

**STRATEGI KOMUNIKASI *MEDIA RELATIONS NATURE*  
SYAAKIRAH *VIEW AND RESTO* AEK SABAON  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
PENGUNJUNG**



**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**Oleh:**

**MINTA MARITO HARAHAP**  
NIM. 18 301 00015

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

STRATEGI KOMUNIKASI *MEDIA RELATIONS NATURE*  
*SYAAKIRAH VIEW AND RESTO* AEK SABAON  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
PENGUNJUNG



***SKRIPSI***

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**Oleh:**

**MINTA MARITO HARAHAHAP**  
NIM. 18 301 00015

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI *MEDIA RELATIONS NATURE*  
SYAAKIRAH *VIEW AND RESTO* AEK SABAON  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
PENGUNJUNG**



**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**Oleh:**

**MINTA MARITO HARAHAP**

NIM. 18 301 00015

**PEMBIMBING I**

**Dra. Hj. Replita, M.Si**  
NIP 196905261995032001

**PEMBIMBING II**

**Nurfitriani M. Siregar, M. Kom.I**  
NIP 199104172019032007

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jalan Tengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Skripsi  
an. Minta Marito Harahap  
lampiran : 6 (enam) Exemplar

Padangsidimpuan, Juli 2024  
Kepada Yth  
Ibu Dekan FDIK  
UIN Syekh Ali Hasan  
Ahmad addary Padangsidimpuan  
Di:  
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **Minta Marito Harahap** yang berjudul: **"Strategi Komunikasi Media Relations Nature Syaakirah View and Resto Aek Sabaon Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung"** maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang ilmu Komunikasi Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syahada Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Dengan demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I

Dra. Replita, M.Si  
NIP. 196905261995032001

PEMBIMBING II

Nurfitriani M Siregar, M. Kom.I  
NIP. 199104172019032007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
JalanTengku Rizal Nurdin Km 4,5Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : Minta Marito Harahap  
**NIM** : 1830100015  
**Fak/Prodi** : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
**Judul Skripsi** : Strategi komunikasi Media Relations Nature Syaakirah View and Resto Aek Sabaon Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sebagaimana tercantum dalam pasal 14 ayat 11 tentang kode etik Mahasiswa.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum pada pasal 19 ayat ke 4 tentang kode etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 24 Juli 2024  
Pembuat Pernyataan



**Minta Marito Harahap**  
**NIM: 130100015**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SIEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan Tengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

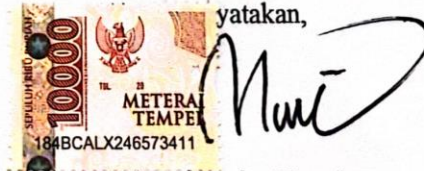
Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Minta Marito Harahap  
NIM : 18 301 00015  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul ***“Strategi Komunikasi Media Relations Nature Syaakirah View and Resto Aek Sabaon Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung”*** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan  
Pada Tanggal 25 Juli 2024  
yatakan,



**Minta Marito Harahap**  
**NIM. 18 301 00015**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km 4,5Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DAN KEBENARAN DOKUMEN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Minta Marito Harahap  
Tempat/Tgl Lahir : Pasir Julu, 30 April 2000  
NIM : 18 301 00015  
Fak/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya:

1. Segala data terdapat dalam dokumen permohonan ujian munaqosyah ini adalah benar dan sah.
2. Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa dokumen-dokumen yang telah saya berikan tidak benar, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Padangsidempuan, 25 Juli 2024

Membuat Pernyataan



**Minta Marito Harahap**  
**NIM. 18 301 00015**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Minta Marito Harahap  
NIM : 1830100015  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA RELATIONS NATURE  
SYAAKIRAH VIEW AND RESTO AEK SABAON DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG.

Ketua

Nurfitriani M Siregar, M.Kom.I  
NIP. 199104172019032007

Sekretaris

Maslina Daulay, M.A.  
NIP. 197605102003122003

Anggota

Nurfitriani M Siregar, M.Kom.I  
NIP. 199104172019032007

Maslina Daulay, M.A.  
NIP. 197605102003122003

Drs. Kamaluddin, M.Ag.  
NIP. 196511021991031001

Risdawati Siregar, S.Ag.,M.Pd.  
NIP. 197603022003122001

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

Di : Padangsidempuan  
Hari/Tanggal : Selasa, 05 Agustus 2024  
Pukul : 14.00 WIB  
Hasil/Nilai : Lulus/ 80 (A)  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,71  
Predikat : Pujian





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

---

**PENGESAHAN**

Nomor: 1249 /Un.28/F.4c/PP.00.9/12/2024

**Judul Skripsi.** :STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA RELATIONS NATURE  
SYAAKIRAH VIEW AND RESTO AEK SABAON DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG  
**NAMA** : Minta Marito Harahap  
**NIM** : 18 301 00015  
**Program Studi** : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Telah dapat diterima untuk memenuhi  
syarat dalam memperoleh gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)

Padangsidimpuan, 05 Desember 2024

Dekan,  
  
Df. M. Magdalena, M. Ag.  
NIP 197403192000032001

## ABSTRAK

**Nama : Minta Marito Harahap**

**Nim : 1830100015**

**Judul : STRATEGI KOMUNIKASI *MEDIA RELATIONS NATURE SYAAKIRAH VIEW AND RESTO* AEK SABAON DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG**

Objek wisata di Indonesia merupakan salah satu bisnis dengan pertumbuhan tercepat. Perkembangan bisnis objek wisata ini juga terlihat di Kota Padangsidempuan. Hal ini ditandai dengan banyak bermunculan objek wisata hampir disetiap sudut Kota Padangsidempuan. Masing-masing objek wisata tentu memiliki ciri khas dan strategi komunikasi bermacam-macam untuk menarik hati pengunjung. Sama halnya dengan objek wisata *nature Syaakirah View and Resto Aek Sabaon* dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi *media relations nature syaakirah view and resto aek sabaon* dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Serta untuk mengetahui faktor pendukung strategi komunikasi *media relations nature syaakirah view and resto Aek Sabaon* dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan narasumber, observasi serta data sekunder berupa dokumentasi, buku dan internet. Teori yang digunakan adalah teori jarum hipodermik (*hipodermic needle theory*) atau teori peluru (*bullet theory*). Hasil dari penelitian ini berupa kajian potensi objek wisata *nature syaakirah view and resto*, dengan menggunakan teknik strategi komunikasi. Daya tarik utama wisata *nature syaakirah view and resto* adalah udara yang bersih dan sejuk. Pemandangan alam sekitar wisata yang begitu asri dan dikelilingi pegunungan serta spot foto yang unik dan menarik. Akses menuju wisata sebagian besar sudah jalan raya akan tetapi jauh dari perkotaan. Belum adanya transportasi umum masuk ke lokasi tersebut. Membuat para pengunjung yang tidak mempunyai kendaraan pribadi terhalang untuk berkunjung. Faktor pendukung strategi komunikasi *media relations* yaitu ragam wahana permainan, udara yang bersih dan sejuk, dan fasilitas yang disediakan berkualitas. Dan faktor penghambatnya adalah lokasi wisata jauh dari perkotaan sehingga sulit di jangkau para pengunjung dan belum adanya transportasi umum menuju lokasi wisata.

**Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, Media Relations.**

## ABSTRACT

**Name : Minta Marito Harahap**

**Reg. Number : 1830100015**

**Thesis Title : MEDIA RELATIONS COMMUNICATION STRATEGY  
NATURE SYAAKIRAH VIEW AND RESTO AEK  
SABAON IN INCREASING THE NUMBER OF VISITORS**

Tourism in Indonesia is one of the fastest growing businesses. The development of this tourism business is also seen in Padangsidempuan City. This is marked by the emergence of many tourist attractions in almost every corner of Padangsidempuan City. Each tourist attraction certainly has its own characteristics and various communication strategies to attract visitors. The same is true for the nature Syaakirah View and Resto Aek Sabaon tourist attraction in increasing the number of visitors. This study aims to determine the media relations communication strategy of nature syaakirah view and resto aek sabaon in increasing the number of visitors. And to determine the supporting factors for the media relations communication strategy of nature syaakirah view and resto Aek Sabaon in increasing the number of visitors. This study uses a descriptive qualitative method with data collection techniques through interviews with informants, observation and secondary data in the form of documentation, books and the internet. The theory used is the hypodermic needle theory or bullet theory. The results of this study are in the form of a study of the potential of the nature syaakirah view and resto tourist attraction, using communication strategy techniques. The main attraction of the nature syaakirah view and resto tour is the clean and cool air. The natural scenery around the tour is so beautiful and surrounded by mountains and unique and interesting photo spots. Access to the tour is mostly by highway but far from the city. There is no public transportation to the location. This makes visitors who do not have private vehicles hindered from visiting. Supporting factors for media relations communication strategies are various game rides, clean and cool air, and quality facilities provided. And the inhibiting factors are that the tourist location is far from the city so it is difficult for visitors to reach and there is no public transportation to the tourist location.

***Keywords: Strategy, Communication, Media Relations.***

## خلاصة

اسم : مينتا ماريتو هاراهاب  
رقم التسجيل : ١٨٣٠١٠٠٠١٥  
عنوان الأطروحة : العلاقات الإعلامية طبيعة عرض سياكيرة ورستو إيك ساباون استراتيجية التواصل في زيادة عدد الزوار.

تعد مناطق الجذب السياحي في إندونيسيا واحدة من أسرع الشركات نموًا. يمكن أيضًا رؤية تطوير أعمال الجذب السياحي هذه في مدينة بادانغسيديمپوان. ويتميز هذا بظهور العديد من مناطق الجذب السياحي في كل ركن من أركان مدينة بادانغسيديمپوان تقريبًا. من المؤكد أن كل منطقة جذب سياحي لها خصائصها الخاصة واستراتيجيات الاتصال المختلفة لجذب الزوار. وينطبق الشيء نفسه على الجذب السياحي الطبيعي سياكירה فيو ورستو إيك ساباون في زيادة عدد الزوار. يهدف هذا البحث إلى تحديد استراتيجية الاتصال بالعلاقات الإعلامية لـ ناتوري ساكירה فييو و رستو إيك ساباون في زيادة عدد الزوار. وكذلك معرفة العوامل المساندة لاستراتيجية الاتصال بالعلاقات الإعلامية لمطعم ناتوري ساكירה فييو ومطعم إيك ساباون في زيادة عدد الزوار. يستخدم هذا البحث المنهج الوصفي النوعي مع تقنيات جمع البيانات من خلال المقابلات مع المصادر والملاحظة والبيانات الثانوية في شكل وثائق وكتب وشبكة الإنترنت. النظرية المستخدمة هي نظرية الإبرة تحت الجلد أو نظرية الرصاصة. نتائج هذا البحث هي دراسة إمكانات الجذب السياحي لطبيعة منظر سياكירה ومطعمه، باستخدام تقنيات استراتيجية الاتصال. عامل الجذب الرئيسي في السياحة الطبيعية في ساكירה فييو اند رستاورانانت هو الهواء النظيف والبارد. المناظر الطبيعية المحيطة بالمعلم السياحي جميلة جدًا وتحيط بها الجبال وأماكن التقاط الصور الفريدة والمثيرة للاهتمام. يتم الوصول إلى السياحة في الغالب عن طريق البر ولكن بعيدًا عن المناطق الحضرية. لا توجد وسائل النقل العام إلى هذا الموقع. وهذا يمنع الزوار الذين ليس لديهم سيارات خاصة من الزيارة. العوامل الداعمة لاستراتيجية اتصالات العلاقات الإعلامية هي مجموعة متنوعة من جولات الألعاب، والهواء النظيف والبارد، والمرافق عالية الجودة المقدمة. والعامل المانع هو أن الموقع السياحي بعيد عن المناطق الحضرية لذلك يصعب على الزوار الوصول إليه ولا توجد مواصلات عامة إلى الموقع السياحي.

الكلمات المفتاحية: الإستراتيجية، الاتصال، العلاقات الإعلامية.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

*Alhamdulillahirobbil'amin*, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang merupakan tugas dan syarat wajib guna memperoleh gelar sarjana dari jurusan Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYHADA) Padangsidempuan.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalah islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu-ilmu ke Islaman, sehingga dapat menjadi bekal hidup kita baik didunia maupun di akhirat kelak.

