sebab kendala pandemic diundur untuk tahun depan.

---

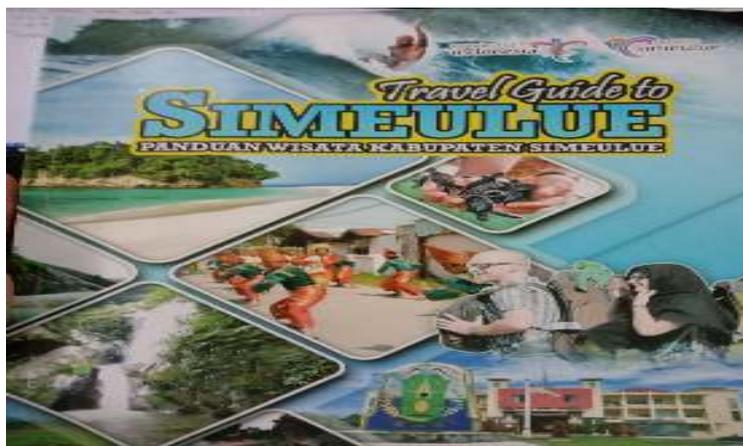
<sup>68</sup>Hasil Dokumentasi, *Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeuleu*, 26 September 2020

#### h) Pelatihan Kelompok Pengrajin

Pelatihan ini dikhususkan bagi para pengrajin yang ada di Kabupaten Simeulue, baik itu pengrajin ayaman tikar maupun bentuk kerajinan lainnya. Pelatihan ini membantu para pengrajin bagaimana cara memasarkan produk mereka dan hal-hal yang berkenaan dengan usaha kerajinan.

#### c. Pembuatan Buku Travel Guide

Buku merupakan media komunikasi yang digunakan untuk mengedukasi dan juga sebagai sarana penyebaran informasi. Dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Produksi sebuah buku panduan wisata Kabupaten Simeulue sebagai salah satu media penyebaran informasi wisata di Kabupaten Simeulue. Secara umum, buku panduan wisata ini berisikan tentang gambaran Kabupaten Simeulue, keadaan sosial budaya masyarakat Simeulue, Destinasi wisata yang ditawarkan, informasi berkenaan dengan kebutuhan wisatawan yang berupa penginapan, tempat olahraga, restaurant dan juga transportasi yang dapat digunakan untuk mengunjungi Simeulue.



Gambar 4.5 buku panduan wisata Kabupaten Simeulue<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Hasil dokumentasi, *Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue*, 26 September 2020

### **C. Model Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue dalam Penyebaran Informasi Wisata Halal.**

Model komunikasi yang digunakan selalu disesuaikan dengan komunikan yang menjadi sasaran perencanaan program komunikasi. Hal ini dimaksud agar informasi yang disampaikan melalui program perencanaan komunikasi yang dilakukan dapat diterima dengan baik oleh sasaran komunikasinya. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam melaksanakan perencanaan program komunikasinya memiliki beberapa sasaran yaitu kepada pelaku usaha, masyarakat dan kepada wisatawan. Model komunikasi yang digunakan kepada masing masing sasaran juga berbeda.

#### **1. Model komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue dengan Pelaku usaha dan masyarakat**

Dalam pelaksanaan desiminasi informasi wisata halal kepada masyarakat dan pelaku usaha, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue menggunakan model komunikasi satu langkah (*one step flow*). Model komunikasi ini merupakan model komunikasi sederhana yang terjadi searah. Namun, dalam prakteknya model komunikasi ini dapat terjadi dua arah apabila *receiver* memberi umpan balik kepada *sender* sehingga peran komunikator dan komunikan sama, dimana ada kalanya komunikator menjadi komunikan maupun sebaliknya. Model komunikasi satu langkah (*one step flow*) ditemui dalam program perencanaan komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue dalam melakukan sosialisasi dan juga pelatihan (*training*).

#### **2. Model Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata simeulue dengan Wisatawan**

Model komunikasi yang dilakukan kepada wisatawan oleh Dinas kebudayaan dan Pariwisata adalah model komunikasi multilangkah (*many steps flow*). Model komunikasi multi langkah ini melibatkan pihak kedua, ketiga dan pihak lainnya dalam proses komunikasi. Penyampaian pesan dalam model komunikasi melalui interaksi yang kompleks dimana banyak pihak yang termasuk dalam proses

komunikasinya. Bentuk interkasinyapun bisa terjadi secara langsung maupun melalui opinion leader.

Abdul Karim mengatakan bahwa semua pihak baik Pemerintah, pelaku usaha dan masyarakat dan juga komunitas sadar pariwisata dan duta wisata Kabupaten Simeulue bekerja sama untuk melakukan promosi dan menyebarkan informasi tentang wisata halal yang ada di kabupaten Simeulue. Media yang digunakan dalam proses komunikasi ini umumnya merupakan media yang berbasis internet, baik itu sosial media, online media maupun website. Masyarakat khususnya mereka yang pernah melakukan pelatihan-pelatihan kepariwisataan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan pariwisata Simeulu e diajak untuk memperkenalkan Simeulue dan kearifan lokalnya melalu platform yang yang mereka miliki misalnya Facebook, Instagram maupun Youtube dengan membuat konten sosial media yang membahas tentang potensi wisata Simeulue.<sup>70</sup>

Hal yang sama diungkapkan oleh Ramlan, selaku pengusaha dibidang penginapan.

