

**STRATEGI KOMUNIKASI BUMDES DALAM PENGEMBANGAN
OBJEK WISATA BUKIT HOLBUNG DI DESA HARIARA POHAN
KABUPATEN SAMOSIR**

SKRIPSI

OLEH :

**BOTHNEGO SIHOTANG
208530086**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 4/11/24

Access From (repository.uma.ac.id)4/11/24

**STRATEGI KOMUNIKASI BUMDES DALAM PENGEMBANGAN
OBJEK WISATA BUKIT HOLBUNG DI DESA HARIARA POHAN
KABUPATEN SAMOSIR**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Medan Area



OLEH :
BOTHNEGO SIHOTANG
208530086

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 4/11/24


Access From (repository.uma.ac.id)4/11/24

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Strategi Komunikasi BUMDES Dalam Pengembangan Objek Wisata Bukit Holbung Di Desa Hariara Pohan Kabupaten Samosir
Nama : Bothnego Sihotang
NPM : 208530086
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

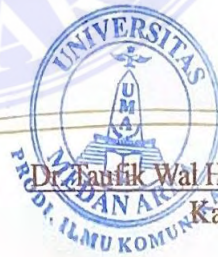
Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing


Dr. Selamat Riadi, SE, M.I.Kom
Pembimbing



Dr. Wahid Mustafa Sembiring, S.Sos, M.Si
Dekan



Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP
Ka. Prodi

Tanggal Lulus: 10 September 2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dengan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam skripsi ini yang dikutip dari hasil karya orang lain, yang sudah dicantumkan sumber secara jelas dan sesuai dengan norma dan aturan penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukan sifat plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 10 September 2024



Bothnego Sihotang

208530086

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

Sebagai civitas akademis Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bothnego Sihotang
NPM : 208530086
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “**Strategi Komunikasi BUMDes Dalam Pengembangan Objek Wisata Bukit Holbung Di Desa Hariara Pohan Kabupaten Samosir**”. Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Medan Area dapat menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 10 September 2024

Yang Menyatakan



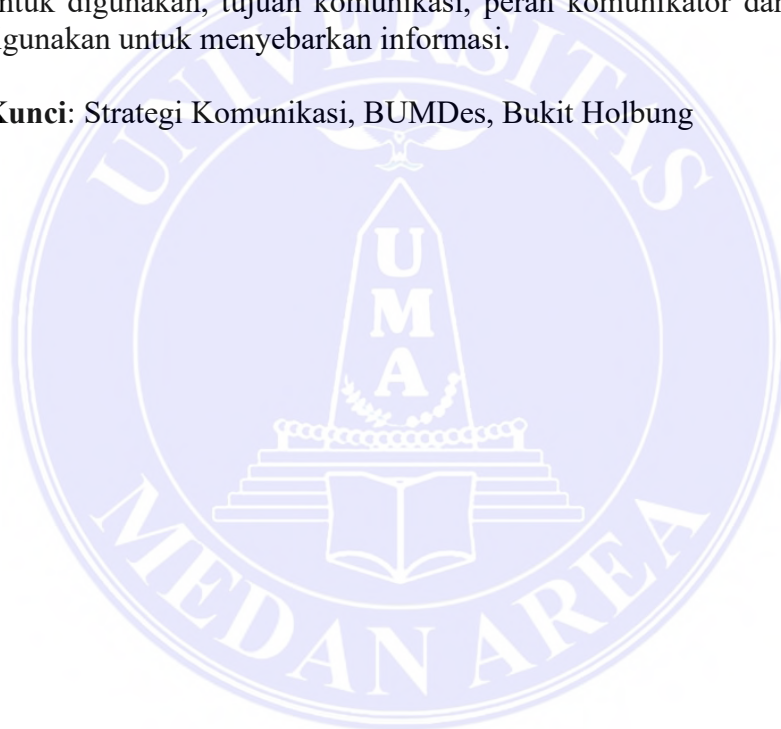
Bothnego Sihotang
Bothnego Sihotang

208530086

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini mendeskripsikan strategi komunikasi BUMDes Hariara Pohan dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung di Kecamatan Hariar Kabupaten Samosir. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian dianalisis melalui teori strategi komunikasi untuk mendeskripsikan strategi komunikasi BUMDes dalam pengembangan wisata Bukit Holbung. BUMDes Hariara Pohan mengatur wisata untuk memenuhi kebutuhan semua pihak dengan mempertimbangkan target, segmentasi dan *positioning*. Kemudian, BUMDes melakukan pengembangan wisata melalui penggunaan media *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, *YouTube* dan kolaborasi media online. Studi ini menemukan bahwa BUMDes Hariara Pohan menggunakan berbagai strategi untuk membangun objek wisata, termasuk mengidentifikasi sasaran komunikasi, memilih media yang tepat untuk digunakan, tujuan komunikasi, peran komunikator dan media sosial yang digunakan untuk menyebarkan informasi.

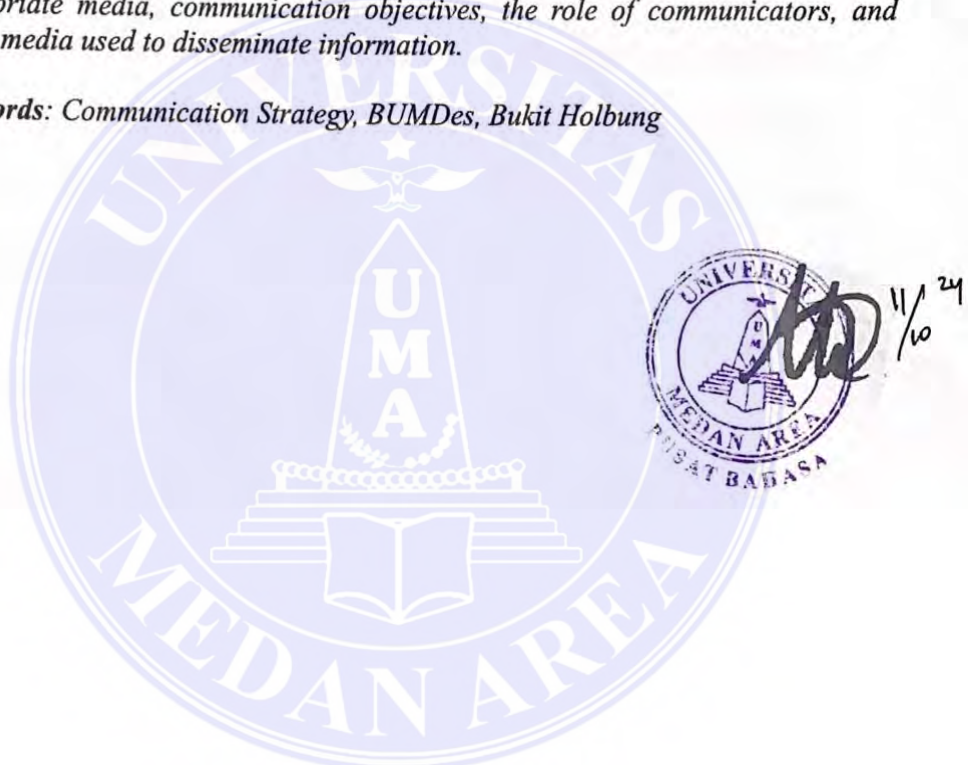
Kata Kunci: Strategi Komunikasi, BUMDes, Bukit Holbung



ABSTRACT

The purpose of this research was to describe the communication strategy of BUMDes Hariara Pohan in the development of the Bukit Holbung tourist destination in Harian District, Samosir Regency. This research used a descriptive qualitative method. The data collection techniques used were interviews, observations, and documentation. The results were analyzed through communication strategy theory to describe the communication strategy of BUMDes in developing Bukit Holbung tourism. BUMDes Hariara Pohan organized tourism to meet the needs of all parties by considering targeting, segmentation, and positioning. Furthermore, BUMDes developed tourism through the use of Facebook, WhatsApp, Instagram, YouTube, and online media collaborations. This research found that BUMDes Hariara Pohan used various strategies to build the tourist destination, including identifying communication targets, selecting appropriate media, communication objectives, the role of communicators, and social media used to disseminate information.

Keywords: *Communication Strategy, BUMDes, Bukit Holbung*



RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis Bothnego Sihotang lahir pada tanggal 17 September 2002 di Desa Hariara Pohan Kabupaten Samosir, penulis merupakan anak keempat dari enam bersaudara dari pasangan Bapak Madios Sihotang dan Ibu Mekarli Simbolon.

Penulis memulai Pendidikan di SD 7 Siparmahan, Kecamatan Harian Kabupaten Samosir. Lulus pada tahun 2014 setelah itu penulis melanjutkan Pendidikan SMP dan lulus pada tahun 2017. Setelah itu penulis melanjutkan Pendidikan di SMA Negeri 1 Pangururan Kabupaten Samosir dan lulus pada tahun 2020. Kemudian melanjutkan perkuliahan di Universitas Medan Area di Program Studi Ilmu Komunikasi. Pada tahun 2023 peneliti mengikuti Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Dairi yang beralamat di Jl. Gereja no.2, Kota Sidikalang, Kabupaten Dairi. Kemudian pada awal bulan Januari 2024 penulis melaksanakan penelitian skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi BUMDes Dalam Pengembangan Objek Wisata Bukit Holbung Di Desa Hariara Pohan Kabupaten Samosir.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan anugerah-Nya kepada kita semua terutama kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **Strategi Komunikasi BUMDes Dalam Pengembangan Objek Wisata Bukit Holbung Di Desa Hariara Pohan Kabupaten Samosir.**

Penelitian ini adalah penugasan akhir penulis untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program sarjana dan meraih gelar sesuai jurusan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian atas dukungan moral dan bimbingannya. Maka, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada.

1. Kedua orang tua penulis ayahanda Madios Sihotang dan ibunda Mekarli Simbolon yang telah memberikan segala kasih sayang, dukungan, serta doa restu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Walid Musthafa Sembiring, S.Sos, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Dr. Selamat Riadi, SE, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing.

6. Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat S.Sos, M.AP selaku Dosen Sekretaris pembimbing.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik serta seluruh staf administrasi Fakultas ISIPOL Universitas Medan Area.
8. Penulis juga berterimakasih kepada Bapak Alpon Sihotang selaku Direktur BUMDes Hariara Pohan yang telah mendukung peneliti dengan memberikan izin melaksanakan penelitian.
9. Penulis juga berterimakasih kepada teman-teman yang turut membantu penulis dalam membantu penulisan tugas akhir ini.
10. Yang terakhir namun yang paling utama, Terimakasih untuk diri saya sendiri, yang sudah kuat melalui banyak hal dan segala bentuk yang dilalui demi menyelesaikan tugas akhir ini.

Segala yang tertulis dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini belum terlalu sempurna. Untuk itu, peneliti meminta maaf dan juga mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Peneliti juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, 10 September 2024



Bothnego Sihotang

208530086

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Komunikasi	8
2.1.1. Pengertian Komunikasi	8
2.1.2 Komponen Komunikasi	10
2.1.3 Tipe tipe komunikasi.....	12
2.2 Strategi Komunikasi.....	13
2.2.1. Strategi	13
2.2.2 Strategi Komunikasi.....	14
2.3 Pariwisata	17
2.3.1 Pengertian Pariwisata	17
2.3.2 Komunikasi Pariwisata.....	18
2.3.3 Jenis Objek Wisata	19
2.4 Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).....	20
2.5 Penelitian Terdahulu.....	23
2.6 Kerangka Pemikiran.....	30

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Pendekatan Penelitian	32
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	35
3.3.1 Subjek Penelitian.....	35
3.3.2 Objek Penelitian	36
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data	37
3.5 Teknik Analisis Data	39
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	40
3.6.1 Triangulasi.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum BUMDes Hariara Pohan.....	42
4.1.1 Sejarah BUMDes Hariara Pohan	43
4.1.2 Visi Misi BUMDes Hariara Pohan.....	44
4.1.3 Struktur Organisasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Hariara Pohan.....	45
4.1.4 Tugas Pemerintah Desa Hariarapohan Dan BUMDes Hariarapohan	45
4.2 Gambaran Informan Penelitian	46
4.3 Hasil Penelitian	48
4.3.1 Strategi Komunikasi BUMDes Hariara Pohan Dalam Pengembangan Objek Wisata Alam Bukit Holbung	48
4.4 Pembahasan.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2. Tempat dan waktu penelitian	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	29
Gambar 2. Kantor BUMDes	42
Gambar 3. Struktur organisasi BUMDes Hariara Pohan.....	45
Gambar 4. Akun media sosial <i>Instagram</i> Bukit Holbung	52
Gambar 5. Akun media <i>Facebook</i> desa Hariara Pohan	53
Gambar 6. Akun media <i>YouTube</i> desa Hariara Pohan	54
Gambar 7. Infrastruktur akses jalan Bukit Holbung.....	63



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam mendukung segala sesuatu aktivitas manusia. Komunikasi berperan penting dalam pengembangan suatu usaha maupun bisnis, yang didukung oleh teknologi, yang dirangkai sejalan dengan perkembangan teknologi dan informasi. Dalam dunia komunikasi teknologi merupakan unsur yang sangat penting dalam penyebaran informasi melalui media.

Berbicara merupakan aspek yang krusial dalam mendukung semua kegiatan manusia. Komunikasi memegang peran utama dalam meningkatkan perkembangan bisnis dan usaha, didukung oleh kemajuan teknologi yang terus berkembang. Dalam penyebaran informasi melalui media, teknologi adalah elemen vital dalam dunia komunikasi.

