

**PERENCANAAN KOMUNIKASI DISBUDPORAPAR DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA DANAU LINTING
KABUPATEN DELI SERDANG SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

OLEH:

NISA CHAIRANI

208530130



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

MEDAN

2026

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 6/8/26

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

Access From (repositori.uma.ac.id)6/8/26

**PERENCANAAN KOMUNIKASI DISBUDPORAPARDALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA DANAU LINTING
KABUPATEN DELI SERDANG SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

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



NISA CHAIRANI
208530130

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

2026

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 6/8/26

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

Access From (repository.uma.ac.id)6/8/26

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PERENCANAAN KOMUNIKASI DISBUDPORAPAR DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA DANAU LINTING
KABUPATEN DELI SERDANG SUMATERA UTARA**

Nama Mahasiswa : Nisa Chairani

NPM : 208530130

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui oleh:

Dr. Syafrizaldi, S.Psi., M.Psi

Pembimbing

Mengetahui:

Dr. Yurial Arif Lubis, S.Sos., M.IP

Dr. Rehia Karenina Isabella

Barus, S.Sos.M.SP,M.I.KOM

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Ka. Prodi Ilmu Komunikasi

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nisa Chairani

NPM : 208530130

Saya menyatakan, bahwa skripsi yang saya tulis sebagai syarat memperoleh gelar adalah hasil tulisan saya. Terdapat bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari karya lain, sumber lain ditulis dengan jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi lain yang diatur oleh peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari di temukan adanya plagiarisme dalam skripsi ini.



2026

Nisa Chairani
208530130

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

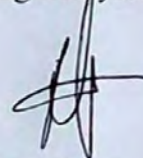
Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nisa Chairani
NPM : 208530130
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak **Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: Perencanaan Komunikasi DISBUDPORAPAR Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Danau Linting Kabupaten Deli Serdang

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 2026
Yang menyatakan

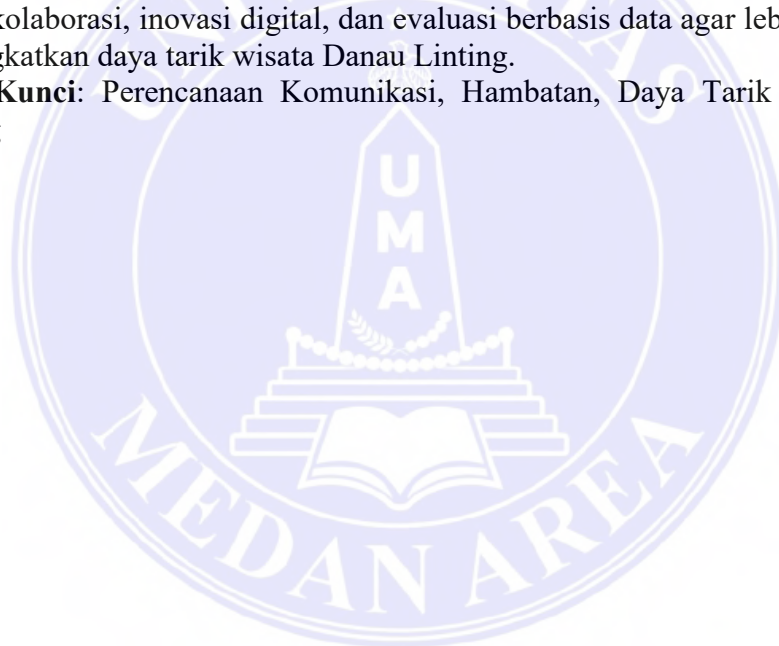


Nisa Chairani
208530130

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Deli Serdang dalam upaya meningkatkan daya tarik wisata Danau Linting. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri dari pejabat Dinas, pengelola wisata, masyarakat sekitar, dan pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan komunikasi DISBUDPORAPARTelah mengikuti lima tahapan perencanaan komunikasi, yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran, dan pelaporan. Namun implementasinya belum optimal karena masih bersifat administratif dan kurang partisipatif. Hambatan komunikasi yang ditemukan meliputi hambatan fisik (infrastruktur dan jaringan), hambatan fisiologis (keterbatasan kemampuan komunikasi digital), hambatan psikologis (rendahnya motivasi dan koordinasi), serta hambatan semantik (perbedaan gaya bahasa). Secara keseluruhan, komunikasi promosi wisata telah berjalan, tetapi perlu penguatan di aspek kolaborasi, inovasi digital, dan evaluasi berbasis data agar lebih efektif dalam meningkatkan daya tarik wisata Danau Linting.

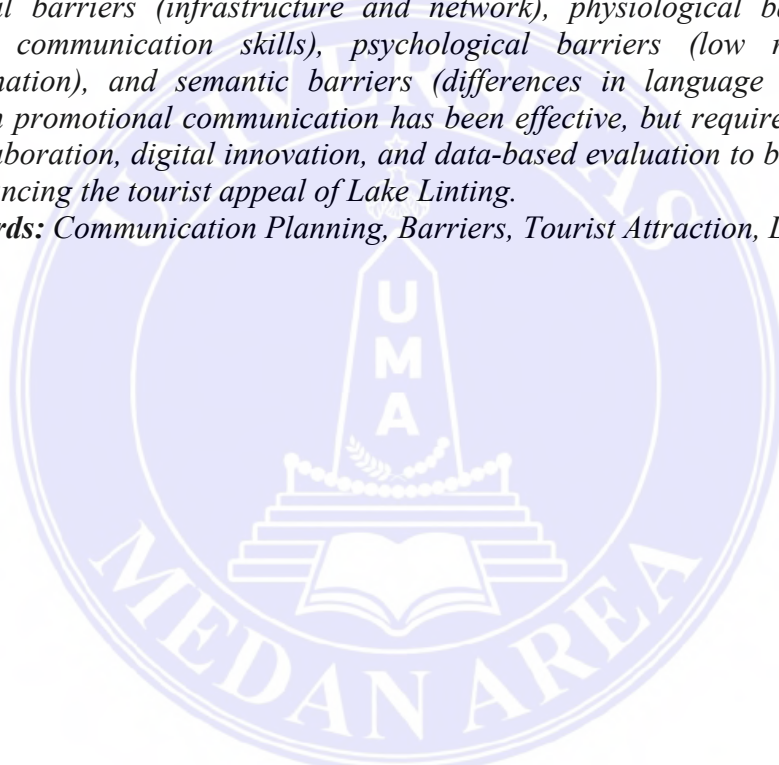
Kata Kunci: Perencanaan Komunikasi, Hambatan, Daya Tarik Wisata, Danau Linting



ABSTRACT

This study aims to analyze the communication planning undertaken by the Deli Serdang Regency Department of Culture, Youth, Sports, and Tourism in an effort to enhance the tourist appeal of Lake Linting. This study used a descriptive qualitative approach. Data were obtained through in-depth interviews and documentation with informants consisting of Department officials, tourism managers, local residents, and visitors. The results indicate that the Department of Culture, Youth, Sports, and Tourism's communication planning has followed the five stages of communication planning: research, planning, implementation, measurement, and reporting. However, its implementation has not been optimal due to its administrative nature and lack of participatory approach. Communication barriers identified include physical barriers (infrastructure and network), physiological barriers (limited digital communication skills), psychological barriers (low motivation and coordination), and semantic barriers (differences in language style). Overall, tourism promotional communication has been effective, but requires strengthening in collaboration, digital innovation, and data-based evaluation to be more effective in enhancing the tourist appeal of Lake Linting.

Keywords: *Communication Planning, Barriers, Tourist Attraction, Lake Linting*



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Pada Tanggal 17 September 2002 dari Bapak Rhonny Haryana Dan Ibu Elvira Indria Astuti merupakan putri tunggal. Penulis pertama kali menempuh Pendidikan Sekolah Dasar Negeri 060820 Medan kota pada tahun 2008 dan selesai pada tahun 2014, Pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan di Sekolah Menengah Pertama di SMP Muhammadiyah 01 pada tahun 2014 dan selesai pada tahun 2017, Pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan di Sekolah Menengah Atas di SMK N 10 Medan dan selesai pada tahun 2020, di tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi. Selama perkuliahan penulis melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) di kantor TVRI Sumatra Utara.

Berkat petunjuk Tuhan Yang Maha Esa, usaha yang disertai doa juga dari kedua orangtua dalam menjalani aktivitas akademik Perguruan Tinggi Swasta Universitas Medan Area, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perencanaan Komunikasi DISBUDPORAPARDalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Danau Linting Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara”

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT., atas rahmat dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyusun proposal skripsi dengan Judul Perencanaan Komunikasi DISBUDPORAPARDalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata (Danau Linting Kabupaten Deli Serdang) Proposal penelitian ini disusun sebagai syarat untuk mencapai Gelar Sarjana.

Penelitian ini merupakan tugas akhir bagi penulis untuk memenuhi persyaratan dalam hal menyelesaikan program sarjana serta mendapatkan gelar sesuai jurusan yang telah diambil dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihakterkait penelitian yang telah memberi dukungan moral dan juga bimbingannya kepada penulis. Ucapan terimakasih ini penulis tujukan kepada:

1. **Pertama kepada mamak saya dan Uwak Asmidar** yang telah memberikan doa, dukungan finansial, serta semangat kepada saya. Terima kasih atas jasa dan support kepada saya, Yang selalu sabar menunggu penantian anaknya yang satu ini lulus.
2. **Bapak Dr. Yurial Arief Lubis, S.Sos., M.IP**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. **Ibu Rehia Karenina Isabella Barus, S.Sos. MSP.**, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. **Bapak Dr. Syafrizaldi, S.Psi., M.Psi** selaku Dosen Pembimbing.
5. **Bapak Khairullah, S.Ikom., M.I.Kom**, selaku Sekretaris.

6. **Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik** serta seluruh -staf administrasi Fakultas ISIPOL Universitas Medan Area.
7. **Kepala Dinas beserta jajaran pegawai di DISBUDPORAPAR Kabupaten Deli Serdang**, yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan selama penelitian.
8. **Pengelola Wisata Danau Linting**, para informan, serta masyarakat sekitar yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
9. **Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2020** yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik, memberikan semangat dan support, dukungan dan kebersamaan yang tak terlupakan,
10. **Untuk teman-teman terdekat ku**, Terima Kasih sudah mau temenin, sudah mau support, mau mengajarkan dan direpotkan oleh saya, mau mendengar keluh kesah saya selama mengerjakan skripsi ini. Terlebih lagi saya sangat berterima kasih kepada Tina (Musang) yang sudah mau menemani saya kemana pun bahkan mau menemani saya ketempat penelitian saya yang jauh sekali. Thank you so much guys i love you
11. **Terakhir, Terima Kasih kepada diri ku sendiri**, karna sudah berhasil sampai dititik ini dititik akhirnya bisa kelar perkuliahan nya, kelar perskripsian nya, walaupun ada nangisnya, ada capeknya,

banyak ngeluhnya tapi ada apa akhirnya sampai juga yaaa... keren karna sudah mau melanjutkan dan akhirnya menyelesaikannya, Jangan biarkan rasa puas diri menjadi pagar yang menghalangi kamu menjelajah dunia yang lebih luas. Setiap hari adalah kesempatan baru untuk lebih baik dari kemarin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi dan pihak-pihak yang membutuhkan

Peneliti mohon maaf jika adanya kesalahan dan kekurangan pada penelitian proposal tersebut, untuk itu kritik dan saran sangat penulis harapkan sebesar mungkin sehingga penelitian tersebut dapat bermanfaat dan berguna untuk kedepannya. Demikian yang dapat penulis sampaikan.

Medan,

2026

Nisa Chairani
208530130

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK.....	i
RIWAYAT HIDUP.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 9
2.1 Komunikasi Pariwisata.....	9
2.2 Perencanaan Komunikasi.....	11
2.2.1 Model Perencanaan Komunikasi.....	15
2.2.2 Tipe Perencanaan Komunikasi.....	18
2.2.3 Tujuan dan Fungsi Perencanaan Komunikasi.....	18
2.2.4 Elemen-elemen dalam Perencanaan Komunikasi.....	20
2.3 Hambatan Komunikasi.....	21
2.3.1 Jenis-Jenis Hambatan dalam Komunikasi Pariwisata.....	23
2.4 Pariwisata dan Pemasaran Destinasi.....	25
2.4.1 Pariwisata.....	25
2.4.2 Faktor Penentu Daya Tarik Wisatawan.....	27
2.5 Peran Dinas Pariwisata.....	29
2.5.1 Strategi Pemasaran oleh Dinas Pariwisata.....	32
2.6 Kerangka Berpikir.....	35
2.7 Penelitian Terdahulu.....	37
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 44
3.1 Metode Penelitian.....	44
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
3.2.1 Waktu Penelitian.....	46

3.2.2 Tempat Penelitian.....	46
3.3 Informan Penelitian.....	46
3.4 Sumber Data.....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6 Teknik Analisis Data.....	49
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	51
BAB VI HASIL PENELITIAN.....	54
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	54
4.1.1. Profil Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata (DISBUDPORAPAR) Kabupaten Deli Serdang.....	54
4.1.2. Deskripsi Lokasi Penelitian: Objek Wisata Danau Linting.....	56
4.2. Karakteristik Informan Penelitian.....	57
4.3. Hasil Penelitian.....	61
4.3.1. Perencanaan komunikasi Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Deli Serdang dalam meningkatkan daya tarik wisata Danau Linting.....	61
4.3.2. Hambatan komunikasi dalam meningkatkan daya tarik pengunjung di wisata danau linting.....	74
4.4. Pembahasan.....	80
4.4.1 Tahap Perencanaan Komunikasi Berdasarkan Model Perencanaan Komunikasi.....	80
4.4.2. Hambatan Komunikasi dalam Pengelolaan Wisata Danau Linting.....	83
BAB V KESIMPULAN.....	86
5.1. Kesimpulan.....	86
5.2. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 2. 2 Tabel Persamaan dan Perbedaan Peneliti Terdahulu.....	39
Tabel 3. 1 Tabel Waktu Penelitian.....	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Danau Linting.....	3
Gambar 1. 2. Kerangka Berpikir.....	35
Gambar 4. 1. Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Deli Serdang.....	54
Gambar 4. 2. Wisata Danau Linting, Deli Serdang.....	56
Gambar 1. Lampiran dokumentasi wawancara bersama bapak Pujian Tarigan.....	100
Gambar 2. Lampiran dokumentasi wawancara bersama ibu Tarida Pardede.....	102
Gambar 3. Lampiran dokumentasi wawancara bersama Risma Tanjung.....	103
Gambar 4. Lampiran dokumentasi wawancara bersama Ade Febriani Tanjung....	104
Gambar 5. Wisata Danau Linting.....	105
Gambar 6. Media Sosial Instagram DISBUDPORAPARDELI SERDANG.....	106
Gambar 7. Media Sosial Facebook DISBUDPORAPARDELI SERDANG.....	106

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Cooper et al (2015), pengembangan pariwisata di suatu daerah harus memiliki dasar perencanaan, pengembangan, dan pengelolaan yang jelas agar potensi yang dimiliki daerah tersebut dapat dipergunakan secara best dengan kerja sama dari berbagai pihak, baik kalangan pengusaha, maupun pihak pemerintahan.

Perkembangan suatu daerah pada dasarnya akan selaras dengan tingkat perkembangan penduduk dan aktivitas ekonominya yang menjadi faktor pendukung pembangunan daerah. Keberadaan objek wisata pada suatu wilayah juga dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), membuka lapangan kerja, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Putri & Wahyuni, 2020).

Oleh sebab itu, keberadaan objek wisata pada suatu daerah akan sangat menguntungkan, karena dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), meningkatkan taraf hidup masyarakat, memperluas kesempatan kerja, meningkatkan rasa cinta lingkungan, dan melestarikan alam dan budaya setempat.

Dalam pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat, keterlibatan masyarakat lokal menjadi faktor yang sangat penting dalam menjaga keberlanjutan destinasi wisata. Salah satu bentuk partisipasi masyarakat dalam sektor pariwisata adalah melalui pembentukan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS).

POKDARWIS merupakan kelompok masyarakat yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab dalam mendukung pengembangan pariwisata di daerahnya, baik

dalam menjaga kebersihan lingkungan wisata, memberikan pelayanan kepada wisatawan, maupun berperan dalam kegiatan promosi destinasi wisata. Keberadaan POKDARWIS juga menjadi jembatan komunikasi antara pemerintah daerah dengan masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi wisata secara partisipatif.