“Saya menggunakan Instagram dan Facebook untuk untuk mempromosikan wisata Simeulue dengan membagikan foto-foto yang menarik. Ketika ada wisatawan yang ingin berkunjung dan membooking penginapan maka mereka bisa membooking langsung. Saya tidak menggunakan website untuk mempromosikan usaha saya.”

Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram menang sudah tidak terpisahkan lagi dari kehidupan masyarakat. Penggunaan sosial media bukan hanya sebagai media interaksi namun juga digunakan sebagai lapak untuk menjual jasa dan produk yang mudah dan dapat menjangkau banyak pihak diseluruh belahan dunia. Sehingga hal ini juga menjadi peluang bagi pelaku usaha dibidang wisata untuk memasarkan jasanya. Penyebaran informasi di media sosial memberikan kemungkinan untuk pihak lain menyimpan, membagikan dan juga meneruskankan

---

<sup>70</sup> Hasil wawancara dengan Abdul Karim, *Kadis kebudayaan dan Pariwisata Simeulue*, 19 September 2020.

konten informasi yang dibagikan. Hal ini secara umum merupakan contoh dari model komunikasi multilangkah (*many steps flow*).<sup>71</sup>

Melalui kepala bidang pemasaran pariwisata Dinas kebudayaan dan pariwisata Simelue Risdawani, menyebutkan bahwa dalam melakukan komunikasi untuk memasarkan wisata Simeulue, menggunakan media elektronik dan juga media cetak. Pemasaran pariwisata dilakukan untuk semua sasaran komunikasi.

“Upaya kita dalam mempromosi Simeulue untuk saat ini memasarkannya adalah melalui pembuatan video-video pariwisata. Video ini dapat diakses di channel youtube Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Simeulue. Disana terdapat film-film tentang pariwisata ada film panjang dan ada film pendek. Itu salah satu upaya kita untuk menjual pariwisata kita dan kemudian melalui buku *Travel Guide to Simeulue*. Buku ini kita berikan kepada tamu-tamu kita dari luar pejabat-pejabat yang datang atau wisatawan dari luar negeri pada saat *event-event* pariwisata yang kita adakan.<sup>72</sup>

Penggunaan model komunikasi multilangkah dalam perencanaan komunikasi Dinas kebudayaan dan pariwisata Simeulue ini bertujuan agar informasi tentang pariwisata halal di Simeulue dapat menjangkau masyarakat luas tanpa ada batas wilayah dan Negara. Dengan begitu diharapkan dapat menaikkan jumlah wisatawan yang ingin berkunjung ke Simelue.

Dalam wawancara yang penulis lakukan, Risdawani mengatakan bahwa pemasaran pariwisata simeulue belum memiliki brand khusus dan juga tidak memiliki sasaran yang khusus. Brand pariwisata Simeulue sedang digarap namun baru pada draftnya saja dan sebab pandemik Covid 19 pembuatan brand wisata Simeulue harus tertunda dan akan dilanjutkan apabila pandemic ini mulai dapat diatasi.

Pembuatan brand pariwisata membantu dalam menjelaskan posisi pariwisata yang ditawarkan disuatu daerah. Sehingga pembuatan brand destinasi

---

<sup>71</sup>Hasil wawancara dengan Ramlan, *Pelaku Usaha Bidang Pariwisata*, Simeulue, 25 November 2020

<sup>72</sup>Hasil wawancara dengan Risdawani, *Kepada Bidang Pemasaran Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata*, Simeulue, 19 September 2020

wisata Simeulue sebagai salah satu daerah yang menyediakan wisata halal dianggap penting, agar wisatawan yang ingin berkunjung mengetahui posisi destinasi wisata di kabupaten Simeulue. Hal ini dapat memberi kepuasan atas kunjungan yang akan dilakukan. Adanya Brand disuatu destinasi juga memudahkan dalam proses pemasaran dan bagaimana narasi informasi tentang wisata halal itu disampaikan.

#### **D. Pemahaman SDM Pariwisata Simeulue Terhadap Informasi Wisata Halal**

Pariwisata merupakan industri kompleks yang melibatkan banyak pihak. Mulai dari pemerintah, stakeholder, pelaku usaha, Pekerja seni budaya, hingga masyarakat. Pihak-pihak yang terlibat dalam industri pariwisata merupakan SDM penting yang perlu dipersiapkan, baik secara edukasi maupun keahlian. Sehingga mampu mengelola bisnis pariwisata daerah yang berujung pada perbaikan ekonomi masyarakat. Pengembangan keahlian dan edukasi kepada SDM pariwisata dengan melakukan Desiminasi informasi tentang pariwisata yang dilaksanakan oleh Pemerintah, khususnya oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang memang telah diberikan tugas sebagai lembaga yang menyusun dan merencanakan program untuk pengembangan SDM Pariwisata di daerah.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue menyusun perencanaan komunikasi tentang penyebaran informasi wisata halal dengan menggunakan beberapa langkah yaitu, dengan melakukan sosialisasi, pelatihan, pembuatan buku, dan juga membangun kerja sama dengan pihak-pihak yang bersentuhan langsung dengan pariwisata, baik itu pelaku usaha maupun komunitas-komunitas sadar wisata. Penyusunan konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata diperlukan agar program yang akan dilaksanakan mencapai tujuan. Dan sosialisasi informasi tentang wisata halal dan bagaimana mengelolanya dapat dipahami oleh seluruh SDM pariwisata. Pemahaman tentang posisi wisata Simeulue sebagai destinasi wisata halal harus jelas di komunikasikan kepada SDM pariwisata dengan menggunakan Model Komunikasi dan media yang tepat sehingga terjadi desiminasi informasi tentang wisata halal yang benar.

