

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**KOMUNIKASI PEMERINTAHAN DESA DALAM  
MEMBENTUK MASYARAKAT PEDAGANG  
SADAR WISATA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
pada Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Riau



**MUHAMMAD ANUGRAH**

NPM :149110201  
Konsentrasi : Humas  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2021**

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil'alamin*

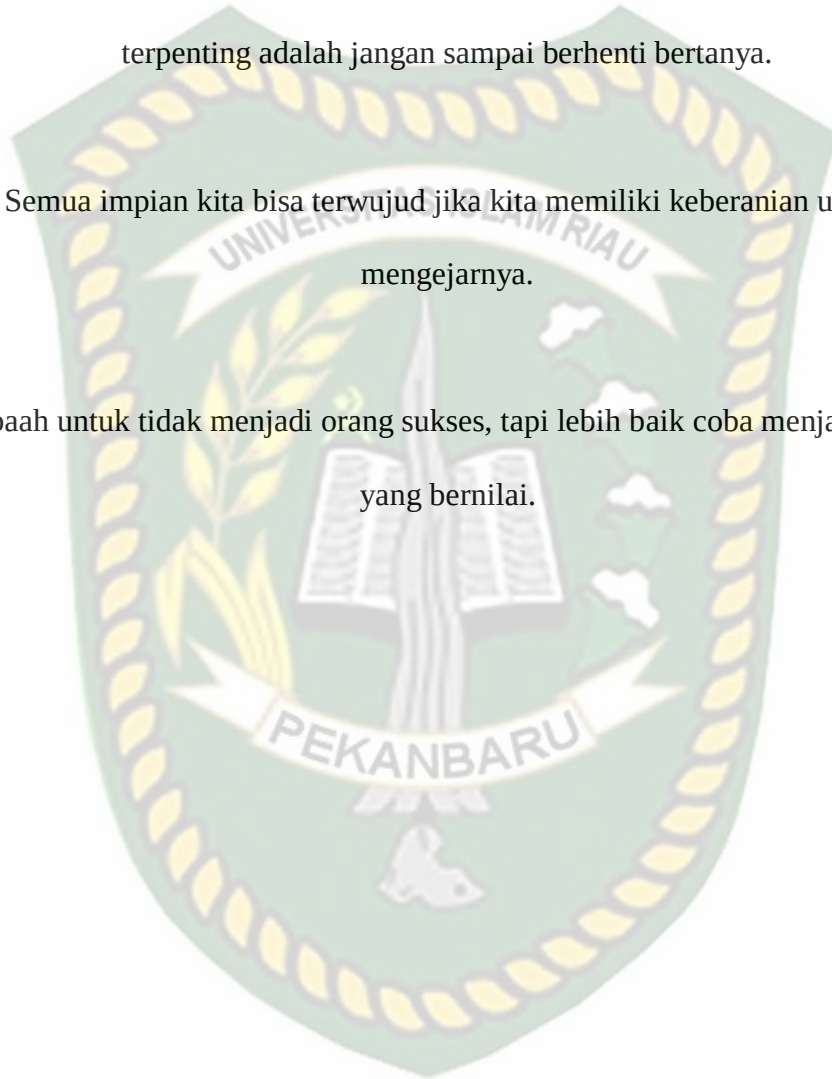
Sujud syukurku kusembahkan kepada Mu Tuhan yang Maha Agung, takdir-Mu telah Kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku. Lantunan Al-Fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan doa dalam syukur yang tiada terkira, terima kasih ku untuk Mu. Ku persembahkan sebuah karya kecil ini teruntuk dan terkhusus Ayahanda Abustami dan Ibundaku Dra. Waira serta Pakwo Alm. H. Muzani dan Makwo Hj. Nurhadani, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepan ku. Ayah, ibu, terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusan ku untuk membalas semua pengorbananmu. Dalam silah di lima waktu mulai fajar terbit hingga terbenam seraya tangan ku menadah "Yaa Allah Yaa Rahman Yaa Rahim, terima kasih telah kau tempatkan aku diantara kedua malaikat Mu yang setiap waktu ikhlas menjaga, mendidik, membimbing ku dengan baik. Yaa Allah berikanlah balasan setimpal syurga firdaus untuk mereka dan jauhkanlah mereka nanti dari panasnya sengat hawa api neraka Mu.

## MOTTO

Belajar dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk hari besok. Dan yang terpenting adalah jangan sampai berhenti bertanya.

Semua impian kita bisa terwujud jika kita memiliki keberanian untuk mengejarnya.

Cobaah untuk tidak menjadi orang sukses, tapi lebih baik coba menjadi orang yang bernilai.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Terima kasih banyak atas berkah, bimbingan, dan rahmat ini sebagai prasyarat untuk menyelesaikan Survei Strat-1 atau S1 Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau (Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau). Shalawat beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya yang telah membawa kita ke dunia yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan peradaban sepanjang masa, disapa Nabi besar Muhammad SAW, manusia mulia sepanjang masa.

Skripsi ini masih belum sempurna, dan penulis menyadari sepenuhnya banyak kekurangan, seperti tata bahasa, teknik penulisan, dan bentuk ilmiah. Oleh karena itu, penulis dengan segala kerendahan hati sangat mengharapkan berbagai kritik dan perbaikan demi kesempurnaannya.

Dalam penyusunan skripsi yang berjudul **Upaya Pemerintah Desa Dalam Membentuk Masyarakat Pedagang Sadar Wisata**, tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang memungkinkan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, rasa terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Eko Hero, M.Soc. Sc. dan Ibu Dyah Pithaloka, M.Si, selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan serta mengorbankan waktu dalam penyelesaian Proposal ini.

2. Bapak-Bapak dan Ibu-Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Bapak-bapak dan Ibu-Ibu Karyawan-Karyawati Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
4. Kepala Desa dan pedagang di Sungai Hijau Desa Salo Timur Kecamatan Salo Kabupaten Kampar yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dengan data-data dan solusi yang penulis butuhkan.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon semoga bimbingan, bantuan, pengorbanan dan keikhlasan yang telah diberikan selama ini akan menjadi amal kebaikan dan mendapatkan balasan yang layak dari Allah SWT, Amin Yarabbal Alamin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, Juli 2020

Penulis

**Muhammad Anugrah**  
**149110201**

## DAFTAR ISI

|                                                    |           |
|----------------------------------------------------|-----------|
| Cover                                              |           |
| Persetujuan Tim Pembimbing                         |           |
| Lembar Pernyataan                                  |           |
| Halaman Persembahan .....                          | ii        |
| Halaman Motto.....                                 | iii       |
| Kata Pengantar.....                                | iv        |
| Daftar Isi .....                                   | vi        |
| Daftar Tabel.....                                  | viii      |
| Daftar Lampiran .....                              | ix        |
| Abstrak .....                                      | x         |
| Abstract .....                                     | xi        |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                     | <b>1</b>  |
| A. LatarbelakangMasalahpenelitian .....            | 1         |
| B. Identifikasi Masalah Penelitian .....           | 9         |
| C. Fokus Penelitian .....                          | 10        |
| D. Rumusan Masalah.....                            | 10        |
| E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....             | 10        |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>               | <b>11</b> |
| A. Kajian Literatur.....                           | 11        |
| 1. Komunikasi .....                                | 11        |
| 2. Hambatan Komunikasi .....                       | 12        |
| 3. Peran Komunikasi.....                           | 16        |
| 4. Fungsi Komunikasi .....                         | 19        |
| 5. Tujuan Komunikasi.....                          | 20        |
| 6. Komunikasi Pariwisata .....                     | 20        |
| 7. Bidang-bidang Kajian Komunikasi Pariwisata..... | 22        |
| 8. Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pariwisata.....   | 25        |
| B. Defenisi Operasional .....                      | 40        |
| C. PenelitianTerdahulu yang Relevan .....          | 40        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>              | <b>43</b> |
| A. Pendekatan Penelitian.....                      | 43        |
| B. Subjek dan Objek Penelitian.....                | 43        |
| C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....                | 44        |
| D. Sumber Data .....                               | 46        |
| E. Teknik pengumpulan data .....                   | 46        |
| F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....         | 48        |
| G. Teknik Analisis Data .....                      | 48        |

|               |                                                                                                              |           |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB IV</b> | <b>HASIL PENELITIAN DAN HASIL PEMBAHASAN .....</b>                                                           | <b>49</b> |
| A.            | Gambaran Umum Objek Penelitian.....                                                                          | 49        |
| B.            | Hasil Penelitian Tentang Komunikasi pemerintahan desa dalam membentuk masyarakat pedagang sadar wisata ..... | 52        |
| C.            | Pembahasan .....                                                                                             | 73        |

|              |                                  |           |
|--------------|----------------------------------|-----------|
| <b>BAB V</b> | <b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b> | <b>77</b> |
| A.           | Kesimpulan.....                  | 77        |
| B.           | Saran-saran .....                | 77        |

## DAFTAR PUSTAKA



## DAFTAR TABEL

|          |                                             |    |
|----------|---------------------------------------------|----|
| Tabel 1. | Objek Wisata Alam di Kabupaten Kampar ..... | 5  |
| Tabel 2. | Penelitian Terdahulu .....                  | 29 |
| Tabel 3. | Jadwal Kegiatan Penelitian .....            | 34 |



## **Abstrak**

### **KOMUNIKASI PEMERINTAHAN DESA DALAM MEMBENTUK MASYARAKAT PEDAGANG SADAR WISATA**

**Muhammad Anugrah**  
**NPM : 149110201**

Dalam meningkatkan pembangunan yang berkaitan dengan komunikasi pemerintahan kepala desa. Adanya peran komunikasi yang baik antara pemerintah dan masyarakat dapat mewujudkan partisipasi masyarakat dalam program pembangunan. Kabupaten Campar memiliki potensi pariwisata yang besar untuk dikembangkan. Salah satu daya tarik wisata di sekitar Kabupaten Campar adalah kawasan Sungai Hijau, dan Campar diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan PDRB. Dengan kondisi tersebut, semakin meningkat dukungan untuk peningkatan kualitas lokal melalui pembangunan dan peningkatan sarana dan prasarana penunjang pariwisata di kawasan Green River. Hal ini untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui komunikasi pemerintahan desa dalam membentuk masyarakat pedagang sadar wisata serta faktor pendukung dan penghambatnya. Metode penelitian yang di gunakan adalah metode kualitatif. Subjek dalam penelitian ini yaitu Kepala Desa dan Peganag di Sungai Hijau yang mengikuti pembinaan. Adapun objek dari penelitian ini yaitu upaya pemerintah desa dalam membentuk masyarakat pedagang sadar wisata. Jenis dan sumber data yang digunakan data sekunder dan data primer sedangkan teknik pengumpulan data antara lain wawancara, observasi dan dokumentasi. Mengikuti bab-bab sebelumnya tentang strategi komunikasi pemerintah desa dalam mempromosikan fasilitas wisata sungai hijau di desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Campar, penulis menarik kesimpulan tentang strategi komunikasi pemerintah desa. Promosi atraksi wisata Sungai Hijau, seperti strategi komunikasi, strategi identifikasi khalayak, strategi penyampaian pesan, dan strategi media, masih belum signifikan dalam hal kehadiran wisatawan, dan tidak ada strategi periklanan untuk meningkatkannya. Menarik wisatawan menarik wisatawan karena menarik wisatawan.

**Kata Kunci : Komunikasi Pemerintahan Desa, Pedagang Sadar Wisata**

## **Abstract**

### **VILLAGE GOVERNMENT COMMUNICATION IN FORMING COMMUNITY CONSCIOUS TRADERS**

**Muhammad Anugrah**  
**NPM: 149110201**

In enhancing development related to the communication of the village head's government. The role of good communication between the government and the community can realize community participation in development programs. Kampar Regency has a lot of tourism potential that should be developed. One of the tourist destinations in the Kampar Regency is the Green River area, which is considered to have a high enough potential to contribute to the increase in Kampar's GRDP. Under these conditions, the Green River region is increasingly being encouraged to improve the quality of the region by developing and improving tourism supporting facilities and infrastructure. It aims to increase the number of tourists visiting the region. The purpose of this study is to determine the communication of the village government in forming a tourism-aware merchant community and its supporting and inhibiting factors. The research method used is a qualitative method. The subjects in this study were the Village Head and Peganag in Sungai Hijau who participated in the training. The object of this research is the efforts of the village government in forming a tourism-conscious merchant community. The types and sources of data used are secondary data and primary data while data collection techniques include interviews, observation and documentation. Based on the results of research and discussion in previous chapters on the communication strategies of the village government in promoting Green River tourism objects in Salo Village, Salo District, Kampar Regency, the authors draw conclusions, namely the communication strategy undertaken by the village government in promoting Green River tourism objects viewed from the communicator strategy, the strategy to determine the audience, the message strategy and the media strategy, seen from the level of tourist visits which is still not significant because it is judged by the lack of promotion strategies undertaken to increase visitors of these attractions so that not many people know the existence of these attractions.

**Keywords:** *Communication of Village Government, Tourism-aware Traders*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Dalam proses pemajuan pembangunan, pemerintah harus mengkomunikasikan kepada masyarakat manfaat dan manfaat dari setiap pembangunan yang datang ke daerah. untuk memenuhi keinginan pemerintah.

Komunikasi memiliki sejumlah efek positif pada jenis, tujuan, dan tanggung jawab pemerintah, termasuk menjaga hubungan. Akan sulit untuk mengetahui apa yang dapat dicapai tanpa alat dan fasilitas komunikasi di semua bidang kegiatan, dan bahwa hambatan kerja dan komunikasi merupakan sumber informasi bagi pemimpin untuk memberikan informasi tentang berbagai kebijakan. atau pengembangan.

Namun, untuk meningkatkan pembangunan terkait dengan hubungan pemerintahan kepala desa. Adanya peran yang baik dalam hubungan antara pemerintah dan masyarakat dapat menimbulkan partisipasi masyarakat dalam program-program pembangunan, hal ini akan memotivasi penulis untuk menggali peran pemerintah desa dalam masyarakat dalam kaitannya dengan tujuan pembangunan berbasis masyarakat. .

Sumber daya manusia sangat penting bagi pembangunan, karena kurangnya sumber daya manusia membuat situasi sosial tidak mampu melihat masalah kehidupan mereka, dan dengan demikian meningkatkan jumlah

pengangguran. Oleh karena itu, upaya pengembangan sumber daya manusia perlu dan perlu dilakukan.

Tantangan yang dihadapi umat manusia saat ini adalah peradaban berubah dengan cepat dan luas, dengan perubahan mendasar, perubahan tidak hanya menciptakan kompleksitas, ketidakpastian, dan konflik, tetapi juga membawa tantangan bagi kehidupan sehari-hari, membawa perubahan. Ada orang yang mengubah peran aktor, yang diuntungkan dan yang menderita.

Karena pariwisata merupakan sumber devisa utama bagi negara, pemerintah mengambil langkah-langkah untuk mengembangkan pariwisata dan meningkatkannya. Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya secara geografis. Merupakan modal untuk mengembangkan industri pariwisata dengan memanfaatkan peluang alam dan budaya yang besar. Keindahan alam pegunungan, lembah, air terjun, hutan, sungai, danau, gua dan pantai merupakan sumber daya alam yang sangat besar di kawasan wisata alam. Oleh karena itu, perekonomian negara dapat tumbuh seiring dengan pertumbuhan sektor pariwisata (Fandeli, 2005:7).