Suatu kebanggan tersendiri, jika suatu tugas dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Judul yang penulis ajukan adalah “**STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA RELATIONS NATURE SYAAKIRAH VIEW AND RESTO AEK SABAON DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG**” bagi penulis, penyusunan skripsi merupakan tugas yang tidak ringan, penulis sadar banyak hambatan yang menghadang dalam proses penyusunan skripsi ini, dikarenakan keterbatasan kemampuan penulisan sendiri. Walaupun akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan, tentunya karena beberapa pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi. Untuk itu penulis menyampaikan

ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag, Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Bapak Dr. Erawadi, M.A, Wakil Rektor bidang Adminitrasi Umum Perencanaan dan Keuangan Bapak Dr. Anhar, M.A, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan Dan Kerja Sama UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag.
2. Ibu Dr. Magdalena, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Wakil Dekan Bidang Akademik Bapak Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A, Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan Dan Keuangan Bapak Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag.
3. Ibu Nurfitriani M. Siregar, M. Kom.I, Sebagai Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Dra. Replita, M.Si, sebagai pembimbing I, Ibu Nurfitriani M. Siregar, M. Kom.I, Sebagai Pembimbing II, dengan tulus dan ikhlas dan tidak bosan bosannya mengarahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi ini.

5. Seluruh bapak dan ibu dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah mendidik peneliti dalam perkuliahan.
6. Kepala perpustakaan Bapak Yusri Fahmi, M. Hum, dan seluruh pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membantu peneliti dalam hal pengadaan buku-buku yang ada kaitannya dalam penelitian ini.
7. Kepada kedua orang tua tercinta ayah Syahwan Harahap dan Ibu Malan Siregar, yang telah melahirkan, mengasuh, dan membesarkan, dan mendidik peneliti serta yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil pada peneliti selama menyelesaikan kuliah hingga penyusunan skripsi ini. Peneliti beribu-ribu terimakasih. Dan terimakasih kepada kakak ku Yusrida Sari Harahap, S.H, Santi liana harahap, Amdt, Dan kepada adek saya, Tiayun harahap, Am.Keb, Rosmalia Harahap, Abdullah Harahap, Danny Alfiah, Nur Jamilah Harahap. Yang telah memberikan motivasi, doa dan dukungan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
8. Seluruh masyarakat di aek sabaon kepada semua pihak petugas yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah ikut berpartisipasi dalam penulisan dan penelitian ini. Dengan tidak mengurangi rasa hormat, penulis mengucapkan terimakasih banyak atas jasa-jasanya. Bapak Indar Sakti Tanjung selaku owner wisata taman syaakirah yang telah mengijinkan penulis meneliti tentang Strategi Komunikasi Media *Relations Nature*

Syaakirah *View And Resto* Aek Sabaon Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung.

9. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang telah mampu dan kuat bertahan sampai saat ini untuk meraih gelar sarjana S.Sos, dan peneliti juga berterimakasih kepada teman-teman saya Rizki Hasanah Siregar, S.Sos, Rodiah Gusnita Sari Harahap, S.sos, Ika Fitri Hasibuan S.Sos, Armiliana Siregar, S.Sos, Meilan Rizki Fadilah Harahap, S.Sos, Sarideni Lubis, yang tidak dapat Peneliti sebutkan satu persatu.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT. Senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah di berikan kepada peneliti. Peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas Rahmat dan Karunianya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti persembahkan karya ini semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Juli 2024

Penulis

**Minta Marito Harahap**  
**NIM 1830100015**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN BIMBINGAN</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN KEBENARAN DOKUMEN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Masalah .....	13
C. Batasan Istilah .....	13
D. Rumusan Masalah .....	17
E. Tujuan Penelitian .....	17
F. Manfaat Penelitian .....	17
G. Sistematika Penelitian .....	19
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>21</b>
A. Landasan Teori.....	21
B. Landasan Konseptual .....	22
1. Strategi Komunikasi Media Relations .....	22
2. Komunikasi Bermedia ( <i>Mediated Communication</i> ) .....	26
3. Teknik Strategi Komunikasi.....	27
4. Media Relations .....	29
5. Pengertian Pengunjung/Wisatawan.....	34
C. Kajian Terdahulu.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Waktu Dan Lokasi Penelitian.....	37
1. Lokasi Penelitian.....	37
2. Waktu Penelitian .....	37
B. Jenis Dan Metode Penelitian.....	37
C. Subjek Penelitian.....	38
D. Sumber Data.....	39
1. Data Primer .....	39
2. Data Sekunder .....	38

E. Pengertian Pengunjung/Wisatawan.....	40
F. Teknik Pengumpulan Data.....	41
1. Observasi.....	42
2. Wawancara.....	43
3. Dokumentasi.....	44
G. Teknik Analisis Data.....	44
H. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
A. TEMUAN UMUM.....	47
1. Gambaran Umum Wisata Taman Syaakirah View and Resto Aek Sabaon.....	47
2. Visi, Misi, Wisata Taman Syaakirah View and Resto Aek Sabaon.....	47
3. Jumlah Data Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View and Resto Aek Sabaon.....	48
4. Struktur Organisasi Wisata Taman Syaakirah View and Resto Aek Sabaon.....	49
5. Gambaran Umum Responden.....	51
6. Pendidikan Terakhir.....	52
7. Bidang Pekerjaan.....	53
B. TEMUAN KHUSUS.....	54
1. Strategi Komunikasi Media Relations Nature Syaakirah View and Resto Aek Sabaon dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung.....	54
2. Faktor Pendukung Strategi Komunikasi Media Relations Nature Syaakirah View And Resto Aek Sabaon Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung.....	62
C. Pembahasan Penelitian.....	68
1. Analisis Hasil Penelitian.....	68
2. Keterbatasan Penelitian.....	70
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan.....	71
B. Implikasi Hasil Penelitian.....	72
C. Saran.....	74

**DAFTAR PUSTAKA  
DAFTAR RIWAYAT HIDUP  
LAMPIRAN**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Komunikasi merupakan suatu proses ketika seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi supaya terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Sebagai makhluk sosial, manusia dikodratkan untuk hidup bermasyarakat dan berinteraksi dengan manusia lainnya dengan berkomunikasi. Melalui komunikasi manusia berhubungan satu sama lain dengan berbagai tujuan. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu untuk mengubah sikap atau perilaku baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.<sup>1</sup>

Perkembangan objek wisata di tanah air kini semakin meningkat baik dalam kuantitas maupun kualitasnya, masing-masing wisata mempunyai daya tarik tersendiri, mulai dari pegunungan, air terjun, kolam renang, dan jenis-jenis permainan yang ada di dalamnya. Indonesia tidak hanya kaya akan sumber daya alamnya. Alam Indonesia yang terdiri dari hutan, laut, dan sungai menghasilkan pula potensi wisata alam yang luar biasa, hampir setiap jengkal tanah di negeri ini memiliki potensi wisata alam yang memukau. Tidak heran jika hampir rata-rata setiap wilayah di bumi Nusantara memiliki objek wisata. Seiring era digitalisasi terjadi, model

---

<sup>1</sup> Effendi, Onong Uchana, And Tju Surjaman. *Dinamika Komunikasi*. (Remadja Karya, 1986), hlm, 5.

komunikasi pun ikut berubah ke arah media sosial sebagai sarana untuk saling bertukar pesan dan informasi mengenai bisnisnya atau pun perusahaan baik berupa tulisan, gambar, video, suara dan sebagainya dengan mudah tanpa batasan waktu dan tempat sesuai keinginan manusia itu sendiri.<sup>2</sup>

Perkembangan objek wisata di Kota Padangsidempuan juga mulai bertambah. Hal tersebut banyak bermunculan objek wisata hampir disetiap sudut Kota Padangsidempuan dan Kabupaten Tapanuli Selatan. Untuk tetap bertahan dan menjadi objek wisata pilihan masyarakat, setiap objek wisata harus memiliki konsep yang unik demi menarik perhatian pengunjung. Karena semakin banyak objek wisata yang ada di Kota Padangsidempuan dan Kabupaten Tapanuli Selatan maka tingkat persaingan akan semakin tinggi.

Setiap objek wisata yang ada di Kota Padangsidempuan tentu memiliki strategi komunikasi yang bermacam-macam untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjung. Seperti melakukan promosi di media sosial, konsep objek wisata yang unik, serta berbagai macam permainan yang ada di tempat wisata. Selain Konsep objek wisata yang unik, makanan dan minuman juga dapat menarik daya tarik pengunjung, pengunjung tidak hanya menikmati keindahan wisata akan tetapi menikmati alam sambil menikmati makan dan minuman yang enak.

---

<sup>2</sup> Alfien Suetopo, *Mengenal Lebih Dekat Wisata Alam Indonesia*, (Jakarta: Pacu Minat Baca, 2011), hlm. 5.

Sama halnya dengan objek wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon atau yang sering disebut dengan wisata sibio-bio. Taman syaakirah aek sabaon menampilkan suasana seperti bangunan-bangunan unik yang didesain menyerupai rumah-rumah yang ada di pedesaan di Negara Benua Eropa. Hal ini dikarenakan wisata dikelilingi oleh beberapa pegunungan yang tinggi dan pohon-pohon yang hijau. Selain itu, menyediakan penginapan seperti *Resort, Glamping* dan *Camping*.

Dalam hal ini penginapan yang dibolehkan hanya untuk pasangan sah suami istri untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Sedangkan untuk para karyawan diberi pengarahan untuk tidak menerima pengunjung yang bukan sah suami istri yang berniat untuk menginap. Sebagai bisnis yang bergerak dalam bidang objek wisata di Tapanuli Selatan, taman Syaakirah memiliki jumlah penginapan sebanyak 5 tipe room seperti *A-Frame House, Sarah Cottage, Glamour Camping, Big Camp, Small Camp*. dengan berbagai fasilitas yang disediakan sehingga bisa menyewa seperti *Table Vip, Motor Atv, Sepeda Listrik* dan wahana permainan seperti *Flaying Fox, Flaying Bike, Sepeda Air* dan *Playground*. Hal ini pun juga menjadi pembeda dari wisata taman Syaakirah *View and Resto*, kemudian adanya banyak jenis makanan dan minuman.

Dalam menjalankan sebuah bisnis, strategi komunikasi *media relations* tentu menjadi salah satu hal yang penting. Karena melalui strategi komunikasi, bisnis dapat berkembang dengan optimal, baik optimal dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

Selain memiliki keindahan yang unik dan menarik, wisata taman sate juga tidak lepas dari suatu badan atau lembaga yang berfungsi mengidentifikasi, memantapkan dan juga memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara pihak perusahaan dan publiknya. Badan atau lembaga yang bertanggung jawab menyangkut hal ini adalah hubungan masyarakat yang disingkat humas. Humas adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur seseorang/perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana, serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan publik.<sup>3</sup>

Humas mempunyai peran penting dalam sebuah perusahaan guna menunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen perusahaan. Selain itu, humas juga berfokus pada publik internal dan eksternal, dimana secara operasional humas bertugas membina hubungan harmonis antara wisata dengan publiknya dan mencegah terjadinya *miss communication*. Untuk memperlancar proses penyebaran informasi kepada masyarakat sebuah perusahaan tentu harus dibantu oleh media massa. Hal ini dilakukan karena media mempunyai kekuatan untuk penyebaran informasi lebih cepat dan juga mampu mengkonstruksi sebuah informasi. Hal ini yang membuat wisata menjalin hubungan baik dengan media massa, penting bagi

---

<sup>3</sup>Irene Silviani dan Prabudi Darus, Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (*IMC*), (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021), hlm. 3

humas untuk menjalin hubungan dengan media massa atau disebut dengan *media relations*.

*Media relations* adalah hubungan dengan media guna melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap kepentingan organisasi.<sup>4</sup> dalam hal ini sebuah perusahaan membutuhkan media komunikasi untuk penyebaran informasi kepada masyarakat. Media ini berbentuk media massa atau media lainnya yang dipergunakan sebagai sarana untuk penyebaran informasi wisata kepada publik. Maka suatu perusahaan membutuhkan perangkat-perangkat seperti siaran pers (*press release*), segala bentuk informasi secara tertulis yang disampaikan kepada wartawan atau publik dengan tujuan untuk dipublikasikan melalui media massa (cetak dan elektronik). Tujuan penyampaian informasi yang dilakukan wisata taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon kepada media massa untuk penyebaran informasi positif dan dapat meningkatkan jumlah pengunjung wisata tersebut. Sesuai dengan firman Allah Swt. dalam Q.S. Al-Ahzab ayat 70

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar (Q.S. Al-Ahzab Ayat 70).<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Intan Widyasari Dan Anindita Lintanglesi A, "Strategi Media Relations Greenpace Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Organisasi", *Jurnal Communication: Stikom Interstudi*. Volume. 12, No. 2, Tahun 2021. hlm. 147.

