

**ANALISIS KOMUNIKASI PEMERINTAH DESA DALAM
PENGEMBANGAN WISATA AIR TERJUN GANDA
ARUM DI GOTTING SIDODADI
KABUPATEN ASAHAN**

SKRIPSI

OLEH

**RIA YANDA MANIK
198510042**



**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/12/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)4/12/23

**ANALISIS KOMUNIKASI PEMERINTAH DESA DALAM
PENGEMBANGAN WISATA AIR TERJUN GANDA
ARUM DI GOTTING SIDODADI
KABUPATEN ASAHAN**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Pemerintahan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area*



OLEH

**RIA YANDA MANIK
198510042**

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum Di Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan
Nama : Ria Yanda Manik
NPM : 198510042
Fakultas : Ilmu Pemerintahan
Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc

Khairunnisah Lubis, S.Sos, M.I.Pol

Mengetahui

Dekan Fakultas ISIPOL

Ka Prodi Ilmu Pemerintahan



Dr. Effiati Juliana, M.Si



Dr. Novita Wulandari, S.ST., M.Si

Tanggal Lulus : 09 September 2023

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana Ilmu Pemerintahan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukannya adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 24 Agustus 2023



Ria Yanda Manik

198510042

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

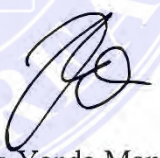
Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ria Yanda Manik
NPM : 198510042
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: "**Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum Di Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan**" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Medan
Pada tanggal :24 Agustus 2023
Yang menyatakan


Ria Yanda Manik
198510042

ABSTRAK

ANALISIS KOMUNIKASI PEMERINTAH DESA DALAM PENGEMBANGAN WISATA AIR TERJUN GANDA ARUM DI GOTTING SIDODADI KABUPATEN ASAHAN

Konteks penelitian ini adalah keterlibatan komunikasi pemerintah desa dalam pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum. Komunikasi antara pemerintah desa dengan industri pariwisata Desa Gotting Sidodadi menjadi isu yang diangkat dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemerintah desa dengan masyarakat terkait perkembangan Wisata tersebut. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi . Temuan penelitian atau kesimpulannya adalah bahwa komunikasi pemerintah desa selama pembuatan wisata tersebut telah berhasil.

Kata kunci : Komunikasi, Pemerintah, Desa, Pariwisata

ABSTRACT

ANALYSIS OF INNER VILLAGE GOVERNMENT COMMUNICATIONS DOUBLE ARUM WATERFALL TOURISM DEVELOPMENT IN GOTTING SIDODADI, ASAHAN DISTRICT

The context of this research is the involvement of village government communications in the development of Ganda Arum Waterfall Tourism. Communication between the village government and the Gotting Sidodadi Village tourism industry is an issue raised in this research. This type of research uses several data collection techniques, namely observation, interviews and documentation. The aim of this research is to find out how the village government communicates with the community regarding tourism development. This research uses a qualitative descriptive methodology. The research findings or conclusions are that the village government's communication during the creation of the tour was successful.

Keywords : Communication, Government, Village, Tourism

RIWAYAT HIDUP

Ria Yanda Manik dilahirkan di Desa Silau Jawa Kecamatan Bandar Pasir Mandoge Kabupaten Asahan, pada tanggal 10 Agustus 2000 anak dari ayah Alm. Ruslan Manik dan Ibu Serianna Sinaga. Penulis merupakan anak ke enam dari tujuh bersaudara.

Penulis menyelesaikan Pendidikan Dasar di SDN 016404 Silau Jawa pada tahun 2013. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan SMP N 2 BP Mandoge dan berakhir pada tahun 2016. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMA Husni Thamrin Medan selama kurang lebih tiga tahun dan berakhir pada tahun 2019. Dengan ucapan syukur kepada tuhan YME penulis bisa melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di Universitas Medan Area pada tahun 2018, penulis mengambil konsentrasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan jurusan Ilmu Pemerintahan.

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah mengatur segala sesuatu. Sholawat dan salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, serta keluarga dan para sahabat. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan judul “ **Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum Di Desa Gotting Sidodadi.**”

Untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada program ilmu pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, Saya harus menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, disini penulis sampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak prof Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku rektor di Universitas Medan Area.
2. Ibu Dr.Effiaty Juliana Hasibuan, M.Si selaku dekan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik di Universitas Medan Area.
3. Ibu Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si selaku wakil dekan bidang pendidikan, penelitian pengabdian masyarakat di Universitas Medan Area.
4. Ibu Dr. Novita Wulandari, S.ST, M.Si selaku ketua program Ilmu Pemerintahan Universitas Medan Area.
5. Ibu Agnita Yolanda, B. Comm, M.Sc selaku pembimbing 1 telah banyak memberikan masukan,saran dan meluangkan waktu dalam membimbing untuk penyelesaian skripsi ini.

6. Ibu Khairunnisah Lubis, S.Sos, M.I.Pol selaku pembimbing 2 telah banyak memberi masukan,saran dan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam penyelesaian skripsi ini
7. Bapak Hikmawan Syaputra, S.IP, M.A selaku sekretaris pembimbing yang telah banyak memberi saran dan tanggapan terhadap skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Staf Biro Fukultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
9. Alm. Ayah Ruslan Manik dan Ibunda Serianna Sinaga tercinta yang telah banyak memberikan doa dan dukungan kepada penulis secara moril maupun materil untuk menyelesaikan Skripsi ini dan juga Abang, kakak dan adik saya
10. Bapak kepala desa Gotting Sidodadi yang telah memberikan izin peneltian kepada penulis.
11. Narasumber yang berada di desa Gotting Sidodadi
12. Abang penulis Rismanto Manik yang memberi motivasi dan menemani penulis selama dalam melakukan penelitian.
13. Kakak dan Adik Kandung penulis yang selalu memberi doa dan motivasi dalam menulisan skripsi.
14. Dan semua teman-teman yang berjuang bersama dalam mengerjakan skripsi ini angkatan 2019 Ilmu Pemerintahan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu proses penulisan skripsi ini. Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima oleh Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmatnya. Amin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran serta motivasi yang membangun agar dapat menjadi lebih baik lagi sehingga dapat bagi setiap pembaca.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Medan, 24 Agustus 2023

Penulis



Ria Yanda Manik

198510042

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| ABSTRAK | i |
| RIWAYAT HIDUP | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Fokus Masalah..... | 5 |
| 1.3 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1. Konsep Komunikasi Pemerintah Desa | 8 |
| 2.1.1 Pengertian Komunikasi..... | 8 |
| 2.1.1.1 Tujuan Komunikasi | 8 |
| 2.1.1.2 Fungsi Komunikasi..... | 9 |
| 2.1.1.3 Bentuk-bentuk | 10 |
| 2.1.2 Pengertian Pemerintahan Desa | 12 |
| 2.1.3 Pengertian Komunikasi Pemerintah Desa | 14 |
| 2.1.3.1 Bentuk Komunikasi dalam Pemerintahan Desa | 16 |
| 2.1.3.2 Model Komunikasi Pemerintah | 18 |
| 2.1.3.3 Bentuk Saluran dalam Komunikasi Pemerintah..... | 24 |
| 2.1.3.4 Strategi Untuk Mencapai Komunikasi Pemerintah | 26 |
| 2.1.3.5 Hambatan dalam Komunikasi Pemerintah | 26 |
| 2.2 Konsep Parawisata..... | 28 |
| 2.2.1 Pengertian Parawisata | 28 |
| 2.2.2 Pengembangan Parawisata | 33 |
| 2.3. Penelitian Terdahulu..... | 39 |
| 2.4 Kerangka Berpikir | 42 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 43 |
| 3.1 Metode Penelitian..... | 43 |
| 3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian | 43 |
| 3.3 Informan Penelitian | 44 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 46 |
| 3.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data | 48 |
| | |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 50 |
| 4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian | 50 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Desa Gotting Sidodadi | 50 |
| 4.1.2 Awal Mula Air Terjun Ganda Arum | 52 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 53 |
| 4.2.1 Komunikasi pemerintah desa dalam pengembangan wisata | 53 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2.2 Hambatan Komunikasi Pemerintah desa dalam Pengembangan..... | 60 |
| 4.3 Pembahasan | 64 |
| BAB V PENUTUP | 69 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 69 |
| 5.2 Saran..... | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA | 72 |
| LAMPIRAN | 79 |



DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------------------|----|
| 1. Penelitian Terdahulu | 40 |
| 2. Jadwal Penelitian..... | 44 |
| 3. Informan..... | 46 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| 1. Model Pendekatan Komunikasi Pemerintahan | 23 |
| 2. Kerangka Berpikir | 42 |
| 3. Struktur Pemerintah Desa. | 51 |
| 4. Air terjun ganda arum | 52 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| 1. Data Pengunjung Wisata Air Terjun Ganda Arum Desa Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan..... | 79 |
| 2. Dokumentasi..... | 80 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai negara kepulauan, Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam dan keragaman budaya, adat istiadat, dan agama yang dapat digunakan dalam industri pariwisata, karena industri ini memiliki pengaruh yang menguntungkan bagi lapangan kerja dan perolehan devisa. Indonesia adalah negara tropis di mana tumbuhan dan hewan yang indah dapat ditemukan. Pariwisata ternyata mampu dipercaya untuk meningkatkan ketentraman masyarakat dan pembangunan nasional karena keindahan bentang alamnya yang sangat potensial untuk dipromosikan dengan baik. Diharapkan dengan memanfaatkan pertumbuhan industri pariwisata Indonesia ini akan menjadi salah satu hotspot wisata bangsa (Ramadhan, 2019:90).

Pemerintah kini sedang menggalakkan pariwisata sebagai salah satu pengembangan industri. Sebab, selain industri minyak dan gas, pariwisata juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan Indonesia dengan menjadi sumber devisa. Secara khusus, Bab II Pasal 3 Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1969, yang menjelaskan bahwa “Upaya pengembangan kepariwisataan di Indonesia bersifat pembangunan “industri pariwisata” dan merupakan bagian dari perjuangan untuk pembangunan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan Negara, memperjelas tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia. Menurut Instruksi Presiden tersebut, tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia adalah untuk meningkatkan devisa negara secara khusus serta pendapatan negara dan masyarakat secara keseluruhan,

meningkatkan kesempatan dan kesempatan kerja, serta mendorong kegiatan industri pendukung dan industri pendukung lainnya.

Peran pemerintah di bidang kebudayaan dan pariwisata hanyalah melaksanakan pembangunan, saat ini harus lebih fokus pada tugasnya yang terpenting sebagai fasilitator supaya lebih cepat berkembangnya kegiatan wisata yang dikerjakan oleh pihak swasta. Menciptakan lingkungan yang ramah bagi peserta dalam kegiatan budaya dan wisata dapat dilihat sebagai tugas fasilitator dalam situasi ini. Daerah-daerah yang memiliki segudang potensi bangsa sangat menginginkan pengembangan tempat-tempat wisata. Tentu saja, upaya ini sangat penting bagi pelaksanaan otonomi daerah di Indonesia (Oktosilva, 2018: 11).

Pariwisata mencakup berbagai elemen yang saling berhubungan dalam kegiatannya, termasuk jasa pariwisata, pertimbangan sosial, ekonomi, budaya, politik, keamanan, dan lingkungan. Kehidupan sosial pengunjung, wisatawan, produsen daya tarik wisata, dan wisatawan itu sendiri secara tidak langsung dipengaruhi oleh kegiatan pariwisata. Hubungan sosial warga ini berdampak besar pada bagaimana pariwisata berkembang. Semakin cepat peningkatan wisatawan yang didorong oleh pemasaran yang memikat, semakin dekat dan damai interaksi antara pengunjung dan penduduk lokal di lokasi wisata (Suarto, 2016:32).

Bicara soal pariwisata, Sumatera Utara sendiri memiliki berbagai objek wisata alam dan budaya, diantaranya adalah Kabupaten Asahan. Di sejumlah kecamatan dan desa di Kabupaten Asahan terdapat air terjun yang dapat dimanfaatkan sebagai wisata alam bagi wisatawan, sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Air terjun ponot, Alam tani, dan contoh terkenal lainnya adalah beberapa diantaranya. Air teejun ganda arum di dusun IV,

Kabupaten Asahan, dan Desa gotting sidodadihanyalah beberapa air terjun yang belum ditemukan.