Peran pariwisata dalam pembangunan suatu negara pada dasarnya ada tiga: ekonomi (sumber devisa), sosial (penciptaan lapangan kerja), dan budaya (pengenalan budaya kepada wisatawan). Penting untuk dipahami bahwa pariwisata memiliki dampak sosial dan budaya terhadap pembangunan (Spillance, 2003: 54).

Pengembangan kepariwisataan terutama merupakan upaya untuk menarik dan mengembangkan daya tarik wisata, yang diwujudkan dalam bentuk keindahan

alam, keanekaragaman flora dan fauna, tradisi, budaya, monumen sejarah dan kuno (Yoeti, 2002). : 12).

Kegiatan pariwisata memainkan peran yang sama pentingnya dalam apa yang disebut komponen pariwisata karena mereka saling mendukung dan menghubungkan struktur berkelanjutan (Suyitno, 2004: 24). Peran dan program Indonesia untuk meningkatkan dan mengembangkan kapasitas pariwisata sangat mendukung perkembangan sektor pariwisata nasional. Kepariwisata merupakan sektor yang bertumpu pada peningkatan pendapatan primer daerah dan sangat penting bagi otonomi daerah.

Pariwisata partisipatif merupakan konteks paradigma pembangunan baru, yaitu tren pelibatan dan pemberdayaan masyarakat sebagai pemain penting dalam paradigma pembangunan berkelanjutan. Pariwisata berbasis masyarakat tidak berarti kecil, upaya lokal, tetapi perlu ditempatkan dalam kerangka kolaborasi komunitas global. Dari beberapa ulasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata berbasis masyarakat berperan penting dalam pengambilan keputusan, mempengaruhi masyarakat dan masyarakat lokal, serta memberi manfaat bagi kehidupan dan lingkungan mereka (Usman, 2008: 56). ).

Termasuk konsep pemberdayaan masyarakat dalam konsep wisata publik, Upaya peningkatan kapasitas masyarakat selalu didasarkan pada karakteristik, latar belakang, dan karakteristik sasaran masyarakat yang memiliki kapasitas masyarakat tersebut, dan yang terpenting bagaimana memulai menciptakan suasana dan iklim yang memungkinkan peningkatan kapasitas masyarakat.

Strategi yang berbeda dapat digunakan untuk mencapai tujuan meningkatkan kekuasaan. Salah satu strategi peningkatan kapasitas masyarakat adalah dengan mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat.

1. Pariwisata berbasis masyarakat mendapatkan rasionalitasnya dari fitur dan karakteristik yang terorganisir secara unik, dan jenis pariwisata ini umumnya aman secara ekologis dan tidak memiliki efek merugikan yang sama seperti jenis konvensional yang diproduksi. pariwisata.
2. Pariwisata berbasis masyarakat dapat dikelola oleh masyarakat dan bisnis lokal, karena memiliki peluang yang lebih baik untuk mengembangkan fasilitas dan pameran pariwisata skala kecil.
3. Hal ini lebih erat kaitannya dengan pariwisata tradisional, yang memberikan kekuatan lebih kepada masyarakat karena masyarakat lokal ikut merasakan manfaat dari pembangunan pariwisata (Nasikun, 2000: 26-27).

Tantangan mewujudkan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat adalah memerlukan pemberdayaan masyarakat yang sungguh-sungguh dilakukan oleh, dari, dan untuk masyarakat secara partisipatif muncul sebagai alternative terhadap pendekatan pembangunan yang serba sentralistik dan bersifat *top down*. Munculnya proses partisipasi dalam rangka pemberdayaan masyarakat mendasarkan atas dua perspektif, Pertama; pelibatan masyarakat setempat dalam pemilihan, perancangan, perencanaan dan pelaksanaan, program yang akan mewarnai kehidupan masyarakat. Kedua; partisipasi transformasional sebagai tujuan untuk mengubah kondisi lemah dan marjinal menjadi berdaya dan mandiri.

Di Riau, menapaki area wisata yang rindang dengan suasana jalan yang juga tenang tentu diyakini langka bagi masyarakatnya. Dengan kondisi alam seadanya, daerah ini hanyalah sebuah arena singgah bagi pendatang yang ingin mencari hiburan. Di balik pendapat publik yang menyatakan Riau “gersang” akan hiburan alam, masih tersimpan sebuah wahana alam yang sudah selayaknya patut dikembangkan dan dijadikan area promosi bagi wisatawan. Salah satunya adalah Objek Wisata Sungai Hijau yang terletak di Desa Salo Kabupaten Kampar. Kabupaten kampar memiliki banyak potensi wisata yang semestinya bisa dikembangkan. Salah satu objek wisata yang dapat dikembangkan yaitu sungai hijau yang berada di Bangkinang. Berikut ini merupakan data potensi wisata di Kabupaten Kampar :

**Tabel 1.Objek Wisata Alam di Kabupaten Kampar**

| No. | Objek                           | Lokasi                       |
|-----|---------------------------------|------------------------------|
| 1   | Kawasan Danau PLTA Koto Panjang | Kecamatan XIII Koto Kampar   |
| 2   | Air Terjun Lubuk Bigau          | Kecamatan Kampar Kiri Hulu   |
| 3   | Air Terjun Bertingkat           | Kecamatan Kampar Kiri Hulu   |
| 4   | Air Terjun Tanjung Belit        | KecamatanKampar Kiri Hulu    |
| 5   | Air Terjun Binamang             | KecamatanXIII Koto Kampar    |
| 6   | Air Terjun Sungai Osang         | KecamatanXIII Koto Kampar    |
| 7   | Air Terjun Kaboko               | Kecamatan Kampar Kiri        |
| 8   | Air Panas Sinama Nenek          | Kecamatan Tapung Hulu        |
| 9   | Danau Harapan Tanjung Rambutan  | Kecamatan Kampar             |
| 10  | Hutan Lindung Rimbo Terantang   | KecamatanBangkinang Seberang |
| 11  | Puncak Panorama                 | KecamatanXIII Koto Kampar    |
| 12  | Danau Aquari                    | KecamatanXIII Koto Kampar    |
| 13  | Hutan Lindung Adat              | Kecamatan Kampar             |
| 14  | Sungai Kopu                     | Kecamatan Koto Kampar Hulu   |
| 15  | Sungai Hijau                    | Kecamatan Salo               |

**Sumber : Dinas Pariwisata dan Olahraga Kabupaten kampar**

Jelas banyak sekali peluang pariwisata yang perlu dikembangkan di kabupaten Kampar. Salah satu daya tarik wisata di sekitar Kabupaten Kampar

adalah kawasan Sungai Hijau yang diyakini mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan PDRB Campar. Dengan kondisi tersebut, semakin meningkat dukungan untuk peningkatan kualitas lokal melalui pembangunan dan peningkatan sarana dan prasarana penunjang pariwisata di kawasan Green River. Hal ini untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut. Peningkatan kunjungan wisatawan dan kegiatan pariwisata di daerah tersebut secara tidak langsung berdampak pada kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat setempat.

Dari sejumlah pilihan yang ada, peneliti fokus pada Green River. Green River adalah sungai kecil dengan air yang jernih dan dipenuhi bebatuan kecil di sepanjang dasarnya. Kejernihan airnya membuat batu-batu ini mudah terlihat. Beberapa bebatuan kecil yang tumbuh di tepi sungai dan lumut yang tumbuh di rumput air membuat sungai terlihat semakin hijau. Dari kejauhan, sungai sudah terlihat hijau. Jalan depan atau jalan utama lebih besar dan lebih dalam dari jalan raya atau hilir. Pada saat yang sama, semakin dalam Anda masuk ke taman, hutan, atau semakin jauh ke selatan, semakin dalam di beberapa bagian. Titik terdalam sungai ini tidak melebihi 1,5 meter. Titik minimum harus setidaknya 30 cm.

Wisatawan tidak perlu khawatir mencari tempat untuk beristirahat. Banyak ruang terbuka yang bersih dengan ukuran yang cukup besar. Sebagian besar berada di dalam akar pohon karet, namun ada juga yang rata. Di tempat-tempat inilah para tamu dapat mendirikan tenda, membuka tempat tidur, duduk bersama, bersantai dan makan bersama. Selama salat, para tamu dapat berdoa di musala yang telah disediakan. Lokasi wisata Green River menjual berbagai macam

makanan, minuman, tempat tidur, perlengkapan mandi, dan lainnya. Orang-orang yang memulai bisnis adalah orang-orang Bangkakan dan daerah sekitar Sungai Hijau. Wisatawan sering menyewa tempat tidur dan membeli makanan yang disediakan oleh pedagang di dekat lokasi wisata.

Itu ditemukan di kawasan wisata hijau. Sebelum dibukanya lokasi wisata memang tidak berbisnis, namun setelah dibukanya Dinas Pariwisata Sungai Hijau di kabupaten Salo banyak yang berbisnis. Usaha makanan, snack, jasa sewa, parkir, dll. Pembukaan lokasi wisata ini berdampak positif bagi masyarakat sekitar, karena dapat mengurangi pengangguran dan meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya masyarakat Salo.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis judul :**Komunikasi Pemerintahan Desa Dalam Membentuk Masyarakat Pedagang Sadar Wisata.**

#### **B. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka dapat diidentifikasi masalah, sebagai berikut :

1. Pedagang masih menggelar dagangannya secara semerawut dengan mengenyampingkan ke higienisan makanan yang dijualnya.
2. Harga yang ditawarkan masih sangat beragam untuk jenis makanan sejenis.
3. Belum maksimalnya masyarakat dalam menjalankan kebijakan dari pihak desa tentang masyarakat pedagang sadar wisata.

4. Belum maksimalnya upaya pemerintah desa dalam menjalankan kebijakan tentang masyarakat pedagang sadar wisata.
5. Kurangnya sosialisasi pihak pemerintah desa kepada masyarakat pedagang sadar wisata.

### **C. Fokus Penelitian**

Adapun fokus dalam penelitian ini adalah komunikasi pemerintahan desa dalam membentuk masyarakat pedagang sadar wisata dan faktor penghambatnya.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana komunikasi pemerintahan desa dalam membentuk masyarakat pedagang sadar wisata.
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam komunikasi pemerintahan desa dalam membentuk masyarakat pedagang sadar wisata.

### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dan manfaat dilakukannya penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui komunikasi pemerintahan desa dalam membentuk masyarakat pedagang sadar wisata.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam komunikasi pemerintahan desa dalam membentuk masyarakat pedagang sadar wisata.

## 2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat teoritis, dapat menjadi bahan bagi peneliti selanjutnya mengenai strategi komunikasi.
- b. Manfaat praktis, sebagai masukan atau sumbangan pemikiran dan sumber informasi bagi pemerintah desa dalam membentuk masyarakat pedagang sadar wisata.



## BAB II

### TINJAUAN KEPUSTAKAAN

#### A. Kajian Literatur

##### 1. Komunikasi

Menurut defenisi forsdale dalam (Muhammad 2015:2) komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah.

Komunikasi adalah aktivitas dasar manusia. Dengan komunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari disekolah maupun dalam organisasi dan juga dalam berinteraksi antar sesama manusia dimana pun berada. Tidak ada manusia yang tidak terlibat komunikasi.

Dalam Mulyana (2010:16) Bila kita memikirkan komunikasi suatu proses, maka ada beberapa karakteristik yang membantu kita memahami bagaimana sebenarnya komunikasi itu berlangsung. *Pertama*, komunikasi itu dinamik, komunikasi adalah suatu aktivitas yang terus berlangsung dan selalu berubah. Sebagai para pelaku komunikasi, secara konstan kita dipengaruhi oleh pesan orang lain dan sebagai konsekuensinya, kita mengalami perubahan yang terus menerus. *Kedua*, komunikasi itu interaktif. Komunikasi terjadi antara sumber dan penerima. Ini mengaplikasikan dua orang atau lebih yang membawa latar belakang dan pengalaman unik mereka masing-masing ke peristiwa komunikasi. Latar belakang dan pengalaman mereka tersebut mempengaruhi interaksi mereka. *Ketiga*, komunikasi itu tak dapat dibalik (*irreversible*) dalam arti bahwa sekali

kita mengatakan sesuatu dan seseorang telah menerima pesan, kita tidak dapat menarik kembali pesan itu dan sama sekali meniadakan pengaruhnya. Sekali penerima telah dipengaruhi oleh suatu pesan, pengaruh tersebut tidak dapat ditarik kembali sepenuhnya. *Keempat*, komunikasi berlangsung dalam *konteks fisik* dan *konteks sosial*. Ketika berinteraksi dengan seseorang, interaksi tidaklah terisolasi, tetapi ada dalam lingkungan fisik tertentu dan dinamika sosial tertentu. Lingkungan fisik meliputi objek-objek fisik tertentu seperti kenyamanan atau ketidaknyamanan, kursi, warna dinding, atau suasana ruangan keseluruhan, sebagian kecil saja dari lingkungan ini.

Menurut Muhammad (2015: 17), ada lima komponen utama komunikasi: penyampaian pesan, penyampaian pesan, penyaluran, penerima pesan, dan umpan balik. Masing-masing komponen tersebut akan dijelaskan secara singkat.

a. Pengiriman pesan

Pengirim pesan adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan atau informasi tersebut berasal dari otak pengirim. Oleh karena itu, sebelum mengirim pesan, pengirim harus membuat pesan yang akan dikirim. Membuat pesan adalah menentukan nilai yang akan dikirim, dan kemudian menyandikan nilai tersebut ke dalam satu pesan.

a. Pesan

Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. Pesan ini dapat berupa verbal maupun nonverbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis seperti surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan secara lisan dapat berupa, percakapan tatap muka, telepon dan lain-lain nya.

b. Saluran

Saluran adalah jalur dari pengirim ke penerima. Saluran komunikasi yang biasa adalah gelombang cahaya dan suara yang kita lihat dan dengar. Namun, perangkat transmisi cahaya atau suara mungkin berbeda. Misalnya, ketika dua orang berbicara berhadapan-hadapan, kebisingan dan gelombang cahaya di udara bertindak sebagai saluran.

c. Penerima pesan

Penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

d. Balikan

Balikan adalah respons terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan kepada si pengirim pesan. Dengan diberikannya reaksi ini kepada si pengirim, pengirim akan dapat mengetahui apakah pesan yang dikirimkan tersebut diinterpretasikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim.

## 2. Hambatan Komunikasi

Menurut Effendi (2008:11) bahwa ada beberapa faktor penghambat komunikasi diantaranya:

a. Hambatan sosial-antri-psikologi

Proses komunikasi berlangsung dalam konteks (teks situasi). Artinya, klien harus memperhatikan keadaan di mana komunikasi itu berlangsung, karena situasi itu sangat mempengaruhi komunikasi (Effendi, 2008:11).

#### 1) Hambatan sosiologis

Sosiolog Jerman Ferdinand Tonnis mengklasifikasikan kehidupan manusia dalam masyarakat menjadi dua jenis asosiasi: *gemeinschaft* dan *gesellschaft*. *Gemeinschaft* adalah kehidupan sosial pribadi, menetap, tidak berarti, seperti kehidupan keluarga. Pada saat yang sama, *gesellschaft* adalah kehidupan sosial yang pribadi, energik, rasional, seperti sosialisasi di lembaga dan organisasi. Salah satu contoh hubungan dengan *Gemeinschaft* adalah bahwa seorang istri dan anak-anak tidak menghadapi banyak kendala karena karakteristik pribadi mereka.

atau pribadi sehingga dapat dilakukan dengan santai, sedangkan *gesellschaft* seorang yang bagaimanapun tingginya kedudukan yang ia jabat, ia akan menjadi bawahan orang lain. Seorang kepala desa mempunyai kekuasaan di daerahnya, tetapi ia harus tunduk kepada camat, dan begitu lah seterusnya.