<sup>5</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*, (surabaya: Halim Qur'an, 2014), hlm. 427.



Menurut Ibnu Asyur dalam tafsir Al-Misbah volume 10 maksud dari ayat di atas menjelaskan bahwa setelah mengucapkan kebohongan dan tuduhan palsu, yakni ucapan yang benar dan mengenai sasaran. Demikian Ibnu Asyur mengemukakan tiga hadis Nabi Saw. Dan yang selanjutnya menyatakan bahwa perkataan yang tepat. Dengan perkataan yang tepat baik yang terucapkan dengan lidah dan didengar oleh orang banyak maupun yang tertulis sehingga terucapkan oleh diri sendiri dan orang lain ketika membacanya akan tersebar luas informasi dan memberi pengaruh yang tidak kecil bagi jiwa dan pikiran manusia. Kalau ucapan itu baik, baik pula pengaruhnya, dan bila buruk maka buruk pula, dan karena itu ayat di atas menjadikan dampak dari perkataan yang tepat adalah perbaikan amal-amal.<sup>6</sup>

Allah Swt berfirman dalam Q.S Al-Mulk ayat 15 yang berbunyi:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا

مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah dari sebagian rezeki-Nya. dan hanya kepada-nyalah kamu kembali (kembali setelah) dibangkitkan (Q.S. Al-Mulk Ayat 15).<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2009), hlm. 247.

<sup>7</sup> *Ibid.*, hlm. 563.

Penjelasan diatas Allah berfirman Dialah sendiri yang menjadikan buat kenyamanan hidup kamu, bumi yang kamu huni ini sehingga ia menjadikan mudah sekali untuk melakukan aneka aktivitas, baik berjalan, bertani, berniaga dan lain-lain, maka silakan kapan saja kamu mau berjalanlah di penjuru-penjurnya bahkan pegunungan-pegunungannya dan makanlah sebagian dari rezekinya karena tidak mungkin kamu dapat menghabiskannya karena rezekinya melimpah melebihi kebutuhan kamu dan mengabdilah kepadanya sebagai tanda syukur atas limpahan karunianya itu. dan hanya kepadanya lah kebangkitan kamu masing-masing untuk mempertanggungjawabkan amalan-amalan kamu.

Ayat diatas merupakan ajakan, bahkan dorongan, kepada umat manusia secara umum dan kaum muslimin khususnya agar memanfaatkan bumi sebaik mungkin dan menggunakannya untuk kenyamanan hidup mereka tanpa melupakan generasi sesudahnya. Dalam konteks ini, Imam An-Nawawi dalam mukadimah kitabnya, *Al-Majmu'* menyatakan bahwa umat islam hendaknya mampu memenuhi dan memproduksi semua kebutuhannya walaupun jarum agar mereka tidak mengandalkan pihak lain.<sup>8</sup> dari penjelasan Al-Qur'an diatas dapat dipahami bahwa berlibur merupakan kegiatan yang dianjurkan Allah Swt untuk menjelajahi tempat-tempat yang ada di dunia ini.

---

<sup>8</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2009), hlm. 213-214.

Dengan semua kemudahan di era digitalisasi saat ini mendapatkan informasi menjadi lebih mudah dan efektif karena didukung oleh kemajuan media massa saat ini, sehingga dewasa ini, banyak masyarakat yang tertarik untuk berlibur dan kulineran terutama di wisata taman syaakirah *view and resto* aek sabaon yang saat ini menjadi favorit dikalangan masyarakat.

Salah satu objek wisata yang populer di sekitar Tapanuli Selatan yaitu taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon yang merupakan rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi alam sebagai objeknya. dalam hal ini objek wisata yang ditonjolkan adalah pemandangan alam dan bangunan-bangunan yang unik. Wisata ini berada di daerah Aek Sabaon Julu, Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan, Sumatera Utara. Wisata ini juga telah dikenal luas akan keindahannya hingga keluar daerah dan keluar kota.

Taman Syaakirah *View and Resto* merupakan salah satu wisata di Tapanuli Selatan. Taman Syaakirah beroperasi sejak tahun 2016, tempat ini merupakan wisata yang tetap berdiri sampai sekarang. Usaha yang dilakukan manajemen Taman Syaakirah *View and Resto* berbeda dengan tempat wisata yang lain, dengan perbedaan tersebut memberikan kesan yang baik dari persepsi masyarakat dan pengunjung. Perbedaan ini terletak pada pemandangan dan pelayanan, karena wisata Taman Syaakirah *View and Resto* merupakan wisata yang menyediakan penginapan serta pemandangan yang sejuk dan indah. Jadi pemandangan yang ada 20% lebih baik dari wisata lainnya. Seperti pegunungan yang asri, kolam buatan yang indah dan

fasilitas yang digunakan dengan peralatan dan barang-barang yang berkualitas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Maulana Siregar selaku manajer Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon diperoleh informasi bahwa:

Saya sebagai manajer Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon. Melihat bahwa wisata ini memiliki potensi alam, yang kemudian dijadikan sebagai objek wisata yang menarik. Selain alamnya yang sejuk dan wisata yang dikelilingi pegunungan-pegunungan, wisata ini dilengkapi dengan bangunan-bangunan yang unik, wahana permainan, kolam buatan, taman yang indah dan fasilitas lainnya yang berkualitas. Saya sebagai manajer bertugas untuk mempromosikan wisata kepada masyarakat sekitar maupun luar kota. Saya lebih fokus mempromosikan wisata ini di sosial media seperti Instagram, Facebook, Tiktok dan YouTube.<sup>9</sup>

Wisata taman syaakirah *view and resto* aek sabaon buka pada hari senin sampai minggu. Jumlah pengunjung perharinya dari Senin sampai Jumat kurang lebih 100 pengunjung. Sedangkan di hari Sabtu dan Minggu perharinya kurang lebih 298 pengunjung. Akan tetapi di hari-hari weekend, hari Raya Idul Fitri, Idul Adha dan hari libur nasional jumlah pengunjung meningkatkan pesat dibanding hari-hari biasanya. Berikut tabel 1.1 jumlah data pengunjung wisata taman syaakirah *view and resto* mulai dari tahun 2018 sampai 2024.

No	Tahun	Data Pengunjung
1	2018	24.699 orang

---

<sup>9</sup> Maulana Siregar, Manajer Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara Pada Tanggal 21 November 2023.

2	2019	24.210 orang
3	2020	11.450 orang
4	2021	11.797 orang
5	2022	25.517 orang
6	2023	36.769 orang
7	2024	17.897 orang

Sumber: Diolah dari data wisata taman syaakirah yang bersangkutan<sup>10</sup>

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa wisata taman syaakirah *view and resto* aek sabaon memiliki jumlah pengunjung mulai dari tahun 2018 sampai 2024 dengan jumlah pengunjung yang berbeda-beda. Bisa dilihat pada tabel 1.1 diatas, tabel tersebut menunjukkan adanya penurunan mulai dari tahun 2020 sampai 2021. Terjadinya penurunan karena adanya pandemi covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk tetap berdiam diri dirumah, sehingga para pengunjung berkurang, kemudian ditahun 2022 pengunjung mulai meningkat karena pandemi Covid-19 telah menurun, sehingga masyarakat diperbolehkan untuk melakukan aktivitas diluar rumah. Karena terjadinya penurunan dari tahun 2020 sampai 2021, pihak wisata mulai memakai berbagai macam strategi dalam mempromosikan wisata taman syaakirah *view and resto* untuk meningkatkan kembali jumlah pengunjung, selain dari itu pihak

---

<sup>10</sup> Maulana Siregar, "Data Pengunjung Wisatawan Wisata Taman Syaakirah View and Resto Aek Sabaon", 2023.

wisata juga menyediakan spot-spot photo dan bangunan-bangunanya juga semakin menarik.

Hasil observasi awal bahwa wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon. Cenderung mengarah kepada wisata yang benar-benar memanjakan pengunjungnya, karena wisata taman syaakirah *view and resto* menyediakan penginapan, wahana permainan, *restaurant* dan spot-spot foto yang sangat bagus. Dari segi strategi komunikasi *media relations* Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung. Strategi Yang Digunakan Dalam mempromosikan wisata melalui sosial media yaitu *Instagram, Facebook, Tiktok* Dan *Youtube*. Dan Kelihatannya Dari Segi Ketenaran Wisata Taman syaakirah *view and resto* Aek sabaon lebih banyak diminati oleh masyarakat dibanding wisata-wisata lainnya yang berada di kecamatan Marancar kabupaten Tapanuli Selatan.<sup>11</sup>

Dari sisi bisnis wisata Taman Syaakirah mengedepankan kepuasan pengunjung. Ditengah maraknya persaingan bisnis. wisata taman Syaakirah *View and Resto* melakukan strategi komunikasi agar dapat menarik pengunjung. Pada bisnis wisata tentu saja harus mengedepankan pelayanan interaksi sehingga menciptakan pelayanan yang terbaik, karena taman Syaakirah *view and Resto* harus melakukan interaksi yang efektif dengan pengunjung untuk menciptakan nilai ataupun kesan yang baik.

---

<sup>11</sup> Hasil Observasi Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon Pada Tanggal 20 November 2023.

Hidup atau mati bisnis wisata terletak pada pelanggan atau pengunjung, sehingga suatu bisnis wisata hendaklah mengutamakan kualitas pelayanan dan fasilitas yang terbaik. Wisata taman Syaakirah *View and Resto* juga menjalin hubungan baik dengan pengunjung loyal/*VIP* sehingga pengunjung loyal *VIP* tersebut tetap setia berkunjung ke wisata taman Syaakirah *View and Resto*. Untuk mendekatkan diri dengan masyarakat *eksternal* perusahaan wisata taman Syaakirah biasanya mengadakan suatu acara untuk memperingati hari tertentu seperti senam massal kecamatan marancar, ataupun memberi daging kurban pada saat Idul Adha kepada mesjid terdekat sehingga citra perusahaan dan kepercayaan masyarakat untuk berkunjung ke wisata taman syaakirah *view and resto* tetap terjaga.

Di Tapanuli Selatan sendiri sudah banyak tempat wisata yang dapat dikunjungi mulai dari wisata kebun *Strowbery*, Taman Diatas Awan, D'Hara, Pemandian Alami Si Rerak, Gunung Simago-mago, Air Terjun Silima-lima dan yang terbaru Menara Pandang, namun diantara objek wisata tersebut peneliti lebih tertarik untuk meneliti taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon.

Terdapat banyak destinasi wisata yang ada di Tapanuli Selatan salah satunya wisata taman Syakirah *View and Resto* Aek Sabaon, namun karena destinasi wisata jauh dari perkotaan menjadikan wisata ini sulit dijangkau oleh pengunjung. Pihak pengelola wisata pada akhirnya fokus terhadap

strategi komunikasi untuk mempertahankan eksistensi dan peningkatan jumlah pengunjung.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas untuk mengetahui lebih jelas strategi komunikasi *Media Relations Nature Syaakirah View and Resto* dalam meningkatkan jumlah pengunjung, maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian di lokasi Aek Sabaon dengan judul “**Strategi Komunikasi *Media Relations Nature Syaakirah View and Resto* Aek Sabaon Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung**”.

## **B. Fokus Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang diatas, peneliti memfokuskan penelitian ini pada Strategi Komunikasi *Media Relations Nature Syaakirah View and Resto* Aek Sabaon dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung.

## **C. Batasan Istilah**

Untuk menghindari terjadinya perbedaan pengertian antara penulis dan pembaca, penting adanya penegasan istilah yang berkaitan dengan judul peneliti. Adapun istilah-istilah yang penulis tegaskan pengertiannya adalah sebagai berikut:

### **1. Strategi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>12</sup> Menurut Jauch dan Gluek, Strategi adalah sarana yang digunakan untuk

---

<sup>12</sup> <https://kbbi.kemendikbud.go.id/>



tujuan akhir (sasaran). Tetapi strategi bukanlah sekedar suatu rencana. Strategi adalah rencana yang disatukan, strategi mengikat semua bagian perusahaan menjadi satu, strategi itu menyeliuruh, strategi meliputi semua aspek penting perusahaan, strategi itu terpadu, semua bagian rencana serasi satu sama lain dan bersesuaian.<sup>13</sup>

Jadi yang dimaksud dengan strategi dalam penelitian ini adalah suatu pemikiran, ide-ide, sasaran, untuk menyusun suatu rencana dalam mencapai suatu tujuan.