Komunikasi memainkan peran penting dalam sistem sosial yang saling bergantung satu sama lain, sehingga tidak mungkin untuk memisahkan komunikasi dari masyarakat. Komunikasi adalah proses pengiriman pesan dari pengirim ke penerima melalui media yang seringkali terganggu. Dalam pengertian ini, komunikasi harus disengaja dan berdampak pada perubahan. Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan setiap individu karena interaksi antara komunikator dan komunikan selalu terjadi, baik secara individu maupun dalam kelompok. Biasanya, dua individu yang berinteraksi berkomunikasi melalui percakapan. Apabila situasi tersebut terjadi, komunikasi akan terus

berlangsung selama terdapat kesamaan pandangan dan pemahaman mengenai topik yang sedang dibicarakan. Penggunaan bahasa yang sama dalam percakapan tidak selalu menghasilkan pemahaman yang sama dalam percakapan. Memahami bahasanya saja tidak menjamin pemahaman terhadap makna yang disampaikannya. Nyata bahwa obrolan orang-orang tadi dapat dianggap sebagai komunikatif.

Komunikasi juga proses penting dalam mengirim dan menerima informasi yang berperan dalam mendukung pertumbuhan organisasi sesuai dengan visinya. Pada sisi lain, komunikasi juga bisa dimaknai sebagai proses penyampaian informasi seperti ide, pendapat, penjelasan, saran, dan lain-lain dari sumbernya kepada orang lain untuk mencapai, memengaruhi, atau mengubah respons sesuai dengan keinginan sumber informasi. Pengunjung diberikan fasilitas layanan oleh pemerintah daerah, pengusaha, dan masyarakat setempat dalam industri pariwisata. Pariwisata adalah kegiatan yang melibatkan perjalanan untuk rekreasi atau hiburan.

Sama halnya dengan pengembangan usaha lainnya, yang dimana Pariwisata juga dikembangkan oleh pengelolanya. Pariwisata memerlukan persyaratan yang mempertimbangkan preferensi pasar. Oleh karena itu, sangat penting untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas dalam pengembangan pariwisata. Merupakan tanggung jawab manajemen untuk meyakinkan pengunjung tentang kesesuaian destinasi, kualitas produk atau layanan yang bersangkutan, dan nilai uang.

Berdasarkan data kunjungan wisatawan, menurut informasi Badan Pusat Statistik Provinsi Samosir, data kunjungan bulan Juni 2020 pada masa COVID-19 berada pada level terendah yaitu hanya berjumlah 99 kunjungan dibandingkan

jumlah pengunjung bulan Juni 2019 total 21.143 kunjungan (Simarmata & Saragih, 2020, BPS Kab. Toba Samosir, 2021). Data kunjungan wisatawan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir di bulan juni 2023 berjumlah 88.452 wisatawan. Total kunjungan dari januari sampai juli tahun 2023 berjumlah 460.834 kunjungan wisatawan. Data diatas menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan setelah pemulihan Pasca-Covid19 namun dianggap belum maksimal.

Ciri geografis pegunungan di Hariara Pohan, salah satunya Bukit Holbung, bukit atau gunung dengan ketinggian sekitar 411 meter yang biasa dijadikan tujuan wisata menikmati pemandangan Pulau Samosir, masih alami. Selain itu, Bukit Holbung merupakan lokasi yang populer untuk berkemah malam hari karena pemandangan lampu kota di malam hari yang menakjubkan dan Gunung Pusuk Buhit yang dapat dilihat dari puncaknya dan menawarkan fasilitas yang sangat baik serta kesempatan berfoto yang menakjubkan menghadap Hariara Pohan. Keindahan Bukit Holbung inilah yang membuat wisatawan tertarik berkunjung ke kawasan tersebut.

Sejak dibuka, wisata alam Bukit Holbung di Desa Hariara Pohan, Kecamatan Harian, Kabupaten Samosir, kawasan Bukit Holbung sudah menjadi objek wisata yang potensial, dengan penduduk setempat yang gemar memotret dan berkemah. Jika pengelolaan alam Bukit Holbung ini dikelola dengan serius mungkin akan menjadi salah satu objek wisata prioritas wisatawan untuk berwisata di Kecamatan Harian, Kabupaten Samosir.

Pengembangan potensi pariwisata Bukit Holbung oleh BUMDes di Desa Hariara Pohan, Harian, Kabupaten Samosir dimulai pada tahun 2016. Sejak saat itu,

pemerintah daerah mulai mengelola Bukit Holbung. Walaupun pemerintah daerah kini yang mengelola Bukit Holbung, namun partisipasi masyarakat setempat tetap diperlukan dalam pengelolaannya. Pengelolaan Bukit Holbung sebagai destinasi pariwisata masih belum optimal. Ini disebabkan oleh fakta bahwa Bukit Holbung merupakan tempat tujuan wisata yang baru.

Destinasi Wisata ini pertama kali dikelola secara mandiri oleh warga lokal, yang kemudian dijadikan sebagai kawasan wisata. Sekarang, Bukit Holbung dikelola oleh BUMDES unit Usaha Dolok Holbung Sipege. Diharapkan bahwa pembentukan BUMDES di Desa Hariara Pohan akan memberikan kontribusi positif terhadap pengelolaan Destinasi Wisata Bukit Holbung dan juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Bukit Holbung adalah tujuan wisata populer di Kabupaten Samsir, terutama setelah dijadikan lokasi syuting film Indonesia "Ngeri - Ngeri Sedap" yang ditayangkan pada tahun 2022, hal ini menarik lebih banyak wisatawan domestik untuk mengunjungi tempat tersebut. Bahkan menurut BUMDes Hariara Pohan terjadi lonjakan jumlah wisatawan yang mengunjungi Bukit Holbung setelah menonton film tersebut, terbukti dengan peningkatan 4000 pengunjung pada tahun 2022.

Peneliti tertarik untuk mempelajari strategi komunikasi BUMDes Hariara Pohan dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung Hariara Pohan karena peneliti sebelumnya telah melihat keindahan wisata yang terdapat pada destinasi wisata alam tersebut, mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan dan menjadi tujuan wisata di Kabupaten Samsir. Objek wisata alam Bukit Holbung Hariara Pohan pada awalnya dikelola oleh masyarakat setempat dan dikembangkan oleh desa melalui BUMDes Hariara Pohan, bekerja sama dengan masyarakat

sekitar, karena mereka memiliki rasa kekeluargaan dan mempunyai hak atas tanah di Bukit Holbung untuk dikembangkan melalui pemerintah desa, yang kemudian dapat dikembangkan dan dipromosikan lebih luas lagi kepada masyarakat sekitar.

Tantangan komunikasi merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung, dilihat dari keterbatasan sumber daya manusia yang masih kurang mendukung adanya objek wisata Bukit Holbung. Dikarenakan masih ada beberapa oknum masyarakat yang belum menerima wisatawan lokal maupun asing. Selain dari keterbatasan sumber daya manusia, teknologi juga masih kurang memadai dalam mendukung pengembangan objek wisata Bukit Holbung. Yang berpengaruh pada penyebaran media informasi di Kabupaten Samosir.

Pentingnya strategi komunikasi dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung, tidak luput dengan strategi komunikasi yang efektif yang sangat berperan dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung. Hal ini berkaitan dengan cara atau strategi yang baik dalam merencanakan suatu hal yang ingin di capai dalam pengembangan objek wisata, yang berhubungan dengan pemilihan media yang digunakan dalam penyebaran informasi, baik secara langsung maupun tidak langsung kepada calon wisatawan yang ingin berkunjung. Penyebaran informasi mengenai objek wisata Bukit Holbung tidak terlepas dari peranan komunikator dalam merangkai kata - kata yang efektif dalam menarik minat wisatawan.

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi BUMDes terhadap pengembangan Objek wisata Bukit Holbung. Diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi manajemen dalam mengambil kebijakan

terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen berkunjung ke tempat pariwisata yang diharapkan akan memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat, dan tentunya akan menjadi wadah penghasil lapangan kerja khususnya dalam sektor pariwisata.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “ **Strategi Komunikasi BUMDes Dalam Pengembangan Objek Wisata Bukit Holbung Di Desa Hariara Pohan Kabupaten Samosir** ”.

1.2 Fokus Penelitian

Penulis menyadari bahwa, latar belakang penelitian ini akan menjadi tolak ukur penulis untuk menentukan apa yang menjadi fokus penelitian pada penelitian ini, sehingga memudahkan penulis untuk mengobservasi dan menganalisis apa saja yang menjadi indikator dalam penelitian ini. Sehingga penulisan memfokuskan penelitian ini terhadap apa yang telah menjadi strategi komunikasi BUMDes dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti merumuskan masalah yaitu : “Bagaimana strategi komunikasi BUMDes Hariara Pohan dalam mengembangkan objek wisata alam Bukit Holbung ?”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi komunikasi BUMDes dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung di Desa Hariara Pohan Kecamatan Hariara Kabupaten Samosir.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dan tujuan penelitian yang sudah diterangkan diatas dapat dirumuskan manfaat penelitian, sebagai berikut :

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, serta uraian yang bersifat teoritis, khususnya pada Strategi komunikasi BUMDes dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak - pihak yang membutuhkan pengetahuan berkenaan dengan penelitian ini.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Keinginan manusia dalam menyampaikan maksud dan tujuan yang saling mengetahui keinginan orang lain, merupakan langkah awal manusia untuk melakukan komunikasi secara langsung, tidak langsung, melalui simbol, kemudian kemampuan seseorang dalam memahami makna pada setiap simbol yang di komunikasikan dalam bahasa verbal.

2.1.1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang mempunyai arti yang sama dan dipahami dalam pengertian yang sama. Deddy Mulyana dalam tulisannya Pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan bahwa komunikasi mengisyaratkan agar suatu pemikiran, makna atau pesan dibagikan secara merata dan komunikasi mengacu pada strategi komunikasi tersebut seperti pada kata “kita berbagi pemikiran”, “kita mendiskusikan makna”. “kita sedang mengirimkan pesan” (Mulyana, 2017). Dalam arti luas di sini yaitu komunikasi yang berlangsung atau akan berlangsung sepanjang mempunyai arti yang sama dengan apa yang disampaikan. Sesuai dengan model yang diusulkan oleh Harold Laswell dalam *The Structure and Functions of Communication in Society*, cara terbaik untuk mengekspresikan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan pengaruh apa. Dalam model ini, komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari

komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk menerima umpan balik yang positif dari komunikan.

Everett M. menggambarkan komunikasi sebagai suatu proses di mana ide-ide dikirimkan dari seorang pengirim ke satu atau lebih penerima dengan tujuan mengubah perilaku. Proses ini kemudian dikembangkan oleh Rogers dan Lawrence Kincaid. Dengan kata lain, komunikasi adalah suatu proses dua orang atau lebih membentuk dan bertukar informasi satu sama lain, sehingga menghasilkan saling pengertian yang mendalam. (Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, 2014). Definisi komunikasi lainnya juga banyak dikemukakan oleh para ahli dan ahli di bidang komunikasi, dan berbeda-beda antara satu ahli dengan ahli lainnya. Karl I. Hovland menjelaskan komunikasi sebagai suatu proses seseorang atau komunikator dapat memberi insentif untuk mengubah sikap orang lain. Ia kemudian membahas ide-ide Bernard Burrellson dan Gary A. Steiner bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi, ide, emosi, dan keterampilan dengan menggunakan simbol, tanda, kata, gambar, grafik, angka. Definisi tersebut telah diperjelas. Lebih lanjut menurut Colin Cherry, komunikasi adalah penggunaan simbol-simbol untuk mencapai makna bersama dan beragam informasi tentang objek dan peristiwa (Nurudin, 2017).

2.1.2 Komponen Komunikasi

Melalui defenisi di atas dapat dilihat bahwa suatu proses komunikasi memiliki beberapa komponen komponen komunikasi, yaitu:

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang berperan menjadi pengirim pesan kepada komunikator selama proses komunikasi. Dengan arti lain, komunikator ialah seseorang atau sekumpulan orang yang secara proaktif menjadi narasumber dalam hubungan tersebut. Komunikator pribadi adalah ketika seseorang mengirimkan pesan kepada orang lain dengan maksud dan tujuan tertentu.

Komunikator kelompok, ketika sekelompok atau sekelompok orang, besar atau kecil, mengirimkan pesan kepada orang lain, biasanya berkaitan dengan kepentingan kelompok tersebut. Komunikator institusional adalah sekelompok individu yang menjadi anggota, kelompok tersebut mempunyai mekanisme dan proses yang jelas, setiap anggota memiliki pekerjaan dan tanggung jawab yang harus dituntaskan, dan pengiriman atau penyampaian pesan telah diatur dengan jelas dan anggota kelompok tidak mewakili dirinya sendiri dalam menyampaikan pesannya.

2. Pesan

Suatu pesan berisi informasi, konten, tujuan, nilai, dan cara penyampaian oleh pengirim dalam bentuk kata-kata, tulisan, suara, gambar, tanda, atau simbol.

Pesan bisa sederhana, seperti kata-kata atau simbol dalam suatu masyarakat, atau kompleks, seperti kumpulan kata dalam sebuah khotbah, biasanya untuk mendapatkan tanggapan dari komunikator. Dalam menyampaikan pesan, pesan

bisa disampaikan secara langsung atau tidak langsung. Informasi seringkali tersebar melalui media massa dalam penyampaian pesan.

3. Media

Media merupakan suatu saluran atau alat yang digunakan oleh seorang komunikator untuk memberikan atau menyampaikan suatu pesan kepada komunikan. Sarana tersebut dapat berupa bahasa berupa internet, telepon, televisi, dan kentongan. Dengan adanya media, penyebaran informasi atau pesan akan lebih cepat dan lengkap, yang tentunya akan menghemat waktu dan biaya dalam proses penyebarannya. Seiring kemajuan zaman, media akan mengalami kemajuan yang pesat, seiring dengan bertambahnya orang-orang yang memiliki inovasi dan pengetahuan pada sektor teknologi dan konsep perkembangan media akan semakin maju. Komunikasi akan menjadi lebih mudah dengan keberagaman media.

4. Komunikan

Orang yang menerima/memperoleh pesan dari komunikator disebut komunikan. Komunikator bisa berbentuk perseorangan, kelompok atau organisasi, sama seperti komunikator, namun bedanya komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan sedangkan komunikan adalah orang yang menerima pesan.