#### 2) Hambatan antropologis

Dalam melancarkan komunikasinya seorang komunikator tidak akan berhasil apabila ia tidak mengenal siapa komunikan yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksud “siapa” disini bukan orang nya melainkan rasa apa, bangsa apa, atau suku apa.

Komunikasi akan berjalan lancar jika suatu pesan yang disampaikan komunikator diterima oleh komunikan secara tuntas. Gambar di pesawat sangat jernih dan suaranya sangat jernih, sehingga pemirsa dapat menerima pertunjukan yang bagus, tetapi pembicara acara mungkin tidak

menerimanya ketika dia mengatakan bahwa dagingnya enak. Teknologi komunikasi tidak akan berjalan tanpa dukungan budaya karena khalayak telah menerimanya dalam pengertian yang dapat diterima (spiritual).

### 3) Hambatan psikologi

Faktor psikologi sering kali menjadi hambatan dalam komunikasi. Hal ini umumnya disebabkan si komunikator sebelum melancarkan komunikasinya tidak mengkaji diri komunikan. Komunikasi sulit untuk berhasil apabila komunikan sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, dan lain-lainnya.

Prasangka merupakan salah satu hambatan berat bagi kegiatan komunikasi, karena orang yang berprasangka belum apa-apa sudah bersikap menentang komunikator. Pada orang bersikap prasangka emosinya menyebabkan dia menarik kesimpulan tanpa menggunakan pikiran secara rasional.

#### b. Hambatan sematis

Faktor sematis menyangkut bahasa yang dipergunakan komunikator sebagai “alat” untuk meyalurkan pikiran dan perasaannya kepada komunikan. Demi kelancaran komunikasinya seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan sematis ini, sebab salah ucap atau salah tulis dapat menimbulkan salah pengertian yang akhirnya menyebabkan salah komunikasi (Effendi, 2008:12).

c. Hambatan mekanis

Hambatan mekanis dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi. Banyak contoh yang kita alami dalam kehidupan sehari-hari, suara yang hilang-muncul pada radio, suara telepon yang krotokan, ketikan huruf yang buram pada surat (Effendi, 2008:12).

d. Hambatan ekologis

Hambatan ini terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi, jadi datangnya dari lingkungan. Contohnya hambatan ekologis adalah suara riuh orang-orang atau kebisingan lalu lintas pada saat komunikator berpidato (Effendi, 2008:12).

Menurut Suranto (2010:17) bahwa faktor penghambat efektivitas komunikasi juga ada beberapa diantaranya:

1) Komunikator rendah

Komunikator yang tidak berwibawa dihadapan komunikan, menyebabkan berkurangnya perhatian komunikan terhadap komunikator.

2) Kurang memahami latar belakang sosial dan budaya

Nilai-nilai sosial budaya yang berlaku disuatu komunitas atau di masyarakat harus diperhatikan, sehingga komunikator dapat menyampaikan pesan dengan baik, tidak bertentangan dengan nilai-nilai sosial budaya yang berlaku.

3) Kurang memahami karakteristik komunikan

Karakteristik komunikan meliputi tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, dan sebagainya perlu dipahami oleh komunikator. Apabila komunikator

kurang memahami, cara komunikasi yang dipilih mungkin tidak sesuai dengan karakteristik komunikan.

4) Prasangka buruk

Prasangka negatif antara pihak-pihak yang terlibat komunikasi harus dihindari, karena dapat mendorong kearah sikap apatis dan penolakan.

5) Komunikasi satu arah

Komunikasi berjalan satu arah, dari komunikator kepada komunikan terus-menerus dari awal sampai akhir, menyebabkan hilangnya kesempatan komunikan untuk menerima penjelasan terhadap hal-hal yang belum dimengerti.

### 3. Peran Komunikasi

Komunikasi dalam proses mempunyai pesan atau informasi yang dilakukan oleh para pemimpin atau manajer. Sebagai komunikator, seorang manajer harus menyesuaikan peran yang sedang dia lakukan. Dalam kaitannya dengan hal ini Henry Mintzberg dalam Ruliana (2014 :27) menyatakan bahwa wewenang formal seorang manajer menyebabkan timbulnya tiga peranan yaitu :

a. Peranan Antar personal

1) Peranan Tokoh

Kedudukan sebagai kepala suatu unit organisasi, membuat seorang manajer melakukan tugas yang bersifat memimpin.

2) Peranan Pimpinan

Sebagai pemimpin, seorang manajer bertanggung jawab atas lacer-tidak lancarnya pekerjaan yang dilakukan bawahannya. Beberapa

kegiatan bersangkutan langsung dengan kepemimpinannya pada semua tahap manajemen: penentuan kebijakan, perencanaan, pengorganisasian dan lain-lain.

### 3) Peranan Penghubung

Dalam peranan sebagai penghubung, seorang manajer melakukan komunikasi dengan orang-orang di luar jalur komando vertikal, baik secara formal maupun non formal.

## b. Peranan Informasi

### 1) Peranan Monitor

Dalam melakukan peranan monitornya, manajer memandang lingkungan sebagai sumber informasi.

### 2) Peranan Penyebar

Dalam peranan sebagai penyebar, seorang manajer menerima dan menghimpun informasi dari luar yang penting artinya dan bermanfaat bagi organisasi, untuk kemudian disebarkan kepada bawahan.

### 3) Peranan Juru Bicara

Peranan ini memiliki kesamaan dengan peranan penghubung, yakni dalam hal mengkomunikasikan informasi kepada khalayak luar. Contohnya kalau dalam peranannya sebagai juru bicara tidak secara kontak pribadi, tetapi selalu resmi.

### 4) Peranan Memutuskan

#### a. Peranan Wiraswasta

Seorang manajer berusaha memajukan organisasinya dan mengadakan penyesuaian atas perubahan kondisi lingkungan nya. Ia selalu berusaha memandang kedepan untuk mendapatkan gagasan baru.

b. Peranan Pengendalian Gangguan

Seorang manajer berusaha sebaik mungkin menanggapi setiap tekanan yang menimpa organisasi, seperti buruh mogok, para pelanggan hilang, dan lain-lain.

c. Peranan Penentu Sumber

Seorang manajer bertanggung jawab untuk memutuskan pekerjaan apa yang harus dilakukan, siapa yang akan melaksanakan, dan bagaimana pembagian pekerjaan dilaksanakan.

#### 4. Fungsi Komunikasi

Sebuah. Fungsi informasi

Dalam Bungin (2006: 272) organisasi dapat dikatakan sebagai suatu sistem proses informasi, sehingga diharapkan seluruh anggota organisasi akan menerima informasi yang lebih banyak, lebih baik, dan lebih tepat waktu. Informasi yang diperoleh memungkinkan setiap anggota organisasi menjalankan tugasnya dengan lebih jelas.

b. Fungsi regulasi

Fungsi regulasi ini terkait dengan aturan-aturan yang berlaku dalam organisasi. Ada dua faktor yang mempengaruhi fungsi regulasi dari semua organisasi (misalnya, Bungin, 2006: 272):

1) Orang-orang senior atau orang-orang dalam antrian manajemen, misalnya orang-orang yang memiliki wewenang untuk mengontrol semua informasi yang disampaikan.

2) Terkait dengan pesan atau pesan teks. Pesan koordinasi terutama berorientasi pada pekerjaan. Dengan kata lain, perlu adanya peraturan yang jelas tentang pekerjaan yang boleh dilakukan oleh bawahan.

c. Fungsi persuasi

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan wewenang tidak selalu membawa hasil yang diinginkan. Fakta ini menunjukkan bahwa banyak pemimpin lebih memilih untuk mengontrol bawahannya daripada memberi perintah (Bungin, 2006: 273).

d. Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawannya dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik (Bungin, 2006:273).

## 5. Tujuan Komunikasi

Dalam Ruliana (2014:24) tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Menurut Koontz dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi tindakan kearah kesejahteraan perusahaan. Ada empat tujuan komunikasi organisasi yaitu Ruliana (2014:24):

- a. Meyatakan pikiran, pandangan dan pendapat.
- b. Membagi informasi

- c. Meyatakan perasaan dan emosi
- d. Melakukan koordinasi.

## **6.Konsep Komunikasi Pemerintahan**

Pengertian komunikasi pemerintahan dalam arti menggabungkan kedua makna yaitu komunikasi dan pemerintahan maka pengertian komunikasi pemerintahan adalah penyampaian ide, program dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara (Hasan, 2010:5).

Dalam hal ini Pemerintah dapat di asumsikan sebagai komunikator dan masyarakat sebagai komunikan, namun dalam suasana tertentu bisa sebaliknya masyarakat berada pada posisi sebagai penyampai ide atau gagasan dan Pemerintah berada pada posisi mencermati apa yang diinginkan masyarakat. Dalam kondisi yang demikian pemerintah memiliki kewenangan sekaligus bertanggung jawab untuk mempertimbangkan, bahkan merespon keinginan-keinginan tersebut sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku.

Dalam hubungan kerja dikenal adanya komunikasi informasi. Komunikasi informasi biasanya disampaikan oleh pimpinan kepada unit-unit kerja dibawahnya melalui kegiatan apel kerja atau dalam suasana rapat. Pada komunikasi informasi ide atau gagasan yang disampaikan oleh pihak pertama bertujuan agar pihak kedua dapat menangkap ide dan gagasan tersebut dengan pengertian yang sama sebagaimana yang dimiliki oleh pihak pertama. Dengan perkataan lain komunikasi informasi memiliki sifat agar terdapat kesesuaian paham antara ide yang disampaikan oleh pihak pertama dengan pihak kedua sebagai penerima gagasan, sehingga tercipta kesatuan paham sekaligus menghindari

kesalahpahaman terhadap ide yang muncul. Walaupun kita tahu bahwa tujuan komunikasi adalah lebih jauh dari sekedar menyampaikan ide atau gagasan itu saja. Namun untuk kondisi dalam penyelenggaraan tugas-tugas pemerintahan kecenderungannya adalah agar tugas yang dilaksanakan dapat berjalan sesuai apa yang telah direncanakan.

Sebagaimana diketahui bahwa setiap struktur organisasi pemerintah menunjukkan adanya hubungan jabatan (disebut hubungan hierarkhis), seorang pejabat membawahi sebuah pegawai lainnya. Sehingga hubungan antara pejabat atasan dan bawahan memunculkan hubungan vertikal yang mengacu pada saluran kewenangan dan tanggungjawab, sedangkan hubungan antara pejabat yang sama tingkatannya atau level menurut hierarkhis struktur organisasi, disebut hubungan horizontal yang menunjukkan kerjasama.

Komunikasi mempunyai sejumlah pengaruh baik terhadap tipe, sasaran, tugas Pemerintahan termasuk didalamnya pemeliharaan hubungan, tanpa adanya sarana dan fasilitas untuk hubungan komunikasi ke segala arah dalam suatu kegiatan akan sulit diketahui apa yang sudah dicapai, apa yang akan diraih dan bagaimana kendala dalam pelaksanaan pekerjaan, sehingga sulit bagi organisasi untuk mengevaluasi pekerjaan. Karena komunikasi adalah sumber informasi bagi pimpinan atau eksekutif dalam menelorkan berbagai kebijakan.

Arti dari komunikasi pemerintahan di sini adalah pemerintah dalam hal ini diasumsikan sebagai komunikator dan masyarakat sebagai komunikan, namun dalam suasana tertentu bisa sebaliknya masyarakat berada pada posisi sebagai penyampai ide atau gagasan dan pemerintah berada pada posisi mencermati apa

yang diinginkan masyarakat. Dalam kondisi demikian pemerintah memiliki kewenangan sekaligus bertanggung jawab untuk mempertimbangkan, bahkan untuk merespon keinginan-keinginan tersebut sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku.

Dalam komunikasi, komunikator merupakan salah satu faktor yang menentukan efektivitas komunikasi. Beberapa studi mengidentifikasi sejumlah karakteristik yang mempengaruhi kemampuan seseorang untuk mempengaruhi orang lain. Ada empat komponen yang harus ada pada komunikator dalam Djamaluddin (1994) yaitu :

- a. Kredibilitas sumber mencau pada sejauh mana sumber dipandang memiliki keahlian dan dipercaya. Semakin ahli dan dipercaya sumber informasi semakin efektif pesan yang disampaikan.
- b. Daya tarik seorang komunikator bisa terjadi karena penampilan fisik, gaya bicara, sifat pribadi, keakraban, kinerja, keterampilan komunikasi dan perilakunya
- c. Sumber disukai oleh masyarakat bisa jadi karena sumber tersebut mempunyai kesamaan dalam hal kebutuhan, harapan dan perasaan.

## **7. Karakteristik Komunikasi Pemerintahan**

Hampir semua aparatur Pemerintahan paham tentang komunikasi namun tidak semuanya memahami bagaimana berkomunikasi secara efektif, khususnya dalam rangka penyelenggaraan Pemerintahan, khususnya dalam melakukan fungsi-fungsi utama Pemerintahan yang mencakup “pemberian pelayanan, pemberdayaan, dan bersama-sama masyarakat mencapai kebahagiaan yang

sebesar-besarnya tanpa merugikan pihak lain secara ilegal”. Kelihatannya pernyataan tersebut sepele namun ketika dilakukan secara empirik di lapangan tidak jarang menimbulkan masalah bahkan sering memunculkan konflik antara individu, kelompok maupun kelembagaan (Hasan, 2010:7).

Berdasarkan wewenang dan posisinya dalam struktur organisasi pemerintah cenderung lebih banyak memberitahu (*telling*) bukan mendengarkan (*listening*), sebaliknya bawahan mungkin mengatakan kepada atasan mereka apa yang mereka harapkan didengar oleh atasannya, jadi perbedaan status antara sender dan receiver dapat menjadi hambatan bagi proses komunikasi yang efektif. Oleh sebab itu untuk menciptakan komunikasi efektif perlu dilakukan tindakan-tindakan sebagaimana dikemukakan oleh Gibson (1984:14) sebagai berikut :

- a. Mengadakan tindakan langsung (*following up*)
- b. Mengatur arus informasi (*regulation information flow*)
- c. Memanfaatkan umpan balik (*utilizing feedback*)
- d. Penghayatan (*empathy*)
- e. Pengulangan (*repetition*)
- f. Mendorong saling mempercayai (*encouraging mutual trust*)
- g. Penetapan waktu secara efektif (*effective timing*)
- h. Menyederhanakan bahasa
- i. Mendengarkan secara efektif
- j. Memanfaatkan selentingan

Komunikasi memegang peranan sangat penting, terutama dalam tiga hal yaitu (Hasan, 2010:95) :

1. Dalam fungsi perintah, komunikasi memperbolehkan bawahan membicarakan, menerima, menafsirkan dan bertindak atas suatu perintah, dalam hal ini di dukung oleh pengarahan dan umpan balik yang bertujuan memperngaruhi aparatur lainnya sehingga berperilaku sama dan mencontoh.
2. Dalam hal fungsi relasi, komunikasi memperbolehkan aparatur pemerintah lainnya untuk menciptakan dan mempertahankan kualitas dan prestasi serta hubungan personal dengan pegawai lainnya, hubungan dalam pekerjaan akan berpengaruh pada kinerja lainnya seperti : kepuasan, keterampilan, kesesuaian, dan ketepatan.
3. Dalam fungsi manajemen ambigui, yakni motivasi berganda yang muncul akibat kurang jelasnya tujuan organisasi. Komunikasi merupakan alat untuk mengatasi dan menmgurangi ketidakjelasan (*ambiguity*) yang melekat dalam organisasi. Komunkasi antara pegawai secara tidak langsung memabntu memabngun lingkungan dan memahami situasi baru yang membutuhkan perolehan informasi bersama.