Menurut Cooper et al (2015), pembangunan pariwisata mampu menggairahkan aktivitas bisnis untuk menghasilkan manfaat sosial, budaya, dan ekonomi yang signifikan bagi suatu daerah. Ketika pariwisata direncanakan dengan baik, mestinya akan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pada sebuah destinasi, di mana keberhasilan pariwisata dapat terli.

Provinsi Sumatera Utara dikenal sebagai wilayah yang kaya akan seni budaya, adat istiadat, peninggalan sejarah, serta keindahan alam yang menjanjikan potensi besar untuk pengembangan pariwisata. Salah satu destinasi yang patut dikunjungi adalah Danau Linting. Danau ini terletak di kawasan perbukitan kecil di Desa Sibunga-bunga Hilir, Kecamatan Sinembah Tanjung Muda (STM), Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Area wisata Danau Linting mencakup sekitar 3 hektar, termasuk radius 100 meter dari tepi danau, yang telah resmi ditetapkan sebagai kawasan wisata berdasarkan Surat Keputusan Bupati Kepala Daerah Tingkat II Deli Serdang Nomor 556/272/DS/Tahun 1999. Secara administratif, lokasi ini terdaftar berada di Desa Sibunga-bunga, sebagaimana dicatat oleh Barus pada tahun 2013.

Danau Linting memiliki nilai pariwisata yang tinggi dengan daya tarik pemandangan alam pegunungan yang berpadu dengan air danau berwarna biru jernih. Kombinasi ini menciptakan panorama yang memukau dengan lingkungan

yang sejuk dan menenangkan. Di sekitar tepi danau, tumbuh pohon beringin berukuran besar dan kecil, menambah kesejukan sekaligus menciptakan suasana nyaman untuk bersantai atau menikmati waktu bersama keluarga. Destinasi ini menawarkan pengalaman rekreasi alam yang tak hanya menyegarkan tetapi juga menyenangkan.

Peran POKDARWIS menjadi sangat strategis karena kelompok ini berada langsung di lingkungan destinasi wisata dan memahami kondisi riil di lapangan. POKDARWIS tidak hanya berfungsi sebagai pengelola lapangan, tetapi juga sebagai aktor komunikasi pariwisata yang membantu menyampaikan informasi kepada wisatawan serta mempromosikan potensi wisata melalui berbagai media, termasuk media sosial dan jaringan komunitas wisata. Menurut penelitian terbaru, partisipasi aktif masyarakat melalui kelompok sadar wisata dapat meningkatkan keberlanjutan destinasi wisata sekaligus memperkuat identitas lokal serta pengalaman wisata yang autentik bagi wisatawan (Kurniawan & Pratama, 2021).



gambar 1. 1. *Danau Linting*

Sumber: Peneliti, 2026

Wisatawan yang ingin mengunjungi Danau Linting diharapkan untuk tetap mematuhi aturan dan norma-norma masyarakat setempat. Selain itu, para pengunjung juga harus ekstra hati-hati saat berenang di danau ini, mengingat kedalamannya yang hingga kini belum terukur pasti. Demi keselamatan, wisatawan dilarang berenang terlalu jauh ke tengah danau. Sebelumnya, seorang peneliti asing mencoba mengukur kedalaman Danau Linting secara manual dengan menggunakan benang. Meskipun sudah menggunakan tiga gulungan benang sepanjang 100 meter, dasar danau tetap tidak tersentuh.

Warga sekitar meyakini bahwa Danau Linting menyerupai sumur dengan kedalaman yang sangat besar. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (DISBUDORAPAR) Kabupaten Deli Serdang memiliki peran penting dalam pengelolaan serta pengembangan berbagai destinasi wisata di wilayahnya. Selain mengurus tempat wisata alam seperti Air Terjun Pelagi, Hillpark Sibolagit, The Le Hu Garden, dan Goa Er Gendang, DISBUDPORAPAR juga bertanggung jawab atas pengelolaan Danau Linting. Dalam kajian ini, fokus penelitian diarahkan pada potensi wisata Danau Linting yang menjadi salah satu destinasi menarik di Sumatera Utara.

Danau Linting merupakan kawasan wisata yang unik, mencakup area sekitar 3 hektare dengan lokasi berada di tiga desa, yakni Sibunga-bunga, Durian IV Mbelang, dan Gunung Manumpak di Kecamatan STM Hulu, Kabupaten Deli Serdang. Jaraknya sekitar 2 jam perjalanan dari Kota Medan. Danau ini memiliki daya tarik berupa airnya yang memancarkan keindahan warna biru kehijauan. Baik wisatawan lokal maupun mancanegara sering mengunjungi danau ini untuk menikmati suasana alamnya.

Danau Linting sendiri merupakan kawah hasil retakan dari peristiwa vulkanik di masa lampau. Uniknya, air panas di danau ini tidak berbau belerang, menjadikannya nyaman untuk berenang atau sekadar merendam tubuh. Meski demikian, pengunjung tetap disarankan berhati-hati karena kedalaman danau yang belum diketahui dengan pasti membuat aktivitas seperti berenang berisiko tinggi. Menurut Swarbrooke (1996), pengembangan pariwisata adalah proses yang bertujuan mengintegrasikan sumber daya wisata dengan berbagai aspek eksternal secara harmonis. Namun, wilayah sekitar Danau Linting menghadapi tantangan berat akibat kurangnya rencana pengembangan yang konkret serta minimnya keterlibatan masyarakat setempat.

Hal ini dapat mengancam kelestarian kawasan wisata sekaligus membuat masyarakat kehilangan potensi manfaat ekonomi, sosial, maupun budaya. Keistimewaan Danau Linting terletak pada keunikan warna biru jernih airnya dan suhu air yang hangat. Selain itu, suasananya yang asri dan lingkungannya yang bersih menjadikan danau ini tempat yang cocok untuk berwisata bersama keluarga. Sayangnya, pengunjung tidak dianjurkan berenang terlalu jauh ke tengah karena risiko keamanan akibat kedalaman yang belum diketahui. Namun demikian, penelitian lapangan menemukan beberapa kendala dalam pengelolaan Danau Linting.

Masalah teknis seperti gangguan sistem perpipaan menyebabkan kamar mandi sering kali kehabisan air, sehingga memberikan kesan kurang memuaskan kepada para pengunjung. Fasilitas pendukung lainnya, seperti spot foto favorit, juga mulai kurang menarik. Selain itu, pihak dinas terkait dinilai kurang aktif dalam mempromosikan destinasi ini melalui pembaruan informasi di situs web resmi

maupun media sosial, sehingga banyak calon wisatawan tidak mendapatkan informasi terbaru. Hal ini menyebabkan minat kunjungan terhadap Danau Linting menurun drastis dibandingkan beberapa tahun sebelumnya. Minimnya komunikasi antara Dinas Pariwisata dengan masyarakat sekitar juga berdampak pada kurang terpaparnya Danau Linting di mata khalayak umum. Sebagian masyarakat bahkan tidak tahu apakah objek wisata ini masih beroperasi atau sudah tutup. Ketidakpastian informasi semacam ini menimbulkan kebingungan dan menurunkan minat kunjungan. Meski demikian, pengelola telah berupaya melakukan berbagai pembaruan untuk mengembangkan potensi wisata Danau Linting agar dapat kembali menjadi daya tarik utama bagi para wisatawan.

Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Deli Serdang adalah rencana pembangunan pariwisata daerah yang berlaku dari tahun 2016 hingga 2025. Tujuannya adalah mengembangkan potensi wisata lokal dengan memperhatikan warisan budaya dan kearifan masyarakat setempat. Namun, tampaknya pihak dinas terkait tidak responsif atau bahkan mengabaikan potensi wisata tersebut. Keindahan Danau Linting yang sangat menakjubkan terlihat seperti tersembunyi dan belum banyak diketahui oleh masyarakat.

Perencanaan adalah salah satu tugas utama dalam manajemen, karena tanpa perencanaan, tugas-tugas lain seperti mengorganisir, mengarahkan, dan mengontrol tidak akan bisa berjalan dengan baik. Perencanaan adalah tahapan yang sangat penting, terutama ketika menghadapi perubahan lingkungan yang selalu berubah-ubah. Oleh karena itu, sebuah perencanaan memerlukan cara yang masuk akal dan teratur agar semua pekerjaan dalam organisasi berjalan tertuju dan terkoordinasi, serta memudahkan tindakan perbaikan jika ada hambatan yang terjadi.

Menurut Hanggie Canggara, model perencanaan terdiri dari 5 tahap yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran, dan pelaporan. Dalam lima tahapan tersebut, model tersebut terkait dengan analisis SWOT, yang menjelaskan komponen kekuatan dan kelemahan yang ada di bidang DISBUDPORAPAR. Model ini akan meneliti cara Perencanaan Komunikasi DISBUDPORAPARDalam meningkatkan daya tarik wisata Danau Linting di Kabupaten Deli Serdang yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan.

Peneliti memilih lokasi wisata tersebut sebagai bahan penelitian karena terdapat perbedaan antara potensi wisata yang unik dan menarik dengan jumlah pengunjung yang masih rendah. Kondisi ini langsung memengaruhi sektor ekonomi lokal, terutama para pelaku usaha kecil menengah di sekitar area tersebut yang mengalami penurunan penghasilan. Selain itu, ada tanda-tanda bahwa pengelolaan tidak berjalan optimal, seperti fasilitas dan infrastruktur yang kurang dirawat serta akses ke lokasi yang masih melalui jalan berbatu, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi pengembangannya.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian berfokus kepada Perencanaan Komunikasi DISBUDPORAPARDalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Danau Linting Kabupaten Deli Serdang dan Apa saja hambatan komunikasi yang terjadi dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Danau Linting Kabupaten Deli Serdang)

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang akan di angkat yaitu:

1. Bagaimana Perencanaan Komunikasi DISBUDPORAPARDalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Danau Linting Kabupaten Deli Serdang.

2. Apa saja hambatan komunikasi yang terjadi dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Danau Linting Kabupaten Deli Serdang)

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui Bagaimana Perencanaan Komunikasi DISBUDPORAPARDalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Danau Linting Kabupaten Deli Serdang.
2. Untuk mengetahui Apa saja hambatan komunikasi yang terjadi dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Danau Linting Kabupaten Deli Serdang)

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, Penelitian ini dapat membantu Dinas Pariwisata untuk memahami metode komunikasi yang efektif dalam mempromosikan Danau Linting kepada wisatawan potensial. Hal ini meliputi penggunaan *media sosial*, pemasaran digital, brosur, dan kampanye promosi lainnya yang dapat menjangkau target pasar yang lebih luas.
2. Dengan pada komunikasi yang efektif, Dinas Pariwisata dapat memperbaiki layanan dan fasilitas yang tersedia di Danau Linting. Ini mencakup peningkatan kualitas pengalaman wisatawan, pengelolaan destinasi secara berkelanjutan, serta perlindungan terhadap kelestarian lingkungan dan budaya sosial.

3. Melalui penelitian ini, Dinas Pariwisata dapat mengevaluasi dan mengukur efektivitas dari berbagai strategi komunikasi yang mereka terapkan. Hal ini memungkinkan mereka untuk melakukan penyesuaian dan perbaikan berkelanjutan terhadap program promosi dan komunikasi mereka.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata adalah suatu aktivitas manusia dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan ke suatu daerah maupun objek wisata yang akan dikunjungi wisatawan sambil menikmati perjalanan dari suatu objek wisata ke objek wisata lain, agar wisatawan tertarik dan sampai pada suatu tindakan untuk mengunjungi (Paramita, 2017).

Ilmu komunikasi terus berkembang seiring berjalannya waktu, dan penerapannya dalam berbagai bidang lain juga terus diperluas, salah satunya adalah di bidang pariwisata. Komunikasi pariwisata adalah bagian dari pengembangan ilmu komunikasi yang fokus pada bidang pariwisata. Hal ini bisa terjadi karena pariwisata memiliki kemungkinan menjadi salah satu cara untuk berkomunikasi.

Komunikasi pariwisata adalah cara untuk menyampaikan atau meneruskan makna dari seseorang ke orang lain, yang terjadi ketika seseorang melakukan perjalanan dengan tujuan berlibur. Ketika seseorang sedang melakukan kegiatan wisata, maka orang tersebut pergi bepergian ke berbagai tempat dan bertemu dengan berbagai orang. Ketika pertemuan itu berlangsung, pada saat itu juga terjadi komunikasi antara para wisatawan dengan penduduk setempat. Melalui komunikasi yang terjadi, kedua pihak belajar tentang budaya masing-masing dan mulai memahami serta menghargai perbedaan budaya yang ada. (Prof. Burhan Bungin, 2015)

Istilah komunikasi pariwisata muncul karena gabungan antara ilmu komunikasi dan pariwisata. Komunikasi di sini dipelajari dari pendekatan biologis,

sedangkan pariwisata adalah bidang yang melahirkan istilah tersebut. Menurut Bungin (2015), ilmu komunikasi memberikan beberapa teori komunikasi, seperti komunikasi persuasif, komunikasi massa, komunikasi personal, dan komunikasi kelompok. Sementara itu, pariwisata memberikan teori yang terus berkaitan dengan studi tentang pemasaran pariwisata, destinasi wisata, aksesibilitas destinasi, sumber daya manusia, serta lembaga pariwisata. Komunikasi dalam bidang pariwisata sebenarnya hampir sama dengan proses komunikasi biasa.

Dalam komunikasi pariwisata, juga ditekankan pada elemen komunikator sebagai pihak yang mengirimkan pesan. Pihak yang bertindak sebagai komunikator adalah lembaga, perusahaan, atau pihak yang membuat pesan dan menyampaikan informasi terkait pariwisata. Lalu, elemen pesan dalam konteks pariwisata adalah informasi yang berkaitan langsung dengan pariwisata itu sendiri. Komunikasi dalam komunikasi pariwisata merujuk pada orang-orang atau masyarakat umum yang menerima pesan tentang pariwisata dari pihak yang menyampaikan pesan tersebut (Sitepu dan Sabrin, 2020).

Pengembangan tempat berwisata selalu terkait erat dengan komunikasi pariwisata. Hal ini karena destinasi wisata harus disampaikan dan diinformasikan kepada wisatawan agar bisa membuat mereka tertarik untuk berkunjung ke tempat tersebut. Secara umum, pembangunan tempat wisata memiliki peran penting dalam menjaga warisan budaya, kearifan lokal, dan lingkungan alam yang masih terjaga (Yasir, 2021). Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk meningkatkan jumlah kunjungan, tetapi juga bertujuan agar terjadi interaksi atau pertukaran informasi antara bisnis dengan pelanggan potensial. Komunikasi ini dirancang agar efektif dan memberikan kepuasan dalam proses pertukaran informasi, serta mengetahui

apakah pelanggan potensial akan membeli, membeli kembali, atau tidak membeli kembali.

Komunikasi dalam bidang pariwisata yang lebih dalam tidak hanya melibatkan pertukaran informasi antara pengelola wisata dan pengunjung, tetapi juga mencakup komunikasi dengan pihak-pihak terkait. Hal ini bertujuan untuk mendorong pembentukan platform big data dan pertukaran ide yang aktif melalui penerapan jaringan. Sehingga komunikasi antara pengelola wisata dengan pengunjung, mitra, investor, serta pihak pembuat kebijakan dapat berlangsung secara bersamaan (Akbar dan Farid, 2024). Komunikasi pariwisata memang sangat penting dalam mempromosikan identitas (Budyanto, 2010). Masyarakat suku Batak dikenal memiliki budaya yang kuat dan kaya. Kepribadian tersebut disampaikan dengan bahasa yang ramah, santun, dan penuh persahabatan sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung.

Poin penting dalam penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana komunikasi antara dinas pariwisata dan pengelola Danau Linting telah berlangsung. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas komunikasi yang telah dilakukan, apakah telah sesuai dengan rencana yang ditetapkan atau terdapat hambatan dalam prosesnya.

2.2 Perencanaan Komunikasi

Perencanaan komunikasi adalah sebuah penjelasan tertulis yang menjelaskan langkah-langkah apa saja yang akan diambil atau harus dilakukan dalam suatu kegiatan komunikasi agar dapat mengubah perilaku seseorang sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Perencanaan komunikasi adalah proses mengalokasikan sumber daya komunikasi agar mencapai tujuan organisasi, yang mencakup semua sumber

daya yang digunakan dalam kegiatan yang dirancang untuk mengubah cara berperilaku (Cangara, 2014).