Berdasarkan pengamatan penulis, Term wisata halal masih merupakan hal baru yang belum banyak diketahui oleh SDM pariwisata Simeulue baik itu masyarakat maupun pelaku usaha itu sendiri. Bagi masyarakat awam, pariwisata umum dan wisata halal tidak ada bedanya dari segi prinsip maupun bentuk usaha wisatanya. Bahkan banyak dari masyarakat yang belum pernah mendengar term wisata halal. Sedang bagi pelaku usaha, beranggapan bahwa wisata halal dan wisata religi merupakan bentuk wisata yang sama. Kurangnya literasi wisata di kabupaten Simeulue menyebabkan tidak tersampainya informasi wisata halal itu sendiri. Padahal, program perencanaan wisata Kabupaten Simeulue, wisata halal memang merupakan bagian dari program utama.

Ramlan sebagai pelaku usaha penginapan dan juga pemandu wisata di kabupaten Simeulue mengatakan

“Wisata halal ini sebenarnya kalau saya melihat secara pribadi lebih kepada wisata religi. Karena ya semuanya harus serba halal dari segi makanan. Apalagikan Simeulue Sembilan puluh persen masyarakat Simeulue itu muslim, ya emang bisa menjadi salah satu tujuan untuk dikembangkan wisata halal ini. Akan tetapi, kita kalau untuk wisata religi tidak terlalu dominan. Wisata religi ini lebih kepada agama. Palingan wisata sejarah seperti Makam Teuku Diujung. Dan juga objek wisata religi dan objek wisata sejarah itu saya melihat tidak dirawat dengan baik contohnya seperti bangker-bangker peninggalan penjajahan Jepang yang ada di Teupah Selatan dan di Inor.<sup>73</sup>

Hal yang sama juga disampaikan oleh Sri Wahyuni pemilik usaha penginapan Nanik Busung Surf dalam wawancara yang penulis lakukan. Ia mengatakan belum terlalu mengetahui tentang wisata halal yang ada di Simeulue sehingga ia tidak dapat berkomentar banyak. Sepengetahuannya, program wisata halal belum ada yang terlaksana di Kabupaten Simeulue dan nampaknya hanya ada di Banda Aceh dan sekitarnya. Hal ini disebabkan ia lebih fokus kepada wisata

---

<sup>73</sup>Hasil wawancara dengan Ramlan, *Pelaku Usaha Pariwisata dan pemandu wisata*, Simeulue, 25 November 2020

eropa dimana sasaran yang menjadi kostumer dari usaha penginapannya adalah wisatawan asing yang mayoritas bukan beragama islam.<sup>74</sup>

Pada dasarnya halal dan wisata religi memiliki perbedaan yang jauh baik dari segi motivasi berwisata maupun nilai yang harus disediakan dari kedua jenis wisata ini. Wisata religi dikhususkan kepada wisatawan tertentu seperti Islam, Kristen, Budha, Hindu maupun penganut agama lain. Dan destinasi wisatanya adalah tempat-tempat yang memiliki nilai religi sehingga kunjungan yang dilakukan pada objek wisata tersebut mampu memberikan nilai spiritual pada pengunjung yang berujung pada peningkatan keimanan dan kepercayaan. Serta juga kunjungan pada wisata religi ini dimotivasi oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan spiritual. Contoh dari wisata religi adalah umrah dan haji. Sedang wisata halal merupakan jenis wisata konvensional yang memperhatikan kebutuhan muslim terhadap kewajiban agama, seperti kebutuhan akan tempat beribadah, makanan halal, penginapan yang sesuai dengan standar islam dan juga penyediaan perbankan syariah sebagai media transaksi keuangan parawisatawan Muslim. Jasa dan pelayanan yang disediakan dalam wisata halal tidak hanya digunakan oleh wisatawan muslim sendiri, namun juga dapat dinikmati oleh wisatawan non muslim.

Abdul Karim dalam wawancara yang penulis lakukan mengatakan bahwa memang masih banyak dari masyarakat yang menganggap wisata di Kabupaten Simeulue tidak memerlukan lagi label wisata halal sebab pada dasarnya memang Kabupaten Simeulue ini sudah memberlakukan syariat islam sebagai bagaian dari hokum yang berlaku, dan adat budaya yang islami telah menjadi bagian dari keseharian masyarakat.<sup>75</sup>

Pemahaman tentang wisata halal dan wisata religi masih belum sepenuhnya dipahami oleh pelaku usaha pariwisata Simeulue. Sosialisasi yang dilakukan oleh

---

<sup>74</sup>Hasil wawancara dengan Sri Wahyuni, *Pelaku Usaha Pariwisata*, Simeulue, 20 Desember 2020

<sup>75</sup>Hasil wawancara dengan Abdul Karim, *Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata*, Simeulue 19 September 2020

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata nampaknya belum mampu mentransfer informasi dasar mengenai wisata halal. Dalam hal ini perlu adanya evaluasi program yang harus dilakukan agar adanya peningkatan dan perubahan pada metode maupun model komunikasi dalam penyampaian informasi wisata halal. Sehingga, pemahaman tentang informasi wisata halal dapat dipahami dengan jelas oleh SDM Pariwisata.