Dominannya komunikasi pemerintah apalagi dalam konteks pemerintahan itu sendiri dibuktikan kembali oleh hasil penelitian tentang efektifitas komunkasi antara : atasa-bawahan-bawahan satu dan beda level dnegan memanfaatkan berbagai saluran yang menunjukkan bahwa peringkatan terhadap saluran komunikasi yang digunakan berikut ini (Hasan, 2010:97):

1. Kombinasi lisan dan tulisan
2. Lisan saja
3. Tulisan saja
4. Papan pengumuman
5. Selentingan

Hasil penelitian itu mensyaratkan bahwa untuk menyampaikan informasi kepada pegawai dengan tepat, ternyata kombinasi saluran tulisan dan lisan memberikan hasil terbaik. Mengirim pesan yang sama melalui lebih dari satu saluran terasa berlebihan. Hal ini ternyata membantu tidak hanya dalam menyampaikan pesan tetapi juga dalam memastikan bahwa pesan tersebut akan diingat.

Artinya untuk menyampaikan informasi kepada pegawai dengan tepat, sebaiknya menggunakan kombinasi saluran tulisan dan lisan itu akan memberikan hasil terbaik. Mengirimkan pesan yang sama melalui lebih dari satu saluran terasa berlebihan. Hal ini ternyata membantu tidak hanya dalam menyampaikan, tetapi juga dalam memastikan pesan itu diingat dan dilaksanakan.

Salah satu paradoks yang terjadi mengenai komunikasi dalam pemerintahan adalah ketidakmampuan memanajemenkan kesibukan membuat para pegawai lupa. Kondisi demikian dapat diatasi dengan mengemas pesan secara berulang-ulang.

Berkaitan dengan faktor-faktor yang paling berpengaruh dalam karakteristik komunikasi pemerintahan, dapat mengidentifikasi sebanyak 5 faktor

yang dianggap paling potensial untuk kelancaran dan efektifitas komunikasi, yakni mencakup (Hasan, 2010:100):

- a) Komunikasi atasan dengan bawahan
- b) Komunikasi ke bawah
- c) Persepsi mengenai komunikasi dengan bawahan
- d) Komunikasi ke atas
- e) Keandalan informasi.

Komunikasi mempunyai sejumlah pengaruh baik terhadap tipe, sasaran, tugas pemerinthan termasuk pemeliharaan hubungan, tanpa adanya sarana dan fasilitas untuk hubungan komunikasi segala arah dalam suatu kegiatan akan sulit diketahui apa yang sudah dicapai, apa yang akan di [raih dan bagaimana kendala dalam pelaksanaan pekerjaan, sehingga sulit bagi organisasi untuk mengevaluasi pekerjaan. Karena komunikasi adalah sumber informasi bagi pimpinan dalam menelorkan berbagai kebijakan, maka apabila informasi yang diperoleh tidak lengkap akan berpengaruh pada pengambilan keputusan. Komunikasi bagi pimpinan bukan saja sebagai alat untuk menyampaikan informasi tetapi juga sarana memadukan aktivitas kerjasama.

Aktivitas komunikasi yang dilancarkan oleh anggota organisasi dalam hubungan kerja pada umumnya bertujuan untuk (Hasan, 2010:101):

1. Meningkatkan hubungan kerja dan kerjasama yang baik antar individu dan antar unit organisasi adau departemen.
2. Mengetahui sedini mungkin masalah-maslaah yang timbul dalam pelaksanaan pekerjaan dari masing-masing unit organisasi.

3. Mengurangi aspek negatif dari kemungkinan timbulnya konflik maupun frustrasi.
4. Mendorong semangat kerja.

## 8. Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata berkembang dengan menyatunya beberapa disiplin ilmu didalam satu kajian tentang komunikasi dan pariwisata. Dengan demikian, maka kelahiran disiplin kajian ini adalah bagian dari perkembangan ilmu secara multilinier dengan bergabungnya beberapa disiplin ilmu.

Popper dan Kuhn (2015:91) mengatakan seperti yang di kutip oleh Bungin dalam bukunya Komunikasi Pariwisata, bahwa :Ilmu pengetahuan terus berkembang, penelitian pengembangan ilmu pengetahuan terus dilaksanakan, sehingga setiap saat, suatu bidang ilmu dengan bidang ilmu lain terus bersentuhan, terjadi percampuran (hybrid). Didunia pengetahuan, perkembangan ilmu pengetahuan terjadi dengan dua paradigma besar, yaitu pertama, perkembangan di kalangan ilmuwan sejenis dan kedua, perkembangan bersama ilmuwan-ilmuwan lainnya didalam konteks keilmuan yang lebih besar.

Namun untuk menjadikan sebagai suatu disiplin kajian, komunikasi pariwisata dibantu oleh berbagai disiplin dan kajian lain yang terbagi dua, yaitu disiplin yang sangat besar menyumbangkan teori-teorinya dan disiplin yang letaknya lebih jauh, namun tetap menyumbangkan teorinya kepada komunikasi pariwisata. Disiplin yang terdekat adalah pemasaran dan komunikasi pemasaran.

Ketiga disiplin ini antara lain menyumbangkan tentang teori komunikasi, strategi pemasaran, unsur-unsur pemasaran, teori produk, teori brand dan

branding. Disiplin lain yang dekat dengan kajian ini, namun lebih dekat ke komunikasi adalah sosiologi komunikasi dan konstruksi sosial media massa yang dapat digunakan untuk melakukan penguatan terhadap proses branding dan konstruksi sosial brand. Terpenting pula adalah peran *public relation* untuk menghendel semua masalah relasi pencitraan, negosiasi dan perundingan-perundingan serta berkaitan dengan penyegeraan *event MICE*. Kemudian disiplin teknologi komunikasi memberi sumbangan pengetahuan terhadap kemajuan teknologi komunikasi yang dapat digunakan sebagai media komunikasi pemasaran pariwisata.

Sumbangan-sumbangan dari disiplin ilmu manajemen, periklanan, sosiologi, antropologi serta kebijakan publik lebih dekat terhadap pariwisata, namun bermanfaat secara keseluruhan terhadap komunikasi pariwisata, seperti antropologi dan sosiologi menyumbangkan teori-teori budaya, perilaku interaksi sosial, pengembangan kelompok-kelompok kecil dan sebagainya.

Perlu disadari, bahwa bidang-bidang disiplin ilmu dan kajian yang menyumbangkan teori-teorinya kepada komunikasi pariwisata ini mungkin di masa depan akan menjadi kajian-kajian baru disekitar komunikasi pariwisata. Hal itu tergantung dari akselerasi ilmuwan di bidang ini dalam mengamati fenomena-fenomena yang tumbuh disekitar bidang ini.

## **9. Bidang-bidang Kajian Komunikasi Pariwisata**

Komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian utama yang dapat dikembangkan sebagai bidang-bidang kajian yang menarik. Bidang-bidang ini akan terus berkembang di waktu-waktu yang akan datang sejalan

dengan berkembangnya kompleksitas kajian komunikasi pariwisata. Bidang-bidang dimaksud adalah komunikasi pemasaran, brand destinasi, manajemen komunikasi pariwisata, komunikasi transportasi pariwisata, komunikasi visual pariwisata, komunikasi kelompok pariwisata, komunikasi *online* pariwisata, *public relation* dan MICE, dan riset komunikasi pariwisata dikutip oleh Burhan Bungin (2006:63) sebagai berikut:

a. Komunikasi Pemasaran Pariwisata

Bidang komunikasi pemasaran pariwisata (*tourism communication marketing*) atau disingkat TCM. Bidang TCM mengkaji secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang kajian ini menjelaskan 4P, 7P, Communication mix, Marketing mix, hal ihwal tentang TCM. Bidang ini adalah bidang secara utuh membicarakan TCM dalam konteks teoritis dan praktis yang lengkap, namun tidak spesifik dalam konteks-konteks spesialis.

b. Brand Destinasi

Brand destinasi adalah kajian tentang tujuan brand dalam konteks brand produk destinasi, dimana brand destinasi adalah media dan pesan itu sendiri dalam konteks dan proses komunikasi pemasaran secara umum dan khususnya didalam konteks pemasaran pariwisata. Selain dikaji brand sebagai media dan sebagai pesan itu sendiri, dikaji pula bagaimana konstruksi sosial brand destinasi, bagaimana hubungan brand dengan produk destinasi, brand dengan aksesibilitas, dengan pemasaran pariwisata, brand dengan SDM dan kelembagaan pariwisata. Juga dikaji brand induk pariwisata, sub-brand dan brand induk baru. Semua sifat dan jenis brand dikaji disini, termasuk juga city brand, state brand, dan

nationbrand. Begitu pula publisitas brand dan branding juga menjadi kajian-kajian penting di perbincangkan.

#### c. Manajemen Komunikasi Pariwisata

Didalam kajian ini prinsip-prinsip manajemen komunikasi menjadi ulasan-ulasan penting yang dilakukan dan diterapkan dibidang komunikasi pariwisata. Kajian ini mengulas mengenai bagaimana manajemen diterapkan dibidang komunikasi pariwisata, yaitu bagaimana manajemen pemasaran pariwisata, memenej destinasi, memenej aksesibilitas dan memenej SDM serta kelembagaan pariwisata.

#### d. Komunikasi Transportasi Pariwisata

Masyarakat pariwisata memerlukan informasi tentang aksesibilitas ke destinasi pariwisata. Karena itu salah satu yang terpenting adalah informasi transportasi ketika akan berpergian ke destinasi pariwisata. Hal ini sangat penting dan mengambil hampir separuh perhatian mereka ketika akan berwisata. Karena itu perhatian di bidang ini sangat penting.

#### e. Komunikasi Visual Pariwisata

Bidang komunikasi visual pariwisata adalah bidang desain grafis yang sangat menantang di bidang industri pariwisata. Karena itu bidang ini akan selalu berkembang di masa depan dimana kajiannya diarahkan kepada komunikasi *entrepreneurship*, kreativitas, seni, dan kebebasan berkreasi. Ajian juga menyangkut pendekatan sistem komunikasi pariwisata dengan destinasi, *venue*, transportasi, hotel, dan *stakeholder* pariwisata.

#### f. Komunikasi Kelompok Pariwisata

Bidang komunikasi kelompok pariwisata menyangkut kemampuan pribadi pelaku pariwisata baik pemilik destinasi, pengusaha, atau bahkan pemerintah. Bisnis pariwisata bukan bisnis personal, namun bisnis yang dijalankan secara berkelompok sehingga keterampilan komunikasi kelompok menjadi penting.

#### g. Komunikasi Online Pariwisata

Media *online* menjadi kajian tersendiri di dalam komunikasi pariwisata, karena itu media *online* tidak saja dapat digunakan sebagai media pemasaran, namun juga dapat digunakan untuk berbagai kepentingan di dalam dunia pariwisata. Ada lima kemampuan media *online* saat ini yaitu, kemampuan menyimpan (*upload*) informasi, kemampuan mengolah informasi, kemampuan mengeluarkan informasi (*download*), menyebarkan komunikasi dan kemampuan mengkonstruksi citra informasi. Di dalam kajian ini juga dibicarakan tentang media baru (*new media*), media *online* baru (*new media online*), diversifikasi media, media metafor, dan semiotika media serta virtual yang dapat diaplikasikan ke dalam komunikasi pariwisata.

#### h. Public Relation dan MICE

Bidang *public relation* dan MICE ini adalah bidang yang sangat menarik dalam komunikasi pariwisata, karena bidang ini menjadi salah satu pintu masuk pariwisata ke destinasi. Karena itu peran PR sangat diperlukan untuk mengatur semua program MICE, mulai dari merencanakan dan merumuskan program MICE, masalah *funding explore*, *sponsorship*, pemasaran MICE, akomodasi MICE, sampai dengan pelaksanaan, evaluasi dan perencanaan.

#### i. Riset Komunikasi Pariwisata

Salah satu ujung tombak pengembangan kajian adalah riset, karena komunikasi pariwisata juga menaruh harapan yang tinggi kepada riset komunikasi

pariwisata. Riset komunikasi pariwisata dapat mengambil objek-objek riset pada bidang-bidang kajian komunikasi pariwisata.

### 10. Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pariwisata

Menurut hukum. Oktober 2009 Pariwisata adalah kegiatan pariwisata yang beragam yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, dunia usaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pada saat yang sama, pariwisata adalah kegiatan terkait pariwisata yang multifaset dan multifaset, yang mencerminkan kebutuhan individu dan negara, dan interaksi antara wisatawan, masyarakat lokal, sesama warga, pemerintah daerah, dan bisnis.

Pariwisata adalah berbagai kegiatan pariwisata dan didukung oleh berbagai fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, dunia usaha, dan pemerintah daerah (Perda Penyelenggaraan Pariwisata). Pada saat yang sama, ahli bahasa percaya bahwa pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua generasi, Paris dan Visata, dan Paris dapat diartikan sebagai banyak, banyak, bulat, dan lengkap, sedangkan pariwisata dapat digambarkan sebagai perjalanan atau perjalanan. baginya itu identik dengan perjalanan.

Oleh karena itu, konsep pariwisata bukan hanya perjalanan pulang pergi dari satu tempat ke tempat lain, tetapi juga perjalanan sering dan merupakan perjalanan yang sempurna. Pengertian pariwisata secara umum adalah perjalanan

yang dilakukan oleh seseorang. dari satu tempat ke tempat lain, meninggalkan tempat pertama, membuat rencana atau mengunjungi suatu tempat, bukan untuk mencari uang, tetapi hanya untuk memenuhi berbagai keinginan, melakukan kegiatan rekreasi dan rekreasi.

Pemberian otoritas publik adalah proses dan tujuan. Dalam prosesnya, pemberdayaan merupakan rangkaian kegiatan yang memperkuat atau memberdayakan kelompok rentan, termasuk individu yang menghadapi kemiskinan. Penguatan sebagai tujuan mencerminkan kondisi dan hasil yang dihasilkan dari perubahan sosial, seperti kekuatan, kekuasaan, atau kepercayaan diri orang-orang dengan pengetahuan dan kebutuhan fisik, ekonomi, dan kehidupan sosial. mencari nafkah, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan melaksanakan tugas hidup secara mandiri (Suharto, 2009: 59-60).

Menurut Harry Wisdom (2010:10), definisi pemberdayaan didasarkan pada apa yang ditulis Simon tentang memikirkan kembali kekuasaan: “Kekuasaan adalah tindakan refleksi dan merupakan proses yang diprakarsai dan dipertahankan hanya oleh kekuasaan atau agen atau subjek yang mencari diri sendiri. . (identifikasi diri) Proses lain hanya menyediakan iklim, komunikasi, sumber daya, dan alat prosedural untuk meningkatkan kehidupan masyarakat.

Otorisasi adalah sistem yang berinteraksi dengan lingkungan sosial dan fisik. “Berdasarkan definisi tersebut, Harry Wisdom menyimpulkan bahwa pemberdayaan bukanlah upaya memaksakan proses kehendak atau paksaan. Yang terpenting adalah representasi kekuasaan atau kewenangan. Tidak sesuai dengan

kapasitas publik. Penekanannya harus pada perspektif sosial dan budaya, bukan perspektif ekonomi.