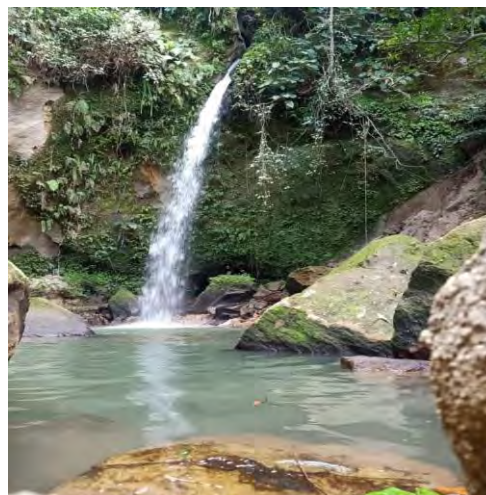
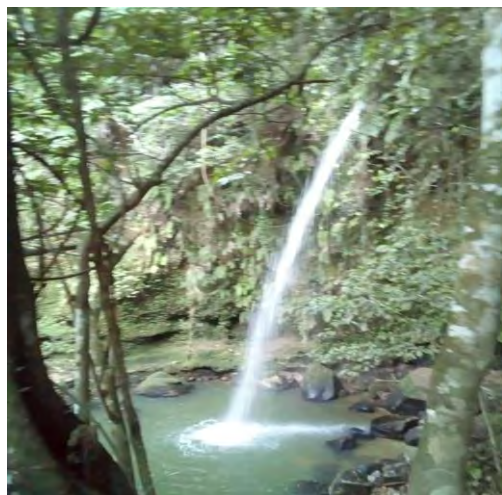
Setelah lelah beraktivitas, berwisata merupakan aktivitas yang meremajakan tubuh dan pikiran. Orang sangat ingin mengeluarkan uang untuk bepergian, dan beberapa bahkan menawarkan panduan khusus untuk melakukannya. Di sisi lain, bagi mereka yang memanfaatkan peluang yang ada, berwisata memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatan (revenue) bagi mereka yang tinggal dekat dengan kawasan wisata.

Desa Gotting Sidodadi memiliki air terjun di dusun IV yang berjarak sekitar tiga kilometer dari jalan lintas desa. Enam kilometer dari Simpang Tusam, jalan lintas Mandoge-Simalungun sedang dibangun tetapi masih sangat alami. Pengunjung dikejutkan oleh pengalaman yang diciptakan oleh air yang jernih dan murni, lingkungan hutan alami, dan suara makhluk hutan yang memanggil, namun tur ini belum berhasil dijalankan karena kurangnya minat wisatawan untuk mengunjungi tujuan wisata ini. Enam kilometer (KM) dapat ditempuh dari jalan lintas Mandoge-Simalungun dalam waktu setengah jam (30 menit).

Serupa dengan bagian jalan lintas desa sepanjang tiga kilometer yang menuju ke titik tersebut telah dicor beton, sebagian lainnya masih berbatu. Meski tangga menuju dasar kubah Air Terjun sudah dibeton, namun masih ada beberapa kendala minor pada wahana lain, seperti kurangnya toilet, rest space, lokasi selfie, kolam renang yang kurang memadai, dan lain-lain. Pertumbuhan industri pariwisata Air Terjun Ganda Arum bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan baik domestik maupun mancanegara dalam hal berwisata.

Jika Air Terjun Ganda Arum sering dikunjungi, tidak tertutup kemungkinan ekonomi masyarakat setempat juga akan menguat dengan adanya peluang warung makan dan minum, bahkan ibu-ibu PKK bisa menyediakan barang-barang UMKM, dan BUMDES mendapat manfaat pengelolaan selama WC umum, wahana, dan infrastruktur lainnya dikelola dan disewakan. Oleh karena itu, landasan dan tumpuan tumbuhnya pariwisata berbasis masyarakat haruslah kesejahteraan masyarakat yang dapat mereka rasakan secara langsung.

Analisis wisata ini diperlukan agar parawisata dapat menggerakkan ekonomi lokal dan apada akhirnya mempeercepat pemulihan ekonomi. Namun buat mencapai tujuan tadi, tidak berfungsi menjadi peta jalan yang hanya pertanda arah saja, melainkan wajib menggambarkan bagaimana seni manajemen oprasionalnya. Komunikasi pemerintah desa dalam hal ini melalui ketua desa Gotting Sidodadi sangat dibutuhkan dalam berbagi potensi wisata air terjun Gotting Sidodadi. Pengelolaan parawisata yg baik akan terbangun Bila ada komunikasi yang efektif dan terarah, tetapi fenomena yg didapat dilapangan masih poly keterbatasan pada pengolahan wisata yaitu kurangnya komunikasi pemerintaham desa dalam pengembangan wisata dengan mempromosikan wisata air Terjun Ganda Arum melalui media umum/ media cetak atau online yang membuat wisata tadi kurang dikenal rakyat luar. Berikut gambar wisata Air Terjun Ganda Arum.



Sumber :<http://.facebook.Ganda Arum>

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti terinspirasi untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum Di Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan”**.

1.2 Fokus Masalah

Fokus penelitian berfokus kepada pengamatan mengenai bagaimana komunikasi pemerintahan desa dalam pengembangan wisata air terjun ganda arum di Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di Desa Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di Desa Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan di dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Bagaimana Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Ganda Arum di Desa Gotting Sidodadi, Kabupaten Asahan.
2. Untuk mengetahui apasaja hambatan komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di Desa Gotting Sidodadi, Kabupaten Asahan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu:

1. Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan dan berguna juga untuk referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian tentang Analisis komunikasi pemerintah desa dalam pengembangan wisata Ganda Arum.

2. Secara teoritis, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di Desa Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan.
3. Secara praktis, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi Pengembangan Wisata Ganda Arum yang bermanfaat sebagai bahan pertimbangan penyusun Analisis Komunikasi Pemerintah.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Komunikasi Pemerintah Desa

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Kata bahasa Inggris “*communication*” yang berasal dari bahasa Latin “*communicatio*” merupakan asal kata “*communication*” (dalam bahasa Indonesia). Frasa ini juga berasal dari kata bahasa Inggris “*communis*”, yang berarti “umum” dan memiliki padanan bahasa Indonesia yang sesuai. Dengan membangun koneksi dalam suatu kemitraan, komunikasi membantu kita menjadi lebih bersatu. Hal ini menunjukkan bahwa orang bertukar pengetahuan, ide, dan sikap dalam kemitraan. Menurut D. Lawrence Kincaid dan Wilbur Schramm (2011), komunikasi adalah tindakan bertukar atau memanfaatkan informasi dengan orang lain dan berfungsi sebagai saluran arus informasi. Selain itu, komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses membuat kontak atau bertukar informasi melalui sinyal, kode, gerak tubuh, sistem, bahasa, dan sarana lainnya.

Dalam beberapa keadaan, komunikasi menggunakan media khusus untuk mengubah sikap atau perilaku seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai efek yang diinginkan (Effendy, 2012). Komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan simbol-simbol yang bermakna bagi kedua belah pihak. Menurut Handoko (2012), komunikasi adalah proses penyampaian pengetahuan berupa gagasan dan informasi dari satu orang ke orang lain. Tanpa komunikasi, atau pertukaran makna di antara para anggotanya, tidak ada kelompok yang dapat eksis. Informasi dan

ide hanya dapat ditransfer dari satu orang ke orang lain melalui transfer makna. Tetapi komunikasi yang efektif melibatkan lebih dari sekadar menyampaikan makna itu juga membutuhkan pemahaman (Robbins, 2011).

2.1.1.1 Fungsi dan Tujuan Komunikasi

Fungsi komunikasi adalah

a. Kendali : ada berbagai cara di mana komunikasi mempengaruhi bagaimana anggota berperilaku. Setiap organisasi memiliki aturan dan otoritas resmi yang harus dipatuhi oleh anggota.

b. Motivasi : Dengan menjelaskan kepada pekerja apa yang harus dilakukan, seberapa baik kinerja mereka, dan apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja jika di bawah standar, komunikasi membantu dalam pengembangan motivasi.

c. Pengungkapan emosi : Banyak karyawan sangat bergantung pada rekan kerja mereka untuk interaksi sosial. Komunikasi dalam kelompok berfungsi sebagai alat penting bagi anggota untuk mengekspresikan ketidaksenangan dan kebahagiaan mereka, dan sebagai hasilnya, komunikasi menyiarkan ekspresi emosional perasaan dan memenuhi kebutuhan sosial.

d. Informasi : Dengan meneruskan data untuk membantu orang dan organisasi mengenali dan mengevaluasi kemungkinan, komunikasi memberi orang dan kelompok informasi yang mereka butuhkan untuk membuat keputusan (Robbins, 2011).

Komunikasi juga mempunyai tujuan, antara lain memberikan informasi, persuasif (menggugah perasaan), mengubah perilaku, mengubah pendapat atau opini, mewujudkan partisipasi masyarakat, dan meningkatkan pendapatan.

Tujuan-tujuan komunikasi pembangunan ini diharapkan dapat menyebabkan perubahan di masyarakat atau perubahan sosial (social change). Komunikasi pembangunan di Indonesia memiliki tujuan inti, yaitu dalam rangka pembangunan manusia seutuhnya dan pembangunan masyarakat Indonesia itu sendiri yang harus bersifat pragmatik, yaitu suatu pola yang membangkitkan inovasi bagi masa kini dan masa depan (Mulyana, 2007:57).

2.1.1.2 Bentuk-bentuk Komunikasi

Ada beberapa bentuk-bentuk komunikasi diantaranya (Efendy,2008:28).

1. Komunikasi Intrapersonal

Karena dapat dipahami sebagai komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi intrapersonal sering disebut demikian. Komunikasi internal juga memiliki tujuan sebagai berikut:

- a Untuk memperluas kapasitas seseorang untuk kreativitas imajinatif, kesadaran diri dan pengendalian diri, dan kedewasaan pengambilan keputusan
- b Seseorang akan menjadi lebih sadar akan lingkungannya sebagai hasil dari komunikasi ini.

2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal terjadi ketika dua individu berbicara satu sama lain secara tatap muka. Kontak ini juga dapat terjadi secara langsung atau melalui telepon, radio, atau media komunikasi lainnya. Jika orang yang berpartisipasi dalam komunikasi tersebut mengalami perubahan sikap akibat komunikasi tersebut, maka dapat dikatakan bahwa komunikasi tersebut efektif (Indah, 2009: 54). Ada dua kategori efektivitas interpersonal di bawah ini, yaitu:

a. Efektifitas Perspektif Humaris, ciri-ciri efektifitas adalah:

- a) Keterbukaan (openness)
- b) Empati (empathy)
- c) Dukungan (supportiveness)
- d) Rasa positif (positiveness)
- e) Kesetaraan (equality)

b. Efektifitas Perspektif Pragmatis, ciri-cirinya ialah:

- a) Bersikap yakin.
- b) Kebersamaan.
- c) Manajemen interaksi.
- d) Orientasi pada orang lain.

3. Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok adalah: interaksi tatap muka antara tiga orang atau lebih dengan tujuan berbagi informasi, memecahkan masalah dimana anggota dapat mengingat karakteristik pribadi anggota lain dengan tepat (Danim, 2010:45). Sedangkan menurut Nganim komunikasi Grup adalah bidang kajian, penelitian dan penerapan yang tidak hanya berfokus pada proses kelompok secara umum, tetapi juga pada perilaku komunikasi individu untuk memiliki susunan rencana tertentu guna mencapai tujuan kelompok. Media komunikasi kelompok seperti seminar dengan tujuan membahas suatu masalah dengan menghadirkan pembicara kemudian meminta pendapat (Nganim, 2011:32).

4. Komunikasi Massa

Kata "komunikasi massa" berasal dari frasa bahasa Inggris "komunikasi massa", yang merupakan kependekan dari "komunikasi media massa". Perusahaan

media membuat dan menyebarkan pesan kepada masyarakat umum melalui proses komunikasi massa. di mana ada audiens yang beragam, tersebar, dan anonim. Penonton langsung memahami pesan yang disampaikan (Ardianto, 2004:31).

Istilah bahasa Inggris "mass communication", yang merupakan kependekan dari "mass media communication", adalah asal mula istilah "mass communication". Di mana terdapat khalayak yang bervariasi, tersebar, dan anonim, perusahaan media mengembangkan dan menyebarkan pesan kepada publik yang lebih luas dengan menggunakan metode komunikasi massa. Pesan itu ditangkap dengan baik oleh penonton.

Menurut pendapat Gerbner (1967), seorang ahli komunikasi, "*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*" (Rakhmat, 2003: 188).

2.1.2 Pengertian Pemerintah Desa

Kumpulan individu yang mengelola kekuasaan, menjalankan kepemimpinan, dan merencanakan pertumbuhan negara dan warganya disebut sebagai pemerintah.

Pemerintahan dapat dipahami sebagai berikut, menurut analisis etimologis Syafi'ie:

- a. Perintah adalah sesuatu yang harus dilakukan, maka harus ada dua pihak yang terlibat: yang memerintah memiliki kekuasaan, dan yang dikendalikan harus tunduk pada kebutuhan.
- b. Pemerintah adalah entitas yang menjalankan otoritas pemerintahan ketika awalan "pe" ditambahkan.