Belum Optimalnya akses wisata, promosi dan informasi serta rendahnya kualitas SDM bidang pariwisata dan budaya memang menjadi isu-isu strategis yang menjadi perhatian khusus bagi Dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Simelue. Sehingga oleh itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simelue perencanaan-perencanaan komunikasi Pariwisata dan langkah-langkah yang diambil adalah dengan melakukan sosialisasi, dan pelatihan-pelatihan untuk mengembangkan dan meningkatkan keahlian SDM pariwisata salah satunya adalah pelatihan Pemandu wisata.

Ramlan salah satu SDM pariwisata yang telah bekerja sebagai pemandu wisata selama 10 tahun mengatakan bahwa telah mengikuti pelatihan pemandu wisata yang diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simelue sebanyak tiga kali. Namun ramlan berpendapat bahwa pelatihan yang dilaksanakan belum mampu melahirkan generasi baru yang memiliki kemampuan memumpuni untuk memandu wisata. Ramlan menyebutkan bahwa anggota anggota HPI cabang Simeulue yang aktif hanya berkisar tiga orang.<sup>76</sup>

“Saya sendiri sering mengikuti pelatihan-pelatihan pariwisata yang diadakan oleh dinas. Pelatihannya memang berjalan dengan baik namun memang ada kendala-kendala yang kita temui, kalau menurut saya pribadi yang menjadi kendala disetiap pelatihan adalah pesertanya orang-orang yang tidak tepat sasaran. Sebagai contoh pelatihan pemandu wisata yang diadakan pemerintah melalui dinas pariwisata namun terkadang peserta yang mengikuti pelatihan tidak serius dan juga peserta yang bukan bidangnya bisa terlibat didalam kegiatan itu. Harapan kita depannya pemerintah melihat lebih detail seseorang yang dikutsertakan dalam

---

<sup>76</sup> Hasil wawancara dengan Ramlan, *Pelaku Usaha dan Pemandu Wisata*, Simeulue, 25 November 2020

pelatihan supaya dia bisa mengembangkan ilmu yang dia dapat dari pelatihan yang diikutinya”<sup>77</sup>

Mekanisme pemilihan peserta pelatihan pemandu wisata yang dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata diarahkan kepada Kecamatan untuk kemudian menyiapkan kadernya satu ataupun dua orang dari setiap kecamatan untuk diikutsertakan. Tujuannya adalah agar masing-masing kecamatan mampu mengembangkan desa wisata dan kader yang mengikuti pelatihan itu di kembangkan keahliannya sehingga nantinya akan menjadi pemandu wisata diaerahnya masing-masing.

Selain Ramlan, selaku SDM pariwisata yang bergerek dibidang penginapan Sri Wahyuni juga telah banyak mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue. Sri Wahyuni Mengatakan:

“Saya banyak mengikuti pelatihan yang dilakukan oleh Dinas seperti pelatihan tentang branding, Pariwisata dan banyak lain yang diikuti tapi mentok. Mentok tidak berjalan dari Dinas Pariwisata terkait, tidak berjalan artinya hanya talk only no action. Dan kami pelaku-pelaku usaha lokal itu berjalan sendiri jarang didampingi oleh Dinas Pariwisata, dan support yang diberikan oleh Dinas hanyalah pemberian izin”<sup>78</sup>

Pariwisata merupakan bisnis yang memiliki peluang besar untuk menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat daerah, mulai dari pekerja dibidang kuliner, penginapan, hingga pengrajin merupakan bisnis yang berkaitan dengan usaha pariwisata. Namun, bisnis pariwisata di Simeulue belum mampu menyerap banyak tenaga kerja dari masyarakat hingga dapat dikatakan bahwa pariwisata di Simeulue belum mampu membawa perbaikan pada taraf kehidupan masyarakat daerah.

---

<sup>77</sup> Hasil wawancara dengan Ramlan, *Pelaku Usaha dan Pemandu Wisata*, Simeulue, 25 November 2020

<sup>78</sup> Hasil wawancara dengan Sri Wahyuni, *Pelaku Usaha Pariwisata*, Simeulue, 20 Desember 2020

Tarmi sebagai tokoh masyarakat Kecamatan Teupah Selatan dalam wawancara yang penulis lakukan mengatakan bahwa masyarakat belum memiliki pengetahuan yang memadai bagaimana mengolah potensi wisata yang ada di daerah. Masyarakat yang memiliki tanah dengan pesona yang menarik sering menjualnya kepada warga asing dengan harga sepuluh kali lipat dari harga normal. Hal ini menimbulkan kekhawatiran yang besar. Sebab apabila penjualan tanah kepada warga asing ataupun investor asing terus terjadi, bisa saja masyarakat menjadi penonton di daerah sendiri. Hal ini terjadi menurut Tarmi disebabkan kurangnya sosialisasi dari pemerintah mengenai persoalan ini sehingga masyarakat tidak memikirkan lebih jauh akan dampak dari hal tersebut.<sup>79</sup>

Hal serupa juga disampaikan oleh Ramlan dalam sesi wawancara yang berlangsung dengan penulis

“Kita memang sedikit kecewa ketika warga kita menjual tanahnya ke pemilik asing, itu karena kita tidak mempunyai kemampuan untuk mengelolanya, sebenarnya ada hal lain bisa kita lakukan selain menjual, bisa kita lakukan penyewaan misalnya dalam jangka 20 tahun atau 25 tahun, nanti yang menikamti kan keluarga kita sendiri. Dan inilah yang tidak tersosialisasikan kepada masyarakat kita.”<sup>80</sup>

Penjualan tanah yang dilakukan oleh masyarakat memang tidak langsung atas nama Warga asing namun mengatasnamakan warga lokal yang dipercaya. Sebab pada dasarnya status kepemilikan tanah dan bangunan yang dapat diberikan kepada warga asing hanyalah sebatas hak pakai dan hak sewa. Seperti halnya yang diatur dalam undang-undang Nomor 5 tahun 1960 tentang peraturan dasar pokok-pokok agraria.