Perencanaan termasuk dalam bagian manajemen, sementara konsep komunikasi dianggap sebagai suatu proses penyebaran serta pertukaran informasi. Meskipun kedua konsep ini memiliki perbedaan yang jelas terutama dari dua penelitian yang berbeda. Namun kedua konsep tersebut bisa digabungkan menjadi satu penelitian khusus dalam studi komunikasi, yang bisa diterapkan di berbagai bidang seperti penyebaran informasi, meningkatkan kesadaran masyarakat, pemasaran, penyelesaian krisis, dan lain sebagainya (Perwirawati dkk, 2022). Perencanaan komunikasi digunakan untuk mewujudkan berbagai program yang ingin dicapai, seperti kegiatan kampanye, penyuluhan, pencitraan, pemasaran sosial dan komersial, serta pembangunan infrastruktur komunikasi.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menjelaskan apa saja kegiatan yang perlu dilakukan dalam hal komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Program komunikasi itu bertujuan untuk mengetahui siapa saja sasaran yang dituju, alat apa saja yang digunakan, serta berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan tersebut, serta mengetahui hasil yang diperoleh agar bisa digunakan sebagai bahan evaluasi. Artinya, perencanaan komunikasi sangat penting dan memiliki peran besar dalam membantu organisasi atau lembaga mencapai tujuannya (Perwirawati, dkk 2022).

Perencanaan komunikasi untuk menyampaikan pernyataan tertulis mengenai serangkaian langkah-langkah yang akan diambil atau harus dilakukan dalam suatu kegiatan komunikasi agar dapat menciptakan perubahan perilaku sesuai dengan

tujuan yang diharapkan. Perencanaan komunikasi adalah hal penting yang harus dilakukan dalam kegiatan komunikasi sosial, terutama untuk memperkenalkan atau mempromosikan produk. Setelah memahami cara merencanakan dan bagian-bagian komunikasi dalam sebuah organisasi, bisa ditemukan beberapa hal yang mungkin menjadi persoalan dalam merencanakan komunikasi. Menurut Wahyudi (2010), dalam merancang sebuah komunikasi, kita harus teliti dan tepat dalam menentukan siapa yang berbicara, apa yang disampaikan, kepada siapa, dan melalui media apa.

Menurut Robin Mehall (dalam Amir 2020), perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menjelaskan apa saja yang perlu dilakukan terkait komunikasi dalam mencapai tujuan, bagaimana cara mewujudkannya agar tujuan tersebut tercapai, siapa saja yang menjadi target dari program komunikasi tersebut, alat apa saja yang digunakan, serta dalam waktu berapa lama hal itu bisa dicapai. Selain itu, perencanaan ini juga menjelaskan bagaimana cara mengukur hasil atau dampak dari program komunikasi tersebut.

Menurut (Soleh 2010), perencanaan membutuhkan pemikiran. Membuat rencana untuk program jangka pendek yang bertujuan mempromosikan pelayanan baru mungkin tidak terlalu rumit dan memakan waktu dibandingkan dengan merencanakan kampanye jangka panjang yang bertujuan mendapatkan dukungan untuk suatu isu kebijakan publik. Meskipun setiap kasus perencanaan harus mencakup tujuan yang jelas untuk mencapai tujuan organisasi, cara strategis untuk mencapai tujuan tersebut, langkah-langkah konkret untuk mewujudkan strategi, serta cara mengukur hasil untuk menentukan langkah-langkah mana yang akan digunakan.

Menurut John Middleton (dalam Saefudin, A. 2022), perencanaan komunikasi adalah cara mengatur sumber daya komunikasi agar tujuan organisasi dapat tercapai. Sumber daya tersebut bukan hanya mencakup media massa dan komunikasi langsung antar orang, tetapi juga setiap kegiatan yang dirancang untuk mengubah perilaku serta mengembangkan keterampilan tertentu pada individu maupun kelompok dalam tugas-tugas yang diberikan oleh organisasi.

Perencanaan komunikasi sangat penting dalam sebuah organisasi karena berperan sebagai panduan strategis dalam menjalankan program komunikasi. Menurut (Cutlip, Center, dan Broom dalam Ardiansyah 2024), perencanaan komunikasi adalah langkah pertama yang sangat penting untuk menentukan apakah suatu program komunikasi organisasi berhasil atau tidak. Dengan perencanaan yang baik, organisasi bisa mengatur sumber daya dengan lebih efisien, memastikan semua tujuan menjadi satu, serta mengurangi hambatan yang mungkin mengganggu pelaksanaan program komunikasi tersebut.

Perencanaan yang baik, termasuk perencanaan komunikasi, adalah perencanaan yang benar-benar bisa digunakan sebagai pedoman yang membantu memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan. Mengapa demikian? Karena tidak pasti bahwa orang-orang yang ikut dalam merencanakan suatu proyek komunikasi pasti juga yang menjalankannya, dan sebaliknya, orang yang menjalankan kegiatan komunikasi mungkin saja tidak terlibat dalam proses merencanakannya. Oleh karena itu, kegiatan perencanaan dan kegiatan pelaksanaan bisa menjadi dua kegiatan (proyek) yang berdiri sendiri, meskipun keduanya berada dalam satu naungan proyek yang sama, agar lebih mudah dipahami (Hafied Cangara 2013).

Sehingga berdasarkan beberapa definisi di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa perencanaan komunikasi adalah sebuah proses yang terstruktur untuk merancang, mengatur, dan melaksanakan kegiatan komunikasi yang efektif. Tujuan utama dari perencanaan komunikasi adalah untuk mencapai tujuan spesifik, apakah dalam konteks bisnis, organisasi, atau kegiatan sosial tertentu. Perencanaan komunikasi adalah hal pokok yang dibutuhkan dalam suatu kegiatan komunikasi sosial, terutama untuk memperkenalkan atau mempromosikan produk. Setelah memahami cara membuat rencana dan komponen-komponen komunikasi dalam sebuah organisasi, bisa ditemukan beberapa hal yang bisa menjadi hambatan dalam proses perencanaan komunikasi Hafied Cangara (2014)

Meskipun ada beberapa perbedaan dalam tahapan perencanaan, secara umum model-model perencanaan komunikasi yang telah dijelaskan memiliki banyak kesamaan dasar. Model perencanaan dimulai dengan disain, yang secara spesifik menggambarkan hal-hal sebagai berikut, menurut Assifi dan French, (dalam Dhya 2020)

- a) Masalah yang dihadapi
- b) Siapa yang menjadi khalayak
- c) Apa tujuan yang hendak dicapai
- d) Pendekatan yang digunakan
- e) Pengembangan pesan
- f) Metode/saluran yang digunakan
- g) Evaluasi dari pelaksanaannya

2.2.1 Model Perencanaan Komunikasi.

Model perencanaan komunikasi yang dikembangkan oleh Ronald D. Smith (2005) adalah salah satu yang paling populer dan banyak digunakan dalam praktik public relations dan komunikasi strategis. Model ini dikenal sebagai

model perencanaan strategis dengan 4 fase dan 9 langkah yang sistematis, yang mengarahkan proses perencanaan komunikasi dari riset awal hingga evaluasi hasil.

Model ini menekankan pentingnya riset di awal dan evaluasi di akhir, sehingga proses komunikasi bersifat siklis dan adaptif terhadap perubahan situasi. Model ini juga dikenal dengan singkatan RACE (*Research, Action, Communication, Evaluation*) yang memudahkan pemahaman tahapan perencanaan komunikasi strategis.

Model lima langkah Hafied Cangara (2013) adalah pendekatan sistematis dalam perencanaan komunikasi, mulai dari riset, perencanaan strategi, implementasi, evaluasi hasil, hingga pelaporan. Model ini membantu memastikan komunikasi berjalan secara efektif, efisien, dan mampu menghasilkan perubahan yang diharapkan pada khalayak sasaran.

Model Perencanaan Komunikasi Lima Langkah

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, diperlukan proses perencanaan strategi yang teratur dan terorganisir. Menurut Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul "Perencanaan dan Strategi Komunikasi", ia menjelaskan bahwa proses perencanaan komunikasi terdiri dari lima tahap, yaitu [1] Penelitian, [2] Perencanaan, [3] Pelaksanaan, [4] Evaluasi, dan [5] Pelaporan (Hafied Cangara, 2013).

a. Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami permasalahan yang dihadapi oleh suatu lembaga atau instansi. Masalah bisa muncul dalam bentuk wabah penyakit yang menyerang kelompok masyarakat tertentu, penurunan jumlah penjualan, ketidakpercayaan antar instansi, dan berbagai hal lainnya..

b. Perencanaan

Perencanaan adalah langkah yang dilakukan setelah mendapatkan hasil dari penelitian. Perencanaan yang dimaksud adalah perencanaan komunikasi. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi dalam memilih atau menentukan sumber, pesan, media, target, serta efek yang diharapkan.

c. Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah tindakan yang dilakukan untuk mewujudkan rencana komunikasi yang telah disusun sebelumnya. Pelaksanaan bisa dilakukan dengan cara menonton di televisi, wawancara melalui radio, memasang iklan di koran, membagikan stiker kepada orang yang dituju, serta mengirimkan tim penyuluhan untuk bertemu langsung dengan komunitas di lokasi yang dituju.

d. Pengukuran

Pengukuran dilakukan agar bisa mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang sudah dilakukan. Misalnya, apakah media yang digunakan berhasil menjangkau sasaran yang dituju, apakah pesan yang disampaikan mudah dipahami oleh para penerima, serta apa saja tindakan yang dilakukan oleh masyarakat setelah mereka menerima dan memahami informasi tersebut.

e. Pelaporan

Pelaporan merupakan tindakan terakhir dalam proses perencanaan komunikasi yang sudah dilakukan. Laporan sebaiknya ditulis secara tertulis dan diberikan kepada pimpinan kegiatan agar bisa digunakan sebagai acuan pertimbangan. Jika hasil laporan tersebut positif dan berhasil, maka bisa dijadikan dasar untuk program-program selanjutnya.

2.2.2 Tipe Perencanaan Komunikasi

Menurut Zulkarimein Nasution (dalam Dyna Mardhyah Salsabila, D. 2022)

Perencanaan komunikasi pada dasarnya dapat dibedakan atas dua tipe, yakni

- a. Perencanaan komunikasi strategi menurut Allan Hancock adalah bentuk komunikasi yang didasarkan pada kebijaksanaan dalam merencanakan berbagai pilihan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Menjadi dasar untuk merencanakan kegiatan operasional dalam jangka waktu yang singkat. Perencanaan strategis dibuat melalui target yang diukur dengan cara-cara yang teratur untuk mencapai tujuan yang diinginkan berdasarkan kebijaksanaan dalam komunikasi.
- b. Menurut Onong Uchjana Effendy (dalam MR Indrasastria, Dkk 2023), perencanaan komunikasi operasional adalah perencanaan komunikasi yang berorientasi pada tindakan (*action oriented*), yaitu perencanaan yang diwujudkan dalam bentuk aktivitas-aktivitas komunikasi yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu.

2.2.3 Tujuan dan Fungsi Perencanaan Komunikasi

Berbagai ahli komunikasi menekankan bahwa perencanaan komunikasi tidak hanya berperan dalam mengatur penyampaian pesan, tetapi juga dalam menyelaraskan strategi komunikasi dengan visi organisasi, karakteristik audiens, serta dinamika lingkungan internal dan eksternal organisasi, Cutlip, Center, & Broom, 2006; (dalam S Akib, 2025). Oleh karena itu, pemahaman mengenai tujuan perencanaan komunikasi menurut para ahli menjadi penting untuk memberikan landasan teoritis yang kuat dalam menganalisis efektivitas suatu program komunikasi. Berikut beberapa tujuan perencanaan komunikasi menurut para ahli;

- a Perencanaan komunikasi bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas komunikasi organisasi berjalan secara terarah, efektif, dan selaras dengan tujuan strategis organisasi. Menurut Cutlip, Center, dan Broom (dalam IR, Aryani 2025), tujuan utama perencanaan komunikasi adalah untuk membantu organisasi mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pengelolaan pesan, media, dan sumber daya komunikasi secara sistematis dan terencana.
- b Menurut Smith (dalam F ummi Z, 2025), perencanaan komunikasi bertujuan untuk mengidentifikasi tujuan komunikasi yang jelas, menentukan audiens sasaran yang tepat, serta merancang strategi dan taktik komunikasi yang efektif sehingga pesan organisasi dapat diterima, dipahami, dan menghasilkan dampak yang diharapkan.
- c Selanjutnya, Cornelissendalam S Akib 2020), menyatakan bahwa tujuan perencanaan komunikasi adalah menciptakan konsistensi pesan dan keselarasan antara identitas, citra, dan reputasi organisasi. Dengan perencanaan komunikasi yang baik, organisasi mampu membangun kepercayaan publik dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan para pemangku kepentingan.
- d Menurut Effendy (dalam AP Khandias 2024), perencanaan komunikasi bertujuan untuk mengarahkan proses penyampaian pesan agar dapat memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku khalayak sasaran sesuai dengan tujuan yang diinginkan oleh komunikator. Hal ini menegaskan bahwa perencanaan komunikasi tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif.

- e Selain itu, Rogers dan Storey (dalam A Nurdin 2020) menjelaskan bahwa tujuan perencanaan komunikasi adalah untuk mengurangi ketidakpastian dan hambatan dalam proses komunikasi dengan cara mengantisipasi potensi masalah, memilih saluran komunikasi yang tepat, serta menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens.
- f Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tujuan perencanaan komunikasi menurut para ahli meliputi pencapaian tujuan organisasi, efektivitas penyampaian pesan, konsistensi komunikasi, pengaruh terhadap audiens, serta pengurangan hambatan dalam pelaksanaan program komunikasi, Cutlip et al., 2006; Smith, 2017 (dalam A Janjani 2024).

2.2.4 Elemen-elemen dalam Perencanaan Komunikasi

Elemen utama dalam perencanaan komunikasi terdapat empat macam elemen, yaitu: (dalam Purba, C. H. 2025)

- a Tujuan (*Objective*) yaitu kondisi masa depan yang akan dicapai
- b Aksi (*Action*) yaitu serangkaian kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan.
- c Sumber daya (*Resouces*) yaitu hal-hal yang dibutuhkan dalam melaksanakan aksi.
- d Pelaksanaan (*Implementation*) yaitu tata cara dan arah pelaksanaan kegiatan.

Untuk menunjang keberhasilan perencanaan komunikasi, maka perlu dipahami elemen-elemen yang terdapat dalam komunikasi menurut Y Oktariana (dalam M Rasyidin, 2021) antara lain:

- a Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan

- b Pesan adalah ide atau informasi yang disampaikan
- c Media adalah sarana komunikasi
- d Komunikan adalah sasaran atau pihak yang menerima pesan
- e Umpan balik adalah respon dari komunikan terhadap pesan yang diterimanya.

2.3 Hambatan Komunikasi

Noise Of Communication adalah proses berkomunikasi di mana terkadang dalam penyampaian pesan terdapat hambatan atau gangguan yang menghalangi informasi berpindah dengan lancar dari sumber ke penerima. Gangguan dalam sistem komunikasi ini menyebabkan pesan yang disampaikan berbeda dengan pesan yang diterima, dan hal ini bisa terjadi karena kesalahan dari komunikator, komunikan, pesan itu sendiri, atau media pengirimannya, yang akhirnya membuat makna pesan menjadi berkurang. Beberapa hal dapat mengganggu proses komunikasi (Rahma, S. 2021). Menurut Effendi (2003), beberapa ahli komunikasi mengatakan bahwa tidak mungkin seseorang melakukan komunikasi yang benar-benar efektif. Ada banyak hambatan yang dapat merusak komunikasi.

Menurut De Vito (dalam Yusaputra 2024) menyatakan bahwa hambatan komunikasi memiliki pengertian bahwa segala sesuatu yang dapat mendistorsi pesan, hal apapun yang menghalangi penerima pesan. Ada empat bentuk hambatan komunikasi menurut Devito (dalam Timotius Christianto Chandra 2015)

- a Hambatan Fisik (*Physical Barriers*) Segala aktivitas eksternal yang mengganggu pesan di antara komunikator dan komunikan.
- b Hambatan Fisiologis (*Physiological Barriers*) Hambatan fisiologis berkaitan dengan kondisi fisik penerima pesan yang dapat mengganggu proses penerimaan pesan.