- c. Pemerintahan menjadi perbuatan, metode, hal, atau urusan badan penguasa ketika awalan "an" ditambahkan.

Istilah "pemerintah" mengacu pada setiap tindakan yang diambil oleh negara untuk memajukan kepentingannya sendiri dan kepentingan warga negaranya. Akibatnya, tidak boleh dipahami hanya mencakup fungsi administratif tetapi juga fungsi legislatif dan yudikatif. Pemerintahan desa adalah suatu tata cara yang menyatukan upaya pemerintah untuk menaikkan taraf hidup masyarakat dengan taraf hidup masyarakat desa.

Pasal 23 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa menjelaskan bahwa Pemerintahan Desa diselenggarakan oleh Pemerintahan Desa. Menurut Pasal 1 angka 3 Pemerintahan Desa adalah Kepala Desa atau yang disebut dengan nama lain sebagai unsur Pemerintahan Desa yang dibantu dengan perangkat Desa. Jadi pemerintahan Desa merupakan organisasi penyelenggara pemerintahan Desa yang terdiri atas:

- a. Unsur Pimpinan, yaitu kepala Desa,
- b. Unsur Pembantu Kepala Desa (Perangkat Desa), yang terdiri atas:
 - 1) Sekretariat desa, yaitu unsur staf atau pelayanan yang diketuai oleh sekretaris desa,
 - 2) Unsur pelaksana teknis, yaitu unsur pembantu kepala desa yang melaksanakan urusan teknis di lapangan seperti urusan pengairan, keagamaan, dan lain-lain:
 - 3) Unsur kewilayahan, yaitu pembantu kepala desa di wilayah kerjanya seperti kepala dusun

2.1.3 Pengertian Komunikasi Pemerintah

Hasan (2011) mendefinisikan komunikasi pemerintah sebagai “penyebarluasan ide, program, dan gagasan pemerintah desa kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara”. Menurut Hasan (2011), kepala desa berkomunikasi dengan pemerintah desa dalam berbagai cara untuk mencapai tujuan negara demi kepentingan semua orang. Apabila setiap komponen menjalankan tugas dan fungsinya sesuai dengan yang telah disepakati, maka komunikasi yang efektif akan terbangun. Agar komunikasi berjalan lebih lancar, perspektif umum sangat penting. Selain itu, kredibilitas harus senantiasa dijunjung tinggi dengan benar agar para peserta tetap saling menghormati. Aturan kolonial Belanda mengatur pemerintahan desa Indonesia dari tahun 1906 hingga 1 Desember 1979. Sebenarnya, undang-undang yang dibuat oleh Belanda yang dikenal sebagai *Inlandsche Gemeente Ordonnantie* (IGO) dan *Inlandsche Gemeente Ordonnantie Buitengewesten* (IGOB) dicabut pada tahun 1965 dengan undang-undang nomor 9 tahun 1965 tentang praja desa. Namun dengan disahkannya undang-undang nomor 6 tahun 1969, yang menyatakan bahwa undang-undang nomor 19 tahun 1965 tidak sah lagi, dan peraturan pemerintah penggantinya, undang-undang tersebut tidak berlaku lagi meskipun masih berlaku sampai undang-undang baru. undang-undang yang mengatur pemerintahan desa telah dibuat (Widjaja, 2012:57).

Kata latin *communicationem*, yang juga disebut *communication* dan *communicare*, berarti mengkomunikasikan, menyampaikan, menginformasikan, menggabungkan, atau menyatukan berbagi (Mulyana, 2007:12). Dalam perkembangan masyarakat yang terhubung dengan informasi, komunikasi yang

merupakan hal mendasar bagi kehidupan manusia menjadi sebuah fenomena (Apriadi, 2013:08).

Harold Lasswell dalam karyanya, *the Structure and Function of Communication in Society*, mengatakan bahwa cara yang baik untuk menyampaikan komunikasi adalah menjawab pertanyaan sebagai berikut: “*Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect*” atau “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya. Jadi berdasarkan paradigma Lasswell, komunikasi adalah proses dimana komunikator mengirimkan pesan terhadap komunikan dengan menggunakan media yang memiliki konsekuensi yang telah ditentukan sebelumnya.

Setiap orang bertukar pengetahuan untuk mencapai tujuan bersama dalam kehidupan sosial. Dengan kata lain, tindakan komunikasi bertujuan untuk mengubah atau membentuk perilaku penerima yang dituju. Untuk mengembangkan kesatuan, upaya harus dilakukan untuk berkomunikasi. Kata Latin komunikasi dan padanan bahasa Inggrisnya, *communis*, masing-masing memiliki arti yang sama dengan istilah “komunikasi” dan “komunikasi”. Kata “sama” dalam konteks ini memiliki arti yang sama (Effendy, 2011:9). Sebuah pesan ditarik ke orang lain untuk menginformasikan atau mengubah sikap, keyakinan, atau perilaku, baik secara langsung (melalui komunikasi lisan) maupun tidak langsung (melalui media), menurut Effendy.

Kunci komunikasi yang efektif adalah adanya “makna” atau pemahaman (meaning) dalam setiap pesan (gagasan, fakta, sentimen, dll.) yang harus dibagikan dan dipahami oleh semua pihak dalam percakapan. Ada tiga definisi

dasar komunikasi, pemahaman etimologis, pemahaman terminologis, dan pemahaman paradigmatis, yang menyimpang dari berbagai definisi yang dikemukakan oleh para ahli.(Apriadi, 2013:8) :

1. Etimologis, Kajian komunikasi didasarkan pada istilah latin communication, yang merupakan asal kata tersebut.
2. Terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian pesan pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.
3. Paradigmatik, Komunikasi mengacu pada pola di mana beberapa elemen secara fungsional terkait satu sama lain untuk mencapai tujuan tertentu. Misalnya ceramah, khutbah, diplomasi, dan lain sebagainya. Hal yang sama berlaku untuk publikasi seperti surat kabar dan majalah, transmisi di radio dan televisi, dan film yang ditonton di bioskop, dll.

2.1.3.1 Bentuk Komunikasi dalam Komunikasi Pemerintah

Soesanto (Abidin, 2016) membagi komunikasi menjadi dua kategori yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Semua pesan resmi dan informal yang dipertukarkan dan diterima dalam suatu perusahaan disebut sebagai komunikasi internal.

1 Komunikasi Internal

Menurut Wursanto dalam Abidin (2016), komunikasi internal diartikan sebagai komunikasi yang terjadi semata-mata dalam batas-batas suatu organisasi. Komunikasi internal kemudian dipisahkan menjadi tiga aspek, diantaranya:

1) Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal dapat dicirikan sebagai komunikasi timbal balik (*two way traffic communication*), menurut Effendy dalam Abidin (2016), sebagai

komunikasi yang terjadi baik dari atas ke bawah (*down ward communication*) maupun dari bawah ke atas (*upward communications*). Komunikasi ke atas, yang terjadi dari hierarki otoritas yang lebih rendah ke hierarki otoritas yang lebih tinggi, mengacu pada bawahan yang menjalin komunikasi dengan atasan. Sebaliknya, komunikasi ke bawah terjadi ketika otoritas yang lebih tinggi berbicara kepada otoritas yang lebih rendah.

2) Komunikasi horizontal

Abidin (2016) berpendapat, komunikasi horizontal adalah komunikasi yang terjadi antara rekan kerja, sesama karyawan, dan lain sebagainya, dan biasanya berupa berbagi informasi antar kepala unit tentang pelaksanaan kebijakan pimpinan agar tidak ada unsur memerintah.

3) Komunikasi diagonal

Komunikasi diagonal menurut Effendy dalam Abidin (2016) disebut juga komunikasi silang (*cross communication*), Disebut juga komunikasi silang (*cross communication*), hal ini mengacu pada dialog antara bagian atasan dan bawahan.

2. Komunikasi Eksternal

Sastradipoera dalam Abidin (2016) menyatakan komunikasi eksternal merupakan komunikasi akibat langsung dari konsep bahwa entitas manajemen adalah suatu sistem terbuka.

2.1.3.2 Model Komunikasi Pemerintah

Proses menciptakan, menghasilkan, dan menafsirkan komunikasi dalam model komunikasi pemerintah bersifat dinamis. Inisiatif komunikasi pemerintah tersebut akan mempengaruhi efektivitas lingkungan kerja, modifikasi, dan

perubahan pada entitas pemerintah, yang bisa dilihat dari beragam pandangan tergantung pada perspektif individu dan kolektif. (Hasan, 2005)

Tiga bidang tata kelola yang dapat dilihat sebagai model komunikasi pemerintah baik dari sudut pandang teoretis maupun praktis meliputi:

1. Struktur

Model pendekatan mulai perspektif struktural bisa meliputi struktur lembaga unit-unit pemerintah, apakah itu terdiri dari gagasan "struktur miskin yang kaya fungsi" atau struktur tertutup dan terbuka. Visi, tujuan, dan strategi yang dipilih oleh perusahaan yang bersangkutan berdampak signifikan pada situasi ini. Cara resmi untuk mengatur orang dan pekerjaan adalah melalui struktur organisasi. Bagan organisasi adalah cara populer untuk menunjukkan struktur. Tindakan yang mendukung struktur organisasi adalah proses yang diperhatikan. Proses dalam organisasi meliputi komunikasi untuk pengambilan keputusan, penilaian prestasi kerja, sosialisasi, dan pengembangan karir. Ketika bertentangan dengan hanya merancang pengaturan struktural, mengenali perkara prosedur semacam komunikasi yang terhambat, menentukan yang buruk, atau bentuk evaluasi kinerja yang tidak terorganisir dengan baik kadang-kadang dapat menyebabkan pemahaman perilaku organisasi yang tidak akurat.

Manajer perlu memahami struktur organisasi dengan baik agar dapat berfungsi dengan baik di dalam perusahaan. Bagan organisasi hanya menampilkan pekerjaan, tanggung jawab, dan garis wewenang dari berbagai departemen dalam perusahaan. Dalam hal ini, pendekatan model memperhitungkan desain pekerjaan dan desain organisasi, yang merupakan komponen penting dari struktur organisasi.

Untuk memenuhi harapan organisasi dan pribadi, manajer harus menguraikan isi, proses, dan koneksi dari setiap pekerjaan melalui proses yang dikenal sebagai desain pekerjaan. Seorang rektor harus menentukan tugas dan tanggung jawab jabatan kepala departemen yang baru dibuat, serta bagaimana peran tersebut berinteraksi dengan kantor dekan dan setiap anggota staf pengajar di setiap departemen.

Seluruh struktur organisasi digambarkan melalui desain organisasi (organizational design). Rektor bermaksud mengubah organisasi fundamental Fakultas Ilmu Komunikasi Publik. Usahnya akan mengarah pada serangkaian tanggung jawab baru dan dinamika kekuasaan, yang, menurutnya, akan mendorong perilaku individu dan kolektif ke arah tingkat pencapaian fakultas yang lebih tinggi. (Hasan, 2005:42)

2. Prosedur

Bertentangan dengan bagaimana struktur dijelaskan, proses organisasi mungkin dianggap sebagai "jiwa" dari struktur itu. Masalah yang tidak terduga akan berkembang jika metode ini tidak bekerja secara efektif karena praktik perilaku dalam suatu organisasi berkontribusi terhadap kinerja organisasi.

Tingkatan berikut termasuk keefektifan sebagai kontribusi prosedural bagi organisasi:

- 1) Komunikasi,
- 2) pengambilan keputusan,
- 3) evaluasi prestasi,
- 4) serta sosialisasi dan karier.

Kapasitas manajemen untuk menerima, menyampaikan, dan menerapkan pesan adalah yang membuat hubungan antara praktik komunikasi (proses komunikasi) dan kelangsungan hidup organisasi. Organisasi dan bagian penyusunnya terhubung melalui mekanisme komunikasi. Di satu sisi, informasi menyatukan operasi internal organisasi. Keterangan akan muncul dari suatu lembaga seringkali bertentangan dengan berita yang beredar di dalam organisasi, yang merupakan isu yang sering berkembang.

Kesulitan menentukan keputusan dalam suatu Institut terkait pada penentuan sasaran yang jitu dan strategi untuk mencapainya. Manajemen diproyeksikan mampu meningkatkan kesempatan untuk membuat penilaian yang baik dengan memeriksa aspek perilaku dan struktural secara tepat. Pengambilan keputusan yang tidak konsisten oleh berbagai divisi organisasi (personalia dan keuangan) mengenai perekrutan karyawan baru ditunjukkan oleh pengalaman empiris. Organisasi bergantung pada keputusan individu dan kelompok, dan manajemen yang efektif memerlukan pemahaman tentang keduanya.