“Kami sebagai tokoh masyarakat berharap banyak pada pemerintah agar dapat mengantisipasi hal ini dengan memberlakukan aturan-aturan tertentu dan juga memberikan sosialisasi-sosialisasi kepada masyarakat. Sebab masyarakat kan tidak tahu menahu. Mereka perlu uang, penjualan tanah ke

---

<sup>79</sup>Hasil wawancara dengan Tarmi, *Tokoh Masyarakat Kecamatan Teupah Selatan*, Simeulue, 15 November 2020

<sup>80</sup> Hasil wawancara dengan Ramlan, *Pelaku Usaha dan Pemandu Wisata*, Simeulue, 25 November 2020

warga asing ini efeknya sangat besar, kalau saja ada sosialisasi maka masyarakat tidak menjual tanahnya namun disewakan.”<sup>81</sup>

Berdasarkan dari uraian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa sosialisasi dan pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue belum membuahkan hasil. Informasi yang disampaikan dan sebarakan tentang pariwisata halal belum begitu dipahami oleh SDM pariwisata. Sehingga perlu bagi Dinas Kebudayaan dan pariwisata untuk mengevaluasi ulang konsep dan perencanaan komunikasi yang akan disusun untuk program dimasa yang akan datang sehingga informasi tentang wisata halal Simeulue dapat dipahami dengan baik oleh SDM Pariwisata di daerah.

#### **E. Analisis Data**

Konsep perencanaan komunikasi pariwisata disusun untuk menentukan bagaimana proses komunikasi pariwisata yang akan dilakukan ke depan. Upaya ini untuk mengukur peluang keberhasilan sebuah proses komunikasi pariwisata. Dalam perencanaan komunikasi pariwisata perlu ditentukan sasaran dari komunikasi yang akan dilakukan dan bagaimana model komunikasi yang digunakan sehingga pesan yang ingin disampaikan tepat sasaran. Dapat dikatakan bahwa menyusun sebuah perencanaan begitu penting sebelum melaksanakan sebuah program. Sebab perencanaan pada dasarnya merupakan pedoman dalam melaksanakan program, kegiatan maupun sebuah kebijakan.

Sebagai sebuah organisasi di bawah pemerintahan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue memiliki tugas untuk membangun pariwisata daerah dan juga mengembangkan kemampuan SDM pariwisata daerah serta mendampingi usaha pariwisata yang dilakukan oleh pelaku usaha pariwisata.

Setelah melakukan penelitian mengenai konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Simelue dalam penyebaran informasi wisata halal. Penulis mendapatkan data-data yang kemudian

---

<sup>81</sup> Hasil wawancara dengan Tarmi, *Tokoh Masyarakat Kecamatan Teupah Selatan*, Simeulue, 15 November 2020

data-data tersebut dipelajari dan diolah untuk kemudian dianalisis. Menganalisis data penelitian bertujuan untuk mengurai permasalahan-permasalahan penelitian sehingga dapat dikemukakan pemecahan masalahnya. Adapun data-data yang diperoleh selama penelitian akan diuraikan dalam pembahasan ini.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue dalam penyebaran informasi wisata halalnya kepada masyarakat dan SDM pariwisata lainnya dilakukan dengan beberapa langkah yaitu dengan sosialisasi dengan pesan yang disampaikan berkenaan dengan wisata halal kepada pelaku usaha. Semisal pelaku usaha kuliner, pesan yang disosialisasikan berupa bagaimana menegelola makanan halal sesuai dengan standar kehalalan salah satunya dengan memperhatikan kebersihan makanan, peralatan makanan dan juga tempat penyajian makanan. Selain dari sosialisasi, perencanaan komunikasi pariwisata Dinas kebudayaan dan pariwisata juga melakukan pelatihan-pelatihan untuk mengembangkan SDM pariwisata Simeulue. Sebagai contoh pelatihan pengelolaan homestay, pelatihan selam, pelatihan, surfing, pelatihan pemandu wisata, pelatihan kuliner, pelatihan yang bertujuan membangun komunitas sadar wisata (darwis) dan beberapa pelatihan lainnya. Langkah selanjutnya pemerintah juga melakukan pembuatan buku tentang panduan wisata Simeulue. Langkah-langkah perencanaan komunikasi dilakukan dengan tujuan agar SDM Pariwisata dapat memahami informasi tentang wisata halal.

Namun data dilapangan yang penulis kumpulkan melalui wawancara bersama beberapa SDM pariwisata, menyebutkan bahwa informasi tentang wisata halal belum dapat tersampaikan dengan baik terbukti dengan kurangnya pengetahuan SDM pariwisata mengenai wisata halal sendiri. Pelaku usaha dan pemandu wisata yang penulis wawancara menyebutkan bahwa wisata halal dengan wisata religi merupakan hal yang sama. Sedang pada dasarnya kedua jenis pariwisata ini sangat berbeda jauh.