- c Hambatan Psikologis (*Psychological Barriers*) Hambatan psikologis berkaitan dengan faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi cara seseorang menerima dan menafsirkan pesan.
- d Hambatan Semantik (*Semantic Barriers*) Hambatan semantik berkaitan dengan penggunaan bahasa yang tidak tepat atau ambigu.

Menurut Shannon dan Weaver 1949 (dalam Dewanti, N. K. T. P. 2021). Hambatan komunikasi terjadi jika terdapat intervensi terhadap salah satu komponen komunikasi, sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif.

Menurut Devito (2011) Hambatan komunikasi adalah segala sesuatu yang mengganggu alur komunikasi, yang mengakibatkan pesan tidak sampai dengan jelas kepada penerima. Dalam konteks pariwisata, hal ini bisa sangat krusial karena komunikasi memiliki peran penting dalam promosi, pelayanan, penyampaian informasi budaya, serta membangun kesan positif terhadap destinasi wisata.

Hambatan komunikasi merupakan gangguan komunikasi dalam proses menyampaikan informasi atau pesan yang dapat menghalangi kelancaran proses penyampaian dari sumber kepada penerima pesan. Terdapat banyak gangguan (noise) dalam proses komunikasi sehingga informasi tidak tepat sasaran. Sesuatu yang dapat mempengaruhi proses komunikasi dapat diartikan sebagai gangguan atau hambatan dalam komunikasi. Dengan kata lain, hambatan yang ada dalam komunikasi dapat mendistorsi pesan serta segala sesuatu yang menghalangi komunikasi dalam menerima informasi atau pesan. Sedangkan menurut De Vito, noise atau kendala dalam komunikasi diartikan secara teknik. Menurutnya, segala sesuatu yang dapat merubah pesan serta menghalangi penerima untuk menerima pesan disebut hambatan komunikasi. (dalam Sry Ayu, Dkk. 2020)

2.3.1 Jenis-Jenis Hambatan dalam Komunikasi Pariwisata

Dalam konteks pariwisata, hambatan komunikasi menjadi lebih kompleks karena melibatkan interaksi lintas budaya, kepentingan multiaktor, serta penggunaan berbagai media komunikasi modern. Lebih lanjut, Yurkova (dalam Kusumajanti, Dkk 2025) menegaskan bahwa komunikasi pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan citra destinasi dan pengalaman wisatawan. Oleh karena itu, hambatan komunikasi dalam sektor pariwisata dapat berdampak langsung pada menurunnya kualitas pelayanan, efektivitas promosi, serta partisipasi masyarakat dalam pengembangan destinasi. Berdasarkan berbagai literatur dan penelitian terdahulu, hambatan komunikasi pariwisata dapat diklasifikasikan sebagai berikut: Samovar (dalam Safitri, Dkk 2024)

a. Hambatan Bahasa dan Budaya

Perbedaan bahasa antara wisatawan dan masyarakat lokal, serta ketidakakraban turis asing dengan budaya setempat, sering menghambat komunikasi efektif. Hal ini menyebabkan miskomunikasi, kurangnya pemahaman tentang tata cara lokal, dan kesulitan dalam promosi destinasi ke pasar global. Kesulitan memahami informasi layanan, petunjuk arah, atau informasi budaya. (Yurkova 2025)

b. Keterbatasan Pengetahuan dan Kapasitas Pengelola

Minimnya pemahaman pengelola destinasi wisata tentang komunikasi pemasaran, teknik promosi digital, dan manajemen *media sosial* menjadikan promosi tidak optimal. Pengelola seringkali belum profesional dalam

menyusun materi promosi yang relevan bagi calon wisatawan, baik lokal maupun internasional. (Yurkova 2025)

c. Konflik Internal dan Eksternal Pengelolaan

Konflik antar pemangku kepentingan seperti pemerintah, kelompok masyarakat, dan swasta menyebabkan komunikasi tidak harmonis. Contohnya, konflik kepentingan antara kelompok masyarakat, ketidakpuasan atas pembagian retribusi, serta birokrasi yang rumit di tingkat pemerintah dapat menghambat kolaborasi dan inovasi pengembangan wisata (Ai Yulianti and Hasim Hasim 2024)

d. Kurangnya Kesadaran dan Partisipasi Masyarakat

Rendahnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya pariwisata berkelanjutan dan partisipasi aktif dalam promosi menjadi penghambat besar. Edukasi yang minim soal pemanfaatan *media sosial* dan pelibatan masyarakat dalam pengembangan destinasi juga memperlambat pertumbuhan sektor wisata (Akbar and Farid 2024)

e. Permasalahan Infrastruktur dan Implementasi Kebijakan

Kesenjangan antara ekspektasi dan realita, misalnya infrastruktur yang tidak memadai, pelayanan yang belum profesional, serta kebijakan pemerintah yang belum optimal, menyebabkan komunikasi antara pihak terkait menjadi tidak efektif. Keluhan masyarakat yang tidak terselesaikan juga memperparah hambatan komunikasi (Sudiarta 2020)

f. Tantangan Penggunaan Media Digital

Walaupun *media sosial* menawarkan kemudahan promosi, tantangan seperti kesiapan konten, pemilihan platform, dan pengelolaan reputasi daring sering

muncul dan memengaruhi efektivitas komunikasi pariwisata (Akbar and Farid 2024)

2.4 Pariwisata dan Pemasaran Destinasi

2.4.1 Pariwisata

Definisi pariwisata sangatlah beragam. Namun, inti dari berbagai definisi pariwisata dapat disimpulkan menjadi dua, yaitu definisi pariwisata dari sudut pandang permintaan (wisatawan) dan penawaran (ekonomi). Pariwisata, atau dalam bahasa Inggris disebut 'tourism', merujuk pada fenomena umum berupa perjalanan yang dilakukan oleh manusia. Kata 'pariwisata' berasal dari Bahasa Sanskerta, yaitu '*pari*' yang artinya 'seluruh', 'semua', atau 'penuh', dan 'wisata' yang artinya 'perjalanan'. Kata '*tourism*' berasal dari Bahasa Latin '*tornare*', yang artinya lingkaran atau pergerakan mengelilingi sebuah inti atau sumbu. Jadi, pariwisata atau *tourism* merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang bergerak dari satu tempat ke tempat lain secara lengkap, atau dari tempat awal perjalanan ke tempat tujuan lalu kembali lagi ke tempat awalnya, sehingga membentuk pola perjalanan yang berbentuk lingkaran (Sunarta, I.). N, 2021).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata didefinisikan sebagai berbagai kegiatan wisata yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas, prasarana, serta jasa layanan yang diberikan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, pengusaha, dan masyarakat. Kawasan yang menjadi tempat tujuan wisata biasanya disebut sebagai objek atau destinasi wisata. Destinasi wisata adalah sebuah area geografis yang terletak di suatu wilayah administratif tertentu, yang memiliki daya tarik untuk dikunjungi, fasilitas pendukung wisata, akses yang mudah, fasilitas umum yang memadai, serta

masyarakat yang aktif berinteraksi, terlibat, dan mendukung keberlangsungan pariwisata di sana.

Daya tarik wisata adalah segala hal yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai, seperti keanekaragaman alam, budaya, serta hasil karya manusia, yang menjadi tujuan atau sasaran kunjungan para wisatawan. Kepariwisataan membantu memenuhi kebutuhan fisik, rohani, dan pemikiran wisatawan melalui aktivitas rekreasi dan perjalanan, serta meningkatkan pendapatan negara agar rakyat hidup lebih makmur Putu Gede Arka Wiadi (2023).

Menurut Leiper, seperti yang dikemukakan dalam Cooper et.al (dalam Dewi Liliana 2023), faktor-faktor seperti lingkungan sosial, budaya, ekonomi, teknologi, fisik, politik, dan hukum juga termasuk dalam elemen-elemen dari sistem pariwisata. Latar belakang sosial, budaya, dan ekonomi dari para wisatawan akan membentuk gambaran mereka tentang sebuah destinasi dan memengaruhi keputusan mereka dalam memilih tempat tujuan wisata.

Masyarakat di tempat wisata memiliki pandangan tentang pariwisata yang terbentuk dan dipengaruhi oleh kondisi sosial, budaya, dan ekonomi di sana. Menurut Kodhyat (dalam Alfariq S. 2020), pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara, dilakukan oleh seseorang atau kelompok, dengan tujuan mencari keseimbangan, keserasian, dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam berbagai dimensi seperti sosial, budaya, alam, dan ilmu.

Keberhasilan dalam mengelola pariwisata tentu saja tergantung pada cara konsep dan model komunikasi yang digunakan, baik dalam proses promosi, pembentukan citra, manajemen, maupun kenyamanan pengunjung. Hal yang paling penting adalah dalam komunikasi pariwisata dengan menekankan kearifan lokal,

karena pada dasarnya daerah destinasi wisata harus memiliki inti yang membedakannya dari tempat lain (Cohen dalam Marizki .A 2022).

Jenis pariwisata tersebut bisa berubah atau bertambah, tergantung pada kondisi dan situasi perkembangan sektor pariwisata di suatu daerah. Ini berkaitan dengan kreativitas para pekerja profesional yang bekerja di sektor pariwisata. Semakin banyak ide dan kreativitas yang dimiliki, maka semakin beragam pula jenis wisata yang bisa diciptakan, sehingga memperkuat pertumbuhan industri pariwisata (Eddiyono 2021).

2.4.2 Faktor Penentu Daya Tarik Wisatawan

Wisata di Sumatra Utara menarik perhatian banyak orang karena pemandangan alamnya yang masih asli. Selain itu, wisata budaya, pelayanan, fasilitas, dan sejarahnya juga membuat tempat wisata tersebut semakin menarik dan indah. Para wisatawan juga bisa mengabadikan pengalaman liburan mereka dengan berfoto lalu mengunggah foto tersebut ke media sosial. Selain itu, mereka juga bisa menikmati berbagai aktivitas seperti berwisata alam, sejarah, budaya, dan kuliner di destinasi wisata di Provinsi Sumatra Utara. Ini sesuai dengan pendapat Richards dan Wilson yang disebutkan dalam Andina .S. (A. 2021).

Daya tarik wisata budaya memiliki daya tarik yang tinggi dalam lingkungan pasar yang sangat kompetitif, karena dalam hal pengadaannya, pasar pariwisata budaya semakin dipenuhi dengan daya tarik baru, rute budaya, dan pusat warisan. Dalam hal permintaan, terdapat perubahan permintaan yang cepat dari para pelanggan. Faktor utama yang membuat objek wisata itu menarik adalah kealaminya, sehingga banyak wisatawan yang tertarik dan ingin berkunjung ke tempat tersebut Menurut Richards dan Wilson (dalam Kirom dkk., 2016).

Daya tarik dari objek wisata yang ada di Danau Linting juga menjadi faktor penting dalam promosi, karena tempat wisata tersebut masih alami, memiliki pemandangan yang menarik, dan didukung oleh suasana yang sejuk serta teduh. Objek wisata di Danau Linting menawarkan pemandangan danau yang sangat menarik dengan warna biru terang yang memperindah mata. Keasrian yang dimiliki juga memberikan rasa tenang kepada wisatawan yang datang karena lokasi wisata terletak jauh dari keramaian kota Ginting, N., & Siregar, A. M. (2019)

Hal itu menunjukkan bahwa daya tarik sumber ini tidak perlu dipertanyakan lagi, karena ada beberapa spot foto yang cocok untuk Instagram dengan latar alam yang sangat menarik (Akbar dan Farid, 2024).

Menurut Edward (dalam Indra , I. 2023) Mengatakan bahwa suatu objek wisata harus mempunyai 5 unsur penting, yaitu:

1. Daya Tarik merupakan Faktor utama yang menarik wisatawan mengadakan perjalanan mengunjungi suatu tempat, baik suatu tempat primer yang menjadi tujuan utamanya, atau tujuan sekunder yang dikunjungi dalam suatu perjalanan primer karena keinginannya untuk menyaksikan, merasakan, dan menikmati daya tarik tujuan tersebut. Sedangkan daya tarik sendiri dapat diklasifikasikan kedalam daya tarik lokasi yang merupakan daya tarik permanen.
2. Prasarana wisata ini dibutuhkan untuk melayani wisatawan selama perjalanan wisata. Fasilitas ini cenderung berorientasi pada daya tarik wisata di suatu lokasi, sehingga fasilitas ini harus terletak dekat dengan objek wisatanya. Prasarana wisata cenderung dapat mendukung kecenderungan perkembangan pada saat yang bersamaan.

3. Sarana Wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan, baik secara kuantitatif maupun kualitatif.
4. Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik diatas permukaan tanah dan dibawah tanah, seperti: sistem pengairan, sumber listrik, energi dan sistem jalur angkutan dan terminal, sistem komunikasi, serta sistem keamanan atau pengawasan.
5. Masyarakat, Lingkungan, dan Budaya Daerah dan tujuan wisata yang memiliki berbagai objek dan daya tarik wisata akan mengundang kehadiran wisatawan.

2.5 Peran Dinas Pariwisata

Dinas Pariwisata merupakan perangkat daerah yang memiliki peran strategis dalam perencanaan, pengelolaan, pengembangan, dan promosi sektor pariwisata di tingkat daerah. Keberadaan Dinas Pariwisata menjadi ujung tombak pemerintah daerah dalam mengoptimalkan potensi wisata sebagai sumber peningkatan pendapatan daerah serta kesejahteraan masyarakat. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pemerintah daerah memiliki kewenangan dalam mengatur, membina, dan mengembangkan kepariwisataan sesuai dengan potensi dan karakteristik wilayahnya (UU No. 10 Tahun 2009).

Peran utama Dinas Pariwisata adalah sebagai perencana kebijakan pariwisata daerah. Dalam hal ini, Dinas Pariwisata bertugas menyusun rencana induk pengembangan pariwisata daerah (RIPPARDA), menetapkan arah kebijakan, serta merancang strategi pengembangan destinasi wisata secara berkelanjutan. Menurut Suwanto (dalam F. Aprinalti, 2024) perencanaan pariwisata yang baik harus berbasis pada potensi lokal, daya dukung lingkungan, serta melibatkan masyarakat setempat agar pembangunan pariwisata dapat berjalan efektif dan berkelanjutan.

Selain sebagai perencana, Dinas Pariwisata juga berperan sebagai fasilitator pengembangan destinasi wisata. Peran ini diwujudkan melalui penyediaan sarana dan prasarana pendukung pariwisata, peningkatan kualitas sumber daya manusia pariwisata, serta pendampingan terhadap kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Menurut Yoeti (SA Retno, 2025), pemerintah daerah berfungsi sebagai fasilitator yang menciptakan iklim kondusif bagi berkembangnya pariwisata melalui penyediaan infrastruktur, regulasi, dan dukungan teknis bagi pelaku pariwisata.

Peran Dinas Pariwisata dalam menyusun rencana jangka panjang dan jangka pendek untuk pengembangan destinasi wisata pemasaran, dan peningkatan infrastruktur. Membangun dan menjaga citra positif destinasi pariwisata sangat diperlukan agar wisatawan tau bagaimana wisata tersebut dengan branding yang baik agar untuk menarik wisatawan lokal dan internasional. Dinas Pariwisata berperan krusial dalam menciptakan destinasi yang menarik, berkelanjutan, dan mampu memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat serta pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan. Mengembangkan dan melaksanakan kampanye pemasaran untuk meningkatkan daya tarik destinasi, termasuk melalui *media sosial*, iklan, dan promosi di pameran pariwisata (Burhan Bungi, 2015)

Dinas Pariwisata berperan sebagai motor penggerak utama dalam menciptakan destinasi yang tidak hanya menarik bagi wisatawan tetapi juga berkelanjutan dan bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Pentingnya peran dinas pariwisata sebagai insentif dalam pengembangan target Danau Linting wisata harus dipahami oleh dinas pariwisata. Dalam hal ini Dinas Pariwisata bertanggung jawab kepada Pemerintah Kota Deli Serdang. Kegiatan dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti interaksi dengan warga sekitar, untuk memotivasi partisipasi dan pelestarian wisata Danau Linting.

Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) merupakan wadah bagi masyarakat yang peduli dengan pengembangan pariwisata di daerahnya. Anggota (POKDARWIS) terdiri dari para pelaku pariwisata yang memiliki tanggung jawab dan empati terhadap lingkungan sekitar. (POKDARWIS) berperan penting dalam menciptakan kondisi yang kondusif bagi pertumbuhan pariwisata dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan adanya (POKDARWIS), diharapkan masyarakat semakin memahami pentingnya pariwisata sebagai penggerak roda perekonomian. Menurut Pitana dan Gayatri (dalam Novita R.S, 2025) keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pelestarian destinasi wisata merupakan faktor penting dalam mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya guna bagi masyarakat setempat, dalam hal ini Kelompok (POKDARWIS)

Keterlibatan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) sebagai bagian dari masyarakat yang peduli terhadap pariwisata didukung oleh pendapat Suwantoro (dalam Arian, Dkk 2023), yang menjelaskan bahwa partisipasi masyarakat lokal merupakan elemen penting dalam pengelolaan pariwisata, karena masyarakat

merupakan pihak yang paling terdampak dan sekaligus menjadi aktor utama dalam menjaga keberlanjutan destinasi wisata.

Peran aktif POKDARWIS dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata juga sejalan dengan konsep *community based tourism*. Menurut Sunaryo (dalam D Kurniawan, 2022), kelompok masyarakat seperti POKDARWIS berfungsi sebagai penggerak utama dalam pariwisata berbasis masyarakat, yang bertugas menjaga daya tarik wisata, meningkatkan kualitas pelayanan, serta melestarikan lingkungan dan budaya lokal.

Pentingnya peran POKDARWIS dalam mewujudkan Sapta Pesona didukung oleh kebijakan resmi Kementerian Pariwisata. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2019), Sapta Pesona merupakan konsep dasar pembangunan kepariwisataan nasional yang harus diwujudkan oleh seluruh pemangku kepentingan, khususnya masyarakat dan POKDARWIS, guna menciptakan lingkungan destinasi yang aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan memberikan kenangan positif bagi wisatawan.

2.5.1 Strategi Pemasaran oleh Dinas Pariwisata

Untuk mendorong pertumbuhan sektor pariwisata daerah, pemerintah setempat menggunakan berbagai cara promosi, termasuk memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan keunggulan destinasi wisata daerah tersebut. Kotler dan Armstrong, dalam (Trihayuningtyas, dkk 2019) menyatakan bahwa "promosi adalah kegiatan yang berhubungan dengan komunikasi keunggulan produk serta mengajak pelanggan sasaran untuk membeli produk tersebut". Pengertian tersebut dapat diartikan bahwa promosi adalah kegiatan yang berupa komunikasi mengenai kelebihan produk dan mencoba meyakinkan para pelanggan yang dituju agar

membeli produk yang ditawarkan. Dalam dunia pemasaran, terutama untuk produk pariwisata, media sosial memainkan peran penting dalam bauran pariwisata, yaitu bagian dari strategi promosi. Karena media sosial memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dan meyakinkan calon wisatawan tentang produk. Menggunakan media sosial untuk mempromosikan wisata daerah dianggap lebih mudah, lebih murah dan lebih efektif (Trihayuningtyas, dkk 2019).

Pemanfaatan *media sosial* saat ini masih kurang dioptimalkan oleh Dinas Pariwisata deli serdang dalam mempromosikan destinasi wisatanya, sebagai data awal peneliti menemukan kurang nya promosi dari pihak dinas pariwisata masyarakat yang ingin berkunjung kurangnya informasi mengenai bagaimana situasi tempat wisata tersebut, peneliti juga dari akun *Instagram* dinas pariwisata kurang mempromosikan wisata danau linting di akun *Instagram* hal tersebut membuat wisatawan yang ingin berkunjung tidak tahu bagaimana perkembangan wisata ini. Pemanfaatan *media sosial* dalam promosi pariwisata lebih efektif dibandingkan media lainnya. *Media sosial* merupakan media online, dimana penggunaanya mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi, meliputi: blog, jejaringan sosial, forum dan dunia virtual. Itu adalah beberapa *media sosial* yang paling umum digunakan oleh manusia diseluruh dunia (Retnasary, dkk 2019).

Pemanfaatan media sosial oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Deli Serdang dalam mempromosikan pariwisata masih belum cukup baik, sehingga menjadi kendala dalam mengembangkan wisata Danau Linting. Tidak mengupdate akun utama DISBUDPORAPARDi media sosial bisa menyebabkan pengunjung Danau Linting berkurang.

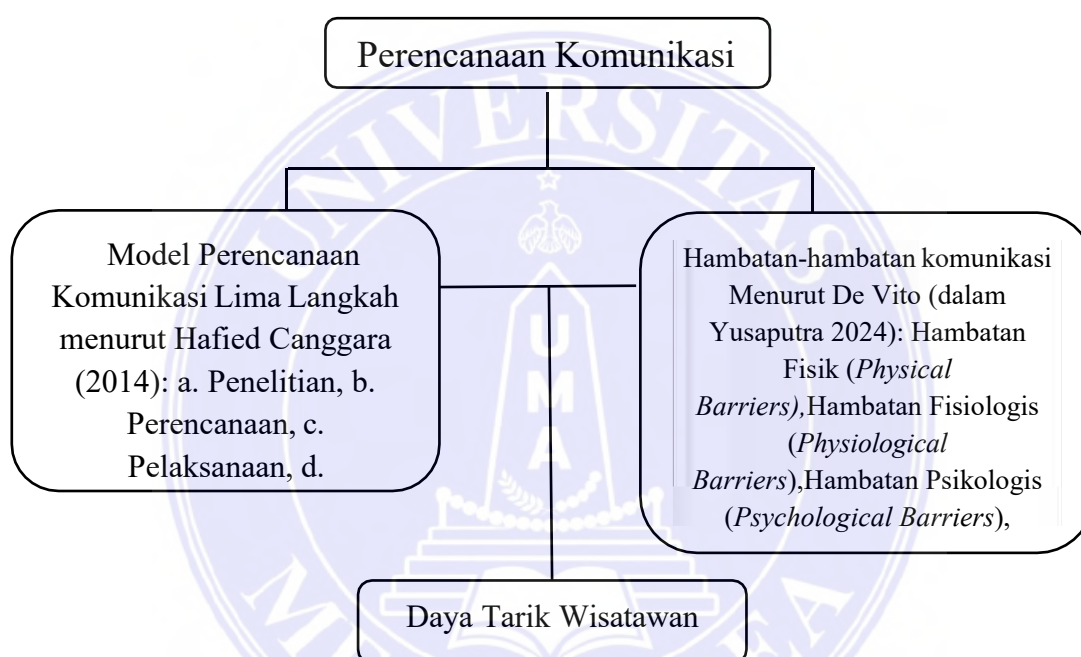
Pariwisata memiliki kemampuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi secara luas, bukan hanya karena meningkatkan jumlah pengunjung, tetapi lebih penting lagi karena bisa membangun rasa kebangsaan dan penghargaan terhadap budaya dan tanah air. Pemerintah Kabupaten Deli Serdang melakukan beberapa tindakan nyata untuk mengembangkan potensi wisata alam. Salah satunya adalah memberikan informasi kepada masyarakat tentang cara merawat dan melestarikan lingkungan wisata. Selain itu, pemerintah juga bekerja sama dengan masyarakat sekitar untuk mendukung pengembangan objek wisata tersebut. Selain itu, kendala anggaran di bidang pariwisata juga menjadi salah satu hambatan dalam pengembangan objek wisata Danau Linting. Selain itu, masyarakat yang tinggal di sekitar daerah tersebut tidak pernah diundang untuk ikut serta dalam rencana pengembangan wisata itu T. Ginting, dkk.(2013)

Danau Linting sebagai salah satu kawasan pelestarian alam yang memiliki potensi perlu memiliki rencana yang dapat menjelaskan bagaimana pengelolaan pariwisata serta hal-hal terkait wisata ke depannya. Danau Linting memiliki ekosistem yang masih alami dan memiliki komunitas alam yang unik, langka, serta indah, serta pemandangan alam dan potensi alam yang bisa dijadikan sebagai objek dan daya tarik wisata alam (ODTWA). Penelitian yang lebih detail mengenai nilai potensi ODTWA di Danau Linting belum pernah dilakukan. Untuk itu, perlu dilakukan pengecekan dan evaluasi terhadap potensi-potensi yang tersedia.

Pemanfaatan potensi ODTWA ini perlu dikelola dengan bijak dan bertanggung jawab serta tetap memperhatikan kelestarian lingkungan hidup. Penilaian terhadap potensi dan daya tarik wisata alam dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung sepanjang jalur di kawasan Danau Linting setelah

objek-objek wisata tersebut berhasil diidentifikasi. Objek yang dianggap berpotensi akan dicatat. Komponen yang dinilai terkait wisata alam Danau Linting meliputi daya tarik tempat wisata itu sendiri, kemudahan untuk sampai ke lokasi, serta fasilitas dan infrastruktur pendukung yang membantu perkembangan wisata tersebut. Siallagan, A. R. (2013)

2.6 Kerangka Berpikir



Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir

Sumber: Peneliti, 2026

Penelitian ini akan mengkaji secara mendalam bagaimana Dinas Pariwisata Deli Serdang merancang dan melaksanakan strategi komunikasi untuk mempromosikan Danau Linting. Dengan menggabungkan dua model perencanaan komunikasi yang populer, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan promosi dan mengetahui hambatan-

hambatan komunikasi yang terjadi. Untuk meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana strategi komunikasi yang efektif dapat menghidupkan kembali daya tarik wisata Danau Linting. Dengan menganalisis perencanaan komunikasi yang telah dilakukan, penelitian ini akan memberikan rekomendasi konkret untuk menarik lebih banyak wisatawan.



2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Table Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Gandes Dwi Ayuwangi, 2019	Analisis Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kotawaringin Timur Dalam Upaya Menjadikan Sampit Sebagai Kota Tujuan Pariwisata 2016-2021	Analisis SWOT	Metode Kualitaif	Berdasarkan hasil penelitian, perencanaan komunikasi yang dilakukan terdiri dari beberapa tahap. Pertama, perencanaan komunikator, di mana tahap ini melibatkan penentuan komunikator yang akan menyampaikan pesan kepada masyarakat serta melakukan pendekatan yang tepat. Kedua, perencanaan pesan, yang berfokus pada penyampaian pesan kepada masyarakat agar dapat dipahami dengan mudah. Ketiga, perencanaan media, di mana media massa sangat diperlukan untuk mempromosikan berbagai potensi yang ada. Keempat, perencanaan komunikan, yang menitikberatkan pada komunikan yang akan menerima pesan. Kelima, feedback, yang mencakup kegiatan dalam menerima dua tanggapan dari masyarakat.
(Agung Kurniawan, 2019)	Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mempromosikan Objek Wisata	Teori Cultip Center	Metode Penelitian Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian dianalisis dengan mempertimbangkan konsep perencanaan komunikasi dan dihubungkan dengan Teori Cultip Center untuk mendeskripsikan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam upaya mempromosikan objek wisata di Kuantan Singingi. Hasil menunjukkan bahwa di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi, Perencanaan Komunikasi dilakukan melalui penemuan fakta,

				perencanaan, aksi komunikasi, dan evaluasi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya program-program yang telah disusun dan dikembangkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi.
Fahrulrozi, 2020	Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga Dan Kebudayaan Indragiri Hilir Dalam Mempromosikan Pulau Cawan Sebagai Objek Wisata.	Model Cutlip Dan Center	Metode Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga serta Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir meliputi promosi baik di tingkat lokal maupun nasional. Media yang digunakan oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga serta Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir untuk menarik minat pengunjung objek wisata Pulau Cawan terdiri dari media cetak seperti koran, brosur, dan spanduk; media elektronik seperti radio dan televisi; serta media internet seperti Facebook, Instagram, blog, dan YouTube.
Firdaus Fadhli, 2018	Analisis Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Aceh Dalam Mempromosikan Wisata Halal Di Aceh		Metode Deskriptif Analitis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan komunikasi Disbudpar Aceh dalam mempromosikan wisata halal di Aceh meliputi perancangan kegiatan promosi, publikasi, dan persiapan destinasi wisata halal. Sementara itu, pelaksanaannya dilakukan melalui sosialisasi dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan, memberikan standarisasi atau sertifikasi kepada pelaku usaha di destinasi wisata halal, mengajak masyarakat untuk mengembangkan produk-produk industri wisata halal, serta memperbaiki komponen penyedia, yaitu; administrasi, aksesibilitas, dan atraksi.

Zupri Muhamat Hakim, 2022	Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Siak Dalam Pengembangan Potensi Objek Wisata Tangsi Belanda	teori Cutlip and Center	Metode Deskriptif Kualitatif	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis menemukan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Siak melaksanakan Perencanaan Komunikasi dengan mengumpulkan fakta-fakta yang terjadi di lapangan, merencanakan kegiatan di sektor infrastruktur, sarana dan prasarana, serta merencanakan kegiatan untuk meningkatkan daya tarik. Mereka mengkomunikasikan informasi melalui berbagai media, baik media sosial maupun secara langsung, serta berpartisipasi dalam kegiatan seperti event-event dan pameran. Dinas Pariwisata Kabupaten Siak juga mengevaluasi kegiatan dengan mengadakan rapat rutin. Hal ini terlihat dari banyaknya program yang telah disusun dan dikembangkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Siak, terutama dalam upaya mengembangkan potensi objek wisata Tangsi Belanda.
---------------------------	---	-------------------------	------------------------------	--

Sumber: Peneliti, 2026

Tabel 2. 2 Table Persamaan dan Perbedaan Peneliti Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1.	Gandes Ayuwangi Dwi	Analisis Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kotawaringin Timur Dalam Upaya Menjadikan Sampit Sebagai Kota Tujuan Pariwisata 2016-2021	-penulis menggunakan teori analisis SWOT -persamaan pada meneliti ini yaitu meneliti tentang perencanaan komunikasi dengan tujuan pariwisata dan menggunakan metode kualitatif	-Subjek penelitian dinas pariwisata kab. Deli serdang -Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana meningkatkan daya tarik

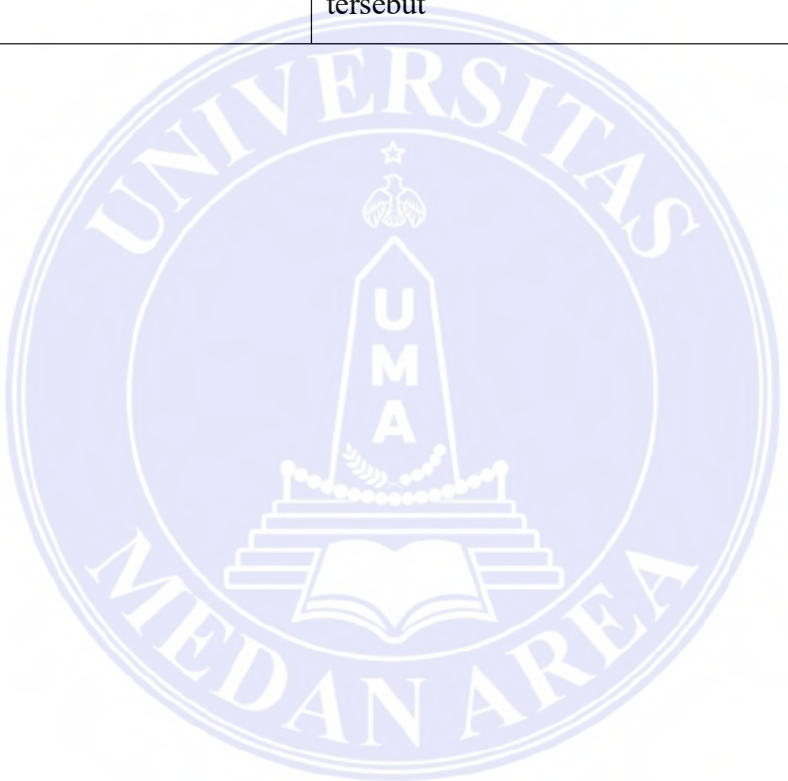
	Nisa Chairani		-penulis meneliti tentang perencanaan komunikasi Dinas Pariwisata dan menggunakan metode kualitatif -persamaan pada meneliti ini yaitu meneliti tentang perencanaan komunikasi dengan masyarakat.	- Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana meningkatkan daya tarik - Analisis yang dilakukan peneliti mengangkat berbagai rencana komunikasi Pemerintah KOTIM serta kendala apa saja yang dihadapi hingga terwujudnya Sampit menjadi Kota Tujuan Wisata
2.	Agung Kurniawan	Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mempromosikan Objek Wisata	-Mengkaji di Dinas Pariwisata dan kebudayaan dan menggunakan kualitatif deskriptif -persamaan meneliti ialah Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan	-tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana meningkatkan daya tarik -objek pada penelitian yaitu danau linting kab. Deli serdang
	Nisa Chairani		-persamaan meneliti ialah Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan -persamaan pada meneliti ini yaitu meneliti tentang perencanaan komunikasi	-menggunakan model komunikasi lima langkah -objek pada peneliti yaitu kab. Kuantan Singingi