Seperti disebutkan di atas, diharapkan kemampuan untuk mengikuti proses peningkatan kapasitas dan meningkatkan kemampuan mereka untuk mencapai kesejahteraan sosial akan lebih penting daripada menjebak masyarakat dalam suasana ketergantungan masyarakat.

Sebuah. Mandiri dan mandiri

b. Mereka membiayai sendiri dan mampu membiayai kebutuhan mereka sendiri

c. Kemampuan mengelola diri dan kemampuannya sendiri

. Mandiri dan mampu memenuhi kebutuhannya secara berkelanjutan.

Pemberdayaan terutama tentang mempersiapkan masyarakat untuk siap dan mampu berpartisipasi aktif dalam program dan kegiatan pembangunan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup (peduli) masyarakat, sosial ekonomi, sosial, fisik dan mental. . Namun, partisipasi publik adalah sesuatu yang perlu ditingkatkan

Ia berkembang dalam perjalanan perkembangan, tetapi dalam kenyataannya tidak selalu dikejar dengan sungguh-sungguh. Di sisi lain, peningkatan partisipasi masyarakat dalam pembangunan menuntut “pemerintah” berpartisipasi aktif dalam proses pembangunan, memberikan kepercayaan dan kesempatan yang diberikannya kepada masyarakat.

Hal ini menunjukkan bahwa tumbuh dan berkembangnya partisipasi masyarakat diakui oleh pemerintah (aparatus) sebagai masyarakat yang tidak hanya

sebagai obyek atau ahli hasil pembangunan, tetapi juga subyek atau peserta pembangunan dengan kemampuan dan keinginan untuk bersandar padanya. . menggunakan perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan pengolahan hasil. Ada peluang dalam hal ini Warna kulit seringkali menjadi faktor pendorong dan sangat menentukan kemampuannya.

### **11. Konsep Sadar Wisata**

Kesadaran pariwisata merupakan salah satu program yang dilaksanakan oleh pemerintah. Promosi pariwisata merupakan bentuk partisipasi dan dukungan masyarakat untuk mendukung terselenggaranya pariwisata yang ada. Pentingnya pengetahuan tentang pariwisata dalam kehidupan masyarakat akan membantu meningkatkan industri pariwisata di wilayah tersebut. Konsep pariwisata meliputi Sapta Pesona yang mengembangkan pengetahuan tentang pariwisata, dan Sapta Pesona mengandung tujuh aspek: aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan berkesan. Komponen sosial, menciptakan lingkungan yang menguntungkan bagi pariwisata.

Menurut Hariyanto (2017:35), pengetahuan kepariwisataan adalah keterlibatan dan dukungan seluruh komponen masyarakat untuk mendukung pengembangan dan promosi iklim yang kondusif bagi pariwisata di wilayah tersebut. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, mempercepat pertumbuhan ekonomi, dan menghilangkan ketimpangan pendapatan dan pemerataan hasil pembangunan. Sapta Pesona telah mengembangkan konsep "Pariwisata", yang berkaitan dengan partisipasi tuan rumah dan peran seluruh masyarakat. Melalui tujuh unsur keamanan, ketertiban,

kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan dan ketakterlupaan menciptakan suasana yang kondusif untuk mendukung perkembangan industri pariwisata.

Menurut Rahim (2012:5), pengetahuan kepariwisataan diartikan sebagai bentuk pengetahuan masyarakat yang berperan aktif dalam dua hal berikut.

Sebuah. Sesuai dengan seruan Sapta Pesona, masyarakat sadar akan perannya sebagai tamu yang bertanggung jawab dalam menciptakan lingkungan yang ramah bagi wisatawan.

b. Masyarakat perlu disadarkan akan hak dan kebutuhannya untuk berwisata ke pelaku wisata atau destinasi wisata, untuk berlibur, berwisata serta mengenal dan mencintai negaranya. (Rahim 2012: 5)

Putri dan Ariani (2011:91) Pengetahuan kepariwisataan adalah pemahaman mendalam tentang orang, individu, atau kelompok orang yang tercermin dalam pikiran, sikap, dan perilaku yang mendukung pengembangan pariwisata. Ini adalah komunitas berbasis komunitas yang mendukung pengembangan pariwisata oleh sekelompok orang.

## **B. Defenisi Operasional**

1. Peranan komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara dan diubah.
2. Komunikasi pemerintahan adalah penyampaian ide, program dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara

3. Pembinaan adalah upaya untuk mendorong dan memotivasi sumber daya yang dimiliki serta berupaya mengembangkan dan memperkuat potensi tersebut yaitu penguatan individu dan organisasi dengan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki.
4. Sadar wisata adalah partisipasi dan dukungan segenap komponen masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif, bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisata suatu wilayah.

### C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

| No | Nama Peneliti (tahun) | Judul                                                                                               | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Dinar Wahyuni (2018)  | Strategi pemberdayaan masyarakat dalam Pengembangan desa Wisata Nglanggeran, Kabupaten Gunung Kidul | Pendekatan definisi kualitatif dapat dilihat dalam implementasi kewenangan publik di desa wisata Nglangeran melalui tiga strategi. seperti kesadaran, kapasitas, dan pemberdayaan. Hingga akhirnya Nglanggeran diakui sebagai desa wisata, organisasi pemuda desa memperoleh ilmu melalui sosialisasi dan inovasi. Peningkatan kapasitas masyarakat dicapai melalui pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan desa wisata. Asosiasi tersebut kemudian dikonsolidasikan menjadi sebuah wadah organisasi, seperti Kelompok Informasi Wisata (Pokdarvis) Nlanggeran. Pokdarvis menyusun Asosiasi dan Piagam berdasarkan diskusi sebagai bentuk peningkatan kapasitas sistem nilai. Fase pemberdayaan diberikan kepada mereka yang mampu mencapai kemandirian. Banyak pihak yang membantu membangun sarana wisata dan mengembangkan usaha pariwisata di Desa Nglangeran. Strategi pemberdayaan telah berhasil meningkatkan perekonomian daerah. Selain itu, peningkatan jumlah wisatawan tahunan telah meningkatkan PAD Gunung Kidul dengan biaya tiket. |

|   |                              |                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2 | Nur Rika Puspita Sari (2014) | Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan obyek wisata Oleh kelompok sadar wisata dewabejo di desa bejiharjo, Kecamatan karangmojo, kabupaten gunungkidul | Hasil penelitian menunjukkan: 1) Program Kelompok Sadar Wisata Dewabejo untuk pengembangan fasilitas pariwisata untuk pemberdayaan masyarakat, meliputi pelatihan manajemen organisasi, prosedur operasi standar, pelatihan kesehatan dan keselamatan kerja, pelatihan bahasa Inggris, dan bahasa Indonesia. persiapan dan pelatihan bahasa pramuka, pelatihan pengenalan batuan karst, pelatihan tata ruang yang baik. 2) Kontribusi Kelompok Sadar Wisata Dewabejo dalam pengembangan fasilitas pariwisata, termasuk upaya penguatan kapasitas masyarakat, termasuk inisiatif untuk berpikir, menyediakan perumahan, dan berkontribusi pada iklim pariwisata yang menguntungkan, 3) Falsafah Hidup, sikap, pendidikan, keterampilan, sosial aturan, adat, penampilan, 4) Dewabejo menjadi penghambat kegiatan kelompok sadar wisata, kecemburuan sosial di kalangan masyarakat, kurangnya kesadaran masyarakat tentang perubahan lingkungan, dan aparat terkait tidak memperhatikan. Faktor pendukung meliputi motivasi dan motivasi seluruh pengurus dan anggota, sikap kekeluargaan yang ada, sikap kooperatif, dan pengurus yang masih kuat, kreatif, dan mampu mengayomi bawahannya. |
| 3 | Nazlina Mamonto (2017)       | Pemberdayaan Masyarakat Dalam Menunjang Sektor Pariwisata Sebagai Pendukung Perekonomian (Studi di Desa Mooat Kec.Modayag Kab.Bolaang Mongondow Timur)       | Dari hasil penelitian dapat disimpulkan, bahwa masih buruknya pemberdayaan masyarakat terlihat dari partisipasi masyarakat, belum adanya organisasi pendukung, dan lambannya pembangunan infrastruktur penunjang oleh pemerintah.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

Perbandingan dengan penelitian terdahulu yaitu :

1. Dari penelitian Dinar Wahyuni (2018) yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada pengembangan wisata nglanggeran Kabupaten gunung kidul sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada

Sungai Hijau. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai wisata.

2. Dari penelitian Nur Rika Puspita Sari (2014) yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada dewabejo di Desa Bejiharjo, Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunung Kidul sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada Sungai Hijau. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai kelompok sadar wisata.
3. Dari penelitian Nazlina Mamonto (2017) yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada Desa Mooat Kec. Modayag Kab. Bolaang Mongondow Timur sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada Sungai Hijau. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai wisata.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Adapun metode penelitian pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu merupakan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian berdasarkan fakta yang tampak sebagaimana Nawawi, (2003:63). Dalam penelitian kualitatif dilakukan pengumpulan data yang dibutuhkan. Setelah data-data dikumpulkan maka, peneliti menganalisa secara kualitatif. Analisa kualitatif adalah analisa yang tidak menggunakan matematis, model statistik, ekonometrik, atau model-model tertentu lainnya melainkan berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya Hasan, (2002:100). Alasan penelitian menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini menggunakan sumber informan yang berguna untuk perolehan data yang dibutuhkan.

#### **B. Subjek dan Objek Penelitian**

##### **1. Subjek Penelitian**

Moleon (2010:132) mendefinisikan topik penelitian sebagai informan, yang berarti menggunakan orang-orang di lingkungan penelitian untuk memberikan informasi tentang konteks dan keadaan penelitian. Berdasarkan pemahaman ini, peneliti mengidentifikasi subjek studi linguistik sebagai target pengamatan atau peran bahasa informatif dalam penelitian ahli bahasa.

Subjek penelitian ini yaitu Kepala Desa dan Pedagang di Sungai Hijau yang mengikuti pembinaan. Terkait pemilihan informan yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana peneliti cenderung memilih informasi yang dianggap tahu dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap dan mengetahui masalah secara mendalam.

## **2. Objek Penelitian**

Menurut Chaer (2007: 17) objek merupakan merupakan hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian. Adapun objek dari penelitian ini yaitu komunikasi Pemerintahan Desa dalam membentuk masyarakat pedagang sadar wisata.

## **C. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Adapun tempat dari penelitian yang akan dilakukan adalah di Sungai Hijau di Desa Salo Timur Kecamatan Salo Kabupaten Kampar.

Waktu penelitian ini adalah dari Juni 2020– Maret 2021.

Tabel 3. Jadwal Kegiatan Penelitian

| No | Jenis Kegiatan                       | Bulan dan Minggu Tahun 2020-2021 |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   | Ket |
|----|--------------------------------------|----------------------------------|---|---|---|----------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|
|    |                                      | Juli                             |   |   |   | Desember |   |   |   | Januari |   |   |   | Februari |   |   |   | Maret |   |   |   |     |
|    |                                      | 1                                | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 |     |
| 1  | Persiapan dan Penyusunan UP          |                                  |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |     |
| 2  | Seminar UP                           |                                  |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |     |
| 3  | Riset                                |                                  |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |     |
| 4  | Peneliti Lapangan                    |                                  |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |     |
| 5  | Pengolahan Dan Analisis              |                                  |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |     |
| 6  | Konsultasi Bimbingan                 |                                  |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |     |
| 7  | Ujian Skripsi                        |                                  |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |     |
| 8  | Revisi Dan Pengesahan Skripsi        |                                  |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |     |
| 9  | Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi |                                  |   |   |   |          |   |   |   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |     |

Sumber : Olahan Penulis

#### D. Sumber Data

Adapun beberapa sumber data dalam penelitian terbagi menjadi :

##### 1. Data Primer

Yaitu data dan informasi yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh penulis yang bersumber dari subjek penelitian yaitu para karyawan yang diteliti berkaitan dengan yang diteliti, berupa kegiatan yang dilakukan mengenaikomunikasi Pemerintahan Desa dalam membentuk masyarakat pedagang sadar wisata.

##### 2. Data Sekunder

Yaitu data yang digunakan untuk membantu menjelaskan data primer berupa arsip dan dokumen-dokumen yang relevan dengan permasalahan penelitian, data yang diberikan pihak instansi berupa dokumem terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik-teknik sebagai berikut :

##### 1. Wawancara

Wawancara dengan tehnik *indepth interview*, wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. (Daymon 2008:258)

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dalam bentuk *interview*, dengan ini peneliti dapat memberi gambaran tentang subjek dalam mendefinisikan diri sendiri, lingkungan, tekanan situasi dan strategi manajemen yang diterapkan serta masalah-masalah yang dihadapi pada saat menjalankan manajemen tersebut yang dilakukan dengan pemerintah desa dan pedagang dengan kegunaan untuk mencapai hasil penelitian yang diharapkan. Dalam wawancara ini menggunakan format terbuka, dalam arti memberi kesempatan kepada informan untuk memberi jawaban sesuai dengan pemikiran mereka.

## 2. Observasi

Suatu pengamatan terhadap objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Apapun metode yang akan dipakai, dalam segala situasi akan selalu memperhatikan sesuatu untuk memperoleh bukti lebih banyak yang akan membantu memahami konteks riset. Namun observasi melibatkan pencatatan sistematis etis awal apa yang dilihat di lapangan, (Daymon 2008: 319). Observasi ini dilakukan dengan wawancara dan pengamatan secara langsung di lapangan sehingga dapat mengetahui permasalahan apa saja yang sedang terjadi.

## 3. Dokumentasi

Yaitu dengan mengumpulkan data-data dan fakta-fakta yang termuat dalam dokumen. Dokumentasi dapat berupa catatan pribadi, buku harian, laporan kerja, notulen, rapat, catatan khusus, rekaman kaset, rekaman video, fphoto dan sebagainya Sukandarrumidi (2004: 101-102). Dokumentasi ini dilakukan pada

objek penelitian untuk bisa merekam kejadian saat penelitian melalui foto-foto penelitian.

#### **F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Peneliti menggunakan analisis triangulasi, yaitu mengkaji realitas subjek dengan menganalisis tanggapan mereka berdasarkan data empiris yang ada. Peneliti bertindak sebagai pemandu untuk memverifikasi keakuratan setiap jawaban berdasarkan dokumen atau data lain, serta penalaran logis. (Kriyantono, 2006: 38)

Dalam penelitian ini, peneliti mengembangkan peta yang kompleks dan mempelajari kata-kata dan laporan rinci dari sudut pandang informan sesuai dengan kondisi lapangan yang menjadi objek penelitian. Bogdan dan Taylor (Moleon, 2007: 3) merekomendasikan bahwa metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan dan perilaku yang diamati.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Dalam proses analisis ini model yang digunakan yaitu interaktif, inti yang dapat diambil dari analisis interaktif menurut Miles dan Humberman (dalam Mutmainnah 2005:4) yaitu :

##### **1. Reduce informasi (mengurangi data)**

Data "kasar" yang disederhanakan yang dihasilkan dari data yang ditulis dalam bidang tertentu didefinisikan sebagai seleksi atau seleksi yang dimaksudkan untuk diangkat. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian. Reduksi

data adalah suatu bentuk analisis data yang menajamkan, memilah, mengarahkan, membuang, dan mengorganisasikan data.