Seseorang akan bergabung dengan perusahaan tertentu dengan harapan akan memberinya peluang karir yang luar biasa. Bergantung pada struktur organisasi, bisnis mempekerjakan orang untuk melakukan tugas tertentu. Artinya, agar keduanya berhasil, kepentingan dan tujuan individu dan organisasi harus sejajar. Orang bergerak melewati waktu dan di antara tugas, menaiki tangga karier yang mungkin dipengaruhi atau tidak dipengaruhi oleh perusahaan yang bersangkutan. Keberhasilan dalam suatu profesi bergantung, setidaknya sebagian, pada seberapa baik seseorang dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan bisnis.

Sosialisasi dapat dilihat sebagai deklarasi bahwa semua pekerja harus memahami dan melakukan pekerjaannya. Sosialisasi dan pengembangan karir adalah dua proses yang saling berhubungan yang memengaruhi kesuksesan baik pada tingkat individu maupun organisasi. (Hasan, 2005:44)

3. KULTUR

Seorang antropolog menggambarkan budaya sebagai kompleks yang terdiri dari keterampilan dan rutinitas yang diperlukan untuk berfungsi dalam masyarakat tertentu, termasuk pengetahuan, kepercayaan, seni, hukum, moralitas, dan konvensi. Hasil dari banyak pengelompokan manusia, termasuk produk ciptaan manusia, direpresentasikan melalui pola dalam budaya, baik eksplisit maupun implisit, dari dan untuk perilaku yang dibutuhkan dan diwujudkan dalam simbol. Ide-ide konvensional yang turun-temurun dan dipilih, terpenting dalam nilai-nilai yang menyertainya merupakan komponen utama budaya.

Dengan menggunakan uraian tersebut di atas, banyak pakar budaya sependapat bahwa budaya mengandung ciri-ciri seperti:

1. Studi dan budaya harus dikembangkan melalui pengalaman, pengamatan, dan pembelajaran;
2. Berbagi, individu dalam organisasi, keluarga, dan komunitas bertukar tradisi budaya;
3. transgenerasi, yang mempengaruhi generas-generasi berikutnya dan bersifat kumulatif;
4. persepsi pengaruh, memunculkan tindakan seseorang dan kerangka pandangan dunia mereka;

5. adaptasi, Kemampuan seseorang untuk beradaptasi atau berubah adalah fondasi budaya.

Lima karakteristik bergabung untuk membentuk orientasi budaya masyarakat. Nilai-nilai kehidupan dan lingkungan di sekitar seseorang membantu mereka menunjukkan budaya dan sifat mereka. Nilai adalah pandangan yang dianut secara luas yang menentukan preferensi luas atau menentukan apa yang baik dan buruk.

Budaya nasional negara tempat organisasi itu berada akan berdampak dan dipengaruhi oleh budaya organisasi yang berorientasi global. Ketika kami berbicara tentang struktur organisasi, kami menyiratkan bahwa semuanya konsisten dengan norma-norma masyarakat. Nilai, keyakinan, asumsi, persepsi, standar, kebiasaan, dan pola perilaku semuanya berperan dalam budaya organisasi. Kepribadian seseorang, yang memberikan tujuan, arah, dan mobilisasi, adalah tujuan organisasi, menurut spesialis perilaku. Karyawan beradaptasi lebih baik terhadap ketidakpastian terkait pekerjaan ketika mereka menjadi bagian dari budaya organisasi.

Budaya organisasi yaitu memahami apa yang terjadi membutuhkan pandangan dan pemikiran tentang tindakan dari sudut pandang internal dan organisasi. Dalam pengertian ini, budaya organisasi mengacu pada kumpulan pedoman dimaksudkan untuk menggambarkan dan memprediksi bagaimana orang dan organisasi berperilaku dalam berbagai keadaan.

Secara sederhana, “kepribadian” dan “perasaan” organisasi dapat disebut sebagai budaya organisasi. Budaya menentukan cara individu beroperasi dalam organisasi. Bagaimana individu beroperasi, mengevaluasi aktivitas mereka,

bertindak dengan relasi, dan membayangkan masa mendatang terutama dipengaruhi oleh norma budaya, nilai, dan kepercayaan. (Hasan, 2005:45)

2.1.3.3 Bentuk Saluran/Media dalam Komunikasi Pemerintah

Saluran komunikasi dan media dibagi menjadi dua kategori, seperti yang dijelaskan oleh I.G. Wursanto (Abidin, 2016):

1. Media Komunikasi Eksternal, yaitu sebagai berikut :
 - a. Media cetak meliputi majalah, surat kabar, dan pamflet
 - b. Media Audio-visual meliputi televisi, film, dan video
 - c. Media Visual, seperti pameran, lukisan, dan foto
 - d. Media auditori meliputi radio, telepon, dan *tape recorder*

Koran, radio, pameran, bioskop, dan televisi merupakan bentuk media komunikasi eksternal yang paling banyak digunakan dewasa ini dari sekian banyak media yang telah diuraikan di atas.

2. Media Komunikasi Internal

Saluran media komunikasi internal terbagi menjadi dua macam, yaitu sebagai berikut :

1. Saluran media komunikasi internal tertulis;
 - a) Saluran komunikasi ke bawah tertulis;
 - 1) Papan pengumuman
 - 2) Memo atau nota
 - 3) Susunan anggaran
 - 4) Laporan tahunan
 - 5) Uraian tugas
 - 6) Buku panduan

- b) Saluran komunikasi ke atas tertulis;
 - 1) Menyediakan kotak saran
 - 2) Mengadakan *suggestion plan* (usulan perencanaan)
 - 3) *Grievance procedure* (prosedur pengaduan)
- c) Saluran media komunikasi horizontal tertulis;
 - 1) Nota dalam antar bagian atau memo
 - 2) Mekanisme susunan anggaran

2. Saluran media komunikasi internal lisan:

- a) Wawancara
- b) Kunjungan dan konferensi
- c) Rapat kerja laporan
- d) Pertemuan

2.1.3.4 Strategi Untuk Mencapai Sasaran Komunikasi Pemerintah

Menurut Stillman (Abidin, 2016), diperlukan strategi yang dapat diterima untuk mencapai tujuan komunikasi pemerintah. Tindakan berikut harus diambil oleh pemerintah, yang merupakan aktor utama, untuk memastikan bahwa komunikasi pemerintah efisien dan efektif:

1. penggunaan bahasa yang sesuai (sebagaimana ditentukan oleh komunikator), menggunakan media dan saluran sambil mempertimbangkan efek dan hasil yang diantisipasi.
2. mengurangi atau mencoba menghilangkan hambatan komunikasi pemerintah.
3. memperoleh keterampilan dalam komunikasi yang efektif.

2.1.3.5 Hambatan dalam Komunikasi Pemerintah

Ada tujuh kategori hambatan komunikasi yang berbeda (juga dikenal sebagai hambatan komunikasi) atau hambatan untuk komunikasi yang sukses, menurut Simon, Smithburg, dan Thompson (Abidin, 2016):

1. *Barrier of Language* (Penggunaan Bahasa)

Kesulitan bahasa dipengaruhi oleh keragaman budaya, tingkat pencapaian pendidikan, dan strategi penyampaian. Akibatnya, beberapa orang mungkin merasa sulit untuk memahami atau salah mengartikan pesan atau informasi yang dikumpulkan.

2. *Frame of Reference* (Pemberian Penafsiran)

Pendengar komunikasi atau komunikan merespon dengan cara yang berbeda dari bagaimana pesan seharusnya dipahami, sehingga akan mengakibatkan informasi dilihat secara berbeda oleh setiap individu.

3. *Status Distance* (Perbedaan Status)

Saat informasi naik atau turun melalui berbagai tingkat hierarki organisasi, perbedaan status menghasilkan kemacetan, yang mengakibatkan penyaringan pesan.

4. *Geographical Distance* (Jarak Geografis)

Jarak geografis antara komunikator dan komunikan membuat sulit untuk mengkomunikasikan pesan atau berbagi informasi. Namun, dalam kondisi tertentu, kemajuan teknologi komunikasi dapat mengatasi tantangan ini.

5. *Self-Protection of the Initiator* (Ketidaksediaan)

Ketidaksediaan seseorang untuk memberikan informasi atau menerima informasi, yang membuat komunikasi menjadi sulit.

6. *Pressure of Other Work* (Tekanan-Tekanan)

Informasi yang akan diberikan dan diterima sulit untuk diberikan ketika ada intimidasi atau tekanan dari pihak lain.

7. *Deliberate Restrictions Upon Communication* (Pembatasan)

Informasi dijauhkan dari tangan mereka yang seharusnya mengeksploitasinya untuk tujuan yang buruk dan hanya menjangkau mereka yang membutuhkannya melalui komunikasi.

2.2 Konsep Parawisata

2.2.1 Pengertian Parawisata

Pemerintah Indonesia mengeluarkan UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang terdiri dari tujuh puluh pasal dan tujuh belas pasal, untuk mengantisipasi perkembangan industri yang sudah benar-benar mendunia. Undang-undang ini memiliki ketentuan untuk delapan topik berbeda, termasuk:

- 1) Wisata adalah jenis kegiatan perjalanan ketika seseorang atau sekelompok orang melakukan perjalanan ke lokasi tertentu untuk bersantai, pertumbuhan, profesional, atau studi jangka pendek tentang keunikan lokasi wisata yang dikunjungi.
- 2) Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- 3) Pariwisata adalah beragam kegiatan terkait parawisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan masyarakat, komersial, pemerintah, dan pemerintah daerah.
- 4) Kepariwisata adalah semua kegiatan yang berkaitan dengan parawisata yang bersifat multifaset, interdisipliner, dan muncul dari interaksi antara

pengunjung, pemerintah, pemerintah daerah, dan pemilik usaha serta tuntutan setiap individu dan bangsa.

- 5) Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik wisatawan pada tujuan atau tujuannya karena memiliki kekhasan, keindahan, dan nilai yang berupa berbagai unsur alam, budaya, dan buatan manusia.
- 6) Wilayah geografis dalam satu atau lebih wilayah administratif yang memiliki atraksi wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, dan masyarakat yang terhubung dan meningkatkan wujudnya kepariwisataan disebut sebagai kawasan tujuan wisata (disebut juga dengan “destinasi”)
- 7) Usaha pariwisata adalah perusahaan yang menawarkan produk dan/atau jasa yang sesuai dengan permintaan pengunjung dan pengelola pariwisata.
- 8) Pengusaha pariwisata adalah orang atau kelompok yang melakukan usaha komersial yang berkaitan dengan pariwisata.

E. Guyer-Freuler menjelaskan gagasan pariwisata sebagai fenomena kebutuhan akan kesehatan dan perubahan lingkungan, penilaian sadar dan menumbuhkan (cinta) keindahan alam, dan terutama meningkatnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai akibat perkembangan perdagangan, industri, perdagangan, serta peningkatan sarana transportasi (pendit, 1999: 38). Berikut ini hanya beberapa alasan dan wawasan yang ditawarkan oleh spesialis pariwisata:

Keberangkatan sementara dari rumah seseorang atau bepergian ke lokasi lain di luarnya merupakan inti dari pariwisata. Pilihannya untuk keluar dipengaruhi

oleh berbagai hal, antara lain pertimbangan ekonomi, sosial, politik, budaya, agama, dan kesehatan, serta motif lain seperti ketertarikan pada hal lain, belajar atau mencari pengalaman (Suwanto dalam Kurniawan, 2015).

Dalam Wahid((2015), Spillane Bepergian darissatu lokasi ke lokasi lain untuk sementara waktu, baik sendiri maupun bersama orang lain, dalam upaya mencapai kedamaian dan kenikmatan dengan lingkungan pada tataran sosial, budaya, alam, dan ilmu pengetahuan dikenal sebagai pariwisata.

Pariwisata didefinisikan oleh World Tourism Organization (WTO) mendefinisikan parawisata sebagai tindakan seseorang mengunjungi atau berdiam disuatu tempat selaian lingkungannya yang khas untuk jangka waktu tidak lebih dari satu tahun terus menerus untuk bersantai, bisnis, atau tujuan lain(Wahid, 2015).

Menurut Yoetid dalam Anindita (2015), pariwisata adalah kegiatan manusia yang bertujuan melibatkan pertukaran jasa antara orang-orang di dalam atau diluar suatu negara, termasuk menetap sementara orang-orang dari daerah lain untuk mencari berbagai kepuasan, bervariasi, dan berbeda dari pengalaman sebelumnya dimana ia memperoleh posisi jangka panjang..