## 2. Komunikasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang maupun lebih sehingga pesan tersebut dapat dipahami.<sup>14</sup> Menurut Everett M. Rogers. Komunikasi adalah suatu proses dimana sebuah ide dikirimkan dari sumber satu ke suatu penerima atau lebih yang bertujuan untuk merubah tingkah laku mereka.<sup>15</sup> komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah komunikasi perseorangan yang merujuk kepada interaksi komunikatif yang terjadi antara dua orang mengenai informasi-informasi.

## 3. *Media Relations*

Menurut Wardhani, *Media relations* adalah menciptakan pengetahuan dan pemahaman, menyebarkan informasi yang dibutuhkan

---

<sup>13</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 239.

<sup>14</sup> <https://kbbi.kemendikbud.go.id/>

<sup>15</sup> Muhammad Mufid, M.Si, *Komunikasi Dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 39.

oleh organisasi untuk membangun citra positif organisasi dan untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap organisasi tersebut.<sup>16</sup> Jadi yang dimaksud *media relations* dalam penelitian ini adalah salah satu kegiatan yang oleh PR/ humas dalam salah satu perusahaan.

#### 4. *Nature*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Kata alam merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yaitu “*Nature*” alam dalam artian luas memiliki makna yang setara dengan dunia alam, dunia fisik, atau dunia materi. Alam adalah segala sesuatu yang termasuk dalam satu lingkungan kehidupan.<sup>17</sup> *Nature* atau alam yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hal-hal yang belum diubah secara substansial oleh campur tangan manusia atau yang bertahan meskipun ada intervensi manusia.

#### 5. *Syaakirah View And Resto*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia *view and resto* adalah pemandangan dan rumah makan.<sup>18</sup> Sedangkan *Syaakirah* nama dari wisata. Nama wisata diambil dari nama putri owner wisata yaitu *Syaakirah*. Dan kemudian *View and Resto* merupakan pemandangan yang indah dan sejuk dan memiliki *restaurant* di dalam wisata tersebut.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Jim Briand Kolianan, dkk, “Strategi Media Relations Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Keluarga Berencana (Kb) Pada Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (Bkkbn) Provinsi NTT”, *Jurnal Administrasi: Publik*. Volume. 6, No. 1, Tahun 2016.

<sup>17</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>

<sup>18</sup> <https://kbbi.kemendikbud.go.id/>

<sup>19</sup> Indar Sakti Tanjung, Owner Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Pada Tanggal 21 November 2023.

## 6. Pengunjung

Menurut Suswanto Pengunjung adalah individu atau kelompok yang harus mendapatkan perhatian penuh dari pengelola destinasi pariwisata. Kepuasan pelanggan dalam bisnis pariwisata sangat penting karena dapat mempengaruhi keberlangsungan suatu destinasi pariwisata. Dengan demikian, pengunjung harus dikelola dengan baik sehingga tingkat kepuasannya tetap terjaga. Dalam kunjungan wisata, pengunjung memiliki motivasi berbeda-beda biasanya motif kunjungan didasari atas empat dasar yaitu termotivasi untuk melihat sesuatu yang baru, melakukan aktivitas yang baru, membeli barang yang baru, dan mengetahui pengetahuan baru.

Oleh karena itu, pengelola wisata harus menawarkan destinasi wisata yang indah dipandang mata, menyediakan fasilitas rekreasi sehingga pengunjung dapat bereaktivitas, menyediakan tempat memasarkan produk pariwisata, dan menyediakan informasi terkait destinasi wisata.<sup>20</sup> Pengunjung yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang datang berkunjung ke suatu negara atau tempat tinggal lain, biasanya dengan maksud berwisata tanpa melakukan pekerjaan yang menerima upah.

---

<sup>20</sup> Popon Srisusiawati, dkk, *Manajemen Pariwisata*, (Bandung: Widina Media Utama, 2022), hlm. 278.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi *media relations Nature Syaakirah View and Resto* Aek Sabaon dalam meningkatkan jumlah pengunjung?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi *media relations Nature Syaakirah View and Resto* dalam meningkatkan jumlah pengunjung?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan adalah hasil akhir dari suatu kegiatan yang dilakukan dan diharapkan dapat tercapai diwaktu mendatang, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi *media relations* yang digunakan *Nature Syaakirah View And Resto* Aek Sabaon dalam meningkatkan jumlah pengunjung
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi *media relations Nature Syaakirah View and Resto* Aek Sabaon dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis
  - a. Penelitian ini digunakan sebagai sarana untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan dan pengalaman mengenai strategi

komunikasi *media relations* di taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon.

- b. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan pembaca khususnya dalam kajian ilmu komunikasi serta bisa digunakan sebagai bahan kajian bagi peneliti lainnya.

## 2. Secara Praktis

- a. Manfaat bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat membuat peneliti lebih memahami strategi humas secara lebih mendalam, khususnya mengenai strategi komunikasi *media relations*. Dan dapat menambah pengalaman bagi peneliti mengenai profesi humas dalam suatu instansi.
- b. Manfaat bagi universitas, penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan dan *literature* tentang strategi komunikasi dalam memasarkan suatu usaha, produk ataupun jasa, khususnya pada program studi komunikasi penyiaran islam.
- c. Manfaat bagi taman syaakirah *view and resto*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi tentang strategi komunikasi *media relations*.
- d. Penelitian ini dilakukan sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos) di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai isi skripsi ini dan lebih mudah dipahami, maka diperlukan suatu sistematika penulisan yang sederhana, sehingga pembaca tidak mengalami kesulitan maupun memahami isi skripsi ini. Sistematika penulisan merupakan suatu pembahasan secara garis besar dari bab-bab yang akan dibahas.

BAB I Pendahuluan memuat latar belakang masalah, fokus masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan pustaka memuat tentang landasan teori, yang terdiri dari Teori jarum hipodermik, landasan konseptual yang terdiri dari strategi komunikasi *media relations*, pengertian strategi, konsep strategi komunikasi, komunikasi bermedia, teknik strategi komunikasi. *media relations*, yang terdiri dari sasaran kegiatan *media relations*, bentuk kegiatan *media relations*, tujuan *media relations*, pengertian pengunjung dan kajian terdahulu.

BAB III Metode penelitian memuat waktu dan lokasi penelitian, jenis dan metode penelitian, subjek penelitian, sumber data, data informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik penjamin keabsahan data.

BAB IV Hasil penelitian temuan khusus yang berisi jawaban atas semua masalah yang di pertanyakan, agar mendapatkan hasil tentang

bagaimana strategi komunikasi *media relations nature syaakirah view and resto aek sabaon* dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

BAB V Penutup memuat kesimpulan, implikasi hasil penelitian dan saran-saran mulai dari tahap awal hingga tahap akhir penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **Teori Jarum Hipodermik**

Model ini mempunyai asumsi bahwa komponen-komponen (komunikator, pesan, media) amat kuat dalam mempengaruhi komunikasi. Disebut jarum hipodermik karena dalam model ini dikesankan seakan-akan komunikasi disuntikkan kedalam jiwa komunikan, sebagaimana obat disimpan dan disebarkan dalam tubuh sehingga terjadi perubahan dalam sistem fisik begitu pula pesan-pesan persuasive mengubah sistem psikologi.

Teori jarum hipodermik mengasumsikan bahwa media memiliki kekuatan yang sangat perkasa dan komunikan dianggap pasif atau tidak tahu apa-apa. Teori ini mengasumsikan bahwa seorang komunikator dapat menembakkan peluru komunikasi yang begitu ajaib kepada khalayak yang tidak berdaya atau tidak tahu apa-apa.

Pada umumnya khalayak dianggap hanya sekumpulan orang homogen dan mudah dipengaruhi. Sehingga, pesan-pesan yang disampaikan pada mereka akan selalu diterima. “Sebagaimana yang dikatakan oleh Jason dan Anne Hill (1997), media massa dalam teori jarum hipodermik mempunyai efek langsung “disuntikkan” kedalam ketidaksadaran *audience*”. (Hidayat, 2011: 166).

Selain mempunyai pengaruh yang sangat kuat juga mengasumsikan bahwa para pengelola media dianggap sebagai orang yang lebih pintar



dibanding khalayak. karena, khalayak bisa dikelabui sedemikian rupa dari apa yang disampaikan. Teori ini mengasumsikan media massa mempunyai pemikiran bahwa khalayak bisa ditundukkan sedemikian rupa atau bahkan bisa dibentuk dengan cara apapun yang diinginkan media.

Teori jarum hipodermik (*hypodermic needle theory*) atau teori peluru (*bullet theory*) adalah pesan yang dikirimkan akan langsung mengenai sasarannya yaitu penerima pesan, seperti peluru yang langsung mengenai sasaran. Teori ini menganggap media massa memiliki kemampuan penuh dalam mempengaruhi seseorang. Media massa sangat kuat dengan efek yang langsung pada masyarakat. Khalayak dianggap pasif terhadap pesan media yang disampaikan.

## **B. Landasan Konseptual**

### **1. Strategi Komunikasi Media Relations**

#### **a. Pengertian Strategi**

Strategi berasal dari akar kata bahasa Yunani *strategos* yang secara harfiah berarti “seni umum”, kelak term ini berubah menjadi kata sifat *strategia* berarti “keahlian militer” yang belakangan diadaptasikan lagi ke dalam lingkungan bisnis modern. Kata *strategos* bermakna sebagai keputusan untuk melakukan suatu tindakan dalam jangka panjang dengan segala akibatnya. Strategi adalah terdiri dari tindakan penting yang diperlakukan untuk mewujudkan arah yang akan dicapai.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Alo Liliweri, Op. Cit. hlm. 240-242.

Strategi merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan kedalam sejumlah taktik untuk pencapaian tujuan yang sudah di tetapkan.<sup>22</sup> Pada dasarnya strategi adalah manajemen instansi atau organisasi dalam jangka panjang dari hal yang umum ke hal yang khusus, untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh instansi dan akan dijadikan sebagai acuan dalam segala kegiatan instansi. Dengan adanya strategi maka sebuah instansi atau organisasi akan lebih mudah dalam melaksanakan berbagai kegiatannya.

Menurut Sthepanie K. Marrus yang dikutip dalam buku karangan Husain Umar yang berjudul *strategic management in action*, strategi didefenisikan sebagai proses penetapan terhadap kiat dari pihak peninggi perusahaan yang disertai dengan merancang cara untuk misi tersebut dapat diraih.<sup>23</sup> Jadi dari defenisi diatas dapat dipahami bahwa strategi merupakan misi objek wisata.

Dari penjelasan di atas, penulis memahami bahwa strategi merupakan rencana yang mengkhususkan tujuan pada objek wisata, dalam hal ini pelayanan kepada pengunjung. Strategi didalamnya menggambarkan misi dasar dari objek wisata serta tujuan dan sasaran

---

<sup>22</sup> Aneka Lawrencia Alim, "Strategi Media Relations Hotel Grand Darmo Suite Surabaya Dalam Mengelola Publisitas Di Media Massa", *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi*, Vol. 4. No. 1 Tahun 2016, hlm. 5.

<sup>23</sup> Husain Umar, *Strategic Management In Action*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001). hlm. 31.

yang hendak dicapai dan cara-cara pemanfaatan sumber-sumber objek wisata untuk mencapai sasarannya.

#### b. Konsep Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada dasarnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) guna mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi harus memperlihatkan strategi operasionalnya, tidak hanya berfungsi menjadi peta jalan yang hanya memperlihatkan arah. Supaya komunikator ketika berkomunikasi harus mampu menciptakan taktik komunikasi terlebih dahulu supaya pesan yang kita sampaikan mampu mencapai sasaran komunikasi yang diinginkan.

Komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan berbentuk simbol atau kode dari satu pihak kepada yang lain dengan dampak membarui sikap, atau tindakan strategi komunikasi selain dibutuhkan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak atau sasaran, R. Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet dalam bukunya, *Techniques For Effective Communication*, menjelaskan tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga yaitu:

1. *To secure understanding*
2. *To establish acceptanc*

### 3. *To motivate action to secure understanding.*<sup>24</sup>

Tujuan pertama strategi komunikasi adalah memastikan bahwa komunikan paham terhadap pesan yang ia terima. Ketika komunikan sudah paham maka penerimanya itu mesti dibina agar pesan bukan hanya dipahami tapi juga diterima sebagai salah satu cara yang dianggap baik (*To Establish Acceptance*). Setelah itu, aktivitas komunikasi bertujuan untuk memberi motivasi mengubah perilaku (*To Motivate Action*). Oleh karena itu, strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, dari membangun kepehaman, sikap dan perubahan perilaku secara holistik dan sistematis.

Roger (1982) kemudian memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Middleton (1980) juga membuat definisi dengan menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.<sup>25</sup> Berkaitan dengan pengertian diatas, dapat dipahami bahwa strategi komunikasi merupakan perencanaan, rancangan,

---

<sup>24</sup> Asriwati, Strategi Komunikasi Yang Efektif, (Syiah Kuala University Press: Aceh, 2021), hlm. 5.

<sup>25</sup> Irene Silviani dan Prabudi Darus, *Op, Cit.*, hlm. 22.

teknik dan kombinasi untuk mencapai suatu tujuan yang di inginkan. Maka strategi komunikasi ini sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang di inginkan.

## **2. Komunikasi Bermedia (*Mediated Communication*)**

Komunikasi bermedia (public media dan mass media) pada umumnya banyak digunakan untuk komunikasi informatif. Karena tidak begitu ampuh untuk mengubah tingkah laku. Berbagai hasil penelitian menunjukkan bahwa media massa kurang sekali keampuhannya dalam mengubah tingkah laku seseorang. Walaupun demikian, tetap ada untung ruginya. Kelemahan komunikasi bermedia ialah tidak persuasive, sebaliknya kekuatannya dapat mencapai komunikasi dalam jumlah yang besar.

Komunikasi informative bukan tidak berarti tidak penting. Bahkan pada suatu ketika sangat penting dengan tidak memerlukan efek dalam bentuk perubahan tingkah laku, karena itu diambil media massa. Jadi bergantung dari situasi dan kondisi dan efek yang diharapkan. Media mana yang diambil, apakah surat kabar, majalah, radio, televisi, film, pameran, poster, temflet, surat, telepon dan jenis-jenis lainnya, bergantung dari berbagai faktor sasaran yang di tuju, efek yang diharapkan, isi yang dikomunikasikan dan lain sebagainya.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Onong Uchana Effendi, *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 303.

Dalam penelitian ini penulis menemukan bahwa strategi komunikasi yang digunakan objek wisata taman syaakhirah *view and resto aek sabaon* dalam meningkatkan jumlah pengunjung dengan cara komunikasi bermedia. Yang mana komunikasi bermedia yang dilakukan adalah mengandalkan media sosial seperti *Instagram, Facebook, Tiktok* dan *Youtube* untuk mencapai sasaran yang di inginkan.

### **3. Teknik Strategi Komunikasi**

Menurut Arifin Anwar (1994) ada beberapa teknik yang dapat digunakan dalam strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

#### *a. Redundancy (repetition)*

Teknik redudansi atau *repetition* adalah mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Dengan teknik ini sekalian banyak manfaat yang dapat ditarik darinya. Manfaat itu adalah bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena justru kontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang, sehingga ia akan lebih banyak mengikat perhatian.

#### *b. Canalizing*

Proses *canalizing* adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasilnya komunikasi ini, maka harus dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok dan masyarakat dan secara berangsur-angsur mengubahnya kearah yang dikehendaki.

*c. Informative*

Teknik informative adalah suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya, apa sesungguhnya, diatas fakta-fakta dan data-data yang benar dan pendapat-pendapat yang benar pula. Teknik informative ini, lebih ditujukan kepada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.

*d. Persuasive*

Teknik persuasive adalah mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini, khalayak digugah baik pikirannya maupun dan terutama perasaannya. Perlu diketahui, bahwa situasi mudah terkena sugesti ditentukan oleh kecakapan untuk meng sugestikan atau menyarankan sesuatu kepada komunikan.

*e. Edukatif*

Teknik edukatif adalah salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat-pendapat, fakta-fakta dan pengalaman-pengalaman.

*f. Koersif*

Teknik koersif merupakan mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa, teknik koersif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk

peraturan-peraturan, perintah-perintah dan intimidasi-intimidasi. Untuk pelaksanaan yang lebih lancar biasanya di belakangnya berdiri suatu kekuatan yang cukup tangguh.<sup>27</sup>

Berbagai teknik tersebut tentunya dilakukan oleh suatu perusahaan atau bisnis wisata dalam memasarkan dan mempromosikan suatu produk dan wisatanya, terutama teknik persuasive hal ini dilakukan untuk bisa mempengaruhi konsumen dan pengunjungnya agar melakukan pembelian atau pengunjungan berkala.

#### **4. *Media Relations***

*Media relation* artinya membina hubungan baik yang dilakukan lembaga atau perusahaan dengan insan pers, baik media insan cetak maupun elektronik. Seperti yang dikatakan Sam Black dan Shrape dalam bukunya wardhani bahwa *media relations* adalah hubungan antara organisasi dengan media. Defenisinya adalah hubungan antara suatu organisasi dengan pers, radio dan televisi secara dua arah atau dua pihak.<sup>28</sup> *Media relations* merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seorang *public relations* yang berhubungan dengan media massa, dalam hal ini adalah kegiatan publikasi perusahaan.

Frank Jefkins menyatakan bahwa *media relations* adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran maksimum atas suatu pesan

---

<sup>27</sup> *Ibid*, hlm. 27-29.

<sup>28</sup> Genik Puji Yuhanda, "Aktivitas Media Relations di Politeknik Lp31 Bandung", *Jurnal Komversal: Komunikasi Universal*. Vol. 5, No. 1, Tahun 2019, hlm. 3-4.



atau informasi humas dalam rangka dalam menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.<sup>29</sup> Adapun Diah Wardhani mendefenisikan *media relations*, sebagai upaya menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang.<sup>30</sup>

Melalui beberapa defenisi tersebut, dapat dikatakan bahwa perusahaan/organisasi baik swasta maupun pemerintah menggunakan media massa sebagai media untuk menyampaikan pesan dan informasi sekaligus pencitraan kepada publik. Semakin besar akses yang didapat publik dari media massa berkaitan dengan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan/organisasi tersebut diharapkan berbanding lurus dengan tingkat kepercayaan publik. Adapun tujuan melakukan kegiatan *media relations* sebenarnya tidak hanya sekedar untuk memberikan informasi semata, melainkan dengan melakukan hal ini diharapkan terciptanya citra positif bagi perusahaan yang bersangkutan.

Media massa adalah salah satu institusi yang paling dipercaya oleh publik atau masyarakat, sehingga salah satu cara untuk meraih simpati publik dan kepercayaan publik yaitu melalui media massa. Media massa membutuhkan berita, sedangkan perusahaan atau organisasi memerlukan sarana untuk menyampaikan informasi, sebuah hubungan yang saling

---

<sup>29</sup> Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm. 10.

<sup>30</sup> Masriadi Sambo, *Media Relations Kontemporer Teori dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 2.

kebergantungan satu dengan lain, sebuah hubungan yang sederhana, namun jika tidak tepat dalam mengelola akan memberikan akibat yang buruk. Hubungan dengan media yang buruk akan menyulitkan disaat organisasi/lembaga tengah berada dalam situasi krisis.<sup>31</sup>

a. Sasaran Kegiatan *Media Relations*

Kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh *public relations* memiliki sasaran diantaranya:

1. Memperoleh publisitas seluas mungkin terkait kegiatan serta langkah organisasi yang baik yang ingin diketahui oleh masyarakat.
2. Memperoleh tempat dalam pemberitaan pers yang objektif, wajar dan seimbang yang menguntungkan perusahaan/organisasi.
3. Memperoleh umpan balik mengenai kegiatan perusahaan/organisasi
4. Melengkapi data atau informasi bagi pimpinan perusahaan untuk pembuatan penilaian secara tepat mengenai situasi yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan perusahaan/organisasi.
5. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan dilandasi rasa saling percaya dan menghormati.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Silvia Rita Fariani dan Aryanto Widodo, *Panduan Praktisi PR*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009), hlm.41.

<sup>32</sup> Iriantara, Yosol, *Media Relations: Konsep Pendekatan dan Praktik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), hlm. 31.

## b. Bentuk Kegiatan *Media Relations*

Adapun bentuk-bentuk kegiatan *media relations* menurut Soemirat dan Ardianto yang dikutip oleh Intan Widyasari, Anindita Lintang Desi adalah sebagai berikut:

### 1. Konferensi Pers

Kegiatan ini dilakukan apabila ada informasi yang ingin disampaikan oleh perusahaan, diselenggarakannya peristiwa yang penting, atau adanya permintaan dari media atau pers, dalam pertemuan ini dihindari oleh wartawan dan perwakilan perusahaan.

### 2. *Press Briefing*

Kegiatan ini dilakukan ketika PR memberikan informasi kegiatan yang baru saja dilakukan, juga terdapat sesi tanya jawab apabila wartawan ingin menggali informasi lebih detail.

### 3. *Press Tour*

Kegiatan yang dilakukan secara informal guna menjalin keakraban, mengajak wartawan kesuatu daerah untuk menikmati wisata

### 4. *Press Release*

Informasi yang dibuat oleh PR dalam bentuk berita yang diharapkan mendapat penyiaran di media massa.

### 5. *Special Event*

Kegiatan yang ditujukan untuk memuaskan banyak orang serta mengetahui selera publik, seperti ulang tahun perusahaan, seminar, pameran, dan open house. Biasanya organisasi mengundang pers untuk meliput kegiatan.

### 6. *Press Luncheon*

Kegiatan jamuan makan siang bersama dengan perwakilan pers, pada kegiatan ini bisa mengenal lebih dekat para pejabat PR, menjalin hubungan baik dan mengetahui perkembangan perusahaan.

### 7. Wawancara Pers

Dilakukan lebih pribadi, pers melakukan wawancara langsung dengan PR atau wakil organisasi yang bersangkutan untuk menggali informasi dan sifat interpersonal.<sup>33</sup>

### c. Tujuan *Media Relations*

Tujuan *media relations* menurut Wardhani ada 5 (lima) yaitu:

1. Untuk mempublikasikan informasi kegiatan yang dilakukan organisasi, ini merupakan langkah yang tepat untuk diketahui publik.
2. Mendapatkan sarana publikasi untuk kepentingan organisasi.

---

<sup>33</sup> Soleh Soemirat Dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021) hlm. 128-129.

3. Untuk mendapatkan *feedback* dari publik atas kegiatan dan upaya yang dilakukan organisasi.
4. Sebagai data untuk menilai secara tepat situasi atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan organisasi.
5. Membangun hubungan baik berlandaskan atas saling pengertian.<sup>34</sup>

## 5. Pengertian Pengunjung/Wisatawan

Pengunjung/wisatawan merupakan orang-orang yang melakukan kegiatan wisata. Jadi menurut pengertian tersebut, semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Apapun tujuannya yang penting, perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi.

Dalam upaya menjelaskan konsep wisatawan dalam perhitungan statistic dapat didetailkan melalui klasifikasi pelaku perjalanan (*travellers*). Berorientasi pada perhitungan statistik, semua wisatawan yang terlibat dalam aktivitas pariwisata dikategorikan sebagai menjadi pengunjung, sementara pengunjung dibagi menjadi dua kategori yaitu, wisatawan atau pengunjung yang tinggal bermalam dan pengunjung sehari.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup>Intan Widyasari, Anindita Lintangdesi A, "Strategi Media Relations Greenpeace Indonesia dalam Meningkatkan Citra Organisasi", *Jurnal Communication*, Volume. 11, No. 2, Oktober 2020. hlm. 147.

<sup>35</sup>Fauziah Eddyono, *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2021), hlm. 27.