## 2. Penyajian informasi (data display)

Ini didefinisikan sebagai kumpulan informasi yang terorganisir yang memungkinkan kesimpulan dan tindakan diambil. Dengan menyajikan data, peneliti dapat memahami apa yang terjadi dan apa yang perlu dilakukan berdasarkan pemahaman tentang penyajian data.

## 3. Kesimpulan/validasi

Kesimpulan yang awalnya tidak pasti akan menjadi lebih akurat, beralasan, dan kuat, sehingga kesimpulan akan dipertimbangkan secara bebas dan akan tetap terbuka. Kesimpulan ini juga divalidasi selama penelitian ini untuk memverifikasi validitas, validitas dan validitasnya.

Model analisis interaktif ini sengaja dipilih dan bukannya model analisa linear yang dipilih disebabkan oleh sifat dari model analisis interaktif dan memungkinkan pengulangan dalam menggali data dilapangan apabila terjadi kekurangan dalam reduksi dan penyajian data. Adapun tujuannya adalah untuk lebih memperdalam proses analisis suatu data. Hal ini berbeda dengan model linear yang menggali datanya hanya bersifat sekali dan tidak bersifat siklus seperti halnya model analisis interaktif.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN HASIL PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kabupaten Campar memiliki luas wilayah kurang lebih 27.908,32 km<sup>2</sup> dan terletak antara 1°00'40" Lintang Utara 0°27'00" Lintang Selatan dan 100°28'30" - 101°14'30" Bujur Timur. Batas wilayah Kabupaten Campar adalah sebagai berikut.

Utara: Rokan Hulu, pemerintahan Bengalis

Selatan: Quantan Singing

Barat: Kabupaten Kota Tavin (Sumatera Barat)

Kiri: Desa Salo, Kecamatan Salo, Campar, Kabupaten, Siak, Provinsi Pelalawan

Kabupaten Campar dilintasi oleh dua sungai besar dan beberapa sungai kecil, antara lain Sungai Campar yang panjangnya ± 413,5 km, dengan kedalaman rata-rata 7,7 m dan lebar 143 m. Seluruh bagian sungai tersebut merupakan bagian dari Kecamatan 13 Koto Kampar, Bangkinang, Bangkinang Barat, Kampar, Siak Hulu dan Kampar Kiri. Lalu ada hulu Sungai Sapak, panjang ± 90 km, dengan kedalaman rata-rata 8-12 m, melewati kabupaten Tapung. Sungai-sungai besar di Kampar Regjenji sebagian dioperasikan oleh kendaraan dan air tawar. sumber, budidaya ikan, dan sumber listrik (PpLTA Koto Panjang).

Kabupaten Campar umumnya beriklim tropis, dengan suhu minimum 21°C pada bulan November dan Desember dan suhu maksimum 35°C pada bulan Juli. , Kampar Kiri.

Pemkab Campar membagi 12 panitia sebelumnya menjadi 21 panitia. Dua puluh satu kecamatan (termasuk ibu kota kabupaten) adalah:

1. Kota Bangkok (ibukota: Bangkok).
2. Masak (modal: Masak).
3. Bangkok (ibukota: Muara Uwai).
4. Gunung Sahilan (ibukota: Kebun Durian).
5. Campar (ibukota: Air Tiris).
6. Kampar Kiri (ibukota: Tekstil).
7. Kampar Kiri Hilir (ibukota: Sei.Pagar).
8. Kampar Kiri Hulu (ibukota: Gema).
9. Campar Timur (ibukota: Campar).
10. Campar Utara (ibukota: Desa Savah).
11. Perentian Raja (ibukota: Pantai Raja).
12. Rumbio Jaya (ibukota: Teratak).
13. Salo (ibukota: Salo).
14. Siak Hulu (ibukota: Pangkalanbaru).
15. Tambang (ibukota: Sei. Penang).
16. Tapung (ibukota: Petapahan).
17. Tapung Hilir (ibukota: Pantai Cermin).
18. Tapung Hulu (ibukota: Nenek Sinama).

19. XIII Koto Kampar (ibukota: Batu Besurat).

20. Kampar Kiri Tengah (ibukota: Simalian).

21. Koto Kampar Hulu (ibukota: Tanjung)

Jumlah penduduk Kabupaten Kampar pada tahun 2010 adalah 688.204, terdiri dari 354.836 laki-laki dan 333.368 perempuan. Rasio gender (rasio laki-laki dan perempuan) 109. Penduduk Kampar adalah orang Minangkabau yang menamakan dirinya Wuhan Otsu, dan terdapat di sebagian besar wilayah Kamgar, seperti Domo, Malayu, dan Pillion/Piliang. , Mandaliong, Putopang, suku bangsa. Kaniago, Campai, Bendang, dll. Secara historis, asal usul, adat, dan budaya mereka sangat dekat dengan orang Minangkabau, terutama di sekitar Luhak Limopuluah. Hal ini disebabkan karena Provinsi Kampar telah memisahkan diri dari Kerajaan Minang pada tahun 1942 setelah penjajahan Jepang. Menurut Takahashi dalam bukunya tahun 1953 Japan and East Asia, pemerintahan militer Kaigun di Sumatera menganeksasi Kampar ke wilayah Riau Shio. TNI di pantai timur pulau sumatera sebagai bagian dari strategi pertahanan teritorial.

Selain itu, ada sejumlah kecil orang Melayu yang tinggal di sepanjang perbatasan timur dengan Siak dan Pelalawan. Orang Jawa mengikuti etno, dan beberapa dari mereka telah menetap di Kampar sejak merdeka dari penjajahan. Selain itu, sebagian besar pendatang Minangkabau lainnya dari Sumatera Barat umumnya adalah pedagang dan pengusaha.

Kecamatan yang paling padat penduduknya adalah Kabupaten Kampar dengan 333 jiwa/km<sup>2</sup>, disusul oleh Kabupaten Kampar Utara dengan 226 jiwa/km<sup>2</sup>. Selain itu, lima kecamatan terpadat terletak di Rumbio Jaya,

Bangkinang, Bangkang Barat, Perhentian Raja, dan Kampar Timur masing-masing km<sup>2</sup>. Sementara itu, dua subkomite dengan jumlah penduduk yang relatif kecil adalah Kampar Kiri Hulu dengan kepadatan penduduk 9 orang/km<sup>2</sup> dan Kampar Kiri Hulu dengan luas 13 orang/km<sup>2</sup>.

#### **B. Hasil Penelitian Tentang Komunikasi pemerintahan desa dalam membentuk masyarakat pedagang sadar wisata**

Dalam bab ini, penulis menjelaskan dan menjelaskan bagaimana temuan dan diskusi peneliti terkait dengan identifikasi tantangan yang diidentifikasi dalam penelitian ini.

Pemerintah Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar merupakan instansi pemerintah yang paling berperan dalam pengembangan pariwisata dan pengembangan industri pariwisata, dan Pemerintah Kecamatan Salo, Kecamatan Salo dan Desa Salo Kabupaten Kampar terus melaksanakan program dan kegiatan mereka. kontak langsung dengan pariwisata. Kecamatan Salo Kabupaten Kampar dengan dukungan APBD Desa Salo telah menganggarkan berbagai acara setiap tahunnya, dan Kecamatan Salo Kabupaten Kampar dan Kecamatan Desa Salo terus dipahami dan dilaksanakan sebagai pusat pariwisata. merupakan keunggulan dan potensi Provinsi Riau.

Pemerintah Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar merupakan instansi yang berwenang memberikan pengelolaan dan pelayanan kepada wisatawan Green River, dan layanan ini untuk mempromosikan wisatawan Green River agar wisatawan dapat mengunjungi wisatawan asing maupun domestik.

dapat menunjukkan bahwa itu meningkat dari tahun ke tahun. Dimungkinkan untuk meningkatkan pendapatan daerah kabupaten Salo dan desa Salo provinsi Kampar Regjeni dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

Sejumlah kegiatan bersama dengan instansi daerah dan instansi lain oleh Pemerintah Desa Salo Kecamatan Salo, Provinsi Kampar Regjeni. Kerjasama ini berupa penyelenggaraan event. Kemitraan dengan pemerintah desa merupakan bagian dari strategi komunikasi untuk memajukan desa Salo, Sungai Hijau, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan pihak lain;

#### **1. Strategi Komunikator Pemerintah desaDesa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar dalam upaya menarik minat pengunjung objek wisata Sungai hijau**

Strategi komunikasi menjadi penting karena mengharuskan pelanggan untuk menyampaikan pesan yang akan menarik pengunjung ke Green River, yang dalam hal ini berdampak signifikan pada tujuan strategi komunikasi.

Program Promosi Sungai Hijau merupakan salah satu kegiatan Pemerintah Desa Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar. 4) pelaksanaan program berarti komunikasi dilakukan dengan pegawai di industri pariwisata yang dekat dengan industri pariwisata atau diwakili oleh pegawai. publik. Kotamadya Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar, mengidentifikasi orang-orang dengan pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang cukup untuk menarik minat wisatawan Green River yang bekerja untuk mengembangkan Fasilitas Hijau.

Sungai, misalnya, merupakan administrasi desa Desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Salo Desa Salo Kecamatan Salo Provinsi Kampar adalah menghubungi pemerintah daerah tentang program pengembangan pariwisata Kabupaten Salo Kabupaten Salo Provinsi Kampar dan meminta dukungan dan bantuan dalam program pengembangan pariwisata. Desa Salo, Kecamatan Salo, Provinsi Kampar. Pemerintah Riau telah memberikan beberapa bantuan khusus di Green River, yang ditujukan untuk pembangunan fasilitas tempat duduk dan gazebo. Berikut pernyataan dari Bapak Fakhrizal, Kepala Bidang Sarana dan Prasarana Pariwisata, S.Pd.

“ya kami sudah sering meminta bantuan kepada pemerintah provinsi bahwa setiap tahun kami mengajukan proposal bantuan. Saat ini yang sudah dibantu adalah pembangunan tempat duduk dan gazebo.(Hasil wawancara tanggal 20 Januari 2020).

Sangat penting bagi pemerintah desa Desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar, untuk berkomunikasi dengan pemerintah pusat dan meminta dukungan dan menarik investor asing. Sebagai hasil dari hubungan antara pemerintah desa kabupaten dan pemerintah pusat pada pengembangan desa hijau di kabupaten, yang saat ini termasuk objek wisata sungai hijau dalam program pengembangan pariwisata wilayah barat. pariwisata.

Berikut yang dikemukakan oleh Kasi Umum bapak Wakid Nugraha, S.Pd :

“ya, saat ini Sungai hijau sudah masuk dalam program pengembangan pariwisata, bulan lalu kita ada melakukan peninjauan ke Sungai hijau

bersama pihak penyelenggara. Tapi kami belum tahu apakah jadi apa tidak mereka akan menginvestasikan modalnya untuk Sungai hijau. memang sejauh ini sudah ada beberapa investor yang tertarik untuk berinvestasi di sungai tersebut. (Hasil wawancara tanggal 20 Januari2020).

Pemaparan diatas juga ditegas oleh Kepala Bidang Minat Daya Tarik

Objek Wisata Pemerintah desa Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar Ibu

Badriani, S.Pd. berikut :

“ya kami sudah sering minta bantuan dana ke pusat, dari tahun 2012 sampai dengan sekarang terus kami buat proposal, tapi belum ada bantuan dana dari pusat. Mudah-mudahan tahun kedepan kami akan dapat bantuan dana karena Sungai hijau masuk dalam program kementerian pariwisata yaitu pengembangan sektor pariwisata. (Hasil wawancara tanggal 19 Januari2020).

Dari penjelasan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa pemerintah desa Salo kecamatan Salo Kabupaten Kampar memahami pentingnya kerjasama dan komunikasi dengan aimag dan pemerintah pusat dalam pengembangan dan promosi fasilitas wisata sungai hijau.

## **2. Strategi menentukan khalayak yang dilakukan Pemerintah desaDesa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar dalam menarik minat pengunjung objek wisata Sungai hijau**

Setelah strategi komunikasi diterapkan, penting untuk mengetahui bagaimana mengidentifikasi audiens.Pemerintah desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar, harus benar-benar mengidentifikasi pelanggan sebagai sasaran strategi komunikasi. Wisatawan yang tertarik dengan wisatawan Green River.

Dalam penelitian ini, strategi pembagian audiens dibagi menjadi dua kategori yaitu audiens primer, audiens primer umumnya merupakan sasaran langsung dari segala upaya yang terkait dengan program atau iklan. Pelibatan masyarakat secara langsung dalam program yang dilaksanakan oleh Pemerintah Desa Salo Kabupaten Kampala, dalam rangka menarik wisatawan ke Pameran Wisata Sungai Hijau, dalam hal ini khalayak utama adalah para pemuda atau paguyuban pemuda di sekitar Tembilahan. asosiasi teater, asosiasi fotografi, asosiasi tari. Nantinya, Pemerintah Desa Salo di Kecamatan Salo Kecamatan Campar Regjeni akan melakukan sejumlah langkah agar para pemuda atau komunitas pemuda ini mampu menyebarkan minat wisata Green River kepada masyarakat. Mereka aktif di media dan cenderung berkumpul dalam kelompok untuk membantu menyebarkan berita tentang wisatawan Green River. Pemirsa sekunder tidak terlibat langsung dalam program, tetapi mengetahui pelaksanaan atau pelaksanaan pemerintahan desa Salo di kecamatan Salo Kabupaten Kampar.

Dalam hal ini, khalayak sekundernya adalah seluruh masyarakat khususnya warga desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar. Meski tidak berpartisipasi secara langsung, mereka tetap menjadi target audiens pemerintah desa Salo di Kecamatan Salo Kabupaten Kampar. Ketika media sosial anak muda berinteraksi, media sosial berfungsi sebagai pintu gerbang untuk menyebarkan informasi kepada publik atau khalayak sekunder.

Strategi identifikasi penonton juga harus mempertimbangkan pengetahuan dasar penonton, harus memungkinkan masyarakat untuk benar-benar melihat

keunikan dan perubahan sifat sungai hijau ketika menyampaikan informasi terkait sungai hijau. bertepatan dengan acara yang menarik wisatawan attract

Tidak mungkin memisahkan kebutuhan akan transportasi dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi strategis yang bertujuan untuk menarik wisata Green River dan meningkatkan jumlah destinasi wisata. memiliki alat transportasi wisata sendiri yang digunakan untuk sarana transportasi menuju wisata Sungai Hijau.

Pemerintah desa belum bermitra dengan pihak manapun untuk memenuhi kebutuhan transportasi. Pemerintah desa akan menyediakan transportasi pribadi bagi wisatawan untuk melihat pameran wisata Sungai Hijau. Menurut Ibu Badria S.Pd, Sekretaris Desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar:

“ya, berhubung saat ini kami belum memiliki akomodasi transportasi dan tidak adanya angkutan umum yang tersedia untuk ke objek wisata, bukan berarti wisatawan tidak bisa berkunjung ke Sungai hijau jika tidak memiliki kendaraan pribadi. Biasanya setiap ada wisatawan yang datang dan ingin berkunjung ke Sungai hijau, selalu menggunakan kendaraan pribadi mereka, hal inilah yang sampai saat ini masih sulit untuk diatasi oleh pihak kami” (Hasil wawancara tanggal 19 Januari2020).