3.	Fahrulrozi	Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga Dan Kebudayaan Indragiri Hilir Dalam Mempromosikan Pulau Cawan Sebagai Objek Wisata.	-Mengkaji tentang perencanaan komunikasi dan Menggunakan Metode kualitatif - persamaan meneliti ialah Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan	-objek penelitian yaitu danau linting Kab.Deli Serdang -penulis pada penelitian ini ingin mengetahui daya tarik wisatawan pada wisata danau linting. -penulis menggunakan model komunikasi lima langkah.
	Nisa Chairani		-Peneliti mengkaji tentang perencanaan komunikasi -peneliti ingin mengetahui perencanaan komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan	-Peneliti menggunakan model Cutlip dan Center -Subjek penelitian Dinas Pariwisata Kab.Deli Serdang
4.	Firdaus Fadhli	Analisis Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Aceh Dalam Mempromosikan Wisata Halal Di Aceh	- Mengkaji tentang perencanaan komunikasi dan metode kualitatif -peneliti menggunakan model perencanaan komunikasi lima langkah	-objek penelitian ini yaitu danau linting Kab.Deli Serdang - Subjek penelitian Dinas Pariwisata Kab.Deli Serdang

			- Pengkajian untuk mengetahui perencanaan dan pelaksanaan mengenai promosi wisata halal di Aceh.	
	Nisa Chairani		-peneliti menggunakan model perencanaan komunikasi lima langkah dan menggunakan metode kualitatif -Peneliti Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	-Objek penelitian wisata halal di Prov.Aceh -Menggunakan metode deskriptif analitis
5.	Zupri Hakim Muhamat	Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Siak Dalam Pengembangan Potensi Objek Wisata Tangsi Belanda	-Mengkaji tentang perencanaan komunikasi dan objek wisata -Sama meneliti di Dinas Pariwisata dan menggunakan metode kualitatif	-Objek penelitian yaitu Danau Linting Kab.Deli Serdang -Tujuan penelitian ini bagaimana meningkatkan daya tarik wisatawan
	Nisa Chairani		-Sama ingin mengetahui bagaimana perencanaan komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Siak dalam pengembangan potensi objek wisata	-Peneliti tersebut menggunakan teori Cutlip and Center -Objek penelitian yaitu Dinas Pariwisata Kab.Siak

			-Sama ingin meningkatkan daya tarik wisata dan meningkatkan citra wisata tersebut	
--	--	--	---	--

Sumber: Peneliti, 2026



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam terkait perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Deli Serdang dalam meningkatkan daya tarik wisatawan ke Danau Linting. Menurut Creswell (2014), pendekatan kualitatif cocok digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang mendasari suatu peristiwa atau tindakan Dinas Pariwisata dan persepsi wisatawan. Pendekatan ini dipilih karena fokus pada makna, pengalaman, dan konteks dalam komunikasi dan promosi pariwisata.

Menurut Denzin dan Lincoln (2000), penelitian kualitatif menempatkan peneliti atau pengamat suatu fenomena sebagai bagian yang tak terpisahkan dari fenomena tersebut. Penelitian kualitatif terdiri dari perangkat atau rangkaian kegiatan yang bersifat interpretatif yang membuat apa yang ada di dunia ini menjadi ternampak. Mengingat penelitian kualitatif menerapkan pendekatan interpretasi data, maka peneliti kualitatif akan mengkaji suatu realita ataupun fenomena dalam konteks alami, memberikan makna atau menginterpretasi suatu data berdasarkan makna dari suatu studi.

Penelitian ini menggunakan metode studi kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti menyelidiki kejadian, fenomena kehidupan individu-

individu dan meminta seorang atau sekelompok individu untuk menceritakan kehidupan mereka. Informasi ini kemudian diceritakan kembali oleh peneliti dalam kronologi deskriptif (Rusandi and Muhammad Rusli 2021).

Jenis penelitian deskriptif kualitatif menampilkan data apa adanya tanpa proses manipulasi atau perlakuan-perlakuan lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyajikan gambaran secara lengkap mengenai suatu kejadian atau dimaksudkan untuk mengekspos dan mengklarifikasi suatu fenomena yang terjadi. Tidak lain dengan cara mendeskripsikan beberapa jumlah variabel yang berkenaan dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini menafsirkan serta menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap dan pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat (Rusandi dan Muhammad Rusli 2021).

Dari beberapa pendapat ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif. Dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Soekanto, 1986). Metode penelitian merupakan prosedur sistematis yang digunakan untuk memperoleh data serta menjawab permasalahan penelitian secara ilmiah (Rusandi & Rusli, 2021). Metode penelitian dapat diartikan sebagai proses prinsip-prinsip dan tata cara untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam melakukan penelitian. Studi kasus Penelitian ini merupakan studi kasus yang berfokus pada Danau Linting sebagai unit analisis. Studi kasus memungkinkan analisis mendalam

tentang perencanaan komunikasi yang diterapkan dan dampaknya terhadap daya tarik destinasi.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

3.2.1 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan peneliti adalah dari bulan Oktober 2025 sampai dengan bulan Desember 2025

Tabel 3. 1 Tabel Waktu Penelitian

Sumber: Peneliti, 2026

No	Uraian kegiatan	Okt 23	Jun 24	Nov 24	Des 24	Okt 25	Sept 25	Jan 26	Mar 26
1.	Pengajuan judul								
2.	Penulisan & bimbingan								
3.	Seminar Proposal								
4.	Penelitian								
5.	Seminar Hasil								
6.	Sidang								

3.2.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga Deli Serdang yang beralamat jalan. Karya Usaha No.1, Lubuk Pakam. Dan kawasan wisata Danau Linting.

3.3 Informan Penelitian

Menurut Moleong (2004) informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi penelitian. Informan yang diperlukan dalam penelitian ini terbagi tiga yaitu informan kunci, informan utama, dan informan tambahan :

- a. Informan kunci ialah mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Informan kunci yaitu ibu Tarida Pardede S.E, M.t.Par menjabat sebagai Pariwisata dan ekonomi kreatif di Dinas Kebudayaan, Olahraga, dan serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang
- b. Informan Utama adalah mereka yang terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Informan utama yakni kelompok wisarta alam pengelola Wisata Danau Linting yaitu Bapak Pujian Tarigan.
- c. Informan tambahan merupakan mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Informan tambahan dalam penelitian ini ialah pengunjung Wisata Danau Linting yaitu Mba Ade Febriani Tanjung.
- d. Informan tambahan merupakan mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Informan tambahan dalam penelitian ini ialah masyarakat sekitar Danau Linting yaitu Ibu Lisma Tanjung.

3.4 Sumber Data

Menurut Prasetyo (2018) Sumber data penelitian kualitatif diperoleh dari hasil pengamatan/observasi, dokumentasi, dan wawancara. Sumber data harus sesuai dengan topik dan tujuan penelitian. Sumber data merupakan subjek dari mana data diperoleh. Sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan- pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis ataupun lisan. Sumber data pada penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2019) Data primer merupakan data yang diberikan langsung kepada pengumpul data. Pada penelitian ini peneliti mendapatkan data yang di peroleh dengan mewawancarain pihak Dinas Pariwisata secara langsung tak hanya Dinas Pariwisata, Pengelola Danau Linting, masyarakat yang berjualan didanau linting. Penelitian ini mendapatkan langsung data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Deli serdang.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018) Data sekunder bersumber dari penelitian secara tidak langsung, dengan mencari data lalu memberikan data tersebut kepada pengumpul data. Data pendukung yang peneliti dapatkan diperoleh dari literatur dan dokumen-dokumen serta laporan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, jurnal ilmiah, buku. Semua data tersebut diharapkan mampu memberikan deskripsi tentang bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Danau Linting Kabupaten Deli Serdang).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018) teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, jika peneliti tidak mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapat data yang memenuhi standar. Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara Mendalam. Menurut Esterberg dalam (Sugiyono, 2013)

“Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide

melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu.”

Penelitian ini dapat menggunakan wawancara mendalam dengan informan yang relevan, seperti pegawai Dinas Pariwisata, pengelola wisata, pedagang di sekitar kawasan wisata, dan tokoh masyarakat di kawasan tersebut. Wawancara ini membantu mengumpulkan data tentang strategi komunikasi yang digunakan dan pengalaman langsung dari berbagai sumber.

2. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013) “Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang”. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Menurut Burhan (2007) Observasi kegiatan manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya. Selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Karena itu observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu pancaindra lainnya.

Dokumentasi berupa catatan, *Foto*, *Video*, dan berbagai jenis dokumen terkait promosi dan pengembangan wisata di Danau Linting. Dokumentasi ini dapat memberikan bukti *visual* dan tekstual yang mendukung analisis data.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dapat dimaknai sebagai kegiatan membahas dan memahami data guna menemukan makna, tafsiran dan kesimpulan tertentu dari keseluruhan

data dalam penelitian. Analisis data dapat juga dimaknai sebagai proses menyikapi data, menyusun memilah dan mengolahnya ke dalam suatu susunan yang sistematis dan bermakna. (Ibrahim, 2015). Pelaksanaan analisis data pada penelitian kualitatif merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat dipahami dengan mudah, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting untuk dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Menurut Mudjiarahardjo dalam buku V. Wiratna Sujarweni analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab. Melalui serangkaian aktivitas tersebut, data kualitatif yang biasanya berserakan dan bertumpuk-tumpuk bisa disederhanakan untuk akhirnya bisa dipahami dengan mudah. Setelah data terkumpul selanjutnya dianalisis. Analisis data merupakan bagian sangat penting dalam penelitian.

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti.

Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah upaya mengorganisasikan data yakni menjalani (kelompok) data yang satu dengan kelompok data lainnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan hal yang penting demi mendapatkan data yang tepat agar hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan dalam berbagai sisi. Teknik ini dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Triangulasi merupakan cara memeriksa keabsahan data yang digunakan untuk membandingkan atau menelaah data menggunakan sesuatu yang lain dari data tersebut (Moleong, 2007). Menurut Sugiyono, menyatakan bahwa teknik

pemeriksaan keabsahan data adalah derajat kepercayaan atas data penelitian yang diperoleh dan bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya. Tujuan pengujian keabsahan data adalah untuk menentukan valid atau tidaknya antara data dari obyek penelitian terhadap hasil yang akan diperoleh dalam penelitian.

Menurut Norman K. Denkin (2012) mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Sampai saat ini, konsep Denkin ini dipakai oleh para peneliti kualitatif di berbagai bidang. Menurut Denkin, triangulasi meliputi empat hal, yaitu: (1) triangulasi metode, (2) triangulasi sumber data, dan (3) triangulasi teori.

Triangulasi sumber adalah triangulasi pertama yang dibahas dalam mengujidata dari beberapa informan yang akan menerima informasinya dengan cara melakukan pengecekan data yang diperoleh selama perisetan melalui berbagai sumber atau informan, dapat meningkatkan kredibilitas data (Alfansyur, Andarusni, 2020).

Dengan demikian dalam Triangulasi sumber ini, peneliti: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan oleh dinas pariwisata dengan pengelola wisata danau linting; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu; (4) melihat keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi; (5) membandingkan hasil.

Dengan menggunakan teknik triangulasi, peneliti dapat mengumpulkan data dari berbagai sumber untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang suatu objek penelitian. Misalnya, untuk meneliti kepuasan pengunjung terhadap sebuah destinasi wisata, peneliti dapat mewawancarai wisatawan, pengelola objek wisata, dan pemerintah setempat. Dengan menggabungkan data dari ketiga sumber tersebut, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung dan potensi pengembangan destinasi wisata tersebut

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data, di karenakan triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan sumber data dengan hasil wawancara, dokumen, kearsipan, hasil observasi lapangan. Tentu dari masing-masing memiliki hasil dan bukti yang beda, menguji kredibilitas data dengan melakukan pengecekan data melalui sumber yaitu menguji kredibilitas data dengan melakukan pengecekan data melalui sumber yang berbeda.

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Perencanaan Komunikasi DISBUDPORAPARDalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Danau Linting Kabupaten Deli Serdang”, dapat disimpulkan bahwa proses perencanaan komunikasi telah dilaksanakan sesuai model lima tahap menurut Hafied Cangara (2014), yakni penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran, dan pelaporan. Namun, implementasi tiap tahap belum sepenuhnya optimal. Pelaksanaan strategi komunikasi masih bersifat birokratis dan administratif, dengan riset audiens yang terbatas serta partisipasi masyarakat yang rendah. Hambatan komunikasi juga muncul dalam berbagai bentuk, meliputi hambatan fisik, fisiologis, psikologis, dan semantik yang memengaruhi efektivitas penyampaian pesan dan pencapaian tujuan promosi wisata Danau Linting.

Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi pariwisata yang menekankan pentingnya strategi komunikasi yang terencana, inovatif, dan berbasis media digital dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata (Rahmawati & Nuraeni, 2021). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan promosi wisata tidak hanya ditentukan oleh intensitas kegiatan komunikasi, tetapi juga oleh kualitas pesan, keterampilan komunikator, dan keterlibatan audiens. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi komunikasi yang lebih partisipatif, kreatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi untuk meningkatkan daya tarik wisata Danau Linting secara berkelanjutan.