Mengenai pelatihan yang dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue belum mampu memberikan pengembangan yang signifikan terhadap kemampuan dan keahlian SDM pariwisata, dikarena pelatihan yang dilaksanakan

tidak tepat sasaran dan juga kurangnya keseriusan dari peserta pelatihan. Sebagai contoh pelatihan pemandu wisata yang telah dilaksanakan beberapa kali namun pemandu wisata memiliki keahlian hanya beberapa.

Dalam pengembangan industri pariwisata kerjasama antara pelaku usaha, pemerintah, masyarakat dan stakeholder merupakan hal yang sangat penting. Pariwisata di suatu daerah tidak dapat berkembang dengan baik jika tidak terjalin kerjasama yang baik. Dukungan dan pendampingan Insatansi pemerintah dibidang pariwisata juga sangat di perlukan. Namun dari informasi yang penulis dapatkan menyebutkan bahwa pelaku usaha kurang mendapat dukungan dan pendampingan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue. Dukungan yang jelas diberikan hanyalah berupa perizinan dan pelaku usaha pariwisata Simeulue berjalan sendirian. Hal ini menjadi perhatian penting bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue.

Perencanaan komunikasi pariwisata Dinas kebudayaan dan Pariwisata Simeulue belum menyusun dan menentukan bagaimana Brand destinasi wisata halal di Simeulue dan belum mampu menentukan pasar utama dari industri pariwisatanya. Sehingga pengemasan informasi mengenai destinasi sendiri belum bisa di susun dengan tepat. Sehingga hal ini perlu dievaluasi untuk kemudian disusun ulang hal-hal yang menjadi permasalahan utama dalam pengembangan wisata halal di Simeulue.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata dalam penyebaran informasi wisata halal oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue adalah

1. Konsep dan Perencanaan Komunikasi Pariwisata Simelue disusun dengan berpedomankan kepada apa yang disosialisasikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Aceh. Dengan melakukan langkah-langkah yaitu sosialisasi, pelatihan, pembuatan buku dan membangun kerjasama dengan pelaku usaha, stakeholder, masyarakat dan juga komunitas-komunitas dibidang pariwisata. konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata dirancang agar program komunikasi yang dilakukan mencapai tujuan. Yaitu berupa peningkatan pemahaman SDM Pariwisata akan informasi wisata halal Simeulue dan juga bertujuan agar adanya pengembangan keahlian dan wawasan informasi wisata halal pada SDM pariwisata Simeulue.
2. Model komunikasi yang digunakan dalam program perencanaan komunikasi pariwisata adalah model komunikasi satu langkah (*one step flow*) dan model komunikasi multilangkah (*many steps flow*). Kedua model komunikasi ini digunakan dalam penyampaian informasi wisata halal bagi sasaran program perencanaan komunikasi pariwisata yaitu seluruh SDM yang terlibat dalam usaha pariwisata. Model komunikasi ini digunakan pada saat sosialisasi dan juga pelatihan pelatihan dan juga promosi pariwisata kepada wisatawan lokal maupun wisatawan asing.
3. Pemahaman SDM pariwisata Simeulue mengenai informasi wisata halal belum tersampaikan dengan baik. SDM yang terlibat langsung dalam bisnis wisata di Simelue masih memiliki pemahaman yang salah mengenai wisata halal. Selain itu sosialisasi yang dilakukan oleh dinas kebudayaan dan

pariwisata tentang wisata halal ini belum mengenai sasaran komunikasi. sehingga mengakibatkan proses edukasi tentang wisata halal tidak terjadi. Hal ini menimbulkan banyak permasalahan lain yang berupa tidak mampunya mengelola potensi wisata yang ada yang berujung pada penjualan lahan kepada warga asing. Serta pelatihan-pelatihan yang dilakukan belum juga mampu menghasilkan peserta-peserta yang memiliki keahlian pada bidang yang dilatih hal ini disebabkan pemilihan peserta pelatihan yang kurang tepat sasaran dan juga kurang adanya keseriusan oleh peserta pelatihan dalam mengikutinya.