Pemaparan diatas juga ditegaskan oleh Kepala Bidang Sarana dan Prasana Wisata Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar bapak Fakhrijal, S.Pd :

“untuk transportasi wisatawan ke Sungai hijau kita telah berkerja sama dengan masyarakat setempat untuk menyediakan ojek, karena peminta pengunjung yang sedikit maka banyak masyarakat yang brehenti untuk mengojek. Hal yang kemudian kami melihat sebagai solusi terhadap fasilitas transportasi yang belum kami miliki” (Hasil wawancara tanggal 20 Januari2020).

Pemerintah desa bekerjasama dengan Pemerintah Desa Salo Kecamatan Salo Provinsi Kampar Regjeni dalam hal ini Walikota Desa Salo Kecamatan Salo

Provinsi Kampar. Acara tersebut berbentuk acara seperti MTQ tingkat kabupaten yang diadakan setiap tahun, dan acara lainnya yang biasa diadakan.

Acara tersebut dimanfaatkan oleh pemerintah desa untuk mempromosikan desa Salo yang ada di kecamatan Salo Kabupaten Kampar termasuk tempat wisata Sungai Hijau. Hal ini senada dengan pernyataan sekretaris desa, Ibu Badriani SP, sebagai berikut.

“ya baru – baru ini kita mengadakan acara mandi bersama dengan masyarakat sekitar di Sungai hijau. Kegiatan ini kita langsung berkerja sama dengan Pemda Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar, dalam kegiatan kita menggunakan nama Sungai hijau karena menyediakan tempat yang nyaman dan alami.” (Hasil wawancara tanggal 19 Januari 2020).

Salah satu keberhasilan strategi komunikasi adalah isi pesan yang dikirim, dalam hal ini strategi penyusunan pesan dikembangkan oleh Pemerintah Desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar, dalam promosi Sungai Hijau. fasilitas wisata di masyarakat.

### **3. Strategi Pesan yang disampaikan oleh Pemerintah desa Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar dalam menarik minat pengunjung objek wisata Sungai hijau**

Pesan kepada masyarakat atau masyarakat komunikasi sangat penting karena nantinya akan menarik minat wisatawan Green River di Desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar. Saat mendesain pesan, harus ada yang mengangkat dan memprioritaskan item untuk menciptakan pemahaman audiens terhadap objek dalam pesan.

Kabupaten Salo, Kabupaten Salo, Provinsi Kampar Regjeni, dan Pemerintah Desa Salo menjadi sorotan utama dari pesan ini. Kampar secara singkat dan langsung menggambarkan sifat pesan dari pemerintah desa Salo di kabupaten Salo provinsi Regjeni, yang merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian wisatawan Green River. Inti dari pesan yang disampaikan oleh pemerintah desa Desa Salo, Kecamatan Salo, Provinsi Kampar Regjeni ini menjadi daya tarik utama bagi wisatawan Green River terkait keunikan Green River. Campar menjadi pusat perhatian pemerintah desa Salo di Desa Salo, Provinsi Regjeni, guna menarik minat masyarakat terhadap objek wisata Sungai Hijau.

Pengorganisasian pesan komunikasi setelah menjadi inti pesan merupakan salah satu faktor penting dalam operasi strategis pesan. Hal ini dilakukan untuk mempengaruhi audiens target hubungan atau mencoba meyakinkan orang lain. Kemudian, dengan mengorganisasikan pesan dengan baik, target audience akan termotivasi untuk berwisata ke Green River. Dalam penelitian ini, penulis mengkaji dua jenis komunikasi yang diselenggarakan oleh orang-orang komunikasi, yang pertama adalah tentang perubahan besar di Green River. Yang kedua adalah karena keunikan Green River.

Setelah pesan tersusun, langkah terakhir dalam strategi pesan adalah mengolah teks dalam arti memilih dan menggunakan kata-kata yang tepat. Kata-kata yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat tentang perubahan Green River dan keunikan Green River.

Dalam rangka menarik wisatawan ke Green River, fasilitas akomodasi menjadi faktor dalam meningkatkan daya tarik wisata Green River. Berikut beberapa fasilitas yang dibangun dengan bantuan pemerintah daerah dan Provinsi Riau.

1. Kursi
2. Bangun gubuk untuk istirahat
3. Gazebo

Keterangan di atas senada dengan keterangan dari Bapak Fakhrijal dan S.Pd., Kabupaten Kampar, Dinas Tata Usaha dan Prasarana Desa Salo, Kecamatan Salo.

“sudah banyak fasilitas pendukung yang kita bangun di Sungai hijau, seperti, Gazebo tempat peristirahatan kita bangun tahun 2014, jembatan, juga dibangun tahun 2014. (Hasil wawancara tanggal 20 Januari 2020).

Pemerintah desa Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar juga terus berupaya untuk melakukan perbaikan-perbaikan maupun melakukan pembangunan untuk memperindah Sungai hijau ini. Se jauh ini sudah banyak bangunan baru demi menunjang kenyamanan bagi para wisatawan yang datang ke Sungai hijau.

**4. Strategi Media (saluran) yang digunakan oleh Pemerintah desa Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar dalam menarik minat pengunjung objek wisata Sungai hijau.**

Media atau saluran tidak hanya sebagai pendukung pelaksanaan strategi komunikasi, tetapi juga merupakan faktor penentu keberhasilan tujuan

komunikasi. Dalam hal ini, pemerintah desa Salo, kecamatan Salo, kabupaten Salo, Kampar Regjeni, bertujuan untuk menarik pengunjung. Dinas Pariwisata Sungai Hijau.

Strategi media adalah upaya untuk menentukan alat apa yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan dari komunikasi kepada khalayak sasaran atau pelanggan. Media itu sendiri digunakan sebagai sarana penyampaian gagasan, dan diyakini media dapat menjangkau jangkauan komunikasi yang lebih luas. Strategi tersebut menggunakan media sebagai sarana penyampaian pesan tentang sungai.

Berdasarkan hal tersebut, Pemerintah Desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar, menggunakan banyak media untuk menarik wisatawan Green River. 1. Media (koran, brosur, spanduk), 2. Media elektronik (radio, televisi dan internet).

Salah satu pesan dari pemerintah desa Salo di Kecamatan Salo Kabupaten Kampar Regjeni adalah kata-kata di halaman depan booklet tersebut. Halaman pertama brosur berisi informasi tentang tempat-tempat wisata di Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar antara lain Sungai Hijau, “Wisata Sulap di Kabupaten Kampar, Kecamatan Salo, Desa Salo”, dan peta Sungai Hijau.

Informasi ini sependapat dengan sekretaris desa, Ibu Badrian;

“setiap tahun kami selalu membuat brosur pariwisata, judul depannya Pesona Pariwisata Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar, ada juga barge burning ceremony in Bagan Siapi Api. yang menyusun kata-kata atau kalimatnya adalah Kepala Seksi Promosi dan Penyuluhan. Kami buat semenariknya mulai dari warna kertasnya, desain gambar, serta bentuk brosur. Supaya masyarakat tertarik dan penasaran untuk bacanya saat melihat brosur itu. (Hasil wawancara tanggal 19 Januari 2020).

Media merupakan elemen penting dalam membangun hubungan yang sukses. Penggunaan media yang sesuai mempengaruhi efektifitas pesan yang disampaikan dari klien (pemerintah desa) kepada klien (masyarakat). Berikut beberapa media yang digunakan oleh Pemerintah Desa Salo, Kabupaten Kampar mempromosikan tempat wisata Sungai Hijau.

a. Baliho

Pemasangan reklame ini sangat membantu pemerintah desa Salo Desa Salo Kabupaten Kampar dengan tujuan yang jelas seperti memperkenalkan sarana wisata di Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar khususnya untuk berkunjung ke Kecamatan Salo Kecamatan Salo Kabupaten Pemandu bagi wisatawan Media yang dipublikasikan dengan cara ini cukup efektif dalam mempromosikan lokasi wisata di Kabupaten Kampar, Kecamatan Salo, dan Desa Salo.

Reklame biasanya dipasang di lokasi-lokasi yang strategis, menurut pemerintah desa, di luar desa Salo di Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar, di desa Salo di Kampar, Kecamatan Salo. Kabupaten, dulunya persis di pinggir jalan umum. Pesan yang ditempel di papan ini biasanya meliputi fasilitas wisata di Kecamatan Salo, Kecamatan Salpo, Kabupaten Kampar, dan acara yang diselenggarakan oleh Pemerintah Desa Salo di Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar.

b. Brosur

Pemerintah Desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar, menggunakan brosur sebagai sarana untuk mempromosikan atraksi wisata

sungai. Informasi dalam brosur tidak hanya menarik bagi wisatawan Green River. Petunjuk untuk mengunjungi Desa Salo, Kecamatan Salo, Provinsi Kampar Regjeni.

Buklet ini dibagikan secara gratis kepada khalayak sasaran. Penyebaran brosur ini tidak dilakukan di jalan raya atau sembarangan, melainkan di titik-titik tertentu. Menurut Kepala Sarana dan Prasarana Pariwisata, Fakhrizal, S.Pd, Kabupaten Kampar, Pemerintah Desa Salo Kecamatan Salo:

“Seperti juga Brosur yang berisi nama objek wisata dan petunjuk arahnya itu kita sebar di berbagai titik seperti di hotel-hotel yang ada di Kota Pekanbaru maupun di Kabupaten Kampar, serta saat mengikuti *event-event*, baik *event* daerah maupun di luar daerah Penyebaran brosur ini sudah di peritungkan sebelumnya. Kita juga terus berusaha untuk selalu mempromosikan melalui media-media eksternal lainnya” (Hasil wawancara tanggal 20 Januari 2020).

Hal tersebut ditegaskan kembali oleh kepala bidang Bina Budaya Pemerintah desa Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar Ibu Zakia Hada, Sn, S.Hum, sebagai berikut:

“salah satu media yang kita pakai untuk promosi adalah brosur, dimana brosur berisi informasi beragam objek wisata yang ada di Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar. Brosur ini kami cetak setiap tahun dan bentuk dan desainnya selalu berubah setiap tahunnya. Untuk penyebaran, biasanya kita sebar saat mengikuti event, di hotel - hotel, dan lain-lainnya. Judul depan brosurnya itu kita buat “Pesona Pariwisata Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar” (Hasil wawancara tanggal 20 Januari 2020).

Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa penulis telah menyusun rencana untuk mendistribusikan booklet kepada pemerintah desa Salo, kecamatan Salo, Kabupaten Kampar. Pengguna menginginkan informasi lebih lanjut karena isi pesan atau judul halaman dalam booklet menarik.

c. Acara

Acara tersebut merupakan rangkaian kegiatan dan rencana yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan domestik dan mancanegara dan menyelenggarakan berbagai kegiatan untuk menarik wisatawan Green River, dan partisipasi dalam acara tersebut dapat berkontribusi pada pertumbuhannya. untuk melakukan kunjungan wisata ke desa. Salo di Kecamatan Salo Kabupaten Kampar, khususnya Sungai Hijau. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pengunjung yang datang untuk menyaksikan event-event regional maupun nasional. Acara yang dimiliki dan ditekankan oleh pemerintah desa Salo kabupaten Salo. , Kampar Regency dibagi menjadi event indoor dan outdoor.

d. Situs web resmi

Dengan kemajuan teknologi saat ini dan kemudahan akses berbagai informasi melalui layanan internet seperti Instagram dan blog resmi khusus, maka Pemerintah Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar telah memanfaatkannya sebagai sarana untuk mempromosikan fasilitas pariwisata di Kampar Kecamatan Salo. . Kabupaten, khususnya Sungai Hijau. Diharapkan dengan adanya hal tersebut dapat mempermudah masyarakat dan wisatawan untuk mendapatkan informasi mengenai fasilitas wisata yang terdapat di Kecamatan Salo dan Desa Salo Kabupaten Kampar serta meningkatkan minat masyarakat dan wisatawan untuk mengenal fasilitas wisata yang terdapat di Salo Desa. , Kabupaten Kampar, khususnya Sungai Hijau. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Bapak Suhendra, Kepala Bidang Perencanaan dan Program Pemerintah Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar sebagai berikut.

“ya kita juga melakukan promosi lewat internet yaitu dengan website resmi pemerintah daerah Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar,

dimana website itu dikelola langsung oleh pihak humas pemerintah daerah Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar, semua informasi terkait tentang Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar terintegrasi di dalam website, termasuk informasi tentang objek – objek pariwisata Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar’. (hasil wawancara tanggal 20 Januari 2020).

Dari hasil wawancara, penulis menyimpulkan bahwa internet berperan penting dalam membantu pemerintahan desa Salo di Kecamatan Salo Kabupaten Kampar Regjeni. Desa Salo Kabupaten Kampar berpotensi untuk terus ditingkatkan upaya penjangkauannya sehingga masyarakat dan wisatawan dapat berkunjung ke Kecamatan Salo Kabupaten Kampar dan Desa Salo khususnya Kecamatan Salo Kabupaten Kampar dan Desa dari Salo. .

5. Faktor pendukung dan pelarangan yang mempengaruhi hubungan pemerintahan desa dalam membentuk asosiasi perdagangan yang berorientasi pada perdagangan

Pemerintah Desa Salo Kecamatan Salo, Kecamatan Salo, Kecamatan Salo, Kecamatan Salo, Kecamatan Salo, Desa Salo, Desa Salo, Desa Salo, Desa Salo, Desa Salo, Desa Salo, Desa Salo, Desa Salo, Desa Salo, Desa Salo. Pemkab harus merasakan sejumlah faktor yang mempengaruhi objek wisata tersebut. Faktor pendukung dan represif.

#### 1. Faktor pendukung

Berikut beberapa faktor yang mendukung pemerintah desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar dalam mempromosikan Sarana Wisata Sungai Hijau.

Sebuah. Keterbukaan

Pengelola pelayanan dan karyawan (karyawan dapat memperlancar pekerjaan karyawan/karyawan dengan saling mendukung dalam memenuhi tugasnya secara terbuka antara kepala departemen dan karyawan).

"Karyawan dapat berkomunikasi satu sama lain tentang masalah pekerjaan yang belum terselesaikan yang mungkin memerlukan bantuan khusus." (Hasil wawancara dengan Dr. H. Zulkarnain Nur, 28 Januari 2020).

Di Kecamatan Salo Kabupaten Kampar pimpinan Pemerintah Desa Salo dan bawahan/pegawai memiliki hubungan kekeluargaan yang baik misalnya untuk menjamin kelancaran kegiatan dan program Direktur Pelayanan. Karyawan/bawahan yang tidak mengerti akan sesuatu, begitu juga dengan staf pelayanan/karyawan, selalu terbantu ketika membutuhkan bantuan, seperti bimbingan, tenaga, dan dukungan mental.

b. Memiliki ruang kantor, infrastruktur atau fasilitas pendukung

Dalam hal ini fasilitas meliputi: meja, kursi, lemari, kamera digital dan profesional, telepon, komputer, dll. Semua fasilitas yang ada digunakan semaksimal mungkin untuk mencapai kinerja yang maksimal.

"Fasilitas dan infrastruktur di luar kantor dan kantor sangat mendukung ketika kita akan mengadakan suatu acara." (Hasil wawancara dengan Pak Fakhriya, Kepala Dinas Bina Prasarana Pemerintah Desa. Kabupaten Kampar, Kecamatan Salo, Desa Salo, 20 Januari 2020).

Tersedianya fasilitas tersebut dapat membantu Desa Salo, Kecamatan Salo, dan Pemerintah Desa Salo untuk mempromosikan dan mempromosikan

Desa Salo, Desa Salo, Desa Salo, dan fasilitas wisata lainnya kepada masyarakat atau wisatawan.

c. Kerja tim yang kompak Compact

Tim bekerja sama dengan erat untuk mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk acara yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungping. Semua instansi atau panitia pelaksana langsung mendatangi lokasi untuk memastikan sukses dan suksesnya kegiatan yang diselenggarakan oleh instansi tersebut.