5.2. Saran

DISBUDPORAPARDeli Serdang disarankan untuk memperkuat koordinasi dengan pengelola wisata dan masyarakat lokal melalui pendekatan komunikasi partisipatif, sekaligus meningkatkan kapasitas sumber daya manusia di bidang komunikasi digital dan promosi kreatif. Evaluasi program perlu diarahkan pada aspek persepsi audiens dan efektivitas pesan, bukan sekadar hasil administratif. Selain itu, pengelola dan masyarakat diharapkan lebih aktif dalam promosi dan menjaga keberlanjutan lingkungan wisata agar tercipta kolaborasi yang harmonis antara pemerintah, pelaku wisata, dan publik. Dengan demikian, komunikasi publik di sektor pariwisata tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu menggerakkan kesadaran kolektif dan memperkuat citra positif wisata Danau Linting di mata masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Muh, and Muhammad Farid. 2024. "Analisis Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Komunikasi GenPI Luwu Utara Di Media sosial Terhadap Peningkatan Jumlah Wisatawan."
- Anjani, S. (2020). Keterampilan komunikasi digital dalam promosi pariwisata daerah. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*, 8(2), 115–126. <https://doi.org/10.21009/jkom.v8i2.1120>
- Anjani, S. (2020). Keterampilan komunikasi digital dalam promosi pariwisata daerah. *Jurnal Komunikasi dan Media*.
- Anjani, S. (2021). Digital communication skills in regional tourism promotion. *Journal of Tourism Communication*, 5(1), 34–46.
- Berutu, M. E. (2021). Pengaruh Strategi Word Of Mouth Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang. era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 145–158.
- Gita Maharani, Febria, and Hasbullah Malau. 2022. "Peran Dinas Pariwisata Kebudayaan Kota Pariaman Dalam Pengembangan Daerah Wisata Hutan Mangrove Di Desa Apar Kota Pariaman." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan* 1(11): 24
- Hia, Safe Catrin Enonia. 2020. "Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Nias Barat Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Nias Barat." *Jurnal*.
- Perwirawati, R., Sari, D., & Pratama, A. (2022). Perencanaan komunikasi pariwisata dalam pemberdayaan masyarakat desa wisata. *Jurnal Pariwisata Indonesia*.
- Perwirawati, R., Sari, D., & Pratama, A. (2022). Perencanaan komunikasi pariwisata dalam pemberdayaan masyarakat desa wisata. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 14(1), 55–67.
- Putri, R. A., & Wahyuni, S. (2020). Strategi komunikasi pemerintah daerah dalam promosi pariwisata berbasis kearifan lokal. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(1), 45–58. <https://doi.org/10.20473/jkp.v18i1.2020>

- Putri, R. A., & Wahyuni, S. (2020). Strategi komunikasi pemerintah daerah dalam promosi pariwisata berbasis kearifan lokal. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*.
- Putri, R. A., & Wahyuni, S. (2021). Government communication strategy in promoting local tourism based on cultural values. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 19(1), 73–84.
- Rahma, S. (2021). Hambatan-Hambatan Komunikasi. *Al-Manaj: Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah*, 1(1)
- Rahmawati, I., & Nuraeni, R. (2021). Evaluasi efektivitas komunikasi pariwisata berbasis media sosial pemerintah daerah. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Pariwisata*, 4(1), 22–35. <https://doi.org/10.31258/jikp.4.1.22-35>
- Rahmawati, I., & Nuraeni, R. (2021). Evaluasi efektivitas komunikasi pariwisata berbasis media sosial pemerintah daerah. *Jurnal Komunikasi Pariwisata*.
- Rahmawati, I., & Nuraeni, R. (2022). Evaluasi efektivitas komunikasi pariwisata berbasis media sosial pemerintah daerah. *Jurnal Komunikasi Pariwisata*, 6(2), 101–114.
- Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (2011). *Communication of innovations: A cross-cultural approach (2nd ed.)*. New York: The Free Press.
- Rusandi, & Rusli, M. (2021). Designing qualitative research: Basic descriptive and case study approaches. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial*, 9(2), 210–219.
- Rusandi, & Rusli. (2021). Merancang penelitian kualitatif dasar/deskriptif dan studi kasus. *Jurnal Pendidikan dan Penelitian Sosial*.
- Rusandi, and Muhammad Rusli. 2021. “Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus.” *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 2(1):48–60. doi: 10.55623/au.v2i1.18.
- Simatupang, J. (2022). Pemanfaatan media sosial dalam promosi destinasi wisata daerah. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*.
- Simatupang, J. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi destinasi wisata daerah. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 15(1), 88–99.
- Siallagan, A. R. (2013). Analisis Potensi Obyek Wisata dan Kesiapan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Danau Linting Kabupaten Deli Serdang. *Peronema Forestry Science Journal*, 2(2), 143-151.
- Simatupang, L. M. (2022). Pemanfaatan media sosial dalam promosi destinasi

- wisata daerah: Studi kasus pada Dinas Pariwisata Kota Medan. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 11(2), 80–93. <https://doi.org/10.32672/jmk.v11i2.2022>
- Siregar, D. (2021). Kendala komunikasi pariwisata di daerah tertinggal: Analisis faktor penghambat promosi digital. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(3), 101–112. <https://doi.org/10.33369/jkn.v3i3.211>
- Sudiarta, I. K. 2020. “Gagap Komunikasi Menghadapi Kemajuan Pariwisata Pulau Nusa Penida (Studi Kasus Pada Pemerintah Kabupaten Klungkung).” ... : *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 03(02):39–53.
- Sunarta, I. N. (2021). Pengantar Geografi Pariwisata. *uwais inspirasi indonesia*.
- Suryani, L., & Prakoso, A. (2022). Strategic communication planning in tourism development. *Tourism and Hospitality Research Journal*, 10(3), 221–233.
- Susanto, Dedi, Risnita, and M. Syahrani Jailani. 2023. “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah.” *Jurnal QOSIM : Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora* 1(1):53–61. doi: 10.61104/jq.
- Travelsiamite, (2023), Mengenal Sejarah Serta Misteri di Balik Keindahan Danau Linting. <https://travel.siamsite.com/mengenal-sejarah-serta-legenda-di-balik-keindahan-danau-linting/>
- Wibowo, A., & Hidayat, R. (2023). The role of digital media in tourism destination branding. *Journal of Tourism Studies*, 18(2), 130–142.
- Yulianti, A., & Hasim, H. (2024). Community participation in sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 7(1), 50–63.
- Yurkova, Darya. 2025. “Hambatan Komunikasi Dalam Mempromosikan Desa Agrowisata Pada Wisatawan Asing.” *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 22(1):103–20. doi: 10.24002/jik.v22i1.9433

LAMPIRAN

VERBATIM WAWANCANA PENELITIAN

INFORMAN 1

Nama: Ibu Tarida Pardede, S.E., M.T.Par – DISBUDPORAPAR Kabupaten

Deli Serdang

Status: Informan Kunci

1. Tahap Penelitian (Research)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
1	Apa saja langkah yang dilakukan Dinas sebelum menyusun strategi promosi wisata Danau Linting?	Sebelum menyusun strategi promosi, DISBUDPORAPAR melakukan observasi lapangan untuk melihat kondisi fasilitas, aksesibilitas, serta potensi wisata Danau Linting sebagai dasar awal penyusunan pesan promosi.	Dinas telah melakukan penelitian awal melalui observasi langsung, namun masih terbatas pada aspek fisik destinasi.
2	Bagaimana cara Dinas mengumpulkan data dan informasi tentang kondisi pariwisata Danau Linting?	Data dikumpulkan melalui kunjungan lapangan, koordinasi dengan pengelola wisata, serta pendataan jumlah pengunjung, meskipun belum dilakukan melalui survei terstruktur.	Pengumpulan data belum sepenuhnya berbasis riset audiens sehingga belum mendalam.

2. Tahap Perencanaan (Planning)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
3	Bagaimana proses penyusunan rencana komunikasi promosi wisata dilakukan?	Penyusunan rencana komunikasi dilakukan melalui rapat internal dinas yang membahas program promosi tahunan dan pemilihan media promosi.	Perencanaan masih bersifat internal dan administratif.
4	Siapa saja yang terlibat dalam penyusunan rencana promosi?	Pihak yang terlibat adalah pejabat dan staf bidang pariwisata serta pengelola wisata sebagai mitra lapangan.	Keterlibatan masyarakat dalam tahap perencanaan masih terbatas.

3. Tahap Pelaksanaan (Implementation)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
----	------------	---------	------------

5	Kegiatan promosi apa saja yang telah dilaksanakan oleh Dinas?	Promosi dilakukan melalui media sosial resmi, penyelenggaraan event budaya, dan keikutsertaan dalam pameran pariwisata.	Pelaksanaan promosi sudah berjalan namun belum berkesinambungan.
6	Media komunikasi apa saja yang digunakan dalam kegiatan promosi?	Media yang digunakan meliputi Instagram, Facebook, dan website resmi pemerintah daerah.	Pemanfaatan media digital belum dikelola secara profesional.

4. Tahap Evaluasi (Evaluation)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
7	Bagaimana cara Dinas mengukur keberhasilan kegiatan promosi?	Keberhasilan diukur melalui data jumlah pengunjung dan evaluasi internal kegiatan promosi.	Evaluasi masih bersifat sederhana dan belum terukur secara komunikasi.
8	Indikator apa yang digunakan untuk menilai efektivitas komunikasi?	Indikator yang digunakan masih terbatas pada peningkatan kunjungan dan respon masyarakat.	Belum terdapat indikator komunikasi yang spesifik dan terstruktur.

5. Tahap Pelaporan (Reporting)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
9	Apakah Dinas membuat laporan kegiatan promosi secara berkala?	Laporan kegiatan promosi disusun sebagai bagian dari administrasi program kerja tahunan dinas.	Pelaporan telah dilakukan secara rutin.
10	Bagaimana hasil laporan digunakan untuk promosi berikutnya?	Laporan digunakan sebagai bahan evaluasi internal, meskipun belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai dasar strategi jangka panjang.	Fungsi laporan masih bersifat administratif.

a. Hambatan Fisik

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
11	Apakah terdapat kendala fasilitas atau infrastruktur yang memengaruhi promosi?	Kendala utama berupa keterbatasan jaringan internet dan akses komunikasi di kawasan wisata.	Hambatan fisik memengaruhi efektivitas promosi digital.
12	Bagaimana Dinas mengatasi keterbatasan fisik tersebut?	Dinas menyesuaikan strategi promosi dengan kondisi lapangan dan memaksimalkan media yang tersedia.	Upaya penyesuaian dilakukan namun belum optimal.

b. Hambatan Fisiologis

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
----	------------	---------	------------

13	Apakah SDM memiliki kemampuan komunikasi dan literasi digital yang memadai?	Kemampuan SDM masih beragam dan belum semuanya memiliki kompetensi komunikasi digital.	Keterbatasan SDM memengaruhi kualitas promosi.
14	Apakah pernah dilakukan pelatihan komunikasi atau media digital?	Pelatihan pernah dilakukan, namun belum berkesinambungan dan belum menjangkau seluruh pihak.	Pengembangan kapasitas SDM belum optimal.

c. Hambatan Psikologis

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
15	Bagaimana hubungan kerja sama antara Dinas, pengelola, dan masyarakat?	Kerja sama sudah terjalin, namun komunikasi masih bersifat satu arah dari dinas.	Hubungan kerja sama belum sepenuhnya partisipatif.
16	Apakah semua pihak merasa dilibatkan secara penuh?	Tidak semua pihak merasa dilibatkan, terutama masyarakat sekitar destinasi.	Hambatan psikologis memengaruhi rasa memiliki.

d. Hambatan Semantik

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
17	Apakah pesan promosi mudah dipahami oleh masyarakat dan wisatawan?	Pesan promosi cukup jelas, namun kurang menarik secara emosional.	Pesan belum sepenuhnya efektif secara komunikasi.
18	Apakah gaya bahasa promosi sudah sesuai dengan karakter audiens?	Gaya bahasa promosi masih terkesan formal dan belum menyesuaikan karakter generasi muda.	Hambatan semantik mengurangi daya tarik pesan.

INFORMAN 2

Nama: Bapak Pujian Tarigan – Pengelola Wisata Danau Linting

Status: Informan Pendukung

1. Tahap Penelitian (Research)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
1	Apa saja langkah yang dilakukan sebelum menyusun strategi promosi wisata Danau Linting?	Dari pihak pengelola, kami biasanya menyampaikan kondisi lapangan kepada dinas, seperti jumlah pengunjung, fasilitas, dan kendala yang ada di lokasi.	Pengelola terlibat secara tidak langsung dalam tahap penelitian melalui penyampaian informasi lapangan.
2	Bagaimana cara pengelola mengumpulkan	Informasi kami peroleh dari obrolan langsung dengan pengunjung dan pengamatan terhadap perilaku wisatawan.	Pengumpulan data masih bersifat informal dan belum terdokumentasi.

	informasi tentang minat wisatawan?		
--	------------------------------------	--	--

2. Tahap Perencanaan (Planning)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
3	Apakah pengelola dilibatkan dalam penyusunan rencana promosi?	Pengelola biasanya dilibatkan saat diminta masukan, namun belum secara rutin dalam rapat perencanaan.	Keterlibatan pengelola dalam perencanaan masih terbatas.
4	Bagaimana koordinasi antara pengelola dan dinas dalam tahap perencanaan?	Koordinasi dilakukan secara informal melalui komunikasi langsung atau saat ada kegiatan tertentu.	Perencanaan belum terkoordinasi secara terstruktur.

3. Tahap Pelaksanaan (Implementation)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
5	Seberapa besar peran pengelola dalam pelaksanaan promosi wisata?	Kami cukup aktif mempromosikan Danau Linting melalui media sosial pribadi dan jaringan komunitas.	Pelaksanaan promosi banyak bergantung pada inisiatif pengelola.
6	Media apa yang paling sering digunakan pengelola dalam promosi?	Media sosial seperti Facebook dan Instagram menjadi sarana utama promosi.	Promosi bersifat swadaya dan belum terintegrasi.

4. Tahap Evaluasi (Evaluation)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
7	Bagaimana pengelola mengevaluasi hasil promosi yang dilakukan?	Kami melihat dari ramai atau tidaknya pengunjung setelah promosi dilakukan.	Evaluasi dilakukan secara sederhana dan subjektif.
8	Apakah hasil evaluasi disampaikan kepada dinas?	Kadang disampaikan secara lisan saat bertemu dengan pihak dinas.	Evaluasi belum terdokumentasi secara formal.

5. Tahap Pelaporan (Reporting)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
9	Apakah pengelola membuat laporan terkait kegiatan promosi?	Kami tidak membuat laporan tertulis, hanya menyampaikan perkembangan secara lisan.	Pelaporan dari pengelola belum bersifat administratif.
10	Bagaimana tanggapan pengelola terhadap laporan dari dinas?	Biasanya kami hanya menerima informasi umum tanpa laporan tertulis.	Pelaporan belum berjalan dua arah.

a. Hambatan Fisik

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
11	Apakah kendala fisik memengaruhi promosi wisata?	Akses jalan dan jaringan internet menjadi kendala utama.	Hambatan fisik sangat memengaruhi promosi.
12	Bagaimana upaya pengelola mengatasi kendala tersebut?	Kami memanfaatkan promosi langsung dan dari mulut ke mulut.	Upaya bersifat adaptif namun terbatas.

b. Hambatan Fisiologis

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
13	Apakah pengelola memiliki kemampuan promosi digital yang memadai?	Tidak semua pengelola memiliki kemampuan tersebut.	Keterbatasan SDM menjadi hambatan utama.
14	Apakah pernah mengikuti pelatihan promosi?	Pernah, tetapi belum rutin dan berkelanjutan.	Pengembangan kapasitas belum optimal.

c. Hambatan Psikologis

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
15	Bagaimana hubungan komunikasi dengan dinas?	Hubungan baik, tetapi kadang kurang komunikasi terkait arah promosi.	Hambatan psikologis muncul karena kurangnya koordinasi.
16	Apakah pengelola merasa dilibatkan secara penuh?	Belum sepenuhnya, terutama dalam pengambilan keputusan.	Rasa memiliki belum terbentuk kuat.

d. Hambatan Semantik

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
17	Apakah pesan promosi dari dinas mudah dipahami?	Mudah dipahami, tetapi kurang detail.	Pesan belum sepenuhnya informatif.
18	Apakah gaya bahasa promosi sesuai dengan pengunjung?	Bahasa masih terlalu formal.	Hambatan semantik memengaruhi daya tarik pesan.

INFORMAN 3

Nama: Lisma Tanjung – Masyarakat Sekitar Danau Linting Status:

Informan Pendukung

1. Tahap Penelitian (Research)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
1	Apa saja langkah yang dilakukan sebelum	Sebagai masyarakat sekitar, kami jarang dilibatkan dalam kegiatan	Masyarakat belum dilibatkan secara

	menyusun strategi promosi wisata Danau Linting?	penelitian atau pendataan sebelum promosi dilakukan. Biasanya hanya diminta membantu jika ada kunjungan dari dinas.	aktif dalam tahap penelitian awal.
2	Bagaimana cara pengumpulan data tentang kondisi pariwisata Danau Linting menurut masyarakat?	Setahu kami, data lebih banyak dikumpulkan oleh dinas dan pengelola, sedangkan masyarakat hanya sebagai informan tambahan.	Posisi masyarakat masih pasif dalam proses penelitian.

2. Tahap Perencanaan (Planning)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
3	Apakah masyarakat dilibatkan dalam penyusunan rencana promosi wisata?	Kami jarang dilibatkan dalam perencanaan promosi, biasanya hanya diberi tahu jika sudah ada kegiatan yang akan dilaksanakan.	Perencanaan komunikasi belum bersifat partisipatif.
4	Bagaimana komunikasi antara masyarakat dan dinas dalam tahap perencanaan?	Komunikasi lebih sering satu arah dari dinas ke masyarakat.	Kurangnya dialog dua arah dalam perencanaan.

3. Tahap Pelaksanaan (Implementation)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
5	Seberapa besar keterlibatan masyarakat dalam pelaksanaan promosi wisata?	Masyarakat biasanya dilibatkan saat pelaksanaan kegiatan, seperti membantu persiapan acara atau menjaga kebersihan lokasi.	Masyarakat lebih berperan sebagai pelaksana teknis.
6	Apakah masyarakat ikut mempromosikan Danau Linting?	Sebagian masyarakat mempromosikan secara pribadi melalui media sosial, tetapi tidak terkoordinasi.	Promosi oleh masyarakat bersifat spontan dan individual.