5. Pengaruh

Dampak adalah perubahan dalam pikiran, perasaan, dan perilaku seseorang setelah menerima pesan. Dampak tersebut mungkin memengaruhi pemahaman, *attitude*, dan tindakan seseorang. Maka, dampak bisa diartikan sebagai transformasi atau memperkuat keyakinan terhadap pengetahuan, sikap, dan

tindakan seseorang setelah menerima informasi tersebut. Pengaruh adalah hasil yang dirasakan oleh komunikan setelah terjadi proses komunikasi dari komunikator, terutama dalam perubahan sikap dan tingkah laku komunikan setelah menerima pesan, yang merupakan tujuan dari penyampaian pesan tersebut. (Ishaq, 2017).

2.1.3 Tipe tipe komunikasi

Sama seperti pengertian komunikasi, klasifikasi jenis atau bentuk komunikasi juga berbeda-beda di kalangan para ahli. Pengklasifikasian ini didasarkan pada pengalaman dan sudut pandang masing-masing ahli sesuai dengan bidang studinya. Namun Nurudin dalam karyanya yang berjudul “Ilmu Pengetahuan dan Komunikasi Populer” mengelompokkan 4 jenis komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi Dengan Diri Sendiri

Interaksi internal atau komunikasi intra-pribadi, terutama melibatkan dialog internal melalui pemikiran dan perasaan. Contohnya, saat seseorang berbicara kepada dirinya sendiri dan meresponsnya. Interaksi ini terjadi di dalam pikiran seseorang saat ia berkomunikasi dengan dirinya sendiri, sehingga menciptakan pemahaman atau pandangan terhadap objek yang diamati atau sedang dipikirkannya.

2. Komunikasi Antar pribadi

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih secara tatap muka, biasanya berbentuk percakapan atau wawancara dan

sifatnya digolongkan menjadi dua, yaitu komunikasi berpasangan dan komunikasi kecil atau komunikasi kelompok.

3. Komunikasi Publik

Istilah lain untuk komunikasi publik termasuk komunikasi lisan, komunikasi retorik, berbicara di depan umum, serta komunikasi khalayak. Komunikasi publik memiliki atribut sebagai berikut: proses pengiriman pesan secara langsung, audiensnya banyak, pesan sering tidak langsung, pengiriman pesan berlanjut, tidak ada batasan khalayak, sumber pesan bervariasi, dan interaksi terbatas.

4. Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah komunikasi massa yang merujuk pada alat-alat mekanis yang digunakan dalam media massa, dan juga merujuk pada proses teoritis dalam komunikasi massa (Nurudin, 2017).

2.2 Strategi Komunikasi

2.2.1. Strategi

Strategi adalah metode atau rencana apa pun yang diterapkan secara hati-hati untuk mencapai pemahaman. Menurut Efendi (2016), strategi komunikasi menyangkut perencanaan untuk menyampaikan pesan secara efektif agar komunikator mudah memahami dan menerima apa yang disampaikan sehingga dapat diubah sikap atau perilaku seseorang.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi berarti perencanaan kegiatan yang matang yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu, strategi komunikasi merupakan suatu hal yang perlu diterapkan demi kelancaran komunikasi. Pengertian strategi menurut Ruslan dalam Penantonianti (2021) adalah

strategi adalah perencanaan dan pengelolaan pencapaian tujuan, dan untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berperan sebagai peta jalan yang memberikan arahan tetapi dapat menyatakan taktik operasional.

2.2.2 Strategi Komunikasi

Strategi media merupakan kombinasi perencanaan media dan manajemen media untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi komunikasi harus mampu memberikan pemahaman yang realistis dan efektif terhadap kegiatan perencanaan, tidak terpaku pada situasi dan kondisi. Dalam buku *Effective Communication Techniques* Tulisan R. Wayne Pace, Brent Peterson, dan M. Dallas Barnett dengan jelas menyatakan tujuan utama dari upaya komunikasi strategis. Yang pertama adalah memastikan bahwa komunikan paham atau memahami pesan yang diterimanya. Kedua, memantapkan penerimaan dan pembinaan penerimanya. Ketiga, motivasi diperlukan untuk memotivasi perilaku dan aktivitas. Strategi komunikasi ini bersifat makroekonomi dan memiliki proses piramidal vertikal (Efendi, 2016).

Menurut Middleton, strategi komunikasi adalah proses memilih cara komunikasi terbaik antara komponen-komponen komunikasi agar informasi didapatkan dengan optimal untuk mencapai tujuan (Cangara, 2017). Strategi komunikasi harus mempertimbangkan strategi komunikasi yang dipakai untuk mempermudah berkomunikasi dengan audiens target. Komunikasi strategis dapat menentukan audiens target yang akan mendapat manfaat dari perspektif mereka dan cara untuk mencapai audiens target yang lebih besar secara lebih efisien.

Menerapkan strategi komunikasi membutuhkan strategi komunikasi yang tepat dan koneksi yang solid. Dalam Hafied, strategi merupakan suatu konsep militer yang dapat dilihat sebagai seni peperangan yang terintegrasi atau rencana optimal dalam menjalankan suatu peperangan. Prinsip yang harus diingat dalam strategi ini adalah bahwa tidak ada yang memiliki makna kecuali mengetahui apa yang harus dilakukan, terutama jika dilakukan terlebih dahulu oleh musuh (Putri, 2020).

Dalam merencanakan strategi komunikasi, Anda harus memperhitungkan faktor yang mendukung dan menghambat. Perhatikanlah dan pertimbangkanlah komponen-komponen komunikasi, seperti komunikasi, media, pemberitaan, dan komunikator (Efendi, 2016). Dalam buku Onong Uchjana Effendy, disebutkan bahwa teori strategi komunikasi mencakup:

1. Mengenali sasaran komunikasi

Sebelum berkomunikasi, penting untuk memahami target atau sasaran komunikasi kita agar dapat berpengaruh pada kelancaran komunikasi kita. Apakah komunikasi adalah hanya tentang memberikan informasi atau menghasilkan tindakan yang diinginkan dari penerima pesan?

2. Pemilihan Media Komunikasi

Memilih media untuk mempromosikan produk atau jasa penting dari media tradisional seperti kentongan hingga modern seperti internet, spanduk, dan televisi. Ada berbagai jenis media komunikasi, termasuk media visual tertulis atau cetak, visual, audio, dan auditori. Ketika mencapai tujuan komunikasi, kita bisa memilih media atau kombinasi media berdasarkan tujuan, pesan, dan teknologi yang digunakan. Setiap media komunikasi memiliki kelebihan dan kekurangan yang tidak dapat dijelaskan secara pasti.

3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai maksud tertentu yang akan berpengaruh pada Teknik yang akan diambil yaitu Teknik informasi, Teknik persuasi, atau Teknik intruksi. Hal terpenting dalam teknologi apapun adalah komunikasi memerlukan pemahaman pesan komunikasi, yang terdiri dari pesan (isi pesan) dan *symbol* (simbol). Hanya ada satu pesan, tetapi simbol yang digunakan bisa berbeda: bahasa, gambar, warna, isyarat, dan lain – lain . Isi pesan banyak yang disampaikan kepada komunikator melalui kombinasi simbol seperti surat kabar, film, dan televisi.

4. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Dalam berkomunikasi, pesona merupakan hal yang penting bagi komunikator (Sumber Pesona). Keberhasilan seorang komunikator dapat dilihat dari kemampuannya dalam berkomunikasi, mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikator, sehingga meningkatkan daya tariknya dalam interaksi komunikasi. Sama halnya dengan itu, komunikator merasa menjadi komunikan, sehingga komunikator mengikuti pesan yang disampaikan oleh komunikator. Kedua, kepercayaan pada sumber informasi adalah faktor penting yang dapat memengaruhi keberhasilan komunikasi: tingkat kepercayaan yang dimiliki komunikan terhadap komunikator.

Keyakinan tersebut terkait dengan kinerja yang berfungsi sebagai kelebihan bagi seorang komunikator dalam profesinya atau keahlian yang dimiliki. Dengan faktor-faktor tersebut, kesempatan komunikator untuk memengaruhi komunikan akan meningkat, sehingga mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan lebih memungkinkan. Komunikator perlu memiliki sikap empati

saat berinteraksi dengan komunikan, yaitu kemampuan untuk memahami dan memproyeksikan diri ke dalam peran orang lain (Efendi, 2016)

2.3 Pariwisata

2.3.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas sosial ekonomi manusia. Kegiatan wisata ini menjadi sangat populer dan awalnya disukai oleh sebagian masyarakat yang mampu. Namun pariwisata kini menjadi bagian dari hak setiap orang, baik untuk berlibur, menyebarkan ilmu pengetahuan maupun mempelajari kehidupan manusia. Perkembangan industri pariwisata Indonesia semakin pesat dalam beberapa dekade terakhir.

Secara etimologis, pariwisata terdiri dari kata Sansekerta '*pari*' yang berarti 'mengulangi lagi dan lagi' atau 'bersirkulasi' dan '*tourism*' yang berarti 'perjalanan'. Pariwisata berarti berwisata lebih dari satu kali atau berwisata lebih dari satu kali (Fitriani, Masri, & Tajibu, 2020).

Menurut Penantonianti oleh Yoeti (2021), pariwisata adalah partisipasi sukarela masyarakat dalam tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi untuk mencapai tujuan tertentu. Selain itu, kajian jurnal yang dilakukan oleh Fitriani, Masri, dan Tajib (2020) menemukan bahwa Yoetis memandang pariwisata sebagai pariwisata yang tidak bertujuan untuk berbisnis atau mencari nafkah di lokasi yang dikunjungi, tetapi diselenggarakan dari lokasi lain perjalanan sementara. Namun dimaksudkan untuk menikmati perjalanan semata-mata untuk tujuan tamasya dan relaksasi serta untuk memuaskan berbagai keinginan. Menurut pengertian pariwisata di atas, pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan atau kegiatan yang dilakukan

oleh orang-orang dengan tujuan untuk merasakan kesenangan dan memenuhi keinginannya dalam jangka waktu tertentu.

Menurut UU Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata adalah berbagai kegiatan pariwisata yang didukung melalui berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha pemerintah, dan pemerintah daerah (Penantoniati, 2021). Sektor pariwisata Indonesia masih mempunyai peranan yang sangat penting dalam mendukung pembangunan nasional dan juga menjadi salah satu unsur strategis dalam meningkatkan perolehan pendapatan negara.

Wisata adalah suatu aktivitas perjalanan, atau bagian dari suatu kegiatan, yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara dengan tujuan mengunjungi dan menikmati daya tarik wisata. Sedangkan wisatawan merupakan masyarakat yang melakukan kegiatan pariwisata atau biasa disebut pengunjung. Tempat wisata dan daya tarik wisata merupakan hal-hal yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung, karena menarik wisatawan untuk datang ke suatu tempat atau daerah karena potensi wisata menarik yang dimilikinya.

2.3.2 Komunikasi Pariwisata

Komunikasi yang baik diperlukan dalam industri pariwisata, dalam bidang ilmu komunikasi terus berkembang. Karena komunikasi adalah proses pertukaran pesan dan informasi antara satu orang dengan orang lainnya. Sedangkan pariwisata adalah perjalanan orang dari satu tempat ke tempat wisata lainnya dengan tujuan rekreasi dan hiburan.

Komunikasi pariwisata merupakan wujud perkembangan ilmu komunikasi di bidang pariwisata sebagai pemanfaatan kemajuan dalam tujuan pariwisata. Kehadiran pariwisata pada suatu daerah dapat dilihat sebagai suatu gejala yang

ditimbulkan oleh masyarakat berupa ketertarikan seseorang terhadap keindahan yang ada. Menurut Bungin (2015: 46), komunikasi mempunyai peranan yang sangat baik dalam media komunikasi dan isi komunikasi. Komunikasi pariwisata dicirikan oleh berbagai bentuk komunikasi dan bidang pariwisata.

Munculnya istilah komunikasi pariwisata disebabkan adanya perpaduan disiplin ilmu antara komunikasi dan pariwisata, dan komunikasi sebagai ilmu yang mempelajari pendekatan biologis terhadap komunikasi, sedangkan pariwisata memunculkan komunikasi. (Bungin, 2015: 92), ilmu komunikasi menawarkan beberapa teori komunikasi antara lain komunikasi persuasif, komunikasi massa, komunikasi personal, dan komunikasi kelompok. Disisi lain, pariwisata memberikan teori-teori yang selalu relevan dengan penelitian pemasaran pariwisata, destinasi wisata, aksesibilitas destinasi sumber daya manusia, dan institusi pariwisata.

2.3.3 Jenis Objek Wisata

Jenis-jenis tempat wisata diklasifikasikan menjadi tiga jenis berdasarkan karakteristik masing-masing tempat wisata yaitu :

1) Objek Wisata Budaya

Wisata budaya mencakup musik tradisional, tarian tradisional, upacara kelahiran dan pakaian tradisional, pernikahan adat, festival panen, upacara sawah, situs peninggalan sejarah, bangunan bersejarah, situs warisan adat, festival budaya, dan tekstil tradisional dan lokal (tradisi). Pertunjukan, museum, adat, istiadat lokal, dan masih banyak lagi.

2) Objek Wisata Alam

Jenis wisata yang tergolong ke dalam bentuk destinasi alam yaitu pantai, danau, sungai, laut, bukit, pegunungan, cagar alam, *flora* dan *fauna*, kawasan hutan lindung dan pemandangan lainnya.

3) Objek Wisata Buatan

Daya tarik wisata buatan ini meliputi kompleks dan fasilitas olah raga, hiburan seperti permainan, lawakan, akrobatik, sulap, stunts, dan jenis wisata seperti taman hiburan, tempat belanja, dan monumen nasional. (Fitriani, Masri & Tajibu, 2020)

2.4 Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 dan Undang-Undang Nomor PP Nomor 72 Tahun 2005 mengatur bahwa untuk meningkatkan pendapatan kecamatan dan desa, pemerintah desa dapat mendirikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sesuai kebutuhan dan kemungkinan. menetapkan itu desa. Dari segi perencanaan dan pelatihan, BUMDes dibangun atas Inisiatif (Inisiatif Komunitas) dan berlandaskan prinsip kolaboratif, partisipatif, dan emansipatoris, dengan dua prinsip dasar: basis keanggotaan dan Dilengkapi dengan swadaya. Hal ini penting karena profesionalisme pengurus BUMDes benar-benar didasarkan pada kemauan (konsensus) seluruh masyarakat (member base) dan kemampuan setiap anggota untuk mandiri dalam memenuhi kebutuhan pokoknya. (*self-help*), keduanya untuk mencari keuntungan.