Menurut Wahab manfaat pariwisata dalam pembangunan ialah :

1. Pariwisata adalah faktor penting untuk menggalang persatuan bangsa yang rakyatnya memiliki daerah yang berbeda, dialek, adat istiadat dan cita rasa yang beraneka ragam.
2. Pariwisata menjadi faktor penting dalam pengembangan ekonomi, karena kegiatannya mendorong perkembangan beberapa sector ekonomi nasional misalnya:

- a. Urbanisasi yang berkembang adalah hasil dari pengembangan dan renovasi infrastruktur, fasilitas, dan fasilitas pariwisata.
 - b. Mendorong pengembangan usaha-usaha baru yang terkait dengan transportasi dan penginapan (hotel, motel, cottage, dll.), yang memerlukan perluasan perusahaan yang memproduksi kerajinan tangan dan perlengkapan hotel.
 - c. Karena peningkatan utilisasi, akan ada peningkatan permintaan barang-barang pertanian.
 - d. Meningkatkan pasar produk daerah.
 - e. Mendukung pendapatan negara dengan mata uang asing untuk menutup ketidakseimbangan neraca pembayaran dan mendorong perekonomian secara luas.
 - f. Tenaga kerja bangsa diuntungkan karena pariwisata menghasilkan lapangan kerja baru.
 - g. Membantu bagian pedesaan suatu negara untuk berkembang jika mereka memiliki daya tarik pariwisata.
3. Sebagai alat, perjalanan internasional sangat bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman di antara bangsa-bangsa dan untuk mengurangi ketegangan politik.
 4. Peningkatan kesehatan juga melibatkan pariwisata. Perubahan suhu yang benar dan pemisahan dari rutinitas sehari-hari akan secara signifikan meningkatkan daya tahan tubuh dan menurunkan tingkat stres saraf.

Pariwisata mengacu pada berbagai pengalaman perjalanan yang digunakan untuk mencapai berbagai tujuan dan memuaskan keinginan yang beragam.

Berikut ini adalah beberapa cara pariwisata mungkin muncul sebagai gejala:

1. Menurut jumlah orang yang bepergian :
 - a. Pariwisata Individu, yaitu hanya satu orang atau satu keluarga yang pergi.
 - b. Pariwisata Rombongan, yaitu sekelompok individu yang biasanya dihubungkan oleh hubungan tertentu melakukan perjalanan bersama.
2. Menurut maksud bepergian :
 - a. Pariwisata Rekreasi, yaitu perjalanan dengan tujuan memulihkan kemampuan fisik dan mental setiap peserta tur, serta memberi mereka kesempatan untuk bersantai di tempat rekreasi dari kebosanan dan kelelahan dari pekerjaan.
 - b. Pariwisata Budaya, ialah pariwisata yang dimaksud untuk memperkaya informasi dan pengetahuan tentang negara lain dan untuk memuaskan kebutuhan hiburan. Dalam hal ini termasuk pula kunjungan ke pameran-pameran dan fair, perayaan-perayaan adat, tempat-tempat cagar alam, cagar purbakala dan lain-lain.
 - c. Pariwisata Pulih Sehat, ialah dapat memuaskan kebutuhan perawatan medis di daerah atau tempat lain dengan fasilitas penyembuhan. Misalnya: sumber air panas, tempat-tempat kubangan lumpur yang berkhasiat, perawatan dengan air mineral yang

berkhasiat dan lain-lain. Pariwisata ini memerlukan persyaratan tertentu antara lain kebersihan, ketenangan, dan taraf hidup yang pantas.

- d. Pariwisata Sport, ialah Secara khusus, pariwisata yang akan memuaskan hobi masyarakat seperti memancing, berburu binatang liar, scuba diving ke dasar laut, bermain ski, kompetisi, dan mendaki gunung.
- e. Parawisata Temu Wicara, ialah pariwisata konvensi tyang meliputi pertemuan-pertemuan ilmiah, seprofesi dan bahkan politik. Pariwisata sejenis ini memerlukan tersedianya fasilitas pertemuan di negara tujuan dan faktor-faktor lain yang penting seperti letak yang strategis, tersedianya transportasi yang mudah, iklim yang cerah dan sebagainya.

3. Menurut alat transportasi :

- a. Pariwisata Darat,
- b. Pariwisata Tirta,
- c. Pariwisata Dirgantara.

4. Menurut letak geografis :

- a. Pariwisata Domestik Nasional adalah ukuran perjalanan dalam satu negara yang mencakup penduduk setempat dan ekspatriat yang bekerja di sana.
- b. Pariwisata regional, atau keberangkatan pengunjung, terbatas pada beberapa negara yang membentuk kawasan pariwisata.

- c. Pariwisata internasional, yang terdiri dari perjalanan oleh pengunjung antara berbagai negara di seluruh dunia (Wahab, 1989).

Pendit (Ilmu Pariwisata: Pengantar Pengukuhan, 1999) menegaskan antara lain:

1. Wisata Budaya

Perjalanan yang dilakukan dengan maksud untuk memperluas pandangan dunia seseorang dengan mengamati daerah lain, mempelajari situasi orang-orang di sana, dan apresiasi terhadap kebiasaan, budaya, dan seni mereka dikenal sebagai wisata budaya.

2. Wisata Konvensi

Pariwisata konvensi mengacu pada perjalanan yang mencakup akomodasi dengan fasilitas konferensi atau pertemuan lokal, nasional, atau internasional lainnya.

3. Wisata Sosial

Untuk memberikan kesempatan kepada kelompok masyarakat yang kurang mampu secara ekonomi, seperti karyawan, pemuda, pelajar atau mahasiswa, petani, dan sebagainya, untuk berwisata, wisata sosial adalah penyelenggaraan liburan yang murah dan sederhana.

4. Wisata Cagar Alam

Agen atau biro perjalanan yang bergerak dalam bidang niaga dengan mengadakan perjalanan ke lokasi atau kawasan cagar alam, taman lindung, kawasan hutan pegunungan, dan sebagainya yang dilindungi kelestariannya oleh undang-undang disebut dengan biro perjalanan cagar alam.

5. Wisata Bulan Madu

Tur bulan madu adalah rencana perjalanan untuk pasangan pengantin baru, lengkap dengan fasilitas eksklusif untuk kesenangan mereka selama kunjungan dan perjalanan mereka.

2.2.2 Pengembangan Parawisata

Pengembangan tempat wisata merupakan upaya untuk menjadikannya bertambah baik dan kian menarik dari segi lokasi dan hal-hal yang dikandungnya untuk memikat orang ke tempat tersebut. (Yoeti, 1987)

Dalam rangka meningkatkan devisa daerah untuk wisatawan mancanegara dan penghasilan daerah bagi turis domestik, pengembangan pariwisata bertujuan untuk menarik lebih banyak pengunjung ke suatu wilayah wisata, mempertahankan mereka makin lama, dan menghabiskan lebih banyak uang di objek wisata yang mereka datangi. Selain itu, ia berupaya untuk mempromosikan dan melestarikan budaya dalam industri perjalanan. Jadi, penduduk lokal khususnya dapat merasakan keuntungan dan keuntungan.

Sebagaimana dikemukakan (Sobari dalam Anindita, 2015), pengembangan pariwisata sebagai industri idealnya dibangun di atas empat prinsip dasar:

1. Kelestarian lingkungan, atau syarat bahwa pembangunan pariwisata harus menjamin kelestarian sumberdaya alam yang menjadi dayatarik wisata, seperti lingkungan laut, hutan, pantai, danau, dan sungai.
2. Kesenambungan kehidupan sosial dan budaya, atau keharusan bahwa pengembangan wisata dapat meningkatkan peran masyarakat dalam

mengamati cara hidup melalui sistem nilai yang dianut oleh lingkungan sebagai identitas masyarakat.

3. Keberlanjutan ekonomi berarti bahwa pertumbuhan industri pariwisata harus mampu menciptakan lapangan kerja bagi semua pihak yang melakukan kegiatan ekonomi melalui ekonomi yang kuat dan dinamis.
4. Memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat melalui pemberian kesempatan kepada mereka untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata.

Sektor pariwisata, daya dukung lingkungan (sumber daya alam), dan masyarakat lokal adalah tiga bidang kepentingan yang harus diperhatikan untuk pengembangan pariwisata (berkelanjutan) untuk meningkatkan kualitas hidup.

Produksi industri pariwisata yang meliputi daya tarik wisata, kenyamanan perjalanan, fasilitas, dan pelayanan, serta promosi, menurut Oka (1997) merupakan faktor utama yang mempengaruhi pertumbuhan sektor tersebut. Unsur-unsur berikut sering diperhitungkan oleh negara-negara yang sadar akan kebangkitan pariwisata, menurut Direktorat Jenderal Pariwisata:

1. Perencanaan perkembangan industri pariwisata harus matang dengan memperhitungkan perkembangan industri secara keseluruhan, serta perhitungan untung rugi jika dibandingkan dengan perkembangan sektor lainnya.
2. Pola dan kebijakan pembangunan ekonomi, fisik, dan sosial suatu negara harus memasukkan pembangunan pariwisata.
3. Pengembangan industri pariwisata harus direncanakan untuk membawa keberhasilan ekonomi secara umum dalam masyarakat.

4. Untuk mewakili ciri-ciri khusus dari budaya dan lingkungan alam suatu bangsa daripada melenyapkan lingkungan alam dan budaya yang khas, pengembangan pariwisata harus peka secara ekologis.
5. Pengembangan industri pariwisata harus direncanakan untuk meminimalkan ketegangan sosial dan mendorong transformasi sosial yang konstruktif.
6. Penetapan proses implementasi harus dibuat se jelas mungkin berdasarkan pertimbangan yang cermat sesuai dengan kemampuan.
7. Mendokumentasikan (memantau) secara terus-menerus bagaimana pariwisata memengaruhi masyarakat dan lingkungan adalah penting karena memberikan informasi yang berguna untuk menyesuaikan kembali dampak tren wisata yang tidak menguntungkan dan dapat digunakan untuk mendorong pertumbuhan.

Daya tarik alam yang melekat pada keberadaan daya tarik alam tersebut dikembangkan bersama daya tarik wisata yang prospektif. Atraksi wisata meliputi atraksi buatan manusia dan atraksi alam. Berikut komponen pengembangan wisata menurut Santoso dalam Kurniawan (2015):

1. Atraksi

Fenomena alam (keindahan panorama, flora dan fauna, kekhasan perairan laut, danau, dan lain sebagainya), struktur buatan manusia (museum, katedral, masjid kuno, makam kuno, dan lain sebagainya), serta komponen dan peristiwa budaya (seni, adat istiadat, keahlian memasak, dan sebagainya) semuanya dapat berfungsi sebagai sumber daya tarik.

2. Transportasi

Pertumbuhan transportasi berdampak baik pada perkembangan penginapan maupun arus pengunjung. Adaptasi arah pergerakan juga dipengaruhi oleh kemajuan teknologi transportasi. Jika transportasi dengan kereta api berbentuk linier dengan sedikit cabang atau tikungan, maka transportasi dengan kendaraan dapat memiliki jangkauan arah perjalanan yang lebih luas. Mirip dengan perjalanan udara, yang dapat dengan cepat menavigasi berbagai hambatan alam.

3. Akomodasi

Ada dua jenis akomodasi: yang dibuat untuk masyarakat umum (seperti hotel, motel, penginapan, dan tempat berkemah yang digunakan selama liburan) dan yang dibuat khusus untuk satu orang untuk menampung keluarga, teman, atau sekelompok kecil orang.

4. Fasilitas Pelayanan

Sesuai dengan perubahan arus wisatawan, penyediaan fasilitas dan pelayanan semakin berkembang dan semakin beragam. Evolusi toko dan jasa di destinasi wisata dimulai dari tersedianya jasa kebutuhan sehari-hari (penjual makanan, warung minuman, atau jajanan), kemudian jasa dagang (pedagang, tukang kayu, atau jasa lainnya), kemudian jasa untuk kemudahan dan kesenangan (pakaian). toko, toko perabot rumah, dll), kemudian jasa yang berkaitan dengan keamanan dan keselamatan (dokter, apotek, polisi, dan pemadam kebakaran), dan terakhir perkembangan lebih lanjut mengenai toko barang mewah.

5. Infrastruktur

Untuk mendukung pelayanan dan fasilitas pendukung, diperlukan infrastruktur yang cukup. Selain membantu pertumbuhan pariwisata, pembangunan infrastruktur secara tidak langsung membantu (mungkin dimanfaatkan) penduduk setempat. Hal ini berkaitan dengan pembangunan fasilitas pembuangan limbah selain penyediaan saluran air minum, lampu listrik, dan infrastruktur transportasi (jalan, pelabuhan, kereta api, dll).