## **B. Saran**

1. Kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue, dalam penyusunan konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata hendaknya menentukan Brand destinasi wisata halal Simeulue sehingga mampu menjelaskan bagaimana sebenarnya posisi wisata halal di Simeulue. Selain itu hendaknya memperhatikan isu-isu strategis yang menjadi permasalahan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata seperti halnya kurang optimalnya kegiatan promosi dan akses informasi wisata serta kurangnya keahlian dari SDM pariwisata Simeulue. Hal ini diperlukan pencarian metode baru untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, sehingga pengelolaan wisata halal di Simeulue membaik.
2. Kepada SDM Pariwisata, hendaknya lebih berperan aktif dan serius dalam mengikuti pelatihan yang dilaksanakan oleh Dinas kebudayaan dan Pariwisata, serta bekerja sama menjaga infrastruktur yang telah dibangun dengan tidak merusak dan menghancurkannya dan juga saling menjaga kebersihan destinasi wisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aan Jaelani, *Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek (Halal Tourism Industry in Indonesia: Potensial dan prospec)*, online at [https://mpr.ub.uni-muenchen.de/76237/1/MPRA\\_paper\\_76237.pdf](https://mpr.ub.uni-muenchen.de/76237/1/MPRA_paper_76237.pdf), (diakses 25 Desember 2019).
- Abdul Kadir, 2003, *Pengenalan Sistem Informasi*, Yogyakarta: Andi
- Ali Alamsyah Kusumadinata, *Pengantar Ilmu Komunikasi Perubahan Sosial*, Yogyakarta: Deepublish
- Alo Liliweri, 2011, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana
- Bugaran Antonius Simanjuntak, 2017, *Sejarah Pariwisata Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Burhan Bungin, 2011, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana.
- Burhan Bungin, 2015, *Komunikasi Pariwisata Pemasaran dan Brand Destinasi*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Eka Dwi Satriana dkk, "Wisata Halal: Perkembangan dan Tantangan". JHPR, 2018, vol.1.2.
- Gusti Bagus Rai Utama, 2016, *Pengantar Industri Pariwisata*, Yogyakarta: Deepublish.
- Hafied Cangara, 2013, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Hafied Cangara, 2013, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Haris Hardiansyah, 2018, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanik.
- <https://aceh.tribunnews.com/2019/12/08/aceh-andalkan-wisata-halal> diakses pada 21 Agustus 2020
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsep> diakses pada 25 des 2019
- <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/40768/uu-no-32-tahun-2004> diakses pada 10 oktober 2019

- Husaini Usman dkk, 2014, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Kenmada Widjajanto, 2013, *Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi*, Bandung: CV Ultimus
- Muchtar Ali, “Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Industri Halal” *Jurnal Ahkam*, 2016. Vol XIV. 2.
- Rulli Nasrullah, 2015, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sapta Nirwandar, 2014, *Building Indonesia Tourism and Creative Industry*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soraya Ratna Pratiwi dkk, “Strategi Komunikasi Dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung”. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 2018, Vol.6.1.
- Sri Pajriah, “Peran Sumberdaya Manusia Dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Kabupaten Ciamis”. *Jurnal Artefak*, 2018, vol.5.1.
- Toto Tasamara, 1997, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Winamo Suramad, 1972, *Dasar dan Tehnik Resaearch (Pengantar Metodologi Ilmiah)*, Bandung: Tarsito.
- Yugih Setyanto dkk, “Desiminasi Informasi Terkait Pariwisata Berwawasan Lingkungan dan Budaya Guna Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan”. *Jurnal Komunikasi*, 2017, Vol. 9.2.
- <https://aceh.tribunnews.com/2016/12/22/aceh-terima-piagam-wisata-halal-dunia> diakses pada 21 agustus 2020
- <https://www.kememparekraf.go.id/post/tugas-dan-fungsi> diakses pada 21 agustus 2020
- [https://kominfo.go.id/content/detail/11234/kemenpar-perkuat-penyediaan-informasi-pariwisata-via-media-digital/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/11234/kemenpar-perkuat-penyediaan-informasi-pariwisata-via-media-digital/0/sorotan_media) diakses pada 22 Agustus 2020

## **DAFTAR PEDOMAN WAWANCARA**

### **A. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue**

1. Apakah Simeulue menyediakan pariwisata halal sebagai salah satu dari bagian industri wisatanya
2. Bagaimana bentuk penyelenggaraan wisata halal di Simeulue
3. Adakah program yang diadakan Dinas Kebudayaan dan pariwisata dalam penerapan wisata halal di Simeulue
4. Bagaimana konsep dan perencanaan komunikasi pariwisata yang dilakukan dinas kebudayaan dan pariwisata Simeulue dalam penyebaran informasi yang berkenaan dengan wisata halal
5. Langkah-langkah apa saja yang dilakukan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata dalam penyebaran informasi wisata halal
6. Bagaimana tanggapan masyarakat dalam merespon wisata halal
7. Hambatan apa saja yang ditemukan dalam penyebaran informasi wisata halal

### **B. Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata Simeulue**

1. Siapakah pasar utama dari wisata di simeulue
2. Bagaimana bentuk pemasaran pariwisata halal yang dilakukan dinas kebudayaan dan pariwisata di Simeulue
3. Bagaimana model komunikasi yang digunakan dalam memasarkan wisata halal
4. Media apa saja yang digunakan dalam penyebaran informasi wisata halal simeulue
5. Kendala apa saja yang dialami dalam memasarkan wisata halal simeulue

### **C. Kepala bidang pengembangan destinasi**

1. Sektor apa saja yang sangat perlu dikembangkan terkait wisata halal di simeulue
2. Program apa saja yang dilakukan dalam pengembangan SDM pariwisata simeulue
3. Bagaimana bentuk komunikasi yang digunakan dalam pengembangan SDM Pariwisata Simeulue
4. Langkah apa saja yang dilakukan oleh dinas dalam mengedukasi SDM pariwisata simeulue
5. Kendala apa saja yang ditemui dalam upaya pengembangan SDM pariwisata Simeulue.