“Alhamdulillah, setiap kali kita mengadakan acara, semua pihak yang terlibat memiliki kemampuan untuk bekerja dalam tim. Mereka bertanggung jawab dan melakukannya dengan tulus.” 27 Januari 2020)

Dengan adanya dukungan masyarakat sekitar dan pihak-pihak yang mendukung semua kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar maka pelaksanaan kegiatan tersebut akan lancar dan sukses.

. Komunikasi yang baik dengan media dan pihak swasta (hotel, pemerintah daerah, media cetak, guest house, dll).

Hubungan baik antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungping, media dan sektor swasta sangat mendukung advokasi dan penjangkauan publik.

“Sebagai bagian dari Badan Informasi Pariwisata Green River, saya selalu berusaha menjalin kemitraan yang baik dengan jurnalis media cetak dan elektronik, hotel dan semua pihak lainnya.” (Hasil wawancara dengan Bapak H. Zulkarnain Nur, Kabupaten Kampar, Kepala Desa Salo, Kecamatan Salo, 28 Januari 2020).

Dari informasi yang diberikan oleh Bapak Dr. Zulkarnain Nura menunjukkan bahwa Pemerintah Desa Salo di Kecamatan Salo Kabupaten Kampar Regjeni terbuka untuk menjawab pertanyaan wartawan saat konferensi pers. Selain itu, iklan dan artikel tentang pelaksanaan jalur Green River atau gravitasi, dan bahkan kegiatan pertunjukan, dapat dilihat dan dibaca di media sosial melalui surat kabar dan situs web publik. Oleh karena itu, Pemerintah Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar perlu menjalin hubungan baik dengan media massa baik cetak maupun elektronik, selain itu Pemerintah Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar menjalin hubungan baik dengan pihak swasta. Salo Village Hotel, Inn, dll. Kabupaten Salo.

#### e. Kemajuan teknologi

Di era kemajuan teknologi ini, sangat membantu pemerintah kabupaten Salo dan pemerintah desa Salo Kabupaten Kampar untuk mempromosikan minat wisata Green River, terutama karena memiliki website yang dapat diakses setiap saat. Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar, Desa Salo didedikasikan untuk masyarakat atau masyarakat umum untuk merasakan keindahan pemandangan dari fasilitas tersebut. Wisata di Desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar.

"Saat ini penggunaan internet begitu marak sehingga saya berinisiatif memanfaatkan teknologi yang ada dengan membuat website terkait pariwisata khususnya fasilitas wisata Green River, di Desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar. " (Hasil Wawancara dengan Pak Sukhendra, Kabag Perencanaan dan Program, Desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar, 27 Januari 2020)

Dalam hal ini penulis menyimpulkan bahwa wisatawan yang ingin melihat Green River terlebih dahulu dapat mengakses internet.

## 2. Faktor tirani

Desa Salo, Kecamatan Salo, Provinsi Campar Regjeni, menghadapi kendala sebagai berikut karena menghambat pelaksanaan tugasnya.

Sebuah. Dana terbatas untuk promosi

Salah satu faktor penghambat kampanye Pemerintah Desa Salo di Desa Salo Kabupaten Campar adalah minimnya dana anggaran yang dialokasikan kepada Pemerintah Desa Salo oleh Tata Desa Salo di Desa Salo Kabupaten Campar. Kecamatan Salo, Kabupaten Campar. Karena minimnya dana yang dialokasikan untuk pemerintah desa Desa Salo, Kecamatan Salo, Kampar Regjeni, tidak memungkinkan untuk mempromosikan dan mengembangkan fasilitas pariwisata. Berikut adalah hasil wawancara penulis dengan Ibu S.Pd, Kepala Dinas Minat dan Daya Tarik Pemerintah Desa Desa Salo Kecamatan Salo Provinsi Campar.

“Sebenarnya, kami telah mengusulkan sejumlah langkah dan fasilitas untuk mengembangkan sungai hijau ini dan mempromosikannya ke pemerintah kabupaten, negara bagian dan pusat, tetapi sumber daya kami yang terbatas menghalangi kami untuk melakukan apa pun. Dana pemerintah pusat dan provinsi yang kami tawarkan terkadang diterima dan terkadang ditolak. Namun, kami masih berusaha memberikan saran kepada pemerintah pusat, provinsi dan kabupaten untuk pengembangan dan promosi sungai hijau ini. “(Hasil Wawancara 19 Januari 2020)

Ibu Badria dan S.Pd, mantan Ketua Bidang Kepentingan dan Kepentingan, berkomentar bahwa keterbatasan dana untuk layanan ini menjadi hambatan kecil untuk mempromosikan peran Pemerintah Desa di Desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar. Dinas Pariwisata Sungai Hijau.

b. Partisipasi masyarakat masih kurang

Keterlibatan warga Desa Salo di Kecamatan Salo Kabupaten Kampar menjadi contoh nyata rendahnya tingkat partisipasi dalam promosi wisata Green River sehingga berdampak pada jumlah wisatawan Green River. Hasil wawancara dengan Ibu Badriya, S.P.

“Masyarakat di Kabupaten Camo, Kecamatan Salo, Desa Salo dan khususnya masyarakat sekitar perlu berkreasi agar wisatawan tertarik untuk datang ke Green River. Bukan hanya Dinas yang mempromosikan objek wisata ini kepada wisatawan Green River. Selain itu, penting untuk bersikap ramah ketika berhadapan dengan wisatawan, dan kemudian wisatawan akan dapat mengunjungi Sungai Hijau lagi. Informasi yang diberikan kepada wisatawan juga harus adil. Juga kerjasama seluruh pemangku kepentingan dalam pembangunan bersama sektor pariwisata di Desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar. “(Hasil wawancara dengan Ibu Badria, S.P. selaku Kabag Minat dan Daya Tarik, 19 Januari 2020).

c. Jaringan dan listrik masih kurang

Semua pemangku kepentingan harus bekerja sama untuk mengembangkan pariwisata di Kecamatan Salo Kabupaten Kampar, Desa Salo, khususnya di Sungai Hijau.

### C. Pembahasan

Sebelumnya telah dibahas dan dijelaskan bahwa penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan model Laswell. Komunikasi dalam model Laswell minimal harus dapat menjawab lima pertanyaan: Who (siapa), What said (Apa yang dikatakan), which channel (Melalui saluran apa), kepada siapa (kepada siapa), dengan efek apa (untuk efek apa). Berdasarkan kajian di atas, penulis akan membahas tentang strategi komunikasi Pemerintah Desa Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar. Strategi yang dimaksud adalah fokus pada komponen komunikasi yang menarik bagi wisatawan Green River, serta faktor pendukung dan represif dari komponen tersebut.

Strategi komunikasi adalah suatu pedoman perencanaan hubungan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, suatu strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana tindakan taktis dapat dilakukan, tergantung pada keadaan dan keadaan, dalam artian pendekatannya mungkin berbeda. kapan saja. (effendi, 2009: 32)

#### 1. Strategi komunikasi

Ada empat fase strategi komunikasi yang dilaksanakan oleh pemerintah desa: 1) perencanaan, 2) proposal/ pengesahan, 3) persiapan teknis, dan 4) pelaksanaan program. Salah satu acuan untuk menerapkan strategi komunikasi adalah kredibel. komunikasi. Keandalan mengacu pada kondisi sarana komunikasi yang dianggap khusus, relevan dengan pengetahuan, pengalaman, dan keahlian tentang suatu objek wisata Green River, sehingga apa yang disampaikan

masyarakat tentang Green River adalah benar. Akreditasi memiliki dua dimensi: kesiapan dan ketulusan. Oleh karena itu, seseorang dikatakan sebagai seseorang yang ahli atau kompeten di bidangnya dan diyakini sebagai orang yang jujur dan memiliki reputasi yang jujur atau dapat dipercaya. Pemerintah desa memilih petugas penghubung pada pertemuan pengetahuan teknis.

## 2. Strategi identifikasi audiens

Target audiens wisatawan Green River dari Kecamatan Salo, Pemerintah Desa Salo, Kabupaten Kampar adalah masyarakat di Desa Salo, Kecamatan Salo, Provinsi Kampar. Strategi komunikasi adalah generasi muda yang terlibat aktif dalam masyarakat yang berbeda. Hal ini dikarenakan untuk meningkatkan daya tarik Sungai Hijau bagi wisatawan, generasi muda akan lebih cepat merasakannya jika berperan dalam jejaring sosial dan pengolahan informasi di desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar.

Strategi penonton yang diterapkan oleh Pemerintah Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar adalah dengan membagi penonton menjadi dua kelompok yaitu langsung (primer dan tidak langsung) dan sekunder. Dalam hal ini Pemerintah Kota Salo Kecamatan Salo Kampar Regjeni harus mengetahui asal usul khalayak langsung agar pesan yang disampaikan melalui teknik yang tepat dan informasi seakurat yang diharapkan sehingga sampai kepada khalayak secara tidak langsung. . Dalam hal ini penonton langsung adalah generasi muda yang terlibat aktif dalam kegiatan berbagai organisasi dan komunitas yang terlibat dalam program yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar. publik.

### 3. Strategi pesan

Strategi pesan penting agar strategi komunikasi dapat dijalankan dengan baik dan diharapkan, karena pesan ini akan mengubah persepsi masyarakat terhadap Green River dan menarik pengunjung ke Green River. Dalam hal ini, pesan yang dikembangkan oleh pemerintah desa harus sesuai dengan masyarakat atau situasi komunikasi setempat.

Penekanan strategi pesan ini merupakan salah satu teknik yang digunakan oleh pemerintah desa Salo di kecamatan Salo Kabupaten Kampar. Metode ini dapat menguntungkan dan merugikan klien, karena tergantung pada kemampuan klien. . Ingat pesan yang dikirimkan pelanggan, namun cara ini mudah diingat saat menyampaikan pesan tentang sungai hijau kepada masyarakat.

Selain menekankan sifat pesan, pemerintah desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar, menggunakan metode pengorganisasian pesan. Pesan dapat diatur untuk membantu audiens memahami. Dalam hal ini, organisasi dibagi menjadi dua bagian, yaitu: pertama tentang perubahan besar di sungai hijau. Yang kedua adalah karena keunikan Green River.

### 4. Strategi media

Setelah strategi komunikasi, strategi komunikasi, dan strategi penyampaian pesan, yang terakhir adalah strategi media, dalam hal ini para pemilih Media apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan sangat penting. Untuk menarik wisatawan Green River, Kecamatan Salo, Kabupaten Salpo, Kabupaten Kampar menggunakan 1. Media (koran, brosur, spanduk), 2. Media elektronik (radio, televisi dan internet). ).

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Sebagai hasil dari bab-bab sebelumnya tentang strategi komunikasi pemerintah desa untuk mempromosikan fasilitas wisata sungai hijau di desa Salo, kecamatan Salo, Kabupaten Kampar, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi pemerintah desa bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pariwisata. Strategi pelanggan komunitas pedagang, strategi identifikasi audiens, strategi pengiriman pesan, dan strategi media tetap tidak signifikan dalam hal kehadiran wisatawan, yang dinilai sebagai kurangnya strategi periklanan yang dirancang untuk meningkatkan pengunjung. Banyak orang yang tidak mengetahui keberadaan destinasi wisata ini karena menarik wisatawan.

#### B. Saran-saran

Adapun saran dan kritik penulis kepada Pemerintah Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar adalah sebagai berikut.

1. Bagi Pemerintah Desa Salo Kecamatan Salo Provinsi Kampar Regeni sebaiknya mengelola segala bentuk kegiatan strategis administrasi, pendataan dan komunikasi secara lebih profesional. Bukan hanya karena pemerintah tidak menganggarkan. Masih banyak kegiatan promosi yang tidak membutuhkan biaya besar, namun dapat merevitalisasi industri pariwisata tentunya dengan mendorong sumber daya manusia yang lebih kreatif. Hal ini akan sangat membantu dalam

penelitian untuk menumbuhkan inovasi-inovasi baru yang akan sangat membantu kedepannya.

2. Pemerintah Desa Salo, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar, merekomendasikan fokus yang lebih efektif pada promosi dan penggunaan media. Promosi pariwisata melalui media televisi perlu mendapat perhatian khusus oleh Pemerintah Desa Salo Kecamatan Salo Kabupaten Kampar. Hal ini akan meningkatkan jumlah pameran pariwisata Green River di seluruh dunia.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Budyatna, M, Muthmainnah Nina. 2005. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2006, Metode Penelitian Kualitatif, Predana Mulia, Jakarta.
- Chaer, Abdul. 2007. Metode Penelitian. Rineka Cipta, Jakarta.
- Daymon, Christine. 2008. Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing. Bentang. Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Remaja Rosda Karya: Bandung.
- Fandeli, Chalid. 2005. Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam. Yogyakarta: Liberty.
- Hasan, M. Iqbal, 2002. Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya, Ghalia. Indonesia.
- Hikmat R. Harry. 2010. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Kata Pengantar. Cetakan ke-2 Bandung penerbit Humaniora Utama.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana. Jakarta.
- Moeliono, Anton M. 1993. Analisis Fungsi Subjek dan Objek Sebuah Tujuan. Penerbit: ITB Bandung.
- Moleong, J. Lexy. 2010. Metode Penelitian Kualitatif, edisi revisi, cet 21, Remaja Rosakarya, Bandung.
- Muhammad, Arni. 2015. Komunikasi Organisasi. Bumi Aksara. Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2010. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Remaja. Rosdakarya. Bandung.
- Nasikun, 2000, Globalisasi dan Paradigma Baru Pembangunan Pariwisata. Jakarta: PT Raha Grafindo Persada.
- Nawawi. 2003. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta. Gajah Mada. University Press.

- Oka A. Yoeti. 2002. Pengantar Ilmu Pariwisata Penerbit Angkasa, Bandung.
- Popper dan Kuhn.2015. Daya Tarik dan Pengelolaan Agrowisata.Penerbit Pradnya Paramita. Jakarta.
- Ruliana, Poppy. 2014. Komunikasi Organisasi : Teori dan Studi Kasus. Jakarta : Rajawali Pers.
- Spillane, James. 2003. Pariwisata Indonesia, Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan. Kanisius.Yogyakarta.
- Suharto,Edi. 2009. Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sukandarrumidi. 2004. Metodologi Penelitian, Yogyakarta: Gadjah Mada.
- Suranto. AW. 2010. Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Suyitno. 2004. Perencanaan Wisata. Yogyakarta : Kanisius.
- UsmanSunyoto.2008. Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat. Yogyakarta, Pustaka Pelajar.

### **Peraturan**

- Undang-Undang No. 10 Thn 2009 tentang Kepariwisata, Pariwisata.

### **Jurnal**

- Dinar Wahyuni. 2018. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran,Kabupaten Gunung Kidul. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI. Jakarta.
- Nazlina Mamonto. 2017. Pemberdayaan Masyarakat Dalam Menunjang Sektor Pariwisata Sebagai Pendukung Perekonomian(Studi di Desa Mooat Kec.Modayag Kab.Bolaang Mongondow Timur). Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Nur Rika Puspita Sari. 2015. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Obyek Wisata Oleh Kelompok Sadar Wisata Dewabejo Di Desa Bejiharjo, Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunungkidul. Universitas Islam Yogyakarta. Yogyakarta.*