Menurut GBHN 1999, pengembangan pariwisata melalui sistem yang menyeluruh dan terpadu bersifat multidisiplin, partisipatif, dan menggunakan faktor ekonomi, teknologi, agronomi, sosial budaya, hemat energi, dan penyembuhan alami dengan tidak merusak lingkungan. Berdasarkan hal tersebut, pengembangan wisata memiliki tiga tujuan sebagai berikut:

- 1) Menjaga fungsi lingkungan hidup dan jatidiri bangsa.
- 2) Mendorong aktivitas bisnis.
- 3) Memupuk rasa cinta tanah air dan tanahair, menanamkan hakikat, semangat, dan cita-cita luhur tanahair, serta meningkatkan persatuan dan kesatuan tanahair. Pasal 6 dan 7 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang pengembangan kepariwisataan menyebutkan bahwa pembangunan kepariwisataan harus memperhatikan perhatian, orisinalitas, kualitas budaya dan alam, serta kebutuhan manusia terhadap pariwisata. (kurniawan, 2015)

Pengembangan pariwisata meliputi :

- a) Sektor pariwisata
- b) Objek Wisata
- c) Pemasaran
- d) Kelembagaan parawisata

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini guna mencari kesamaan atau perbedaan dalam penelitian yang akan dilakukan. Maka adanya penelitian tersebut dapat dideskripsikan dalam mengatur kerangka berfikir dengan harapan hasil peneliti bisa tersedia dengan cara tepat dan dapat dipahami. Hal ini dapat di perhatikan dari tabel penelitian terdahulu dibawah ini:

Tabel 2.6 : Penelitian Terdahulu

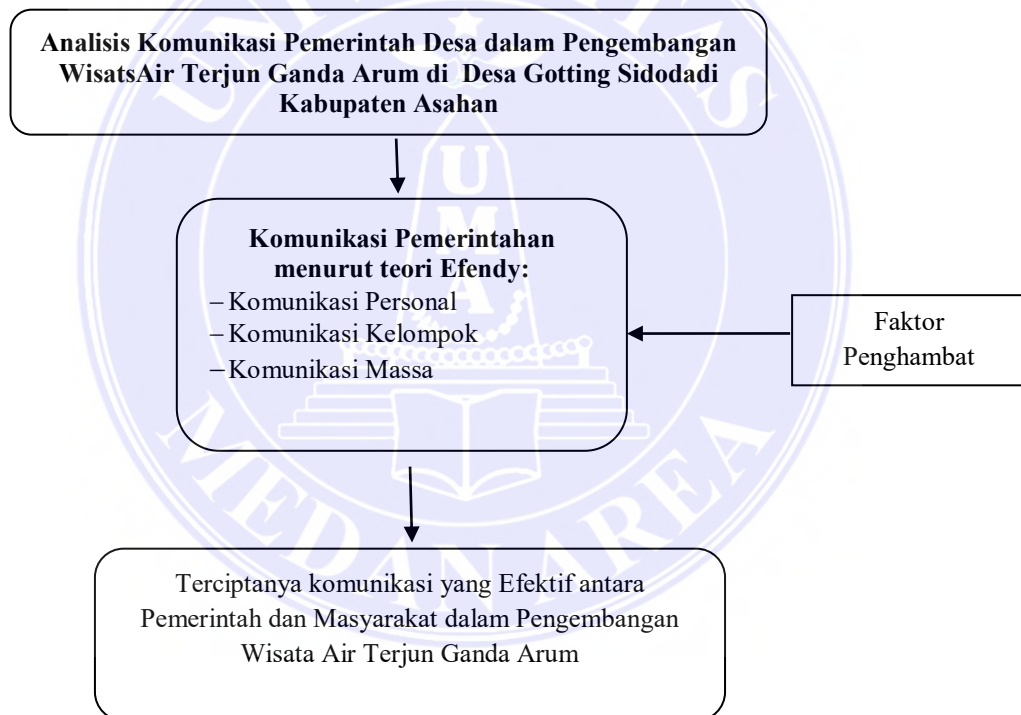
| No | Nama dan Judul Skripsi | Metode Penelitian | Hasil Penelitian | Perbedaan |
|----|--|--|---|---|
| 1 | Nurul Ulfa Harefa 2018, skripsi “strategi komunikasi pemerintah dalam mengembangkan objek wisata bukit indah simarjarunjung di kabupaten simalungun” | Metode kualitatif, analisis deskriptif | Secara keseluruhan strategi komunikasi pemerintah pengembangan objek wisata bukit indah simarjarunjung di kabupaten Simalungun cukup baik dengan berhasilnya menarik wisatawan dengan keindahan tempatnya untuk berkunjung ke simarjarunjung, yang paling efektif dan lebih menarik wisatawan yaitu daya tarik tersebut membuat tempat berfoto yang bagus menarik wisatawan berkunjung, dan komunikasi pemerintah dalam mempromosikan obyek wisata sehingga lebih terkenal. | <ul style="list-style-type: none"> • Peneliti terdahulu membahas tentang strategi komunikasi pemerintah dalam mengembangkan objek wisata sedangkan, penulis meneliti tentang Analisis komunikasi pemerintah desa dalam pengembangan wisata air terjun. • Lokasi penelitian terdahulu di bukit indah simarjarunjung di Kabupaten Simalungun sementara penulis lokasi penelitiannya di Desa Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan |
| 2 | Agus Mulyadi, 2017, “Analisis Strategi Pengembangan Objek, wisata Air Terjun Bissappu di Kabupaten Banteng” | Metode Kualitatif, Analisis deskriptif | Kawasan objek wisata air terjun Bissappu di Kabupaten Bantaeng cukup berpotensi, untuk melakukan pengembangan wisata, dan potensi. yang terdapat dikawasan wisata. yaitu keadaan alam masih terjaga, infastruktur yang memadai, memaksimalkan pengelolaan, potensi wisata | Penelitian terdahulu membahas tentang Analisis strategi objek wisata air terjun sedangkan, penulis meneliti tentang Analisis komunikasi pemerintah desa dalam pengembangan wisata air terjun |
| 3 | Sugiman, 2018, judul” Pemerintahan | Metode Kualitatif, | Penyelenggaraan pemerintah desa dalam | Penelitian terdahulu hanya membahas |

| | | | | |
|---|---|--|---|--|
| | Desa” | Analisis deskriptif | sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia pada pemerintah desa adalah dilaksanakan oleh kepala desa yang bertugas untuk menyelenggarakan pemerintah desa,peran pemerintah desa dalam menggerakkan partisipasi masyarakat menuju kesejahteraan adalah bersifat persuasif untuk merencanakan,menciptakan, meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menggunakan sumber daya atau potensi baik sumber daya manusia(SDM) sumber daya alam (SDA) Yang dapat berhasilguna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. | tentang pemerintahan desa sedangkan penulis membahas pemerintahan desa untuk menganalisis pemerintahan desa dalam pengembangan wisata |
| 4 | Muaro Jambi” Reta Amelia Putri,2021, “Strategi Pemerintah Desa dalam pengembangan objek wisata danau tangka desa Tanjung Lanjut,Kabupaten | Metode Kualitatif, Analisis deskriptif | Kebijakan dilakukan oleh pemerintah desa dengan menambahkan, objek dan fasilitas wisata, meningkatkan sarana dan prasarana. Pemerintah desa Tanjung Lanjut mengembangkan pariwisata yang ada di desa dengan/ melibatkan masyarakat serta menjaga. dan mengelola tempat wisata semaksimal mungkin | Penelitian terdahulu membahas tentang strategi pemerintah desa dalam pengembangan objek wisata danau tangka sedankan, penulis meneliti tentang Analisis komunikasi pemerintah desa dalam pengembangan wisata air terjun. |
| 5 | Ropi Duyansah, 2020, dengan judul “Optimalisasi pengelolaan objek wisata air terjun Dukun Batuah di Desa. Rantau Suli Kabupaten Merangin Provinsi Jambi | Metode Kualitatif, Analisis deskriptif | Objek wisata air terjun dukun batuah di desa rantau suli belum optimal dikelola yaitu dipengaruhi, oleh faktor dari pihak terkait yaitu dinas pariwisata kesadaran masyarakat desa, sumber daya manusia, dalam berpartisipasi. untuk meningkatkan pengelolaan. | Penelitian terdahulu membahas tentang optimalisasi pengelolaan objek wisata air terjun.sedangkan,penulis meneliti tentang analisis pemerintah desa dalam pengembangan wisata |

2.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir digunakan sebagai landasan untuk pengembangan teori yang berbeda dalam penelitian tertentu dan hubungan antara masalah yang dipelajari. Kerangka kerja ini kemudian menjadi cara ringkas lainnya untuk menjelaskan penelitian dari awal hingga akhir. Penulis mengkaji Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Double Arum Di Desa Gotting Sidodadi Kabupaten.

Gambar: 2.7 Kerangka Berfikir



Sumber: Peneliti

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian yang menggunakan teknik deskriptif bertujuan untuk memberikan gejala, fakta, atau kejadian tentang ciri-ciri suatu kelompok atau lokasi tertentu secara sistematis dan tepat.

Dalam penelitian deskriptif, menemukan atau menjelaskan keterkaitan melalui pengujian hipotesis biasanya tidak diperlukan. Penelitian dengan teknik analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, menurut Usman (2009:4), bertujuan untuk mengandalkan fakta dan ciri populasi tertentu secara sistematis, faktual, dan benar. Berbeda dengan eksperimen, di mana penelitian merupakan alat utama untuk mengumpulkan sumber data, Sugiyono (2015:20) mengklaim bahwa teknik penelitian kualitatif adalah metode yang didasarkan pada filsafat *postpositivisme* dan digunakan untuk mempelajari keadaan objek alam. Biasanya, masalah tertentu digunakan untuk mengatur penelitian kualitatif.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Dengan ini peneliti menjadikan lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah Wisata Air Terjun Ganda Arum di Desa Gotting Sidodadi, kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara.

3.2.2 Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian dilakukan dalam waktu empat bulan, mulai juni 2022 sampai November 2022. Adapun jadwal rincian waktu penelitian yang dilakukan seperti:

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian

| No | Kegiatan | Bulan | | | | | | | | | |
|----|---------------------|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|--|
| | | Agu 2022 | Sept 2022 | Okt 2022 | Nov 2022 | Des 2022 | Mei 2023 | Juni 2023 | Juli 2023 | Agu 2023 | |
| 1. | Penyusunan proposal | ■ | ■ | | | | | | | | |
| 2. | Seminar proposal | | | ■ | | | | | | | |
| 3. | Perbaikan proposal | | | ■ | | | | | | | |
| 4. | Penelitian | | | | ■ | ■ | | | | | |
| 5. | Penyusunan Skripsi | | | | ■ | ■ | | | | | |
| 6. | Seminar hasil | | | | | | ■ | | | | |
| 7. | Perbaikan skripsi | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | |
| 8. | Sidang meja hijau | | | | | | | | | ■ | |

Sumber: Peneliti

3.3 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi secara mendetail dan menyeluruh kepada peneliti tentang dirinya, orang, masalah, dan kejadian (Afrizal, 2016: 139).

Dengan kata lain, para informan ini adalah orang-orang yang ahli dalam masalah atau kejadian yang diteliti dalam penelitian ini. Sumbernya adalah:

1. Informan kunci adalah seseorang yang memiliki pengetahuan luas tentang masalah yang sedang diselidiki. Dalam penelitian ini adalah tentang Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di Desa Gotting Sidodadi Kabupaten

Asahan. Dan Pak Suwarno, Kepala Desa Gotting Sidodadi saat ini, adalah informan penting.

2. Seseorang yang aktif berpartisipasi dalam sosial yang diperiksa berfungsi. Dan yang menjadi informan utama adalah Bapak Helmi, Bu Vina, selaku masyarakat Desa Gotting Sidodadi terkait Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam pengembangan Wisata. Para peneliti mengklaim bahwa mereka yang memiliki pengetahuan tentang pengembangan wisata dapat menjawab pertanyaan mereka. Dalam hal ini peneliti akan mewawacarai masyarakat mengenai Perkembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum dan juga menanyakan tentang apa saja hambatan di dalamnya.
3. Informan tambahan adalah seseorang yang menyumbangkan informasi tambahan untuk penelitian yang Anda minati. Bersamaan dengan mengonfirmasi bahwa subjek penelitian itu akurat dan ada masalah. Adapun Informan tambahannya adalah pengunjung wisata yaitu, bapak Erwin, kak Saripah dan Kak Nabila. Dalam hal ini penulis mengadakan tanya jawab kepada pengunjung wisata air terjun untuk mengetahui sarana dan prasarana apakah sudah memenuhi untuk berwisata.

Tabel 3.3: Informan

| Informan | Nama | Jabatan |
|----------|-----------------------|------------------------------|
| Kunci | SUWARNO | Kepala Desa Gotting Sidodadi |
| | Roni Sitorus | Sekretaris Desa |
| Utama | Helmi, vina, devi | Masyarakat lokal |
| Tambahan | Sarifa, Erwin, Nabila | Pengunjung |

Sumber : Peneliti

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Tahap studi yang paling krusial adalah prosedur pengumpulan data karena pengumpulan data adalah tujuan utama dari semua studi. Peneliti tidak akan memperoleh data yang sesuai dengan standar data yang telah ditetapkan jika tidak memahami metode yang digunakan untuk memperoleh data tersebut (Sugiyono, 2014: 224). Karena pengumpulan data adalah tujuan utama dari penelitian, prosedur pengumpulan data adalah tahapan yang paling penting dalam proses tersebut. Pendekatan wawancara, observasi, partisipasi, dan dokumentasi digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini.