### **D. Masyarakat**

1. Apakah anda mengetahui tentang wisata halal? Apa yang anda pahami dengan wisata halal

2. Darimana informasi tentang wisata halal itu didapatkan
3. Apa tanggapan anda tentang wisata halal di simeulue
4. Bagaimana anda melihat dengan adanya pengunjung yang datang dari berbagai daerah ke Simeulue
5. Adakah kekhawatiran tertentu yang ada rasakan dengan pengembangan wisata disimeulue
6. Apa harapan anda dengan pengembangan wisata halal di simeulue
7. Apa yang menurut anda harus di perbaiki dan ditingkatkan perihal wisata halal di Simeulue
8. Apakah anda pernah mengetahui sosialisasi sosialisasi yang dilakukan pemerintah mengenai wisata halal

#### E. Pengunjung

1. Bagaimana tanggapan anda tentang pariwisata halal di Simeulue
2. Darimana anda mengetahui tentang informasi wisata di simeulue
3. Apa yang membuat anda tertarik untuk melakukan perjalanan ke simeulue
4. Kendala apa saja yang anda temui ketika melakukan perjalanan di simeulue
5. Menurut anda bagaimana fasilitas wisata yang disediakan oleh pelaku wisata di simeulue
6. Apa yang menjadi kendala bagi anda ketika melakukan wisata di simeulue

## DOKUMENTASI HASIL PENELITIAN



Foto ketika melakukan wawancara dengan kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue



Foto wawancara dengan kepala bidang pengembangan pariwisata Simeulue Erni Novita SE



Foto wawancara dengan kepala bidang promosi pariwisata Simelue Risdawani,SE

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH  
Nomor: B.1105/Un.08/FDK/KP.00.4/02/2018

Tentang  
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Semester Ganjil Tahun Akademik 2017/2018

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.  
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;  
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;  
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;  
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;  
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;  
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;  
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;  
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;  
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;  
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;  
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry  
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2018, Tanggal 5 Desember 2017

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.  
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Zainuddin T, M. Si..... (Sebagai PEMBIMBING UTAMA)  
2) Syahril Furqany, M.I.Kom ..... (Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KKU Skripsi:

Nama : Zakiyah Ulfa  
NIM/Jurusan : 140401019/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Judul : *Konsep dan Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Simeulue dalam Penyebaran Informasi Wisata Halal*

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;  
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2016;  
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.  
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh  
Pada Tanggal : 19 Februari 2018 M  
3 Jumadil Akhir 1439 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,



- Tembusan:  
1. Rektor UIN Ar-Raniry.  
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.  
3. Pembimbing Skripsi.  
4. Mahasiswa yang bersangkutan.  
5. Arsip.  
Keterangan:  
SK berlaku sampai dengan tanggal: 18 Februari 2019



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.2387/Un.08/FDK/PP.00.9/09/2020

Lamp : -

Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada Yth,

1. kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue
2. Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue
3. Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Simeulue

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **ZAKIYAH ULFA / 140401019**  
Semester/Jurusan : XIV / Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat sekarang : Teupah Selatan, Simeulue

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul ***Konsep dan Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Simeulue dalam Penyebaran Informasi Wisata Halal.***

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 09 September 2020

an. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Drs. Yusri, M.L.I.S.

*Berlaku sampai : 31 Desember  
2020*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Zakiyah Ulfa
2. Tempat / Tgl. Lahir : Jeulangah /31 Oktober 1995  
Kecamatan Bandar Dua Kabupaten/Kota Pidie Jaya
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM / Jurusan : 140401019 / Komunikasi Penyiaran Islam
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Ulul Mayang
  - a. Kecamatan : Teupah Selatan
  - b. Kabupaten : Simeulue
  - c. Propinsi : Aceh
8. Email : Zakiyahulfa68@gmail.com

### Riwayat Pendidikan

9. MI/SD/Sederajat MIN Batu Ralang Tahun Lulus 2008
10. MTs/SMP/Sederajat MTsS Jeumala Amal Tahun Lulus 2011
11. MA/SMA/Sederajat MAS Jeumala Amal Tahun Lulus 2014
12. Diploma Tahun Lulus

### Orang Tua/Wali

13. Nama ayah : Drs Darsuin Ahby
14. Nama Ibu : Dra Hasana
15. Pekerjaan Orang Tua : Pensiun
16. Alamat Orang Tua : Ulul Mayang
  - a. Kecamatan : Teupah Selatan
  - b. Kabupaten : Simeulue
  - c. Propinsi : Aceh

Banda Aceh, 18 Januari 2021

Peneliti,



(Zakiyah Ulfa)





**PEMERINTAH KABUPATEN SIMEULUE**  
**DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN**

Jln. Baru Suka Kode Pos 23891 Telp. (0650) 7000299  
Faks: (0650) 7000299 Email: disparbud.go.l@gmail.com

Nomor : 556/ 177 /2020  
Lampiran : -  
Perihal : Keterangan

Sinabang, 21 September 2020

Kepada Yth,

Sdr. Dekan Bidang Akademik  
Dan Kelembagaan, Fakultas Dakwah dan  
Komunikasi Universitas Islam Negeri  
Ar - Raniry  
di -

Banda Aceh

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Berdasarkan surat Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Nomor B.2387/Un.08/FDK/PP.00.9/09/2020 tanggal 09 September 2020 perihal Penelitian Ilmiah Mahasiswa a.n:

Nama : ZAKIYAH ULFA  
Nim : 140401019  
Jurusan/Program Studi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
Semester : XIII

Dengan ini kami memberikan keterangan bahwa yang namanya tersebut di atas telah melaksanakan penelitian/pengumpulan data pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Simeulue, untuk bahan Penyusunan Skripsi yang berjudul "*Konsep dan Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Simeulue dalam Penyebaran Informasi Wisata Halal*".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan  
Kabupaten Simeulue,



**ABD. KARIM, S.Pd**

Pembina Utama Muda

Nip. 196808281999031004