Sebagaimana disebutkan di atas, pendirian badan usaha desa dilakukan dengan mengamanatkan agar pemerintah desa dapat mendirikan badan usaha desa guna meningkatkan pendapatan masyarakat dan desa. Pilar lembaga BUMDes ini

adalah lembaga sosial ekonomi desa yang benar-benar mumpuni dan lembaga komersial yang mampu bersaing di luar desa. BUMDes adalah lembaga perekonomian, lembaga komersial, yang tujuan utamanya menunjang pemenuhan kebutuhan masyarakat (produktif dan konsumtif) yaitu jasa dan pendistribusian barang dan jasa. Hal ini dicapai dengan memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara yang tidak mengganggu (misalnya harga murah, mudah diperoleh, dan lain-lain) dan menguntungkan. Dalam hal ini BUMDes sebagai lembaga komersial tetap memperhatikan efisiensi dan efektivitas kegiatan sektor riil dan lembaga keuangan (efektif seperti LKM) (Ramadana, Ribawanto, & Suwondo)

BUMDes atau Badan Usaha Milik Desa adalah suatu organisasi yang bertujuan untuk mengelola desa dalam bentuk usaha dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Faradila & Mayangsari, 2021) . (Afifa, 2021) Menurut Pasal 107(1a) UU Nomor 22/ Tahun 1999, pendapatan desa berasal dari:

1. Pendapatan desa
2. Harta milik desa
3. Partisipasi hasil usaha swadaya
4. Hasil dari gotong royong
5. Pendapatan lain-lain

Pengelolaan ini bermanfaat untuk meningkatkan pendapatan desa sehingga warga desa merasakan kesejahteraan hidup. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah organisasi usaha yang mempunyai misi mengembangkan perekonomian desa dan mewujudkan potensi yang ada di desa serta badan usaha yang dikelola oleh pemerintah kota dan desa. Hal itu tertuang dalam pedoman BUMDes Departemen

Pendidikan Nasional. BUMDes didirikan dengan tujuan sebagai wadah bagi seluruh sektor perekonomian dan kegiatan pelayanan umum yang dikelola oleh desa atau kerjasama antar desa. Penelitian Disertasi Afifa (2021) mempunyai tujuan mendirikan BUMDes berdasarkan PP No.4 Tahun 2015. BUMDes didirikan dengan dua tujuan:

1. Meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan desa.
2. Mengelola aset desa secara efektif untuk kemajuan desa.
3. Membantu membangun usaha masyarakat yang bertanggung jawab terhadap potensi perekonomian desa.
4. Meningkatkan kerjasama usaha antar desa atau dengan pihak ketiga.
5. Menciptakan peluang pasar dan jaringan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan publik.
6. Menciptakan lapangan kerja baru.
7. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan publik, pertumbuhan ekonomi, dan pemerataan ekonomi di seluruh desa.
8. Meningkatkan pendapatan masyarakat desa dan masyarakat desa secara keseluruhan.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait dari tahun sebelumnya digunakan sebagai bahan untuk memperluas referensi materi dan ringkasan bagi penulis. Dibawah ini penelitian terdahulu terkait :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

NO	Nama penulis	Judul	Metode	Hasil	Perbedaan penelitian
1.	Arief Putra Ramadhan, 2019	Strategi Komunikasi Bumdes Gumbregah Gunung gajah Dalam Mengelola Objek Wisata Bukit Cinta Watu Prahu (BCWP) Bayat Klaten.	kualitatif	Hasil pada penelitian ini menjelaskan bahwa pengelola menerapkan strategi komunikasi dalam objek wisata yaitu, dengan 4 metode yaitu mengenali pengunjung, mempersiapkan pesan, menetapkan cara pendekatan, dan pemilihan penggunaan media.	Tujuan penelitian menjadi pembeda penelitian ini. Mengkaji strategi komunikasi dalam pengembangan objek wisata merupakan tujuan penelitian ini, dan penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi dalam pengembangan Objek Wisata .

2.	Bagas Wisnu Aji, 2020	Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Umbul Pelem Oleh Bumdes Desa Wunut, Tulung Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung	kualitatif	Menurut penelitian tersebut, BUMDes menerapkan strategi pemasaran sebagai bentuk tanggung jawab dalam kegiatan yang berbeda penjualan personal, kegiatan promosi serta kegiatan hubungan masyarakat.	Perbedaan antar penelitian terletak pada pokok bahasan penelitian, teori yang digunakan, tujuan penelitian, dan lokasi pendanaan. Dalam penelitian ini peneliti mempelajari strategi komunikasi pemasaran, padahal fokus penelitian ini ada pada tujuan yang ingin dicapai peneliti dan strategi komunikasi mengembangkannya destinasi wisata.
----	-----------------------	--	------------	--	--

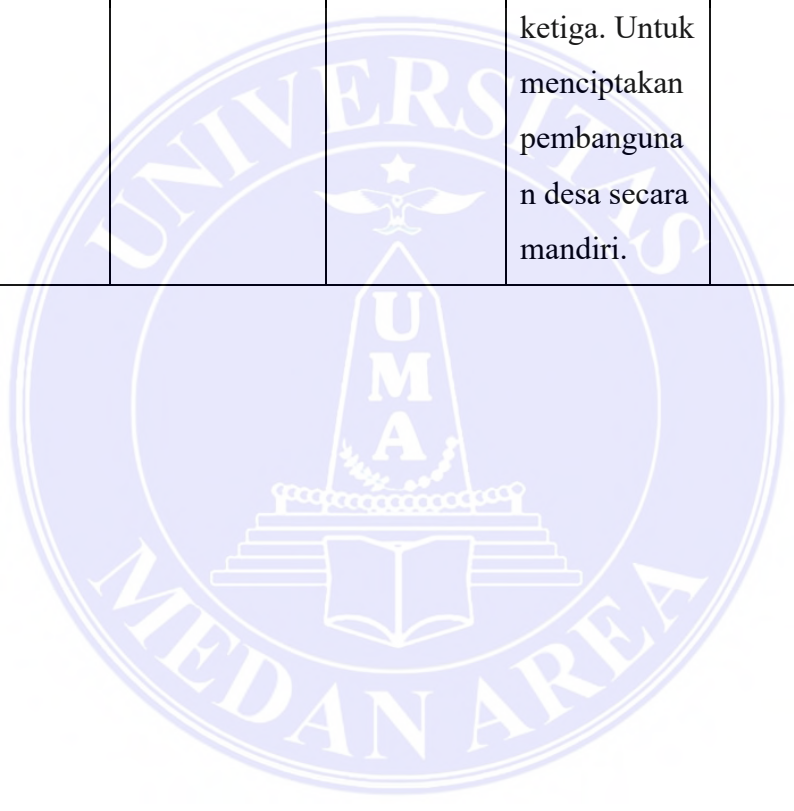
3.	Nurul Ulfa Harefa, 2020	Strategi Komunikasi Pemerintah Dalam Mengembang kan Objek Wisata Bukit Indah Simarunjung di Kabupaten Simalungun	kualitatif	Strategi komunikasi yang diterapkan pengelola berjalan dengan baik, ini merupakan hasil akhir dari penelitian ini juga kemajuan yang cukup signifikan dan melalui beberapa ide yang sudah diterapkan yaitu jangka pendek, menengah, dan panjang.	Perbedaan antar penelitian terletak pada pokok bahasan penelitian, lokasi penelitian, dan teori yang digunakan.
4.	Siti Aminah , 2020	Strategi Komunikasi Kelompok Wanita Tani (KWT) Dalam Meningkatkan Kunjungan	kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa ada beberapa strategi komunikasi	perbedaan penelitian adalah terdapat pada informan penelitian, lokasi penelitian,

		<p>Wisata Kampung Organik di Beji Nguntoronadi Wonogiri</p>		<p>yang diterapkan dalam meningkatkan minat pengunjung wisata di kampung organik yaitu mengenal sasaran yaitu pengunjung, penggunaan media melalui media yang sudah diseleksi, yaitu dengan Facebook dan paparan PPT mengenai kampung organik, tujuan pesan komunikasi yaitu melalui komunikasi persuasif yang dilakukan</p>	<p>tujuan utama penelitian yaitu penelitian sebelumnya meneliti tentang peningkatan jumlah pengunjung wisata, sedangkan penelitian ini akan meneliti mengenai pengembangan objek wisata yang dilakukan oleh BUMDes.</p>
--	--	---	--	--	---

				komunikator (Kelompok Wanita Tani) sebagai pengunggah caption yang menarik di unggahan Facebook.	
5.	Roni Firdaus, 2020	Strategi Komunikasi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Merdeka Dalam Memperkenalkan Wisata Hablum Minal A'lam Di Desa Andongrejo Tempurejo Jember	kualitatif	Hasil yang diperoleh dalam penelitian tersebut yaitu menghasilkan strategi komunikasi kelompok sadar wisata merdeka dalam memperkenalkan wisata adalah. Peningkatan jumlah pengunjung akan kami upayakan melalui pemanfaatan media sosial	Perbedaan penelitian-penelitian tersebut berada di topik, teori penelitian, serta lokasi yang diteliti. Dalam hal ini, kebaruan penelitian terletak pada pokok bahasan penelitian, yaitu pada penelitian-penelitian sebelumnya yang diteliti oleh

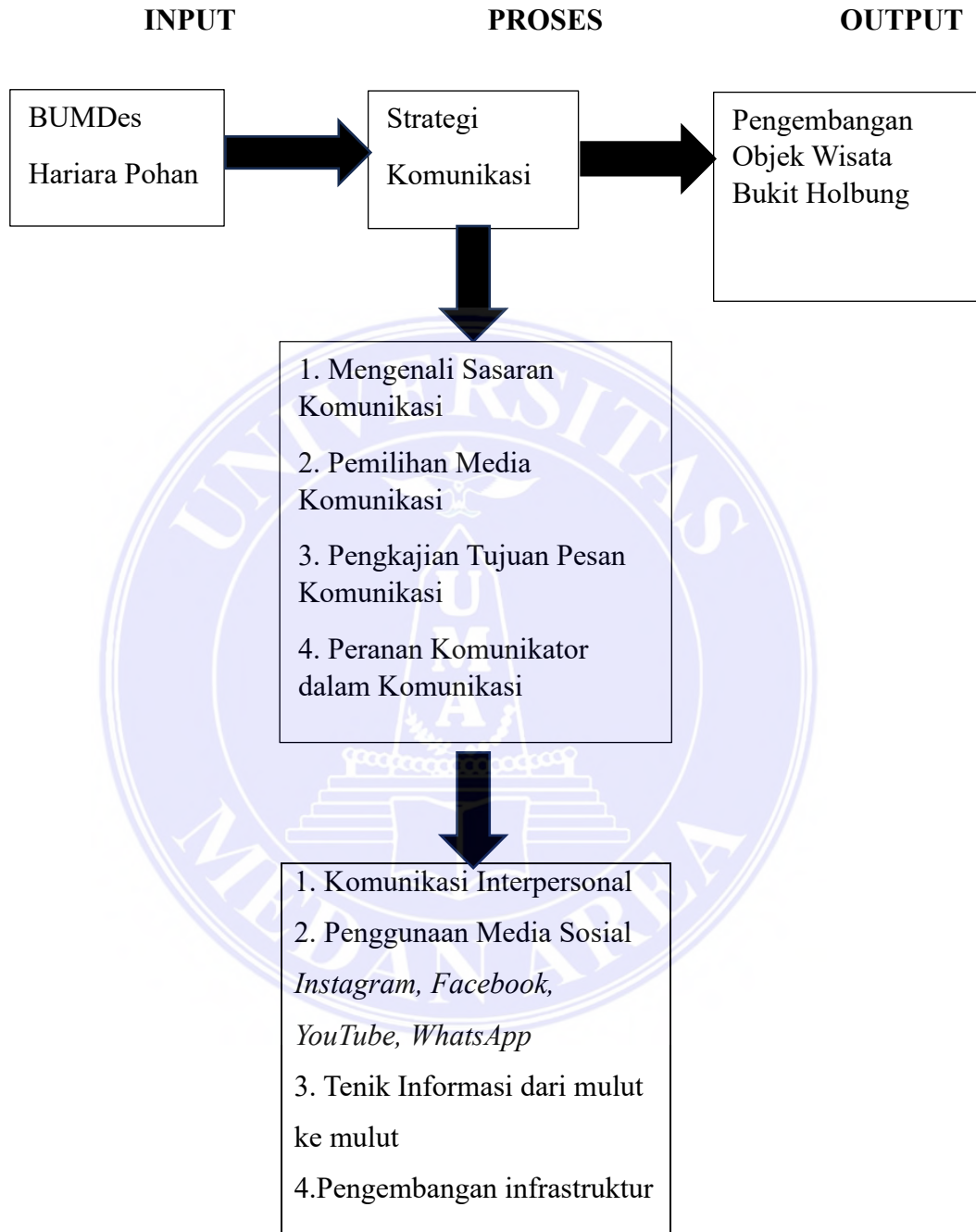
				dan pamflet, rapat koordinasi organisasi, kerja sama dengan lembaga – lembaga sejenis, pembuatan produk kemasan, dan revitalisasi pariwisata.	Kelompok Sadar Wisata .
6	Septi Ariadi, Sudarso 2020	Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Jawa Timur	kualitatif	Hasil dalam penelitian ini mendorong terciptanya perkembangan Badan Usaha Milik Desa yang mandiri dan berkelanjutan berbagai upaya agar BUMDes dapat berfungsi secara optimal	Perbedaan terletak pada tujuan BUMDes, Yang Dimana penelitian ini berfokus pada pengembangan BUMdes itu sendiri.

				adalah diversifikasi usaha sesuai potensi keunggulan lokal, perintisan kerjasama dengan pihak ketiga. Untuk menciptakan pembangunan desa secara mandiri.	
--	--	--	--	--	--



2.6 Kerangka Pemikiran

Secara sederhana kerangka penelitian ini dapat disajikan melalui tabel dibawah berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Teori strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy yang diolah peneliti 2024

Dalam penelitian ini peneliti akan bekerja sama dengan BUMDes selaku pengelola objek wisata Bukit Holbung. Setelah dikembangkan, Bukit Holbung sangat luas dan memiliki potensi wisata yang sangat baik. Objek wisata ini tidak hanya sekedar tempat wisata alam, tempat berfoto, tempat perkemahan dengan suasana dan pemandangan yang asri, namun juga tempat yang sangat nyaman dan sejuk untuk bersantai, menghabiskan liburan atau berkumpul bersama keluarga. Oleh sebab itu, BUMDes dapat lebih meningkatkan potensi tempat wisata alam Bukit Holbung agar semakin populer dan menarik perhatian pengunjung dan wisatawan. Proses yang dilakukan peneliti adalah peneliti mengolah data-data yang diperoleh dari strategi komunikasi BUMDes dalam pengembangan objek wisata alam Bukit Holbung. Dalam analisisnya peneliti menggunakan teori strategi komunikasi Onon Uchana Effendi. Ada empat teori: mengidentifikasi tujuan komunikasi, memilih media komunikasi, mengevaluasi tujuan pesan komunikasi, dan peran komunikator dalam komunikasi. Hasil penelitian ini akan menggunakan teori strategi komunikasi untuk memberikan atau memahami bagaimana strategi komunikasi diterapkan dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung di BUMDes.