1) Wawancara

Dalam sebuah wawancara, dua orang menggunakan gaya tanya jawab untuk berbagi informasi dan ide untuk memahami pentingnya subjek yang sedang didiskusikan. akan wawancarai informan yang sudah ditentukan oleh peneliti dan menanyakan Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di Desa Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan.

2) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku manusia, proses pekerja, dan gejala-gejala alam, dan responden (Sugiyono, 2012: 166). Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan pengamatan langsung kelapangan mengenai komunikasi pemerintah dalam pengembangan kawasan wisata Air Terjun Ganda Arum di Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan supaya mendapatkan fakta-fakta di lapangan. Instrumen yang dipakai penelitian adalah observasi nonpartisipasi tanpa terstruktur. Sifat instrumen yang tidak baku memudahkan penelitian untuk mencari informasi yang berkaitan dengan

Analisis Komunikasi Pemerintah Desa dalam Pengembangan Wisata Di Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan. Dengan cara sederhana observasi bisa dijelaskan sebagai pengumpulan data dengan pengamatan secara terbuka kelokasi.

Dalam rangka mengumpulkan informasi untuk Analisis Komunikasi Pemerintah Desa dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di desa gotting sidodadi Kabupaten Asahan. Langkah awal penelitian dalam teknik observasi ini adalah mengunjungi lokasi penelitian di Kantor Kepala desa gotting sidodadi dengan surat pengantar dari Universitas dan meminta izin dari instansi terkait.

3) Dokumentasi

Metode penelitian dan pengolahan data dari makalah yang sudah ada sebelumnya dan bahan penelitian lebih lanjut disebut dokumentasi. Menurut Burhan (2008: 122) “Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri sejarah”. Informasi yang dikumpulkan dari dokumen-dokumen, termasuk catatan, dokumen, surat kabar, dan peraturan yang berkaitan dengan pemerintahan desa Gotting Sidodadi, sebagai konsekuensi dari studi yang dilakukan di Air Terjun Ganda Arum.

3.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Keabsahan data sangat penting dalam penelitian kualitatif karena peneliti harus mampu menemukan fakta-fakta objektif. Ini berusaha untuk mengukur seberapa dapat dipercaya (kredibel) penelitian kualitatif sehingga dapat didukung oleh sains. Peneliti menggunakan pendekatan Analisis Triangulasi untuk memvalidasi data. Analisis triangulasi sama dengan menilai kebenaran dengan

memanfaatkan data empiris yang dapat diakses (dari sumber data lain) dengan mempelajari tanggapan dari informan. Di sini tanggapan responden akan dibandingkan dengan catatan atau sumber informasi yang sudah ada sebelumnya (Kriyantono, 2014:72).

Triangulasi sumber dan metode digunakan dalam penelitian ini sebagai strategi validitas data. Berikut definisi triangulasi sumber dan triangulasi metode menurut Dwidjowinoto dalam Kriyantono (2014: 72);

1. Triangulasi Sumber Data

Untuk membandingkan data dari banyak sumber digunakan triangulasi sumber data. Peneliti akan melihat dokumen resmi, catatan, dan/atau tulisan pribadi yang menghasilkan bukti yang berbeda sehingga akan memberikan pandangan yang berbeda terhadap fenomena yang diteliti. Peneliti juga akan membandingkan data yang diamati dengan hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan secara terbuka dengan apa yang dikatakan secara pribadi, serta melihat gambar dan foto yang menghasilkan bukti yang berbeda.

2. Triangulasi Metode

Untuk mendapatkan data yang bermakna, triangulasi metode menggunakan banyak teknik pengumpulan data dalam upaya untuk memverifikasi keakuratan informasi yang dikumpulkan. Metode yang digunakan peneliti meliputi dokumentasi, observasi, dan wawancara. Jika informasi yang dikumpulkan dari informan penelitian meragukan, pendekatan triangulasi diterapkan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Peneliti menarik kesimpulan dari temuan yang telah dipaparkan berdasarkan udeskripsi yang telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya juga observasi terhadap pengolahan data yang diperoleh untuk menjawab rumusan masalah yang telah peneliti rumuskan, antara lain:

1. Bentuk komunikasi pemerintah daerah dalam mengelola kawasan wisata air terjun ganda arum di Desa Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan terkait dengan indikator;
 - 1) Untuk meningkatkan potensi wisata kawasan wisata air terjun Ganda Arum dilakukan komunikasi interpersonal dengan pendekatan persuasif kepada masyarakat.
 - 2) Kelompok komunikasi yang disponsori pemerintah menawarkan sesi konseling terkait pariwisata dengan profesional industri dan kursus untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam kemitraan dengan sektor korporasi.
 - 3) Komunikasi massa berbasis internet menjadi media utama dalam mengiklankan destinasi wisata Air Terjun Ganda Arum karena dinilai sangat efektif untuk meningkatkan jumlah pengunjung air terjun. Sumber daya internet mudah diakses dan mampu menawarkan informasi yang komprehensif tentang tempat wisata di kawasan wisata Air Terjun Ganda Arum.

2. Faktor penghambat komunikasi pemerintah dalam pengembangan wisata Air Terjun Ganda Arum adalah masih banyak masyarakat dan pengunjung wisata air terjun ganda arum desa gotting sidodadi yang tidak mengabaikan dan juga tidak menanggapi dengan baik setiap kegiatan yang dilakukan pemerintah desa, dan rendahnya kesadaran wisatawan. tentang lingkungan yang mereka kunjungi. Air terjun berasal dari berbagai latar belakang dan berperilaku dengan cara yang berbeda. Wisatawan dapat lebih mudah mengakses informasi tentang wisata Air Terjun Ganda Arum di Gotting Sidodadi setempat berkat sumber informasi yang ditawarkan oleh otoritas setempat.

Perilaku masyarakat tersebut akan mendorong wisatawan untuk kembali dan memperkenalkan masyarakat lain, serta wisata Air Terjun Ganda Arum memberikan dampak yang sangat positif bagi masyarakat sekitar karena dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat. Masyarakat sekitar berperan sangat penting dalam perkembangan wisata Air Terjun Ganda Arum meminimalisir kenakalan remaja dan berkontribusi terhadap pendapatan masyarakat setempat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis memberikan beberapa saran yang sekiranya dapat digunakan:

1. Pemerintah Desa agar lebih aktif lagi dalam melakukan pemasaran supaya masyarakat sekitar maupun pengunjung sama-sama mengetahui wisata air terjun Ganda Arum dan mendongkrak performa. Karena disaat

penelitian masih ditemukan kendala, tentunya masih terdapat hal yang harus diperbaiki.

2. Pengelola Wisata Air terjun Ganda Arum hendaknya lebih memfasilitasi sarana dan prasarana dalam pengembangan objek wisata.
3. Diharapkan kepada peneliti, pemerintahan daerah, masyarakat, dan wisatawan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sekitar pariwisata dengan menjaga kebersihan dan menjaga alam agar dapat memanfaatkan sumber daya alam untuk meningkatkan kesejahteraan.
4. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini oleh karena itu mohon kritik dan sarannya yang membangun. Karena peneliti bukanlah manusia yang sempurna, sebaik-baiknya manusia adalah orang yang bermanfaat bagi orang lain. Semoga adanya skripsi ini dapat menjadi amal jariyah yang berkah.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Abidin, Y. Z. 2016. *Komunikasi Pemerintahan Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Apriadi, Tamburaka, 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ardial (ed). 2014. *Paradigma Dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- A.Devito,Joseph. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta. Profesional Book.
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication)*. Jakarta. Prenadamedia Group.
- Bastian Ferry. 2021. *Strategi Pengembangan Wisata Kampung*. Sumbar. CV Insan Cantika Mandiri.
- Dwidjowijoto, Riant Nugroho. 2004 *komunikasi Pemerintahan*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Deming. 1982. *Sistem Pemerintahan Indonesia*. Jakarta. PT. Bumi Aksara
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-ilmu Sosial Sebagainya*. Jakarta. PT. Fajar Interpretama Mandiri.
- Effendy.2021. *Ilmu Komunikasi: Teori dan prakteknya*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Hasan, Erlina 2005. *Komunikasi pemerintahan*. Bandung: Rafika aditama.
- Nugroho, Suprpto. 2021. *Kepemimpinan Pemerintah Desa*. Jakarta. PT Gramedia.
- Supardi. 2009. *Ilmu-ilmu Sosial Sebagainya*. Jakarta. PT. Fajar Interpretama Mandiri.

Hugiono dan Poerwantana. 2000. *Pengantar Ilmu Sejarah*. Jakarta: PT Bina Aksara.

Husaini, Usman, 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta. Bumi Aksara.

Mulyana, D. 2018. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Rosda.

Ngainum Naim. 2011. *Dasar-dasar Komunikasi Pendidikan*. Jakarta. Ar-Ruzz Media.

Pendit, Nyoman. S. 1999. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Akademi Pariwisata Trisakti.

Sugiono. 2015. *Memahami Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung. CV. Alfabeta

Rakhmat, Jalaludin, 2003. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Robbins, S. P (2011). *Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall Intl, Inc.

Widjaja, HAW. (2012). *Otonomi Desa merupakan Otonomi yang Bulat dan Utuh*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Sumber Jurnal:

Agustino Rio. 2021. *Analisis Strategi Pengembangan Wobyek Wisata Air Terjun di Kab. Lombok Timur*. Lombok.

Anindita. 2015. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan ke Kolam Renang Boja*. Semarang. UNDIP Press.

Dody Nur. 2011. *Pengelolaan Pariwisata di Era otonomi Daerah*. Gowa. Resonasi.

Pitana, Dkk. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. Andi Offset.

Rimet, R. (2019). *Strategi Pengembangan Wisata Syariah di Sumatera Barat*. Padang.

Satotri, Dkk. 2017. *Metodi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.

Suarto, E. (2016). *Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis Swot*. Jurnal Spasial, 3(1).

Sugiman. 2018. *Pemerintahan Desa*. Universitas Surya Darma.

Sultan M. 2017. *Komunikasi Pemerintahan Daerah dalam pengelolaan wisata Kabupaten Goyo*. Makasar.

Oktosilva, A. (2018). *Strategi Dinas Pariwisata Alam Pengembangan Pariwisata Di Tana Toraja*. 1–106.

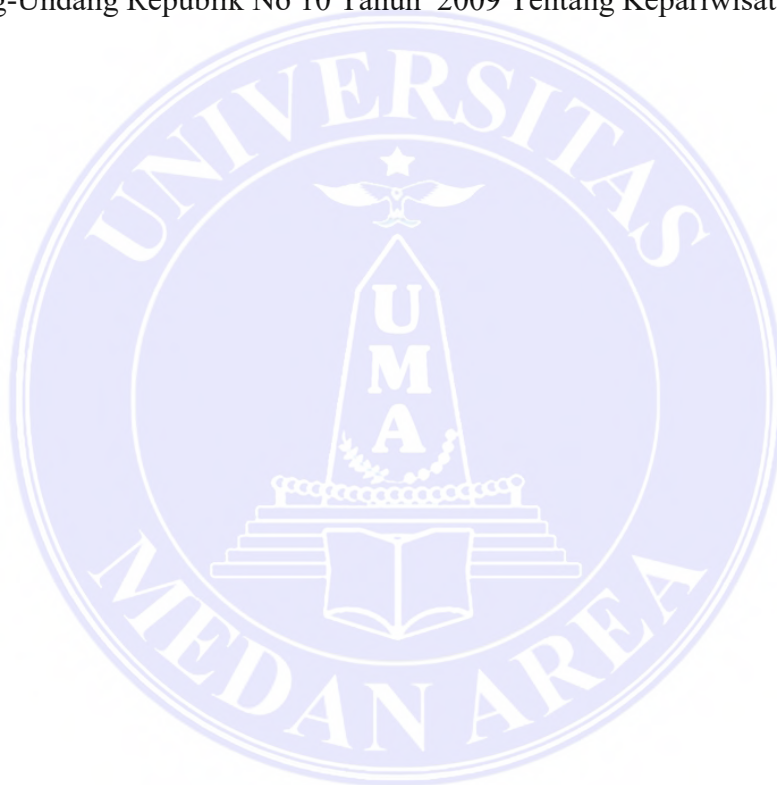
Wahid, Abdul. 2015. *Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat Menuju Destinasi Utama Wisata Islami*. Yogyakarta: UMY.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-undang No 6 tahun 2014 Tentang Desa

Peraturan Menteri Dalam Negeri No 84 Tahun 2015 Tentang Susunan Organisasi Dan Tata Kerja (SOT)

Undang-Undang Republik No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.