### C. Kajian Terdahulu

Dari pengamatan penulis, untuk memperkuat keabsahan penelitian ini maka peneliti akan menyampaikan beberapa hasil penelitian sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti yang dilakukan oleh Reisita Djabat pada Skripsi tahun 2020 dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Karaoke Keluarga *Happy Puppy* Palembang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung karaoke keluarga *Happy Puppy* Palembang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik analisis data deskriptif, data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder yang didapatkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian terdahulu memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaannya, peneliti terdahulu membahas strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung karaoke keluarga *happy puppy* Palembang. Sedangkan peneliti membahas tentang Strategi Komunikasi *Media Relations Nature Syaakirah View and Resto Aek Sabaon* dalam meningkatkan jumlah pengunjung.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Reisita Djabat, “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Karaoke Keluarga Happy Puppy Palembang”, *Skripsi*, (Palembang: Universitas Sriwijaya, 2020), hlm. 44-46.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Uli Durratunnasikhah pada Skripsi tahun 2020 dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Obyek Wisata Madiun Umbul Square Dalam Meningkatkan Pengunjung Pada Tahun 2019”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses perencanaan komunikasi pemasaran yang digunakan obyek wisata Madiun Umbul Square, mengetahui aplikasi komunikasi pemasaran yang digunakan obyek wisata Madiun Umbul Square dan untuk mengetahui implikasi komunikasi pemasaran yang digunakan obyek wisata Madiun Umbul Square. Dalam penelitian ini juga menggunakan jenis penelitian deskriptif serta pendekatan kualitatif. Untuk meneliti strategi komunikasi pemasaran strategi pemasaran yang digunakan oleh wisata Madiun Umbul Square dalam meningkatkan pengunjung. Penelitian ini juga menggali data tersebut dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian terdahulu memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Perbedaannya, peneliti terdahulu membahas tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Obyek Wisata Madiun Umbul Square dalam Meningkatkan Pengunjung Pada Tahun 2019 sedangkan peneliti membahas tentang Strategi Komunikasi *Media Relations Nature Syaakirah View and Resto Aek Sabaon Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung*.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Uli Durratunnasikhah, “Strategi Komunikasi Pemasaran Obyek Wisata Madiun Umbul Square Dalam Meningkatkan Pengunjung Pada Tahun 2019”, *Skripsi*, (Ponorogo: Iain Ponorogo, 2020), hlm.4-5.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Lokasi Penelitian**

##### **1. Lokasi penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon Julu, Kecamatan Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan yaitu sebuah pariwisata alam dan *resto*. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena dari beberapa wisata yang ada di Aek Sabaon, Taman Syaakirah merupakan salah satu wisata yang lebih populer dikalangan masyarakat, dan belum ada yang meneliti permasalahan ini sebelumnya.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan September 2023 sampai dengan April 2024 yang direncanakan dengan jadwal penelitian sebagaimana yang dilampirkan dalam rangka pengambilan data untuk mendapatkan hasil penelitian.

#### **B. Jenis dan Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi



dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>38</sup>

Berdasarkan hal tersebut penelitian kualitatif dalam penelitian ini yaitu untuk menyebarluaskan informasi, kemudian memberikan penjelasan terkait “Strategi Komunikasi *Media Relations Nature Syaakirah View and Resto Aek Sabaon* Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung”

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.<sup>39</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada sekarang. Penelitian memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung.

### **C. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian yang peneliti gunakan adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel pada responden yang dianggap akan memberikan informasi yang dibutuhkan

---

<sup>38</sup>Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif, (Edisi Revisi)*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 6.

<sup>39</sup>Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 54.

informan dan tidak harus mewakili populasi.<sup>40</sup> Subjek penelitian atau responden adalah orang yang diminta untuk memberikan keterangan tentang suatu fakta atau pendapat. Subjek dalam penelitian ini dipilih orang yang menguasai situasi terhadap suatu tempat atau objek yang diteliti, sehingga dapat memberikan informasi selengkap-lengkapnyanya serta relevan dengan tujuan penelitian. Adapun informan utama dalam penelitian ini adalah owner, manajer, admin operasional dan staf wisata taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon kemudian pengunjung taman Syaakirah sebagai informan pendukung.

Untuk memperoleh data atau informasi maka dibutuhkan sebanyak 6 informan dan pengunjung sebanyak 10 orang. Informan adalah orang yang menguasai dan memahami data informasi atau objek penelitian.

#### **D. Sumber Data**

Berdasarkan cara perolehan data, dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder.

##### **1. Sumber Data Primer**

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun perseorangan seperti hasil wawancara yang biasa dilakukan oleh peneliti. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tanggapan responden melalui wawancara, serta observasi yang dilakukan oleh peneliti. Data yang dikumpulkan

---

<sup>40</sup> Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: PT Kanisius, 2021), hlm. 15-16.

dan disatukan secara langsung oleh peneliti dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan, atau dikumpulkan langsung dilapangan. Dalam hal ini peneliti akan mencari data dari taman Syaakirah *View and Resto Aek Sabaon*. Data yang diperoleh secara langsung dari wisata taman Syaakirah berupa hasil pengamatan setempat dan perolehan dokumen wisata taman Syaakirah serta wawancara langsung dengan pihak perusahaan yaitu: *owner*, manajer, admin operasional, staf dan pengunjung.

## 2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain.<sup>41</sup> Adapun sumber data sekunder penelitian ini seperti data jumlah pengunjung, serta *media relations* yang bersumber dari internet, dokumen taman Syaakirah dan dokumentasi.

## E. Pengertian Pengunjung/Wisatawan

Penelitian ini dilakukan dari bulan September hingga bulan April 2024 terhitung sejak pembuatan proposal hingga pelaksanaan riset di wisata Taman Syaakirah *View and Resto Aek Sabaon*. Adapun data yang di ambil jumlah data pada bulan April 2024 dengan jumlah pengunjung sebanyak 10 orang. Yang peneliti teliti adalah *Owner*, Manajer, Admin Operasional, Staf

---

<sup>41</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Edisi Kedua*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013), hlm. 42.

dan Pengunjung. Adapun nama-nama informan utama tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.1**  
**Data Informan Penelitian**

No	Nama	Profesi
1	Indar sakti tanjung	Owner
2	Maulana siregar	Manajer
3	Iman Itara	Admin operasional
4	Siti	Asisten I
5	Sapri	Asisten II
6	Ayub	SCH
7	Ahmad Guru	Wiraswasta
8	Fitria	Mahasiswi
9	Ridwan	Wiraswasta
10	Aisyah	Karyawan
11	Putri	Mahasiswi
12	Ayun	PNS
13	Shanty	Karyawan
14	Junaidi	Pedagang
15	Abdullah	Karyawan
16	Marni	Pedgang

Sumber: Diolah Dari Data Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon.<sup>42</sup>

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

---

<sup>42</sup> Maulana Siregar, Data Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, 2023.

Tanpa mengetahui pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Observasi meliputi pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Pada tahap awal observasi dilakukan secara umum, peneliti mengumpulkan data dan informasi sebanyak mungkin.<sup>43</sup> Teknik pengumpulan data ini adalah melakukan pengamatan peneliti terhadap objek penelitian sehingga dapat mengetahui dan memahami kondisi yang sebenarnya.

Observasi terdiri dari dua jenis yaitu:

- a. Observasi berperan (*participant observation*) dalam observasi ini, peneliti hanya mencari informasi tentang kegiatan manajer dan staf dan kondisi wiasta sesuai kondisi yang sebenarnya.
- b. Observasi tidak berperan (*non participant observation*) peneliti tidak berperan dalam kegiatan sehari-hari yang sedang diamati dan hanya sebagai pengamat saja.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup>Tegor dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: Lakeisha, 2020), hlm. 95.

<sup>44</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Surakarta: Bumi Askara, 2014), hlm.136.

Adapun teknik observasi yang digunakan peneliti adalah observasi tidak berperan (*non participant observation*) peneliti tidak berperan dalam kegiatan yang sedang berlangsung.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab secara lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Wawancara dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Wawancara terstruktur: digunakan karena informasi yang akan diperlukan penelitian sudah pasti. Proses wawancara terstruktur dilakukan dengan menggunakan instrumen pedoman wawancara tertulis yang berisi pertanyaan yang akan diajukan kepada informan.
- b. Wawancara tidak terstruktur: bersifat lebih luwes dan terbuka. Wawancara tidak terstruktur dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur karena dalam melakukan wawancara dilakukan secara alamiah untuk menggali ide dan gagasan informan secara terbuka dan tidak menggunakan pedoman wawancara.<sup>45</sup>

Teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara terstruktur dimana peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang disiapkan untuk memperoleh jawaban yang relevan dengan masalah

---

<sup>45</sup>Imam Gunawan, *Metode Penelitian Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: Lakeisha, 2020), hlm. 95.

<sup>45</sup>Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), hlm. 160-163.

penelitian terhadap informasi mengenai strategi komunikasi *media relations nature syaakirah view and resto* dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu sumber pengumpulan data kualitatif yang digunakan untuk proses penelitian. Bahan dokumentasi seperti gambar atau photo, peneliti akan memotret beberapa wisatawan yang sedang berkunjung.<sup>46</sup>

## G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan menganalisa data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian. Dalam metode kualitatif, analisis data dilakukan secara terus menerus dari awal sampai akhir penelitian dengan induktif, dan mencari pola, model, tema, serta teori selanjutnya, diikuti oleh kegiatan pengukuran melalui proses pengumpulan data, dan akhirnya dianalisis untuk menarik kesimpulan.<sup>47</sup>

Analisis data kualitatif adalah upaya untuk mengungkapkan makna dari data penelitian dengan cara mengumpulkan data sesuai dengan klasifikasi tertentu. Terdapat tiga jalur analisis data kualitatif yaitu:

1. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan

---

<sup>46</sup> Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Citapustaka Media, 2015), hlm. 129.

<sup>47</sup> Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 45.

mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Sebagai kuantifikasi data.

2. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan, dan bagan.
3. Penarikan kesimpulan merupakan hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.<sup>48</sup>

#### **H. Teknik Penjamin Keabsahan Data**

*Triangulasi* adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik *triangulasi* yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Denzim membedakan empat macam *triangulasi* sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. Penelitian ini menggunakan *triangulasi* dengan sumber untuk membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal ini dapat dicapai dengan jalan sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

---

<sup>48</sup> Ariesto Hadi Sutopo dan Adrianus Arief, *Terampil Mengolah Data Kualitatif dengan Nvivo*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 7-8.



2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Lexy J. Meleong, *Op. Cit.*, hlm. 178.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Temuan Umum**

##### **1. Gambaran Umum Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon**

Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon awal mulanya merupakan perkebunan warga Desa Aek Sabaon Sibio-bio, pembangunan Taman Syaakirah diawali pada tahun 2016 yang dibeli dan dikelola oleh Indar Sakti Tanjung sebagai pemilik objek wisata yang diberi nama Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon. Nama wisata tersebut diambil dari nama anak pertama bapak Indar Sakti Tanjung. Akses menuju ke objek wisata berkisaran 1 jam dari Kota Padangsidimpuan. Objek wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Berlokasi di Aek Sabaon, Kecamatan Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan, Sumatera Utara<sup>50</sup>

##### **2. Visi, Misi, Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon**

###### **a. Visi**

Memberikan wahana objek wisata berskala *international* bagi wistawan yang dating.

---

<sup>50</sup> Hasil Observasi Akhir Dengan Manajer Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon, 18 Desember 2023 Pukul 15.30 Wib.

### b. Misi

Mampu bersaing dengan objek wisata lain dan tetap menjaga ciri khas objek wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon.<sup>51</sup>

### 3. Jumlah Data Pengunjung Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon

Jumlah data pengunjung wisata taman syaakirah *view and resto* aek sabaon dari tahun 2018 sampai 2024 mencapai kurang lebih 152.339 orang adapun rinciannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel IV.1**

#### Jumlah Data Pengunjung

No	Tahun	Data Pengunjung
1	2018	24.699 orang
2	2019	24.210 orang
3	2020	11.450 orang
4	2021	11.797 orang
5	2022	25.517 orang
6	2023	36.769 orang
7	2024	17.897 orang

Sumber: *Manajer Wisata Taman Syaakirah The View And Resto Aek Sabaon*<sup>52</sup>

<sup>51</sup> Wawancara, Maulana Siregar, Manajer Wisata Taman Syaakirah View and Resto Aek Sabaon, 18 Desember 2023 Pukul 16:21 Wib.

<sup>52</sup> Maulana Siregar, "Data Pengunjung Wisatawan Wisata Taman Syaakirah View and Resto Aek Sabaon", 2023.