Dalam penerapan strategi komunikasi BUMDes, yang pertama dilakukan yaitu mengenali sasaran komunikasi terhadap pengunjung dengan menggunakan komunikasi interpersonal. Dalam strategi ini BUMDes harus ramah dalam menjalin komunikasi yang baik dengan pengunjung. Setelah itu, BUMDes menggunakan media sosial *Instagram*, *Facebook*, *YouTube*, *WhatsApp* untuk menyebarkan informasi secara online, maupun secara langsung melalui komunikator.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan jenis atau metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam bukunya Profesor Sugiyono menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat dan interpretatif yang mengeksplorasi keadaan benda-benda alam dan menampilkan posisi peneliti sebagai alat yang penting. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi, atau gabungan antara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Biasanya pengumpulan datanya adalah bersifat kualitatif, analisis datanya bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif ini membantu untuk memahami makna, keunikan, konstruksi fenomena dan pembentukan hipotesis yang ada. (Sugiyono, 2020).

Selanjutnya dalam Moelong (2022), Bodgan dan Taylor berpendapat bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur atau langkah penelitian untuk menciptakan hasil penelitian yang sistematis dengan metode yang digunakan dalam penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan, serta tindakan dan tindakan yang dapat diamati.

Penelitian kualitatif umumnya dapat dipergunakan untuk mempelajari tentang kebiasaan atau kehidupan masyarakat, sejarah, perilaku, fungsi organisasi, aktivitas sosial, budaya yang berdasarkan kehidupan masyarakat. Selain itu, peneliti menggunakan penelitian kepustakaan dengan cara menelusuri buku, arsip, dokumen, dan penelitian terdahulu untuk memperoleh sumber data yang sesuai

dengan topik yang dibicarakan sesuai dengan topik yang dapat mendukung berjalannya penelitian ini.

Peneliti mendeskripsikan objek penelitian berdasarkan apa yang sebenarnya terjadi di lapangan terkait dengan strategi komunikasi BUMDes Hariara Pohan dalam pengembangan objek wisata alam Bukit Holbung, Kecamatan Harian, Kabupaten Samosir.

Metode pendekatan kualitatif memberikan gambaran yang lebih konkrit tentang realitas yang terjadi sehubungan dengan objek penelitian secara objektif, sistematis dan akurat. Peneliti mendeskripsikan objek penelitian berlandaskan fakta yang sebenarnya terjadi di lapangan terkait dengan strategi komunikasi BUMDes Hariara Pohan dalam pengembangan objek wisata alam Bukit Holbung di kecamatan Harian. Metode pendekatan kualitatif lebih bersifat spesifik untuk menggambarkan secara objektif, sistematis dan akurat realitas yang terjadi dalam kaitannya dengan objek penelitian.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Objek Wisata Bukit Holbung, Kecamatan Harian, Kabupaten Samosir, Sumatera 22396. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April – Juni 2024 sampai data yang dibutuhkan terkumpul dengan sempurna.

Tabel 2. Waktu Penelitian

NO	Uraian Kegiatan	Des 2023	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	April 2024	Mei 2024	Juni 2024	Juli 2024	Agu 2024	Sep 2024
1	Penyusunan Proposal										
2	Seminar Proposal										
3	Perbaikan Poposal										
4	Pelaksanaan Penelitian										
5	Seminar Hasil										
6	Revisi Skripsi										
7	Sidang Meja Hijau										

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

3.3.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang, individu, atau kelompok yang peneliti gunakan sebagai informan untuk mengumpulkan data di lapangan berdasarkan latar belakang dan situasi nyata guna memperoleh data yang akurat. Subjek penelitian ini dan yang dapat memberikan informasi sebagai sumber informasi atau informan adalah pengurus BUMDes, Kepala Desa Hariara Pohan, dan wisatawan di Bukit Holbung, yaitu:

1. Alpon Sihotang selaku Ketua BUMDes Hariara Pohan. Tujuan pemilihan informan ini adalah untuk memperoleh informasi umum mengenai strategi komunikasi BUMDes Hariara Pohan.
2. Ayu Rohana Simarmata selaku Sekretaris BUMDes Hariara Pohan. Tujuan menetapkan informan ini adalah untuk memperoleh informasi umum mengenai strategi komunikasi dan kegiatan kehumasan yang dilakukan BUMDes Hariara Pohan dalam pengembangan objek wisata alam Bukit Holbung.
3. Sampe Sihotang selaku Kepala Desa Hariara Pohan. Tujuan pemilihan informan ini adalah untuk memperoleh informasi umum tentang perkembangan objek wisata alam di Bukit Holbung dari sudut pandang pemerintah desa.
4. Wisatawan atau pengunjung tempat wisata Bukit Holbung desa Hariara Pohan. Tujuan pemilihan informan ini adalah untuk mengkaji strategi komunikasi yang digunakan BUMDes Hariara Pohan dalam mengembangkan objek wisata alam Bukit Holbung sehingga pengunjung memutuskan untuk berkunjung atau berwisata ke Bukit Holbung.

5. Rudi Manurung sebagai Tokoh masyarakat pemilihan informan tersebut adalah, untuk mengetahui sudut pandang tokoh masyarakat terhadap objek wisata bukit holbung.

3.3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel yang menjadi fokus penelitian. objek penelitian ini berhubungan dengan strategi komunikasi BUMDes Hariara Pohan. dalam mengembangkan objek wisata Bukit Holbung.

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder, yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data langsung atau wawancara dalam penelitian untuk mencapai tujuan tertentu (Afifa, 2021). Peneliti memperoleh data primer penelitian ini melalui wawancara dengan informan penelitian yaitu BUMDes Hariara Pohan yang ditemui peneliti dan dijadikan sumber informasi. Wawancara dapat dilakukan secara formal atau informal, tergantung pada situasi dan topik penelitian. Jika pewawancara dapat menggali data maka wawancara akan berhasil.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dengan tujuan untuk mendukung data primer. Data sekunder ini berasal dari observasi dan dokumen dan digunakan untuk mendukung data primer umum tentang tempat wisata (Afifa, 2021). Data pendukungnya berupa observasi dan catatan. Data sekunder adalah data yang telah

diolah terlebih dahulu oleh peneliti dan disajikan dalam format yang lebih baik, yaitu data dari buku, artikel, majalah, internet, dan lain-lain. Data sekunder ini menjadi acuan dalam penelitian lapangan.

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang diterapkan peneliti untuk memperoleh dan mengelola data yang akan membantu mereka dalam menyajikan hasil penelitiannya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk memperoleh data lapangan, yaitu :

1. Observasi

Observasi merupakan suatu metode mengamati gejala-gejala yang muncul pada subjek penelitian. Karl Weik von Rahmat (2005) berpendapat bahwa observasi berlangsung sebagai pemilihan, modifikasi, pencatatan, dan pengkodean serangkaian tindakan dan situasi organisme di lapangan sesuai dengan tujuan empiris. Apa yang diamati, apa yang dicatat, dan kesimpulan yang dicapai ditentukan oleh pilihan ini. Patton Nasution membicarakan keuntungan dari observasi. Pertama, observasi lapangan membantu peneliti memahami konteks data dalam lingkup sosial yang lebih luas, yang memungkinkan mereka untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam. (Sugiyono, 2020).

Peneliti dalam penelitian ini mengamati strategi komunikasi BUMDes Hariara Pohan ketika mengembangkan objek wisata alam Bukit Holbung. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi langsung untuk mendapatkan informasi, data mengenai Bukit Holbung khususnya strategi BUMDes Hariara Pohan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pertemuan tatap muka yang melibatkan proses tanya jawab antara peneliti dan narasumber. Teknik wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan oleh pewawancara atau pengumpul data yang mengajukan pertanyaan kepada responden secara langsung dan merekam atau mencatatnya (Soehartono, 2002). Teknik wawancara ini mencakup panduan wawancara berupa catatan kasar dan poin-poin penting yang diharapkan dari informan yang sudah dipilih sebagai informan yang mengetahui tentang informasi yang peneliti butuhkan. Para peneliti dalam penelitian ini melakukan wawancara mendalam untuk mengumpulkan pesan-pesan yang relevan.

Dalam penelitian ini peneliti mengidentifikasi informan yaitu, subjek penelitian yang mempunyai kewenangan dan pengetahuan tentang strategi komunikasi yang digunakan BUMDes Hariara Pohan dalam mengembangkan tempat wisata alam yaitu Bukit Holbung. Serta peneliti melakukan wawancara kepada pengunjung yang bersedia menjadi informan di objek wisata Bukit Holbung untuk mendapatkan informasi dari pengunjung wisata. Sehingga informan tersebut nantinya dapat memberikan informasi mengenai Bukit Holbung.

3. Dokumentasi

Dokumen atau dokumentasi yang termasuk dalam penelitian naturalistik adalah data yang diperoleh dari sumber non manusia seperti dokumen pribadi, buku, surat, atau dokumen resmi. Keuntungan dari data material yang terdokumentasi ini adalah material tersebut sudah ada dan mudah didapat serta siap

digunakan (Ardianto, 2014). Teknik pengumpulan data dokumen melibatkan peneliti yang terjun langsung di lapangan untuk memperoleh data berupa buku, arsip, dokumen, audio atau gambar, serta menyediakan data dan informasi berupa laporan dan keterangan yang menunjang penelitian. Metode pengumpulan data dokumentasi ini dilaksanakan untuk memberikan bukti konkrit atas temuan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh dan mengumpulkan data berupa dokumen mengenai data yang dimiliki oleh pemerintah desa setempat BUMDes Hariara Pohan atau Bukit Holbung, suatu objek wisata alam, guna memperoleh bukti dan informasi.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pemeriksaan, pembersihan, modifikasi, dan pemodelan data dengan tujuan menemukan informasi yang berguna dan menarik kesimpulan dari informasi tersebut. Analisis data dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai macam teknik, antara lain teknik analisis kualitatif, teknik analisis kuantitatif, atau kombinasi keduanya. Tujuan analisis data antara lain mengevaluasi efektivitas suatu program atau kebijakan, mengevaluasi kualitas data, atau mengevaluasi kinerja organisasi. Tahap analisis data meliputi tahap persiapan, tahap pengumpulan data, tahap analisis, dan tahap pelaporan. Selama tahap persiapan, peneliti menetapkan tujuan analisis, memutuskan data yang akan dianalisis, dan memutuskan Teknik analisis yang akan digunakan. Tahap pengumpulan data melibatkan pengumpulan data yang akan dianalisis. Tahap analisis meliputi pembacaan data, pengelompokan data, dan pengembangan temuan. Tahap pelaporan meliputi penyusunan laporan hasil 26 analisis data.

Analisis data dapat dilakukan pada berbagai jenis data, seperti data kebijakan, data akademik, data hukum, dan data lainnya. Data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan analisis dokumen akan dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif. Analisis data akan mencakup klasifikasi, pemilahan, dan interpretasi data untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Dalam penelitian ini teknik analisis data dilakukan setelah pengumpulan data berlangsung atau setelah pengumpulan data selesai dalam kurun waktu tertentu. Oleh karena itu, analisis data dilakukan pada saat wawancara, dimana peneliti memulai analisis terhadap tanggapan informan. Apabila jawaban informan tidak sesuai dengan tujuan penelitian dan kurang spesifik, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lanjutan hingga data yang diperoleh dapat dipercaya (Noeng Muhadjir, 1998: 104). Tujuan dari teknik analisis data adalah untuk mengetahui atau menarik kesimpulan secara keseluruhan dari data penelitian yang dikumpulkan peneliti.