4. Tahap Evaluasi (Evaluation)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
7	Apakah masyarakat dilibatkan dalam evaluasi kegiatan promosi?	Evaluasi jarang melibatkan masyarakat secara resmi, biasanya hanya berbincang secara informal.	Evaluasi belum melibatkan masyarakat secara sistematis.
8	Bagaimana masyarakat menilai hasil promosi wisata?	Menurut kami, promosi sudah ada, tetapi dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat belum terasa signifikan.	Hasil promosi belum dirasakan langsung oleh masyarakat.

5. Tahap Pelaporan (Reporting)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
----	------------	---------	------------

9	Apakah masyarakat mengetahui adanya laporan kegiatan promosi?	Kami tidak pernah menerima atau melihat laporan resmi terkait promosi wisata.	Pelaporan tidak menjangkau masyarakat.
10	Apakah hasil laporan disampaikan kembali kepada masyarakat?	Informasi yang kami terima hanya sebatas cerita atau pemberitahuan lisan.	Transparansi pelaporan masih rendah.

a. Hambatan Fisik

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
11	Apakah terdapat kendala fasilitas yang memengaruhi promosi wisata?	Fasilitas umum dan akses jalan masih kurang memadai, sehingga menyulitkan wisatawan.	Hambatan fisik berdampak langsung pada minat kunjungan.
12	Bagaimana dampak keterbatasan infrastruktur komunikasi terhadap promosi?	Keterbatasan jaringan internet membuat informasi sulit disebarkan secara luas.	Hambatan fisik mengurangi efektivitas promosi digital.

b. Hambatan Fisiologis

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
13	Apakah masyarakat memiliki kemampuan promosi digital yang memadai?	Tidak semua masyarakat memahami cara promosi melalui media digital.	Keterbatasan kemampuan SDM menjadi hambatan.
14	Apakah pernah ada pelatihan promosi bagi masyarakat?	Pelatihan pernah ada, tetapi tidak rutin dan tidak menyeluruh.	Penguatan kapasitas masyarakat belum optimal.

c. Hambatan Psikologis

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
15	Bagaimana perasaan masyarakat terhadap keterlibatan dalam promosi wisata?	Sebagian masyarakat merasa kurang dilibatkan dalam pengambilan keputusan.	Hambatan psikologis memengaruhi rasa memiliki.
16	Apakah pernah muncul rasa kurang dihargai?	Ada perasaan kurang dihargai karena ide masyarakat jarang ditindaklanjuti.	Kurangnya apresiasi melemahkan partisipasi.

d. Hambatan Semantik

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
17	Apakah pesan promosi mudah dipahami oleh masyarakat?	Informasi promosi mudah dipahami, tetapi kadang kurang jelas detailnya.	Pesan belum sepenuhnya informatif.

18	Apakah bahasa promosi sesuai dengan karakter masyarakat lokal?	Bahasa promosi cenderung formal dan kurang membumi.	Hambatan semantik memengaruhi pemahaman pesan.
----	--	---	--

INFORMAN 4

Nama: Ade Febriani Tanjung – Pengunjung Wisata Danau Linting

Status: Informan Tambahan

1. Tahap Penelitian (Research)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
1	Apakah wisatawan pernah dilibatkan dalam pengumpulan data atau survei sebelum promosi wisata dilakukan?	Selama saya berkunjung ke Danau Linting, saya belum pernah diminta mengisi survei atau diwawancarai secara resmi oleh pihak pengelola maupun dinas.	Wisatawan belum dilibatkan dalam tahap penelitian awal.
2	Bagaimana wisatawan mengetahui informasi awal tentang Danau Linting?	Saya mengetahui Danau Linting dari unggahan teman di media sosial dan rekomendasi lisan, bukan dari survei atau informasi resmi pemerintah.	Informasi awal lebih banyak diperoleh secara tidak langsung.

2. Tahap Perencanaan (Planning)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
3	Apakah wisatawan mengetahui adanya perencanaan komunikasi promosi wisata Danau Linting?	Sebagai wisatawan, saya tidak mengetahui adanya perencanaan promosi yang dilakukan oleh dinas.	Perencanaan tidak tersosialisasi kepada wisatawan.
4	Menurut wisatawan, apakah promosi yang ada sudah sesuai dengan kebutuhan pengunjung?	Promosi yang ada masih sebatas informasi umum dan belum banyak menampilkan fasilitas atau pengalaman wisata secara detail.	Perencanaan pesan belum sepenuhnya berorientasi pada kebutuhan wisatawan.

3. Tahap Pelaksanaan (Implementation)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
5	Melalui media apa wisatawan menerima	Informasi lebih sering saya terima melalui media sosial	Media informal lebih dominan dibanding media resmi.

	informasi promosi Danau Linting?	pribadi seperti Instagram dan Facebook.	
6	Bagaimana penilaian wisatawan terhadap penyampaian pesan promosi?	Pesan promosi cukup menarik secara visual, tetapi informasinya masih terbatas.	Pelaksanaan komunikasi belum informatif secara menyeluruh.

4. Tahap Evaluasi (Evaluation)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
7	Apakah wisatawan memiliki wadah untuk menyampaikan masukan atau penilaian?	Tidak ada wadah khusus untuk menyampaikan saran atau keluhan setelah berkunjung.	Mekanisme evaluasi dari wisatawan belum tersedia.
8	Apakah wisatawan melihat adanya perubahan setelah promosi dilakukan?	Perubahan terlihat saat ada event tertentu, tetapi secara umum belum signifikan.	Dampak promosi belum dirasakan secara berkelanjutan.

5. Tahap Pelaporan (Reporting)

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
9	Apakah wisatawan mengetahui hasil atau laporan kegiatan promosi wisata?	Saya tidak pernah mengetahui atau membaca laporan promosi wisata dari dinas.	Pelaporan tidak menjangkau wisatawan.
10	Apakah hasil promosi disampaikan kembali kepada wisatawan?	Tidak ada penyampaian khusus kepada wisatawan terkait hasil promosi.	Komunikasi pelaporan bersifat tertutup.

a. Hambatan Fisik

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
11	Apakah terdapat kendala fasilitas yang dirasakan wisatawan?	Fasilitas umum seperti toilet dan tempat istirahat masih terbatas.	Hambatan fisik memengaruhi kenyamanan wisatawan.
12	Bagaimana pengaruh akses dan infrastruktur terhadap kunjungan?	Akses jalan menuju lokasi cukup menantang bagi wisatawan luar daerah.	Infrastruktur menjadi faktor penghambat kunjungan.

b. Hambatan Fisiologis

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
13	Apakah informasi wisata mudah dipahami oleh wisatawan?	Informasi cukup mudah dipahami, tetapi tidak selalu lengkap.	Keterbatasan informasi menjadi hambatan komunikasi.
14	Apakah wisatawan merasa membutuhkan informasi tambahan?	Saya merasa perlu informasi yang lebih detail sebelum berkunjung.	Kesiapan informasi belum memenuhi kebutuhan wisatawan.

c. Hambatan Psikologis

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
15	Apakah wisatawan merasa dilibatkan dalam pengembangan wisata?	Sebagai pengunjung, saya merasa hanya sebagai penerima informasi.	Wisatawan belum diposisikan sebagai mitra komunikasi.
16	Apakah kurangnya komunikasi memengaruhi ketertarikan berkunjung kembali?	Kurangnya informasi membuat saya ragu untuk berkunjung kembali.	Hambatan psikologis memengaruhi loyalitas wisatawan.

d. Hambatan Semantik

No	Pertanyaan	Jawaban	Kesimpulan
17	Apakah gaya bahasa promosi mudah dipahami wisatawan?	Bahasa promosi mudah dipahami, tetapi terkesan formal.	Gaya bahasa belum sepenuhnya menarik.
18	Apakah pesan promosi mencerminkan pengalaman wisata yang sebenarnya?	Pesan promosi belum sepenuhnya menggambarkan kondisi dan pengalaman di lapangan.	Hambatan semantik menimbulkan kesenjangan ekspektasi.

DOKUMENTASI

Gambar 1. Lampiran dokumentasi wawancara ,



Dokumentasi kegiatan wawancara antara peneliti dengan Bapak Pujian Tarigan selaku pengelola wisata Danau Linting sekaligus perwakilan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Sibunga-bunga Hilir. Wawancara dilaksanakan pada bulan Oktober 2025 di kawasan wisata Danau Linting, Kecamatan STM Hulu, Kabupaten Deli Serdang. Dalam wawancara ini, informan memberikan penjelasan mengenai kondisi pengelolaan destinasi wisata, bentuk kerja sama antara pengelola dengan DISBUDPORAPAR, serta kendala yang dihadapi dalam promosi dan pengembangan wisata.

Gambar 2. Lampiran dokumentasi wawancara Nisa chairani bersama ibu Tarida Pardede



Dokumentasi kegiatan wawancara antara peneliti dengan Nisa Chairani bersama Ibu Tarida Pardede S.E, M.t.Par selaku menjabat sebagai Pariwisata dan ekonomi kreatif di Dinas Kebudayaan, Olahraga, dan serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang. Wawancara dilaksanakan pada bulan Oktober 2025 di Kantor DISBUDPORAPARDeli Serdang. Dalam proses wawancara, informan memberikan informasi terkait peran serta pengalaman dalam pengelolaan dan pengembangan kawasan wisata, khususnya dalam aspek komunikasi dan keterlibatan masyarakat. Selain itu, informan juga menyampaikan pandangan mengenai potensi wisata serta upaya yang telah dilakukan untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata Danau Linting di Kabupaten Deli Serdang.

Gambar 3. Lampiran dokumentasi wawancara Nisa chairani bersama Risma Tanjung



Dokumentasi kegiatan wawancara antara peneliti dengan Risma Tanjung yang merupakan masyarakat sekitar kawasan Danau Linting. Wawancara dilakukan di area sekitar lokasi wisata pada bulan Oktober 2025. Informan memberikan informasi terkait keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata, pandangan masyarakat terhadap perkembangan pariwisata, serta dampak sosial dan ekonomi yang dirasakan oleh warga sekitar sejak kawasan Danau Linting dikenal sebagai destinasi wisata.

Gambar 4. Lampiran dokumentasi wawancara aNisa chairani bersama Ade Febriani Tanjung



Gambar ini menunjukkan proses wawancara antara peneliti dengan Ade Febriani Tanjung yang merupakan salah satu pengunjung wisata Danau Linting. Wawancara dilakukan secara langsung di kawasan wisata pada bulan Oktober 2025. Informan menyampaikan pandangannya mengenai pengalaman berkunjung, kualitas fasilitas wisata, serta efektivitas promosi yang dilakukan oleh pemerintah daerah maupun pengelola wisata.

Gambar 5. Wisata Danau Linting



Gambar ini memperlihatkan panorama kawasan wisata Danau Linting yang terletak di Desa Sibunga-bunga Hilir, Kecamatan STM Hulu, Kabupaten Deli Serdang. Foto diambil oleh peneliti pada saat observasi lapangan pada tahun 2025. Terlihat kondisi lingkungan sekitar danau yang masih alami dengan air berwarna biru kehijauan serta pepohonan besar yang mengelilingi kawasan wisata, menciptakan suasana yang sejuk dan alami bagi para pengunjung.



Gambar 6. Media Sosial Instagram DISBUDPORAPAR DELI SERDANG



Gambar 7. Media Sosial Facebook DISBUDPORAPAR DELI SERDANG

LAMPIRAN SURAT PENGANTAR RISET

 **UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Ketten-Mentor I Medan Estate ☎ (061) 7362980, 7368376, 7364348 📠 (061) 7368042 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Pince 79 / Jalan Sei Serayu Pince TPA ☎ (061) 8229882 📠 (061) 8228301 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: info@uma.ac.id

Noor : 2019/ETIS.301-10/EG/2025 Medan, 09 September 2025
Lampiran : 1
Hal : Perencanaan Ilmu Pengantar Ilmu Riset

Kepada Yth.
Kebun Kersaangul Kab. Deli Serdang
Lubuk Palans, Del. Serdang

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

Nama : NISA CHAIRANI
NIM : 208530030
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Sami ini sedang melaksanakan beberapa data pada DINAS KEBUDAYAAN, PEMUDA DAN ULAHIRAGA SERTA PARAWISTA KABUPATEN DELI SERDANG untuk melaksanakan penelitian/riset yang berjudul:

"Perencanaan Komunikasi DISBUDPORAPAR Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata (Danau Linting Kabupaten Deli Serdang)"

Pada saat ini sedang melakukan penelitian dan pengumpulan data yang diperlukan ini untuk untuk data untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan itu, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

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

Yth. Dekan
Universitas Medan Area
Jl. Sekeloa Baru, S.E. MUKOM

Terbaca:
1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa Yth
3. Arsip





PEMERINTAH KABUPATEN DELI SERDANG
DINAS KEBUDAYAAN, PEMUDA
DAN OLAHRAGA SERTA PARIWISATA
Jalan Negara Nomor 1 Lubuk Pakam Kode Pos – 20514
Pos-el : disbudporapar@deliserdangkab.go.id
Laman : disbudporapar.deliserdangkab.go.id

Lubuk Pakam, 9 September 2025

Nomor : 423.4/6090/DISBUDPORAPAR/DS/2025
Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : Persetujuan Melaksanakan Riset

Yth. Dekan Fakultas Faspol
Universitas Medan Area
di
Tempat

Menindaklanjuti surat Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Deli Serdang nomor 07/785, tanggal 09 September 2025, hal Izin Riset dan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area nomor 2819/FIS.0/01.10/OX/2025, tanggal 09 September 2025, perihal Permohonan Izin Rekomendasi Riset, yang isinya mengharapkan kesediaan memberikan izin kepada mahasiswa:

Nama : Nisa Chairani
NIM/NIK : 1271015709020003
Alamat : Jl. Teladan No. 2a Teladan Barat
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul/Tema : Perencanaan Komunikasi Disbudporapar dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata (Danau Linting Kabupaten Deli Serdang)

Pada dasarnya kami memberikan izin kepada mahasiswa tersebut mengadakan Riset, penelitian dan pengambilan data untuk menyusun Skripsi dengan catatan wajib mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di Danau Linting di Kec. STM Hulu Kab. Deli Serdang dalam pengawasan Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang.

Izin diberikan pada tanggal 09 September s.d. 10 Oktober 2025. Bila telah selesai mengadakan Magang, membuat dan menyampaikan laporan kepada kami sebanyak 1 (satu) eksemplar.

Demikian disampaikan untuk diketahui dan dimaklumi, terima kasih

Kepala Dinas Kebudayaan, Pemuda
dan Olahraga serta Pariwisata
Kabupaten Deli Serdang



Yudha Pratomo, SE.,MM
Kepala Dinas Utama Muda
NIP. 19750109 200003 1 003



PEMERINTAH KABUPATEN DELI SERDANG
DINAS KEBUDAYAAN, PEMUDA
DAN OLAHRAGA SERTA PARIWISATA
Jalan Karya Usaha Nomor 1 Lubuk Pakam Kode Pos – 20517
Pos-el : disbudporaper@deliserdangkab.go.id
Laman : disbudporaper.deliserdangkab.go.id

SURAT KETERANGAN SELESAI RISET
Nomor : 423.4/7147 /DISBUDPORAPAR/DS/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Eko Sapriadi, S.Sos
NIP	: 19680211 198903 1 009
Pangkat/Gol.Ruang	: Pembina Tingkat I / IVb
Jabatan	: Sekretaris
Instansi	: Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang

Menyatakan bahwa :

Nama	: Nisa Chairani
Alamat	: Jl. Teladan No. 28 Teladan Barat
NIK/NIM/KTP	: 1271015709020003
Pekerjaan	: Mahasiswa
Prodi/Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Judul/Tema	: Perencanaan Komunikasi Disbudporaper dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata (Danau Linting Kabupaten Deli Serdang)

Telah selesai melaksanakan pengumpulan data dan riset pada Wisata Danau Linting di Kec. STM Hulu atas pengawasan Dinas Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta Pariwisata Kabupaten Deli Serdang mulai tanggal 09 s.d. 10 Oktober 2025 dan menyampaikan laporan kepada kami sebanyak 1 (satu) eksemplar.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Lubuk Pakam, 22 September 2025
A.n Kepala Dinas Kebudayaan, Pemuda
Dan Olahraga serta Pariwisata
Kabupaten Deli Serdang
Sekretaris



Eko Sapriadi, S.Sos
Pembina Tingkat I / IVb
NIP. 19680211 198903 1 009