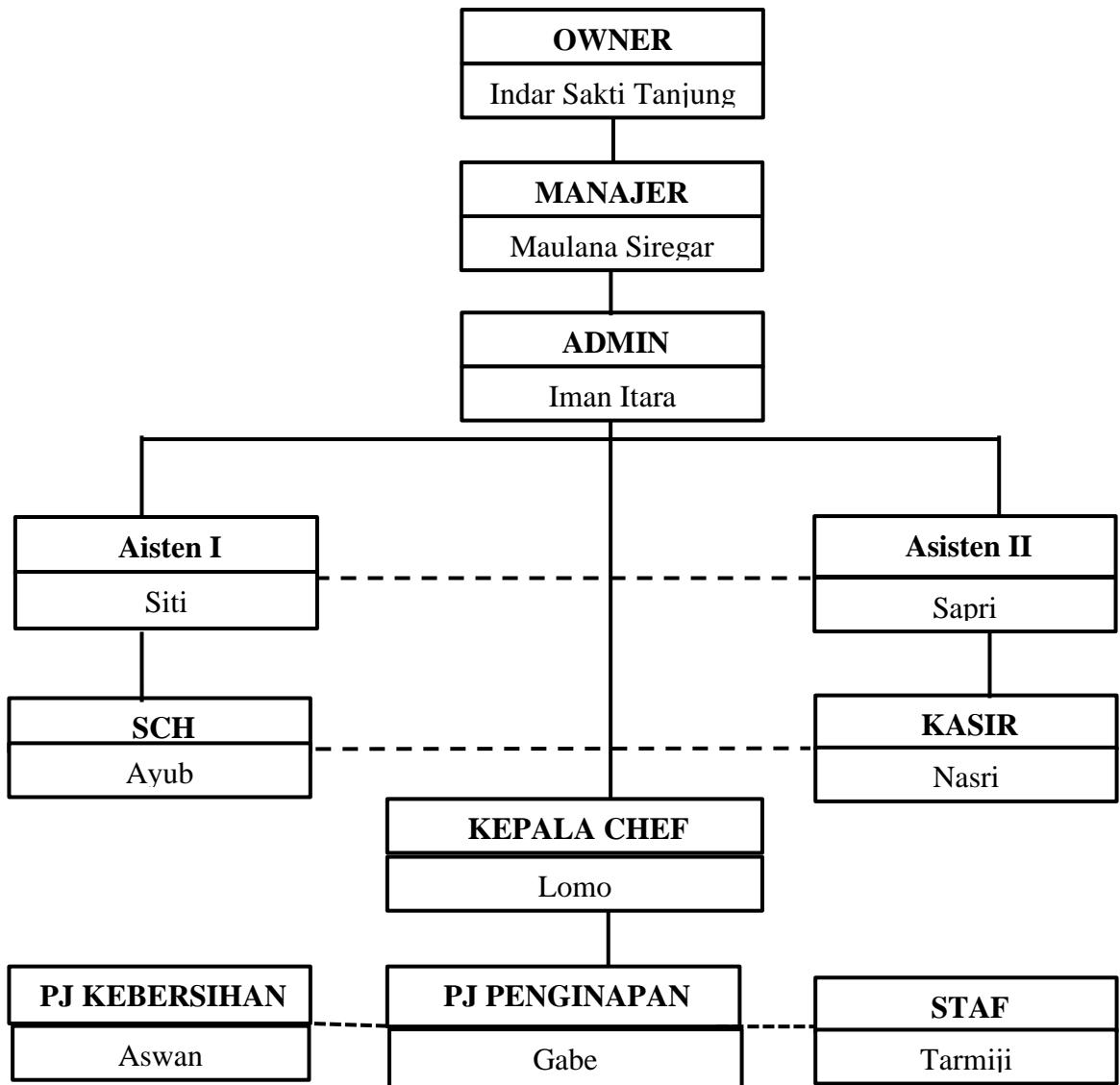
#### **4. Struktur Organisasi Wisata Taman Syaakirah *View and Resto Aek Sabaon***

Struktur organisasi merupakan suatu bagian dari proses manajemen, struktur organisasi menunjukkan aspek kegiatan yang ada di dalam organisasi, seperti pembagian tugas, penetapan tugas dan wewenang, serta tanggung jawab masing-masing bagian yang telah ditentukan.

Objek wisata Taman Syaakirah *View and Resto Aek Sabaon* menyediakan banyak wahana dan jenis-jenis kuliner. Hal yang menarik dari objek wisata adalah bangunan-bangunan yang menyerupai perumahan di Benua Eropa dan bangunan yang terbuat dari kaca, sering disebut dengan rumah kaca.

Berikut merupakan struktur organisasi wisata taman Syaakirah *View and Resto Aek Sabaon*, Kabupaten Tapanuli Selatan

**Gambar IV.1**  
**Struktur Organisasi Wisata Taman Syaakirah *View and Resto***  
**Aek Sabaon, Kabupaten Tapanuli Selatan**



## 5. Gambaran Umum Responden

### 1. Usia

Karakteristik responden berdasarkan umum atau usia yang dijadikan sampel penelitian. Berikut karakteristik responden berdasarkan umur pada tabel IV.2

**Tabel IV.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah
1	15-30 Tahun	6
2	31-45 Tahun	3
3	46-60 Tahun	1
<b>Total</b>		<b>10</b>

Sumber: Diolah Dari Data Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon.<sup>53</sup>

Berdasarkan tabel IV.2 diatas menunjukkan banyaknya responden berdasarkan umur dan dapat dilihat bahwa seluruh responden dengan usia 15-30 adalah sebanyak 6 orang, usia 31-45 sebanyak 3 orang dan usia 46-60 adalah sebanyak 1 orang, total keseluruhan adalah 10 orang.

### 2. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berkaitan dengan identitas responden yang dijadikan sampel penelitian, dalam karakteristik responden penelitian menetapkan 10 responden.

---

<sup>53</sup> Maulana Siregar, "Data Pengunjung Wisatawan Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon", 2023.

Karakter responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan jenis kelamin responden yaitu laki-laki dan perempuan. Hal ini dapat diuraikan melalui Tabel IV.3

**Tabel IV.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>NO</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>
<b>1</b>	Perempuan	6
<b>2</b>	Laki-Laki	4
	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>

Sumber: Diolah Dari Data Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon.<sup>54</sup>

Berdasarkan Tabel IV.3 diatas menunjukkan banyaknya responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 6 orang sedangkan responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 4 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dibanding jenis kelamin laki-laki.

### **3. Pendidikan Terakhir**

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan, menyajikan responden menurut jenis pendidikan. Oleh karena itu akan disajikan karakteristik responden berdasarkan jenis pendidikan yang dapat dilihat di Tabel IV.4 sebagai berikut:

---

<sup>54</sup> Maulana Siregar, "Data Pengunjung Wisatawan Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon", Tahun 2023.

**Tabel IV.4****Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah
1	SMP/MTS	-
2	SMA/SMK	3
3	D3	-
4	S1	6
5	S2	1

Sumber: Diolah Dari Data Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon<sup>55</sup>

Berdasarkan tabel IV.4 diatas banyaknya responden dengan pendidikan SMP/MTS tidak ada, pendidikan SMA/SMK sebanyak 3 orang, pendidikan D3 tidak ada, pendidikan S1 sebanyak 6 orang dan pendidikan S2 sebanyak 1 orang.

**4. Bidang Pekerjaan**

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan menyajikan responden menurut jenis pekerjaannya. Oleh karena itu akan disajikan karakteristik responden jenis pekerjaan yang dapat dilihat pada tabel IV.5 sebagai berikut:

**Tabel IV.5****Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Pekerjaan**

No	Bidang Pekerjaan	Jumlah
1	Mahasiswa	2
2	Pedagang	2
3	Petani	-
4	Wiraswasta	2

<sup>55</sup>Maulana Siregar, "Data Pengunjung Wisatawan Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon", Tahun 2023.



5	Karyawan	3
6	PNS	1
	<b>Total</b>	<b>10</b>

Sumber: Diolah Dari Data Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon.<sup>56</sup>

Berdasarkan tabel IV.5 menunjukkan bahwa responden yang memiliki bidang pekerjaan mayoritas adalah mahasiswa sebanyak 2 orang, wiraswasta sebanyak 2 orang, karyawan sebanyak 3 orang, pedagang sebanyak 2 orang. PNS sebanyak 1 orang dan petani tidak ada.

## **B. Temuan Khusus**

### **1. Strategi Komunikasi *Media Relations Nature Syaakirah View and Resto Aek Sabaon* dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung.**

Berdasarkan hasil observasi penelitian diketahui bahwa strategi komunikasi berjalan secara efektif dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisata taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon. Dalam hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan *owner* wisata tersebut mengatakan bahwa: “saya memberikan arahan kepada manajer beserta staf wisata taman syaakirah untuk melakukan strategi-strategi yang dapat meningkatkan jumlah pengunjung”.

Dalam hal ini peneliti mewawancarai manajer wisata taman syaakirah yaitu bapak Maulana Siregar, beliau mengatakan

---

<sup>56</sup> Maulana Siregar, “Data Pengunjung Wisatawan Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon”, Tahun 2023.

bahwasanya cara kami dalam mempromosikan wisata taman Syaakirah *View and Resto* melalui media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *tiktok* dan *youtube*.<sup>57</sup>

Tidak jauh berbeda dengan penjelasan bapak Iman Itara selaku admin operasional wisata taman Syaakirah *View and Resto* mengutarakan bahwasanya kami menggunakan berbagai strategi komunikasi dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Salah satunya menjadi sponsor utama dalam kegiatan jambore fotografer tabagsel.<sup>58</sup>

Strategi sangat penting dalam melakukan tindakan yang akan dilakukan untuk tercapainya suatu keberhasilan. Selain itu, strategi juga dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan yang biasa digunakan oleh lembaga, perusahaan, objek wisata maupun individu. Strategi sangat dibutuhkan untuk mendapatkan citra yang baik didalam masyarakat.

Dalam bab ini penulis akan menjelaskan temuan penelitian mengenai strategi komunikasi wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Pengumpulan data yang penulis lakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Berikut ini merupakan hasil mengenai kegiatan strategi komunikasi yang dilakukan wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

---

<sup>57</sup> Maulana Siregar, Manajer Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara, Di Wisata Tanan Syaakirah Pada Tanggal 18 Desember 2023.

<sup>58</sup> Iman Itara, Admin Operasional Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara, Pada Tanggal 18 Desember 2023.

a. Sebagai Sponsor Utama Dalam Kegiatan Jambore *Fotografer* Tabagsel

Salah satu strategi komunikasi objek wisata taman Syaakirah Aek Sabaon adalah menjadi sponsor utama dalam kegiatan jambore *fotografer* tabagsel. Dengan tujuan untuk menjalin komunikasi yang baik terhadap komunitas *fotografer* tabagsel. Kemudian kegiatan ini akan menjadikan objek wisata taman syaakirah akan tersebar di berbagai daerah terutama di Tapanuli Selatan, Mandailing Natal, Padang Lawas dan Padang Lawas Utara. Menurut *owner* kegiatan ini akan berpengaruh besar dalam meningkatkan jumlah pengunjung, karena para *fotografer* akan mengabadikan *moment* ini dalam sebuah video atau photo wisata taman Syaakirah *View and Resto* Aek sabaon dalam media sosial mereka masing-masing.

Komunitas photography atau komposisi yang ikut serta di jambore tersebut adalah Hasnan photography, Ahmad guru (Naufal photo), Ilham Birdez, Madi Harahap perwakilan para fotografer Sibuhuan. Selama event berlangsung diwarnai dengan kegiatan barbeque bersama sembari diskusi, sharing, camping dan dilanjutkan di pagi dengan senam disusul dengan hunting foto dan content competition. Kegiatan ini, selain menjadi ajang silaturahmi juga merupakan wadah diskusi bersama untuk membangun jaringan regional wilayah Tabagsel dengan tujuan untuk peningkatan nilai disektor industri kreatif. Kegiatan jambore fotografer ini disponsori

oleh Indar Sakti Tanjung sebagai owner wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon. Dan yang di *support* oleh sakura photo, bintang Grafik, teras inbox dan mian raja design.