3.6 Teknik Keabsahan Data

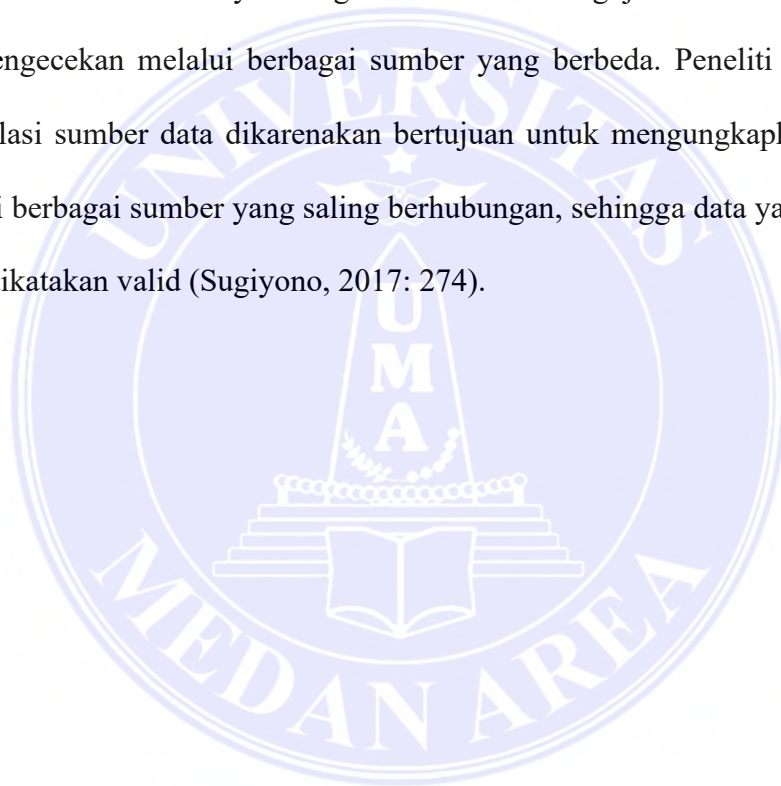
Untuk menghindari kesalahan dan kekeliruan dalam data yang dikumpulkan, maka perlu dilakukan pengecekan keabsahan data. Verifikasi keabsahan data tersebut didasarkan pada kriteria tingkat kepercayaan (reliabilitas) dengan menggunakan teknik triangulasi, observasi cermat, dan peer check (Moleong, 2006).

Dalam penelitian kualitatif, peneliti harus berusaha keras untuk memperoleh data yang valid. Oleh karena itu, dalam mengumpulkan data, peneliti harus memastikan keabsahan datanya agar tidak terjadi kesalahan pada data yang

diperoleh (Sutriani & Octaviani, 2019). Keabsahan data yang paling umum digunakan dalam penelitian melibatkan penggunaan triangulasi.

3.6.1 Triangulasi

Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2020: 315). Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data yaitu digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara pengecekan melalui berbagai sumber yang berbeda. Peneliti menggunakan triangulasi sumber data dikarenakan bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran melalui berbagai sumber yang saling berhubungan, sehingga data yang didapatkan dapat dikatakan valid (Sugiyono, 2017: 274).



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan mengenai Strategi Komunikasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Hariara Pohan dalam mengembangkan Objek Wisata Alam Bukit Holbung yaitu melalui strategi mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan komunikasi, peranan komunikator dalam komunikasi.

Strategi komunikasi dari Badan usaha milik desa Hariara Pohan mencakup adanya target, segmentasi, dan *positioning* dalam melihat sasaran komunikasi yaitu mengamati aktivitas pengunjung saat berkunjung, mengamati kebutuhan wisatawan saat berada di Bukit Holbung serta menata destinasi wisata Bukit Holbung menjadi destinasi universal atau dapat diartikan bahwa destinasi ini dapat dinikmati semua masyarakat tanpa bergantung pada suku, ras, bahasa, atau pembeda lainnya. Kemudian BUMDes Hariara Pohan melakukan pengkajian tujuan komunikasi melalui kebutuhan dan karakteristik pengunjung, melalui komunikasi yang baik yang dilakukan oleh komunikator. Setelah BUMDes Hariara Pohan mengkaji kebutuhan pengunjung maka BUMDes Hariara Pohan menggunakan teknik informasi, teknik persuasif melalui media yang dipilih BUMDes Hariara Pohan. Kemudian dengan penggunaan media komunikasi khususnya media *Instagram* untuk promosi dan menyebarkan informasi tempat wisata Bukit Holbung melalui media digital seperti *Instagram*, *Facebook*, *YouTube*, dan *WhatsApp*.

5.2 Saran

Melalui penelitian yang telah disajikan, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

- 1 Bagi BUMDes Hariara Pohan diharapkan dapat memaksimalkan penggunaan media dalam memperkenalkan atau mempromosikan objek wisata Bukit Holbung terutama dalam penggunaan media online dan media cetak, agar dapat memberikan informasi mengenai objek wisata Bukit Holbung dan tentunya meningkatkan pendapatan Desa Hariara Pohan.
- 2 Peneliti tahun selanjutnya diharapkan mampu melakukan kajian lebih lanjut terhadap pengembangan wisata dengan menggunakan berbagai teknik analisis. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya akan lebih banyak memasukkan rumusan masalah yang akan berdampak pada pertumbuhan tempat wisata Bukit Holbung.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifa, A. T. (2021). Strategi Komunikasi BUMDes Dalam Program Pemberdayaan Masyarakat Melalui UMKM: Studi Desa Jombok Kecamatan Kesamben Kabupaten Jombang. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.
- Aminah, S. (2020). Startegi Komunikasi Kelompok Wanita Tani (KWT) Dalam Meningkatkan kunjungan wisata Kampung Organik di Beji Nguntoronadi Wonogiri. *Institut Agama Islam Negeri Surakarta*.
- Ardianto, E. (2014). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Efendi, O. U. (2016). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Faradila, D. R., & Mayangsari, I. D. (2021). Strategi Komunikasi Bumdes Panggung Lestari Dalam Mengelola Kampong Mataraman di Panggunharjo, Bantul, Yogyakarta. *E-Proceeding of Manajemen*.
- Fitriani, D., Masri, A. R., & Tajibu, K. (2020). Strategi Komunikasi dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Mandala Ria Di Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Washiyah*.

- Harefa, N. U. (2018). Strategi Komunikasi Pemerintah Dalam Mengembangkan Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Di Kabupaten Simalungun. *universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Ishaq, R. E. (2017). *Public Relations Teori dan Praktik (Edisi Revisi)*. Malang: Intrans Publishing.
- Kusumawati, N. (2023). Strategi Komunikasi BUMDES Sekar mandiri Dalam Pengembangan Objek Wisata Alam Bukit Holbung Karangasem Bulu Sukoharjo. *Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta*.
- Moleong, L. J. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2017). *Ilmu Komunikasi : Ilmiah dan Populer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Penantoniati, B. (2021). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Budaya Jakarta Dalam Melestarikan Budaya Betawi. *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Putri, R. A. (2020). Strategi Komunikasi Balai Perestarian Cagar Budaya (BPCB) Jambi dalam Meningkatkan Daya Trarik Wisatawan Domestik (Studi kasus Museum Candi Bumiayu Desa tanah Abang kabupaten PALI). *Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang*.
- Rakhmat, J. (2005). *Metode Penelitian Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

Ramadana, C. B., Ribawanto, H., & Suwondo. (n.d.). Keberadaan Badan usaha Milik Desa (BUMDES) Sebagai Penguatan Ekonomi Desa. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*.



LAMPIRAN 1

PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA

1. Pedoman wawancara dengan informan utama

Daftar pertanyaan

1. Apa maksud utama dikembangkannya objek wisata alam Bukit Holbung?
2. Sejak kapan BUMDes Hariara Pohan didirikan?
3. Bagaimana struktur organisasi BUMDes Hariara Pohan?
4. Apa visi dan misi dari BUMDes Hariara Pohan?
5. Bagaimana cara BUMDes menjalankan strategi komunikasi dalam pengembangan objek wisata alam Bukit Holbung?
6. Pengembangan apa yang sudah diterapkan BUMDes di objek wisata Bukit Holbung?
7. Apa saja tugas BUMDes dan peran pemerintah desa dalam pengembangan Wisata Bukit Holbung ?
8. Bagaimana karakteristik pengunjung di objek wisata alam Bukit Holbung?
9. Dari manakah pengunjung Objek Wisata Alam Bukit Holbung berasal?
10. Apa saja Media komunikasi yang dimanfaatkan oleh BUMDes dalam proses pengembangan objek wisata alam Bukit Holbung?
11. Media apa yang dipakai dalam penyampaian pesan kepada masyarakat?
12. Bagaimana teknik komunikasi BUMDes Hariarapohan dipergunakan agar mencapai tujuan pesan komunikasi?
13. Agar menarik perhatian sasaran komunikasi srategi apa yang diterapkan oleh komunikator BUMDes?
14. Bagaimana manajemen yang dilakukan BUMDes Hariara Pohan kepada petugas atau masyarakat yang bekerja di objek wisata alam Bukit Holbung?
15. Bagaimana BUMDes Hariara Pohan melihat keberhasilan strategi komunikasi?

2. Pedoman wawancara dengan informan kunci

Daftar pertanyaan

1. Media sosial apa yang paling efektif untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat?
2. BUMDes Hariara Pohan dalam pengembangan objek wisata alam Bukit Holbung mempunyai media komunikasi lalu bagaimana BUMDes memproduksi konten dalam media tersebut?
3. Apa saja tugas admin dalam menjalankan media komunikasi tersebut?
4. Strategi apa yang dilakukan agar media komunikasi dapat berjalan dengan baik dalam mengembangkan daya tarik wisata alam Bukit Holbung?
5. Kendala apa saja yang dihadapi BUMDes Hariarapohan dalam mengembangkan objek wisata alam Bukit Holbung ?
6. Siapakah target utama Objek Wisata Bukit Holbug ?
7. Pernahkah pengunjung mengetahui bahwa pengelolaan Objek Wisata Alam Bukit Holbung dikelola oleh BUMDes ?

3. Pedoman wawancara dengan informan pendukung

Daftar pertanyaan

1. Namanya siapa bang, dan berapa usia abang sekarang?
2. Dimana alamat rumah abang, dan apa pekerjaan abang?
3. Dari manakah anda mengetahui informasi objek wisata alam Bukit Holbung?
4. Apakah abang sebelumnya sudah pernah berkunjung ke objek wisata alam Bukit Holbung ini?
5. Apa yang membuat abang ingin berkunjung ke objek wisata Bukit Holbung?
6. Apa tanggapan abang mengenai objek wisata alam Bukit Holbung ini?
7. Apa saran, dan penilaian sebagai pengunjung?



LAMPIRAN 2

TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber 1 : Alpon Sihotang
Jabatan : Direktur BUMDes Hariara Pohan
Lokasi Wawancara : Kantor BUMDes Hariara Pohan
Waktu Wawancara : Kamis, 28 Maret 2024 (Pukul 09.30 Wib)
Jenis kelamin : Laki-laki

1. Apa maksud utama dikembangkannya objek wisata alam Bukit Holbung?
Jawaban: “Maksud dari dikembangkannya objek wisata Bukit Holbung melalui pemerintah bersama BUMDes yaitu untuk meningkatkan potensi wisata Bukit Holbung, manfaat yang pertama untuk memperoleh pendapatan desa, kemudian yang kedua untuk meningkatkan perekonomian warga disini yang selama ini telah melihat dan merasakan potensi di sana. Desa Hariara Pohan adalah pengecualian, jadi BUMDes mengatakan bahwa ia ditunjuk sebagai administrator dan bekerja sama dengan organisasi masyarakat seperti PKK. Tokoh masyarakat juga menjadi pendukung fasilitas Bukit Holbung, dan banyak organisasi lainnya juga bekerja sama dengan masyarakat karena BUMDes sendiri ingin memberikan pendapatan tersendiri agar masyarakat dapat meningkatkan perekonomiannya.
2. Sejak kapan BUMDes Hariara Pohan didirikan?
Jawaban : BUMDes Hariara Pohan sudah berdiri sudah cukup lama didirikan mulai tahun 2016 dan diresmika pada 18 januari 2017
3. Bagaimana struktur organisasi BUMDes Hariara Pohan?
Jawaban ; Struktu BUMDes Hariara Pohan terdiridari Komisariss yaitu kepala desa Hariara Pohan lalu dibawahnya ada Direktur BUMDes, lalu ada Sekretaris dan bendahar BUMDes, lalu ada kepala unit yang terdiri dari sekretaris dan bendahara unit.
4. Apakah visi dan misi BUMDes Hariara Pohan?
Jawaban : Visi BUMDes Hariara Pohan : Mewujudkan Masyarakat Sejahtera dan menjadi Desa Madani
Misi :
 - 1 Meningkatkan perekonomian Indonesia
 - 2 Membuka lapangan pekerjaan
 - 3 Memanfaatkan keindahan desa untuk kesejahteraan Masyarakat
 - 4 Meningkatkan pendapatan Masyarakat dan pendapatan asli desa
5. Bagaimana cara BUMDes menjalankan strategi komunikasi dalam pengembangan objek wisata alam Bukit Holbung?
Jawaban: “Strategi komunikasi dimulai dari BUMDes itu sendiri yang mengajak masyarakat agar dapat mengambil bagian dalam pengembangan objek wisata bukit holbung. BUMDes Hariara Pohan mengajak Masyarakat untuk dapat berperan dalam membangun Objek wisata Bukit Holbung, dan mengajak kelompok – kelompok desa Hariara Pohan seperti PKK, kelompok tani dan karangtaruna telah memungkinkan pembentukan objek wisata Bukit

Holbung saat ini, karena elemen penting dari sebuah objek wisata adalah seberapa menarik perjalanan dari segi sosial budaya, ketersediaan masyarakat setempat, dan fasilitas. Salah satu cara untuk melakukan perbaikan adalah bekerja sama dengan kelompok masyarakat setempat. Cara kedua adalah menggunakan media sosial untuk mempromosikan wisata alam Bukit Holbung. Meskipun kota, dan terutama pengunjung, sebagian besar menikmati kelebihannya, ada juga kekurangannya. Jadi kalau bicara media sosial, kami di BUMDes ini sangat mengandalkan pengunjung. Pengunjung yang datang ke sini berkontribusi dengan menulis postingan ketika mereka datang ke sini. Jika ada acara Mereka sangat aktif dan BUMDes serta desa saat ini sedang melakukan pendampingan di daerah tersebut. Kalau ada acara di Bukit Holbung, kami beberapa kali mengundang wartawan dan memuat beritanya di akun media pemerintah kabupaten. Petugas yang sedang piket di bukit harus lebih ramah dan lebih banyak memberikan informasi dan sering memberikan instruksi, terutama di jalur mendaki Bukit. Dengan begini BUMDes mampu lebih berfokus dalam peningkatan layanan sumberdaya manusia supaya mendapatkan keyakinan dari para wisatawan”.