LAMPIRAN HASIL OBSERVASI

DATA PENGUNJUNG WISATA AIR TERJUN GANDA ARUM DESA

GOTTING SIDODADI KABUPATEN ASAHAN

PERIODE 2021-2022

| No | Tahun | Jumlah Pengunjung |
|----|-------|--------------------|
| 1 | 2021 | 700an Pengunjung |
| 2 | 2022 | 1.000an Pengunjung |

Sumber: *Desa Gotting Sidodadi*

Berdasarkan table Data pengunjung Wisata Air Terjun Ganda Arum Periode 2021-2022 menunjukkan bahwa pada tahun 2021 kunjungan wisatawan sebanyak 700an pengunjung, pada tahun 2022 kunjungan wisatawan lebih meningkat lagi sebanyak 1.000an pengunjung dari periode 2021 – 2022 terdapat peningkatan pada tahunnya.

LAMPIRAN HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan Kepala Desa

Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan

I. Identitas diri

Nama : Suwarno
Usia : 55 Tahun
Jabatan/Status : Kepala Desa

Daftar Pertanyaan

1. Apa faktor yang menjadi kendala dalam pengembangan wisata Air Terjun Ganda Arum?

Jawaban: akses jalan yang masih kurang memadai, kurangnya kesadaran wisatawan akan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan.

2. Apa Solusi dalam menghadapi kendala tersebut?

Jawaban: dengan cara mengajak masrakat untuk berkolaborasi dan berpartisipasi dalam peerkembangan dengan cara membantu untuk mempromosikan tempat wisata.

3. Bagaimana cara komunikasi pemerintah desa dalam mengenalkan wisata Air Terjun Ganda Arum?

Jawaban: Kami memberikan sumber daya dan lingkungan yang diperlukan bagi mereka untuk membangun barang pariwisata yang cocok bagi pengelola untuk dipasarkan kepada pengunjung. Penyebaran informasi melalui bahan cetak, penerbitan di majalah daerah yang mengedarkan informasi, dan metode lain adalah beberapa metode yang paling populer digunakan untuk tujuan ini. Mengadakan seminar untuk menyebarkan informasi.

4. Apakah dengan media sosial dapat membantu mempromosikan wisata Air Terjun Ganda Arum?

5. Apakah ada peran masyarakat dalam mengelola dan mengembangkan wisata Air Terjun Ganda Arum?

Jawaban: ikut terlibat aktif dalam pelaksanaan pengembangan wisata dan memberikan kontribusi secara terbatas berupa kegiatan pemantuan.

6. Apa dampak bagi masyarakat dengan adanya objek wisata Air Terjun Ganda Arum?

Jawaban: Masyarakat dapat menambah penghasilan dengan berjualan ditempat wisata.



Wawancara dengan Masyarakat Lokal

Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan

I. Identitas diri

Nama : Helmi
Usia : 34 Tahun
Jabatan/Status : Masyarakat lokal

Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana komunikasi pemerintah desa kepada masyarakat dalam pengembangan wisata tersebut?

Jawaban: komunikasi pemerintah terbilang baiklah, karena dapat membantu masyarakat untuk menambah penghasilan dan membuat orang tertarik dengan tempat ini dengan cara mengajak masyarakat untuk saling berpartisipasi.

2. Apakah masyarakat ikut berpartisipasi dalam pengembangan wisata tersebut?

Jawaban: Ya, pemerintah desa mengajak masyarakat untuk berkolaborasi memajukan wisata air terjun agar lebih banyak menarik wisatawan.

3. Apakah masyarakat merasakan dampak dari pengembangan wisata Air Terjun Ganda Arum?

Jawaban: Ya, karena dampak positifnya bagi masyarakat sekitar, khususnya masyarakat mendapatkan tambahan penghasilan dengan berjualan di wisata air terjun ganda arum ini.

Wawancara dengan Masyarakat Lokal

Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan

I. Identitas diri

Nama : Vina
Usia : 30 Tahun
Jabatan/Status : Masyarakat lokal

Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana komunikasi pemerintah desa kepada masyarakat dalam pengembangan wisata tersebut?

Jawaban: Cukup karena, kepala desanya mengajak kami untuk ikut partisipasi dalam setiap kegiatan yang diadakan.

2. Apakah masyarakat ikut berpartisipasi dalam pengembangan wisata tersebut?

Jawaban: Ya ikut, dengan cara membantu promosikan tempat wisata di sosial media. Jadikan dengan begitu orang jadi bisa tahu .

3. Apakah masyarakat merasakan dampak dari pengembangan wisata Air Terjun Ganda Arum?

Jawaban: Ya, karena tempat wisatanya jadi banyak pengujungnya sehingga banyak dikenal orang-orang yang ingin berwisata kemari.

Wawancara dengan Masyarakat Lokal

Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan

I. Identitas diri

Nama : Devi
Usia : 26 Tahun
Jabatan/Status : Masyarakat lokal

Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana komunikasi pemerintah desa kepada masyarakat dalam pengembangan wisata tersebut?

Jawaban: kepala desanya mengadakan perkumpulan yang dimana kami masyarakat disini diajak untuk ikut serta.

2. Apakah masyarakat ikut berpartisipasi dalam pengembangan wisata tersebut?

Jawaban: Ya, kami juga ikut membantu dalam hal mengajak orang-orang untuk datang kemari.

3. Apakah masyarakat merasakan dampak dari pengembangan wisata Air Terjun Ganda Arum?

Jawaban: ya, dengannya tempat wisata ini saya bisa berjualan disini karena bisa membantu keuangan masyarakat-masyarakat disini.

Wawancara dengan Pengunjung

Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan

I. Identitas diri

Nama : Saripah

Usia : 32 Tahun

Pekerjaan : IRT

Daftar Pertanyaan

1. Apakah sarana dan prasarana wisata Air Terjun Ganda Arum sudah memenuhi standart kelayakan dalam berwisata?

Jawaban: masih belum, karena jalan menuju termpat wisata belum dicor jadi ketika hujan licin juga papan petunjuk jalan tidak ada.

2. Apakah saudara mengetahui wisata air terjun melalui media sosial?

Jawaban: ya, waktu ada salah satu teman yang update di facebook.

3. Menurut saudara bagaimana cara Penyampaian pemerintah mengenai Air Terjun Ganda Arum?

Jawaban: Cukup menarik, karena membuat kita jadi penasaran untuk datang kesana.

4. Apakah menurut saudara lokasi wisata air terjun cukup strategis dan dari mana saudara mengetahui wisata tersebut?

Jawaban: cukup strategis, cocoklah untuk dijadikan tempat wisata. Saya mengetahuinya dari sosial media dan juga orang-orang yang pernah berkunjung kesana.

5. Apasih saran saudara kepada pemerintah desa dalam meningkatkan wisata air terjun dan bagaimaa tanggapan saudara mengenai wisata tersebut?

Jawaban: saran saya supaya pemerintah desa lebih memperhatikan lagi untuk sarana dan prasarana tempat wisata. Terutama dalam akses jalan menuju tempat wisata.

Wawancara dengan Pengunjung

Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan

I. Identitas diri

Nama : Erwin
Usia : 28 Tahun
Pekerjaan : Karyawan

Daftar Pertanyaan

1. Apakah sarana dan prasarana wisata Air Terjun Ganda Arum sudah memenuhi standart kelayakan dalam berwisata?

Jawaban: masih belum, ya seperti kyang kita lihat jalannya masih banyak batu-batunya jadi kalau hujan itu kadang suka licin.

2. Apakah saudara mengetahui wisata air terjun melalui media sosial?

Jawaban: ya, saya melihatnya waktu ada yang posting di sosial media gitu.

3. Menurut saudara bagaimana cara Penyampaian pemerintah mengenai Air Terjun Ganda Arum?

Jawaban: Cukup jelas.

4. Apakah menurut saudara lokasi wisata air terjun cukup strategis dan dari mana saudara mengetahui wisata tersebut?

Jawaban: cukup strategis, saya mengetahuinya ya dari sosmed seprti yang sudah saya jelaskan tadi.

5. Apasih saran saudara kepada pemerintah desa dalam meningkatkan wisata air terjun dan bagaimaa tanggapan saudara mengenai wisata tersebut?

Jawaban: saran saya supaya kepala desa untuk memperbaiki jalan tempat wisatanya.

Wawancara dengan Pengunjung

Analisis Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di Gotting Sidodadi Kabupaten Asahan

I. Identitas diri

Nama : Annisa

Usia : 17

Jabatan/Status : Pelajar

Daftar Pertanyaan

1. Apakah sarana dan prasarana wisata Air Terjun Ganda Arum sudah memenuhi standart kelayakan dalam berwisata?

Jawaban: Cukup memadai, karena saya lihat cukup ramai disini orang-orang yang datang dan juga yang jualan juga banyak.

2. Apakah saudara mengetahui wisata air terjun melalui media sosial?

Jawaban: ya, orang-orang ada yang buat status di facebook jadi saya lihat buat saya tertarik untuk datang makanya saya kemari.

3. Menurut saudara bagaimana cara Penyampaian pemerintah mengenai Air Terjun Ganda Arum?

Jawaban: ya baguslah karena bisa dibilang kepala desanya bisa mengajak orang-orang datang kesini.

4. Apakah menurut saudara lokasi wisata air terjun cukup strategis dan dari mana saudara mengetahui wisata tersebut?

Jawaban: cukup strategis, dari orang-orang dan juga kawan-kawan yang pernah datang berkunjung kesani.

5. Apasih saran saudara kepada pemerintah desa dalam meningkatkan wisata air terjun dan bagaimaa tanggapan saudara mengenai wisata tersebut?

Jawaban: saran saya supaya lebih dikembangkan lagi.

LAMPIRAN DOKUMENTASI



Gambar 1. Wawancara bersama Kepala Desa Bapak Suwarno



Gambar 2. Berfoto dengan pengunjung di Air Terjun Ganda Arum



Gambar 3. Wawancara bersama pengunjung Air Terjun Ganda Arum



Gambar 4. Pembuatan Tugu Wisata Air Terjun Ganda Arum

Sumber: <http://facebook.Ganda Arum>



Gambar 4. Pembuatan tangga air terjun

Sumber: [http://.facebook](http://facebook). Ganda arum



Gambar 5. Pengunjung

Sumber: peneliti

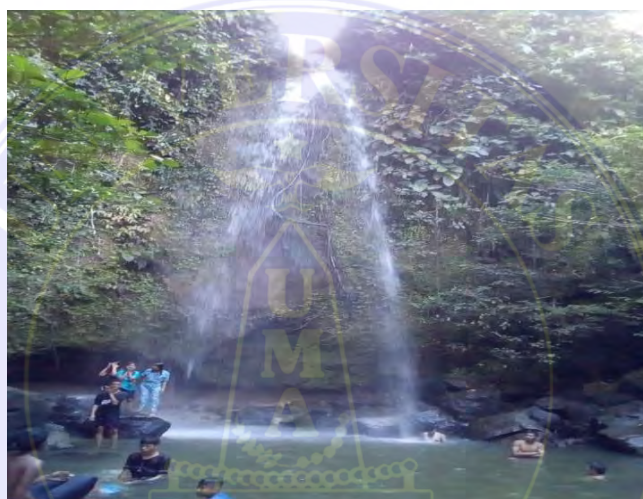


Gambar 6. Akses jalan kewisata

Sumber: Peneliti



Air Terjun Ganda Arum di bagian atas



Air Terjun dibagian bawa

Gambar 7. Air Terjun Ganda Arum

Sumber : <http://facebook.Ganda Arum>



Gambar 8. Tempat parkir Motor

Sumber : Peneliti



**PEMERINTAH KABUPATEN ASAHAN
KECAMATAN BANDAR PASIR MANDOGI
DESA GOTTING SIDODADI**

(I) Besar Desa Gotting Sidodadi Dusun IV KodePos 21262

SURAT KETERANGAN

Nomor : 470 / 307 / KS / XII - 2022

Yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : **SUWARNO**
Jabatan : **KEPALA DESA GOTTING SIDODADI**

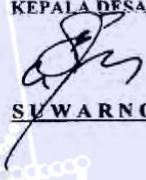
Dengan ini menerangkan bahwa :

N a m a : **RIA YANDA MANIK**
N P M : **198510042**
Program Studi : **Ilmu Pemerintahan**

Sesuai dengan Surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Tanggal 21 November 2022 Nomor: 1242/FIS.1/01.10/XI/2022 bahwa nama tersebut diatas memang benar telah melakukan Analisis Komunikasi Pemerintahan Desa Dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Ganda Arum di Desa Gotting Sidodadi Kab.Asahan.

Demikian Surat Keterangan ini diperbuat dengan sebenarnya untuk dipergunakan seperlunya.

Gotting Sidodadi, 02 Desember 2022
KEPALA DESA GOTTING SIDODADI


SUWARNO

Surat Keterangan Selesai Penelitian Dari Kantor Kepala Desa Gotting Sidodadi

Kabupaten Asahan