6. Pengembangan apa yang sudah dilakukan BUMDes pada destinasi Bukit Holbung ?

Jawab: “ Setelah kami memiliki sedikit modal dari hasil penjualan tiket kami langsung berbenah untuk memperbaiki beberapa hal yaitu, Pertama, dari segi fasilitas, objek wisata Bukit Holbung sudah dibangun infrastrukturnya, seperti tangga akses, toilet, mushola, dan internet. Kedua, mengingat BUMDes mengelola objek wisata Bukit Holbung secara eksklusif dengan pendampingan dari masyarakat adat Desa Hariara Pohan, maka hal ini perlu diperhatikan dalam pengembangan sumber daya manusia di desa, khususnya pegawai BUMDes. Selain direktur, sekretaris, dan bendahara, pemuda desa lain yang menjaga bukit, petugas keamanan loket tiket, petugas kebersihan, dan teknisi juga dilibatkan dalam pengembangan sumber daya manusia. Setiap petugas piket di sini mempunyai tanggung jawab masing-masing dan kami saling membantu melalui koordinasi, mengingat apa yang terjadi di lapangan, khususnya di Bukit Holbung. Untuk mengoptimalkan sumber daya manusia, kami juga mengadakan pelatihan dengan melibatkan pengurus BUMDes, staf, dan anggota organisasi desa seperti PKK, Karang dan UMKM Pondok Tani. Mereka juga sering mengunjungi objek wisata alam Bukit Holbung. Ketiga, ada perkembangan dalam promosi dan meningkatnya pengunjung. Saat ini dari BUMDes kita mempunyai akun sosial media isntagram yang didukung oleh pemerintah desa, namun untuk instagram dikatakan kepemilikan pengelolanya yang berpindah - pindah dan saat ini kepengurusan BUMDes memiliki akun instagram resmi. dioperasikan oleh sekretari BUMDes. dulu kendalanya adalah akun BUMDes belum dikelola dengan benar karena akunnya sering di ganti ganti oleh pengurus yang dulu, tetapi media yang dikelola sekarang, meskipun baru dibuat beberapa bulan yang lalu, untuk saat ini berjalan dengan lancar dan digunakan secara aktif, dengan publikasi media online tersebut seperti yang sudah saya jelaskan tadi.”

7. Apa tugas BUMDes dan peran pemerintah Desa dalam upaya pengembangan wisata Bukit Holbung ?

Jawaban :“Disini pembagian tugas, pemerintah desa sebenarnya berperan penting dan mendukung penuh BUMDes Hariara Pohan. Karena kami bertugas mengelola pendapatan desa yang boleh dimanfaatkan sebagai modal usaha oleh BUMDes Hariara Pohan, termasuk kawasan potensi wisata yang tepatnya terletak di Bukit Holbung., dan tugas umum pemerintah desa antara lain memantau perkembangan BUMDes. Kalau pembangunan infrastruktur semuanya berasal dari pemerintah desa, karena dalam bentuk fisiknya mahal dan biaya modalnya besar. Desa pada hakikatnya adalah pemerintahan desa yang menyediakan dana dan mengelola BUMDes.”

8. Seperti apakah ciri pengunjung yang berkunjung ke Bukit Holbung?

Jawaban: Pengunjung yang datang kesini beragam, apalagi dari segi usia pengunjung yang datang, pada malam hari biasanya akan dipenuhi oleh anak-anak muda, pada sore hari diisi oleh pengunjung yang datang berombongan, dan dipagi hari biasanya didatangi kumpulan keluarga .Banyak alasan mereka saat berkunjung ke sini. Kalau rombongan itu kumpulan organisasi - organisasi yang ingin liburan. Kalau keluarga ya refreshing, rekreasi Bersama anak - anak biasanya membawa tikar untuk alas mereka, anak muda lebih ke nongkrong minum bersama. Daerah asal pengunjung pun berbeda – beda, ada dari sidikalang, siantar, medan, dan kota lain.”

9. Dari manakah para wisatawan Objek Wisata Alam Bukit Holbung berasal?

Jawaban: “biasanya wisatawan yang berkunjung di objek wisata alam Bukit Holbung ya mayoritas dari kota medan, siantar, tarutung, sidikalang, pangururan dan daerah lainnya”.

10. Apa saja media komunikasi yang sudah dipakai oleh BUMDes pada pengembangan wisata Bukit ini?

Jawaban: “Media yang sudah kami gubakan itu seperti Instagram, tapi pengurus Instagram sering berganti-ganti, jadi kalau dicari, akun Instagram yang terkait Bukit Holbung dari awal cukup banyak dan masih eksis, ada juga akun baru yang sudah dibuat BUMDes, yaitu di *YouTube* dan Facebook, akun ini terhubung dengan tiktok, *YouTube* dan facebook pemerintah desa dan websitenya juga sama. Untuk dapat saling berpartisipasi di desa dan biasanya kami menggunakan WhatsApp melalui fitur berbagi. BUMDes Sekelompok pengurus, perangkat desa, atau kelompok yang tergabung dalam PKK. Kelompok-kelompok tersebut kerap berbagi link atau status WhatsApp ke Grup tentang informasi terbaru Bukit Holbung, apalagi jika yang menyebarkan informasi tersebut adalah kepala desa atau perangkat desa. Bisa juga dimanfaatkan oleh para pendamping, pengelola BUMDes dan kini sebagai modal untuk memajukan dan memasyarakatkan wisata alam di Bukit Holbung. Selain itu, kami juga bertanggung jawab untuk memasang spanduk dan menyampaikan secara lisan atau langsung. Biasanya masyarakat desa merekomendasikan kepada temannya bahwa Bukit Holbung memiliki tempat wisata alam dan mereka sering datang mengunjungi kami. Ya, sebelumnya fokus pengembangan masih pada aspek teknis. sekarang lebih ke aspek seperti: Peluang pemasaran dan promosi BUMDes untuk menarik wisatawan dan mengembangkan Bukit Holbung. Situs yang ada tetap beroperasi, dan situasi saat ini adalah `situs BUMDes sendiri belum ada karena masalah kepegawaian.”.

11. Dalam penyampaian pesan kepada masyarakat media apa yang digunakan ?
Jawaban: “Selain komunikasi dan pemanfaatan sosial media BUMDEs, ada juga pesan yang kami sampaikan secara tidak langsung, kami menggunakan papan informasi, MMT dan spanduk yang didirikan di area wisata Bukit Holbung, sedangkan pesan lisan atau langsung disampaikan secara langsung kepada masyarakat oleh BUMDEs.
12. Bagaimana teknik komunikasi BUMDEs Hariarapohan dipergunakan agar mencapai tujuan pesan komunikasi?
Jawaban: “Selama ini penerapan yang paling efektif adalah di bidang pariwisata, karena jika ada sesuatu yang berhubungan dengan pariwisata, apalagi seseorang yang pernah mengunjungi suatu destinasi wisata dengan percaya diri dapat menyampaikan keadaan tersebut kepada orang asing, sehingga menimbulkan kegembiraan dan rasa ingin tahu,” yang kemudian memicu rasa penasaran. dan membuat Anda ingin tahu, yang pada gilirannya memengaruhi kunjungan Anda. Karena sekarang orang juga suka bepergian. BUMDEs juga aktif berupaya memastikan pengelola dan petugas lapangan memberikan pelayanan yang ramah dan baik, terutama dengan mengingatkan peraturan dan memberikan informasi yang jelas bila ada pengunjung yang terlambat. Kami aktif berkomunikasi dengan pengunjung di berbagai titik untuk Wisata Bukit Holbung.”
13. Agar menarik perhatian sasaran komunikasi strategi apa yang diterapkan oleh komunikator BUMDEs?
Jawaban: “Komunikator harus ramah dan mudah bergaul, kreatif dalam menghadapi pengunjung, tegas, serta mampu memberikan informasi dan mengedukasi wisatawan. Strateginya melalui media adalah mengembangkan bakat melalui pengetahuan, keterampilan, visualisasi, copywriting dan keterampilan lainnya.”
14. Bagaimana manajemen yang dilakukan BUMDEs Hariara Pohan kepada petugas atau masyarakat yang bekerja di objek wisata alam Bukit Holbung?
Jawaban: “Dari segi kepengurusan, kami membagi pejabat dan pegawai sesuai tugas dan tugasnya, dan pada hari Minggu bekerja sama dengan PKK dan UMKM Pondok Tani kami mengadakan acara khusus kuliner di Desa Hariara Pohan, acara menghias taman supaya taman PKK tertata rapi. kami bekerja sama dengan pemuda organisasi dan relawan. "Ini adalah acara yang tugas pengurus BUMDEs adalah mengatur, memantau, dan mendukung di lapangan."
15. Apakah BUMDEs Hariarapohan mencapai keberhasilan melalui strategi komunikasi ?
Jawaban : “BUMDEs Hariara Pohan berhasil mendapatkan manfaat dari strategi yang diterapkan kepada wisatawan dan warga Hariarapohan, seperti semakin meningkatnya wisatawan yang datang ke sini dan kembali untuk kesekian kalinya. Jadi semakin ramai yang datang kesini. Untuk saat ini pengunjung sudah cukup ramai ya, karena Bukit Holbung ini merupakan objek wisata yang direkomendasikan. Kecamatan Harian sekarang sudah mulai ramai diperbincangkan, kalau tidak ramai berarti kita belum berhasil. Untuk sekarang ini keberhasilan semakin tercapai karena dari sebelumnya memang kunjungan tetap meningkat, apalagi dengan adanya objek wisata baru yang bersebelahan dengan Bukit Holbung yaitu Bukit Sibeabea.”

Narasumber 2 : Ayu Simarmata
Jabatan : Sekretaris BUMDes Hariara Pohan
Lokasi Wawancara : Kantor BUMdes Hariara Pohan
Waktu Wawancara : Jumat, 28 Maret 2024 (Pukul 15.18 WIB)
Jenis kelamin : Perempuan

1. Media sosial apa yang paling efektif untuk menyampaikan dan menyebarkan informasi kepada pengunjung ?

Jawaban: “ Sosial Media yang lebih efektif adalah instagram, media ini kita pilih karena penyebarannya menjangkau pengunjung diluar daerah dengan efektif, media memberikan keuntungan saat dimanfaatkan dengan benar , terutama intstagram memiliki tampilan lebih menarik, kelebihan utama media instagram adalah penggunanya yang banyak sehingga sangat memungkinkan menarik minat pengunjung melalui promosi di Instagram. Instagram @bukithobung ini dikelola pegawai BUMdes yang sampai saat ini dikembangkan oleh BUMDes. Akun ini merupakan aku yang paling banyak digunakan dalam mengunggah kegiatan desa Hariara Pohan terutama objek wisata Bukit Holbung dan kegitan – kegiatan yang berhubungan desa Hariara Pohan.”

2. Bagaimana BUMDes Hariara Pohan memproduksi konten dalam pengembangan objek wisata alam Bukit Holbung melalui media komunikasi ? Media apa yang digunakan?

Jawaban: “Media komunikasi pengembangan tempat wisata alam di Bukit Holbung antara lain media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, *YouTube*, dan dari mulut ke mulut ditargetkan kepada masyarakat. Untuk Instagram biasanya kita sering memakai pola yang simpel, Caption yang sederhana , Kami juga merepost foto para pengunjung di feeds instagram”.

3. Bagaimana admin berperan dalam pengelolaan media komunikasi tersebut?

Jawaban: “Manajemen media adalah tugas saya. Sejauh ini, hal ini mencakup mengunggah postingan ke media sosial, mengambil dokumen di acara, dan membuat desain untuk feed Instagram. Jika followers semakin meningkat hal ini terlihat dari jumlah like nya berartikan konten kita menarik. Jika selama ini kekurangannya adalah kurangnya perlengkapan laptop serta waktu yang tidak cukup, selebihnya berkaitan dengan follower. Segalanya berjalan cukup baik sejauh ini. Jika follower dan engagement Instagram sudah meningkat, hal ini terlihat pada like, namun hal ini dikarenakan akun tersebut masih baru dan menggunakan perantaraan akun yang lama dan akun baru. “Sebelumnya saya masih mencoba untuk beralih ke akun baru.”

4. Apa strategi yang dilakukan supaya media komunikasi mampu dikelola dengan baik untuk menarik minat wisatawan datang ke Bukit Holbung?

Jawaban: “menyebarkan informasi dari sosial media, personal, dan berita online maupun media yang dicetak. Periklanan dirancang secara optimal: pertama, koordinasi yang aktif dan akrab. Kedua, informatif dan sopan, dan

terakhir, dengan mencantumkan poin-poin penting dalam media cetak, spanduk, brosur dan MMT juga didesain ditempat strategis.”

5. Kendala apa saja yang dihadapi BUMDes Hariarapohan selama proses pengembangan wisata Bukit Holbung ?

Jawaban: “Permasalahan yang terasa hingga saat ini adalah kurangnya maksimalnya dukungan masyarakat terhadap rasa kepemilikan terhadap Bukit Holbung, karena meskipun BUMDes adalah pemelihara potensi wisata Hariara Pohan, namun masyarakat karena BUMDes seringkali dianggap sebagai pemilik, kalau untuk hal lain sudah cukup baik,”

6. Siapakah target utama Objek Wisata Bukit Holbug ?

Jawaban: “Untuk target, kalo target kami umum ya atau dari semua kalangan juga boleh berkunjung ke Bukit Holbung. tetapi paling banyak yaitu anak – anak muda”.

7. Pernahkah pengunjung mengetahui bahwa pengelolaan Objek Wisata Alam Bukit Holbung dikelola oleh BUMDes ?

Jawaban: “Dari pengamatan saya, ada dua tipe pengunjung, yang pertama ada yang bertanya kepada saya siapa penanggung jawab Bukit Holbung, sehingga paham dengan pengelolaan tempat wisata dan yang kedua yaitu pengunjung yang sekedar berkunjung saja tanpa memikitkan pengelolanya siapa.”

Narasumber 3 : Sampe Sihotang

Jabatan : Kepala Desa Hariara Pohan

Lokasi Wawancara : Rumah kepala desa

Waktu Wawancara : Kamis, 28 Maret 2024 (Pukul 14.00 WIB)

Jenis Kelamin : Laki-laki

1. Apakah ada sejarah mengenai Bukit Holbung?

Jawaban: “Kalau masalah sejarah saya kurang tau ya, karena banyak versi yang menceritakan tentang sejarahnya, yang jelas Bukit itu dari dulu sudah ada. namun masih banyak orang yang belum tau potensi Bukit Holbung itu ya karena Bukit Holbung biasanya digunakan sebagai tempat menggembalakan hewan ternak milik warga Hariara Pohan. dan mulai terkenal setelah postingan orang - orang yang berfoto di lokasi Bukit Holbung. namun pada saat itu, desa belum mengetahui potensi wisata tersebut”.

2. Mengapa Bukit Holbung dijadikan sebagai destinasi wisata ?

Jawaban: “Ya pertama tentu untuk meningkatkan pendapatan asli desa dan yang kedua meningkatkan pendapatan warga sekitar, karena dengan hadirnya objek wisata ini otomatis mendorong warga untuk bekerja atau berdagang di sana bisa mendapatkan penghasilan dari dibukanya tempat wisata Bukit Holbung”.

3. Apa peran dan tugas pemerintah desa?

Jawaban: “Perannya pendiri, artinya meskipun dia pengelola Bumdes, tapi sesuai istilahnya, desa punya saham dan desa juga yang melakukan Pembangunan”.

4. Apa saja tugas BUMDes dan peran dari pemerintah desa ?
Jawaban: “Tugas utama pemerintah desa terkait Bukit Holbung adalah membangun infrastruktur. Bumdes tidak hanya bertanggung jawab mengelolanya, tetapi juga bertugas mempromosikan Bukit Holbung dan memastikan pemeliharannya”.
5. Apa pendapat warga desa Hariara Pohan tentang destinasi wisata Bukit Holbung ?
Jawaban : “ Puji Tuhan semua merespon positif perkembangan Objek wisata Bukit Holbung karena melalui wisata ini, dengan begitu desa Hariara Pohan juga akan mempunyai wisata yang dikenal banyak pengunjung. Sekarang dengan adanya Destinasi Bukit Holbung semakin banyak orang yang mengetahui desa yang ada di wilayah Samosir , seperti yang bernama desa Hariara Pohan karena semakin banyak yang tahu desa Hariara Pohan maka akan semakin maju”.

Narasumber 4 : Samuel Siregar
Peran : Pengunjung Objek Wisata Alam Bukit Holbung
Lokasi Wawancara : Objek Wisata Alam Bukit Holbung
Waktu Wawancara : Kamis, 28 Maret 2024 (Pukul 10.20 WIB)
Jenis Kelamin : Laki-laki

- 1 Namanya siapa bang, dan usianya sekarang berapa?
Jawaban : “Panggil saja Samuel Siregar bang, saya berusia 31 tahun.”
- 2 Tinggal dimana bang sekarang? Profesi saat ini apa ?
Jawaban : “Saya orang siantar bang, saya wiraswasta”
- 3 Informasi tentang destinasi wisata Bukit Holbung dapat dari mana bang?
Jawaban : “Saya mengetahui tempat ini dari media intagram.”
- 4 Apakah abang sebelumnya sudah pernah berkunjung ke daerah Bukit Holbung ?
Jawaban: “Lumayan sering bang , sepertinya sudah 6 kali ada bang,”
- 5 Kenapa abang tertarik berkunjung ke objek wisata Bukit Holbung?
Jawaban : : “Awalnya itu saya tertarik dengan pemandangan yang sering saya lihat di sosial media saya jadi penasaran dengan tempat ini”
- 6 Apa tanggapan abang tentang destinasi wisata Bukit Holbung saat ini?
Jawaban : “Saat ini Bukit Holbung ini tempat wisatanya nya nyaman, udaranya sejuk dan pemandangannya sangat luar biasa,”
- 7 Sebagai pengunjung apa saran untuk tempat ini kedepannya?
Jawaban : “Kedepan saya harap di Bukit Holbung ini dibangun pondok di atas bukit supaya pengunjung dapat beristirahat diatas bukit, untuk hal lain seperti parkirnya sudah cukup bagus,”

Narasumber 5 : Gomos Gultom

Peran : Pengunjung Objek Wisata Alam Bukit Holbung
Lokasi Wawancara : Objek Wisata Alam Bukit Holbung
Waktu Wawancara : Kamis, 28 Maret 2024 (Pukul 11.35 WIB)
Jenis Kelamin : Laki-laki

- 1 Namanya siapa bang? Usianya berapa ?
Jawaban : “Aku Gomos Gultom bang, usiaku 24 tahun sekarang,”
- 2 Tinggalnya dimana bang? Saat ini profesinya apa ?
Jawaban : “Aku tinggal di Pangaribuan bang, untuk profesinya saat ini sebagai kariawan wiraswasta ”
- 3 Abang dapat info tentang Bukit Holbung dari mana bang??
Jawaban : “Saya mengetahui info wisata Bukit Holbung ini dari sosial media instagram dan dari kawan juga bang,”
- 4 Seberapa sering Abang berkunjung ke Bukit Holbung ? Kira – kira sudah berapa kali ?
Jawaban : “ Saya kesini kira-kira sudah ada tiga kali bang “
- 5 Hal apa yang menarik dari destinasi wisata ini ?
Jawaban : “Tempat wisata ini memiliki pemandangan yang sangat bagus jadi saya pengen mengabadikan foto di bukit ini”
- 6 Apa tanggapan Abang tentang tempat wisata bukit Holbung ini?
Jawaban : “Oh untuk sekarang sudah lumayan oke dan mantap dan biayanya juga ramah dikantong bang,”
- 7 Sebagai pengunjung apa saran dan kritik untuk Destinasi Wisata ini?
Jawaban : “Tempat ini termasuk wisata baru jadi untuk fasilitas mungkin bisa ditambah bang, dan satu lagi pembatas tangga yang rusak untuk dapat di perbaiki”.

Narasumber 6 : Herna Simbolon

Peran : Pengunjung Objek Wisata Alam Bukit Holbung
Lokasi Wawancara : Objek Wisata Alam Bukit Holbung
Waktu Wawancara : Jumat, 29 Maret 2024 (Pukul 10.35 WIB)
Jenis Kelamin : Perempuan

- 1 Namanya siapa Kak? Usianya berapa?
Jawaban : “Saya Herna Simbolon, umur 26 bang”.
- 2 Kaka tinggal dimana, dan saat ini bekerja sebagai apa?
Jawaban : “Tempat tinggal saya di jl. Putri lopian Pangururan, Pekerjaan saya Wiraswasta,”
- 3 Kakak mendapatkan informasi tentang Bukit Holbung dari siapa?
Jawaban : “Saya tahu Bukit Holbung dari teman – teman saya, karna kebetulan rumah sayapun tidak terlalu jauh dari sini dan tetangga yang sering main kesini,”
- 4 Seberapa sering kakak berkunjung ke Bukit Holbung ?
Jawaban : “ kurang lebih 15 kali bang ..,”

- 5 Apa yang membuat kaka tertarik dengan destinasi wisata ini ?
Jawaban : “Tertarik ke sini karena pemandangannya yang kebetulan dekat dengan rumah membuat saya tertarik sewaktu pertama melihat langsung Bukit ini,”
- 6 Apa pendapat kakak tentang destinasi wisata alam Bukit Holbung ini?
Jawaban : “Sudah bagus bang , tapi kalo tengah hari begini cukup panas ya dan harga juga terjangkau,”
- 7 Saran dan kritik apa yang ingin kaka sampaikan sebagai pengunjung ?
Jawaban : “menurut saya sarannya mungkin untuk memperbanyak tempat sampah karena diatas bukit belum ada tempat sampah dan mungkin petugas kebersihan supaya lebih menjaga kebersihan terutama di puncak bukit”.

Narasumber 7 : Rudi Markiano Manurung

Peran : Tokoh Adat

Lokasi Wawancara : Objek Wisata Alam Bukit Holbung

Waktu Wawancara : Jumat, 28 Maret 2024 (Pukul 03.35 WIB)

Jenis Kelamin : Laki-laki

- 1 Siapa nama Bapak, dan berapa usianya Pak?
Jawaban : “Saya Rudi Markiano Manurung, umur saya 43 ”.
- 2 Alamat rumah bapak dimana, dan sekaarang bekerja sebaagai apa pak ?
Jawaban : “Saya tinggal disekitar Desa Lumban Gambiri, tidak jauh dari sini..”
- 3 Apa tanggapan bapak mengenai destinasi wisata alam Bukit Holbung sebagai Tokoh Masyarakat?
Jawaban : “Sebagai tokoh Masyarakat saya sangat mendukung BUMDes Hariara Pohan dalam mengelola Objek wisata Bukit Holbung. Saya melihat perkembangan Bukit Holbung cukup baik, dari dampak yang sudah saya lihat sejauh ini cukup membantu perekonomian desa khususnya dalam pembukaan lapangan pekerjaan di bukit Holbung. Intinya Menurut saya sudah bagus”.
- 4 Bagaimana peran anda dalam pelestarian objek wisata Bukit Holbung sebagai Tokoh adat daerah ini ?
Jawaban : Sejauh ini saya terlibat dalam kegiatan yang memberi informasi tentang budaya masyarakat yang disini. Jadi norma dan adat istiadat tetap terlindungi dan dihormati masyarakat lokal ataupun pengunjung yang datang ke Bukit Holbung .
- 5 Apa saran, dan kritik sebagai tokoh adat di Desa Hariara Pohan?
Jawaban : “Untuk saran saya mungkin kedepannya, agar lebih memanfaatkan sumber daya yang ada di Desa Hariara Pohan. Supaya bukan hanya Objek wisata Bukit Holbung yang di kembangkan melainkan masi banyak potensi yang ada di Desa Hariara Pohan. Untuk kritik saya, sejauh ini mungkin untuk lahan parkir agar lebih di perluas lagi.

LAMPIRAN 3

DOKUMENTASI WAWANCARA



Wawancara bersama kepala desa Hariara Pohan (Sampe Sihotang) Peneliti (kiri) sedang mewawancarai Informan utama (kanan), mengenai strategi komunikasi BUMDes dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung. Wawancara dilakukan pada di rumah informan utama.



Wawancara bersama pengunjung (Samuel Siregar) Peneliti (kanan) sedang mewawancarai Informan pendukung (kiri), mengenai strategi komunikasi BUMDes dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung. Wawancara dilakukan di salah satu warung yang berada di Bukit Holbung.



Wawancara bersama sekretaris BUMDes Hariara Pohan (Ayu simarmata) Peneliti (kanan) sedang mewawancarai Informan kunci (kiri), mengenai strategi komunikasi BUMDes dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung. Wawancara dilakukan di rumah informan kunci.



Wawancara bersama pengunjung (Herna Simbolon) Peneliti (kiri) sedang mewawancarai Informan pendukung (kanan), mengenai strategi komunikasi BUMDes dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung. Wawancara dilakukan di salah satu warung yang berada di Bukit Holbung.



Wawancara bersama Direktur BUMDes (Alpon Sihotang) Peneliti (kanan) sedang mewawancarai Informan utama (kiri), mengenai strategi komunikasi BUMDes dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung. Wawancara dilakukan di kantor BUMDes Hariara Pohan.



Wawancara bersama pengunjung (Gomos Gultom) Peneliti (kiri) sedang mewawancarai Informan pendukung (kanan), mengenai strategi komunikasi BUMDes dalam pengembangan objek wisata Bukit Holbung. Wawancara dilakukan di salah satu warung yang berada di Bukit Holbung.



Dokumentasi foto Bukit Holbung



Lampiran Surat Pengantar Penelitian Dari Fakultas



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sel Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 015 /FIS.3/01.10/III/2024
Lampiran. : -
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Medan, 21 Maret 2024

Kepada Yth.
Kantor BUMDES Hariara Pohan
Jl. Lumban Gambiri Kec. Hariara Kab. Samosir

Dengan hormat,

Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :

Nama : Bothnego Sihotang
NIM : 208530086
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada Kantor BUMDES Hariara Pohan untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

"Strategi Komunikasi BUMDES Dalam Pengembangan Objek Wisata Bukit Holbung di Desa Hariara Pohan Kabupaten Samosir"

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Dekan

Dr. Walid Musthafa S, S.Sos, M.I.P

Tembusan:

1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip

Lampiran Surat Keterangan Selesai Riset



BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDes)
BUKIT HOLBUNG SIPEGE HARIARAPOHAN
DESA HARIARAPOHAN KECAMATAN HARIAN KABUPATEN SAMOSIR
Partukoan Dusun HSiopat Bahal Kode Pos : 22391

Nomor : 126/2024

SURAT KETERANGAN SELESAI MELAKSANAKAN PENELITIAN

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Alpon Sihotang
Jabatan : Direktur BUMDes Hariarapohan

Menerangkan bahwa

Nama : Bothnego Sihotang
NPM : 208530086
Lokasi : Bukit Holbung, Desa Hariarapohan, Kec. Harian
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI BUMDES DALAM
PENGEMBANGAN OBJEK WISATA BUKIT HOLBUNG DI DESA
HARIARAPOHAN KABUPATEN SAMOSIR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bahwa Mahasiswa tersebut benar telah selesai melaksanakan kegiatan penelitian dan pengambilan data pada tanggal 20 Maret 2024 s/d 05 April 2024 di Desa Hariarapohan.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