Hal ini sesuai dengan wawancara Indar Sakti Tanjung mengatakan bahwa: “Terkait dengan faktor pendukung strategi komunikasi adalah menjadi sponsor utama dalam kegiatan jambore *fotografer* kami yakin adanya kegiatan ini dapat memberikan dampak yang positif kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung wisata taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon”.<sup>59</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ahmad Guru Naufal Photo (pengunjung) menyampaikan bahwa:

Saya sebagai fotografer sangat antusias dalam mengikuti kegiatan jambore fotografer tabagTabagsel ini. Kegiatan ini tidak hanya dihadiri oleh fotografer tapi juga termasuk pelaku industri kreatif lainnya seperti MUA (Make Up Artist ), Designer, Modeling hingga pelaku konten kreator dari berbagai daerah, antara lain padanglawapadang lawas, Padang lawas Utara, Tapsel, Mandailing Natal, dan Tapanuli Tengah <sup>60</sup>

Tidak jauh berbeda dengan yang disampaikan oleh Putri (pengunjung) menyampaikan bahwa:

Saya tertarik untuk berkunjung ke wisata taman syaakirah view and resto karena melihat postingan salah satu fotografer yang ada di daerah saya. Saya melihat video

---

<sup>59</sup> Indar Sakti Tanjung, Owner Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara Pada Tanggal 20 Desember 2023.

<sup>60</sup> Rahmat, Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto, Wawancara Pada Tanggal 20 Desember 2023.

wisata taman syaakirah begitu menarik dan unik untuk dikunjungi.<sup>61</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat dinyatakan bahwasanya menjadi sponsor utama dalam kegiatan jambore *fotografer* tabagsel memberikan dampak positif bagi wisata sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke wisata tersebut.

#### b. Bekerja Sama Dengan Band Lokal

Berdasarkan penelusuran yang ditemukan oleh peneliti terkait strategi komunikasi objek wisata bekerjasama dengan *band local*. Seperti *Afterbreath* dan *Naraja Voice*. Dengan tujuan mengadakan *live music* di hari *weekday* dan setiap pergantian tahun. Hal ini dilakukan oleh wisata Taman Syaakirah *View and Resto* untuk memberikan panggung kepada para musisi *band local* serta ingin meningkatkan daya tarik masyarakat untuk berkunjung dan ingin mendapatkan citra wisata Taman Syaakirah *View and Resto* sebagai tempat yang memiliki *live music*. Seperti yang disampaikan oleh Indar Sakti Tanjung sebagai *owner* wisata Taman Syaakirah *View and Resto*:

Beberapa tahun ini memang kita mengadakan live music di hari weekday dan setiap pergantian tahun, jadi kita biasanya mengundang band-band local seperti naraja voice dan afterbreath. Jadi saya sebagai owner pengen pengunjung

---

<sup>61</sup> Putri, Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara Pada Tanggal 20 Desember 2023.

merasa puas terhadap fasilitas yang kita berikan, selain itu saya juga berharap dapat menarik banyak pengunjung”.<sup>62</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ayun (pengunjung) mengatakan bahwa:

Saya sebagai pelanggan wisata taman syaakirah view and resto selalu berusaha hadir jika ada live music, karena memang saya pecinta music. Selain itu tempatnya tidak buat kita boring, jadi saya selalu semangat kalau ada live music.<sup>63</sup>

Peneliti juga mewawancarai Abdullah (pengunjung) menyampaikan bahwa:

Sebelumnya saya tidak pernah mengunjungi wisata taman syaakirah view and resto, karena teman saya suka berkunjung ke wisata tersebut, kemudian mengajak saya untuk liburan weekend kebetulan katanya ada live musiknya, dan saya penasaran bagaiman suasana wisata tersebut.<sup>64</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas dinyatakan bahwasanya terkait tentang strategi komunikasi wisata taman syaakirah dalam mengadakan *live music* di hari *weekday* dan setiap pergantian tahun, pengunjung merasa antusias untuk datang berkunjung menikmati suasana wisata alam yang sejuk sambil mendengarkan *live music* yang disukai.

---

<sup>62</sup> Indar sakti tanjung, Owner Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara Pada Tanggal 20 Desember 2023.

<sup>63</sup> Ayun, Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara Pada Tanggal 20 Desember 2023.

<sup>64</sup> Abdullah, Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara Pada Tanggal 20 Desember 2023.

c. mengundang Putri Pariwisata Sumatera Utara Untuk *Meet and Greet* dan *Explore* Wisata Taman Syaakirah View and Resto Aek Sabaon.

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan oleh penulis terkait strategi komunikasi wisata taman Syaakirah View and Resto Aek Sabaon mengundang putri pariwisata sumatera utara yaitu Nursaadah S.Kom dan Elmahana Hasibuan untuk *meet and greet* dan *explore* wisata, strategi ini dibuat dengan tujuan untuk menarik khalayak luar agar memilih untuk berkunjung dan tetap berlangganan dengan harapan meningkatkan jumlah pengunjung.

Hal ini sesuai dengan wawancara dengan Iman Itara (admin operasional) mengatakan bahwa:

Menghadirkan putri pariwisata untuk meet and greet dan explore wisata taman syaakirah merupakan strategi komunikasi kita kepada orang-orang yang berpengaruh, seperti putri pariwisata sumatera utara ini, dengan kehadiran mereka akan menarik khalayak lebih banyak lagi untuk berkunjung ke wisata taman syaakirah view and resto.<sup>65</sup>

Peneliti juga mewawancarai fitria (pengunjung) megatakan bahwa:

Wisata taman syaakirah memang sudah sangat viral di tabagsel ini, tidak jarang dari sebagian orang sudah mengetahuinya karena memang tempatnya bagus ditambah lagi mereka menghadirkan putri pariwisata suamatera utara untuk meet and greet. Itu yang membuat saya tetap berkunjung ke wisata taman syaakirah view and resto aek sabaon.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup> Iman Itara, Admin Operasional Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara Pada Tanggal 20 Desember 2023.

<sup>66</sup> Fitria, Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara Pada Tanggal 20 Desember 2023.

Berdasarkan hasil wawancara di atas peneliti menyimpulkan bahwa menghadirkan putri pariwisata Sumatera Utara dalam acara *meet and greet* merupakan sebuah strategi komunikasi yang efektif. Sehingga dapat mendapat citra positif dan menarik khlayak lebih banyak.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis terkait dengan promosi. Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon melakukan promosi melalui media sosial *Instagram*, *Facebook*, *Tiktok*, dan *Youtube*. Hal ini dikarenakan target pasar wisata Taman Syaakirah merupakan anak muda hingga dewasa. Penggunaan media sosial dalam mempromosikan wisata mengunggah sebuah photo dan video tentang suasana wisata. Kemudian mengunggah *special discount 20%* dihari *weekday*, dan hari libur nasional. Selain itu, mengunggah kegiatan-kegiatan pengunjung yang berlibur di wisata tersebut. Seperti yang dikatakan oleh bapak Indar Sakti Tanjung selaku *owner* wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon.

“Kita biasaya melakukan promosi itu melalui media sosial seperti di akun *Instagram* wisata taman syaakirah, *Facebook*, *Tiktok* dan *Youtube*. Karena kan kita targetnya anak muda sampai orang dewasa. Semua orang pasti memiliki sosmed ya kan, Selain itu kita



menerima *music productions* untuk syuting di wisata taman syaakirah.”<sup>67</sup>

Wisata taman syaakirah juga melakukan *Community Relations* Yaitu dengan cara menyampaikan kepada teman-teman komunitas. Selain itu, wisata taman Syaakirah Aek Sabaon juga membagikan daging kurban di hari Raya Idul Adha kepada masyarakat sekitar untuk menjalin silaturahmi yang baik dengan masyarakat atau konsumen. Dari berbagai macam strategi, wisata taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon tidak memiliki divisi khusus untuk humas (hubungan masyarakat).

## **2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Komunikasi *Media Relations Nature Syakirah View And Resto* Aek Sabaon Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung**

Berdasarkan hasil penelusuran di lokasi penelitian terkait faktor pendukung adalah sebagai berikut:

- a. Ragam Wahana Permainan Wisata Taman Syaakirah *View And Resto* Aek Sabaon.

Berdasarkan penelusuran yang ditemukan oleh peneliti terkait faktor pendukung wisata. Bagi para wisatawan yang berkunjung ke wisata taman Syaakirah *View And Resto* Aek Sabaon,

---

<sup>67</sup> Indar Sakti Tanjung (Owner), Wawancara, Pada Tanggal 16 Desember 2023.

maka disana terdapat beberapa macam wahana permainan yang dapat dinikmati, seperti *Flying Fox*, *Flying Bike*, *Playground* dan Sepeda Listrik. Serta menyediakan Motor ATV, Sepeda Listrik, Perahu Bebek dan Table VIP yang dapat disewa. Semua wahana permainan yang disediakan, wisatawan dapat merasa bahagia dan puas mengunjungi wisata taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon. Selain wahana permainan ada juga kolam buatan yang dihiasi dengan ikan-ikan Mas yang Besar, sehingga pengunjung dapat melihat dan memberi makan ikan tersebut. Karena selain menikmati suasana alamnya pengunjung juga dapat menikmati berbagai wahana permainan yang disediakan.

Peneliti mewawancarai Ayub (SCH) menyampaikan bahwa:

Wahana permainan di wisata taman syaakirah view and resto memang ada beberapa macam, itu semua dapat dinikmati mulai dari anak-anak hingga dewasa. Saya sebagai bagian keamanan di wisata ini, benar-benar ketat dalam pengawasan keamanan wisatawan. Agar terhindari dari hal-hal yang tidak diinginkan.<sup>68</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ridwan (pengunjung) menyambakan bahwa:

Saya sebagai pengunjung sangat menyukai suasana taman syaakirah. Karena selain bangunan-bangunannya yang unik saya dan keluarga dapat menikmati wahana permainannya, seperti flaying fox dan anak saya sangat suka dengan playgrounnya. Kami dapat menikmatinya. Dan tidak hanya itu spot photo disini juga sangat bagus.<sup>69</sup>

---

<sup>68</sup> Ayub, SCH Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara Pada Tanggal 20 Desember 2023.

<sup>69</sup> Ridwan, Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara Pada Tanggal 20 Desember 2023.

Dan tidak jauh berbeda dengan penyampaian Shanty (pengunjung) mengatakan bahwa:

Saya sangat suka kalo ada promo untuk penginapan, karena saya dan keluarga bisa liburan dengan harga terjangkau. Bisa menikmati suasana alam yang indah dan anak-anak saya juga bisa menikmati permainan yang ada di wisata taman syaakirah view and resto aek sabaon.<sup>70</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa wahana permainan yang disediakan oleh wisata taman Syaakirah *View and Resto* merupakan salah satu hal yang banyak diminati pengunjung karena wisata taman syaakirah sangat cocok untuk berbagai kalangan mulai dari anak-anak dan dewasa.

#### b. Fasilitas Yang Disediakan Berkualitas

Berdasarkan hasil penelusuran penelitian diketahui bahwa bangunan-bangunan seperti pandopo dan *resort* yang di gunakan pengunjung merupakan bangunan yang bagus dan nyaman. Mendirikan sebuah bisnis wisata, hal utama yang harus diperhatikan adalah fasilitas-fasilitas yang ada, layak atau tidak nya akan mempengaruhi wisatawan dalam berkunjung. Wisata taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon memiliki fasilitas yang lengkap dan berkualitas. Objek wisata taman syaakirah memiliki mushollah yang luas dan nyaman untuk beribadah. Toilet yang

---

<sup>70</sup> Shanty, Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara Pada Tanggal 20 Desember 2023.

disediakan nyaman dan bersih. Serta bangunan-bangunan yang unik dengan fasilitas yang sangat berkualitas.

Peneliti mewawancarai Siti (Asisten I) menyampaikan bahwa:

Fasilitas-fasilitas yang ada di wisata ini benar-benar berkualitas, mulai dari bangunannya, wahana permainan, serta musholla dan toiletnya. Saya sebagai asisten di wisata ini, sangat memperhatikan kebersihan dan kerusakannya, agar pengunjung nyaman dalam menikmati suasana wisata taman syaakirah view and resto aek sabaon.<sup>71</sup>

Peneliti juga mewawancarai Sapri (Asisten II) menyampaikan bahwa:

Saya sebagai staf di wisata ini, saya melakukan tugas saya semaksimal mungkin. Jika ada pengunjung yang complain kami siap siaga untuk memenuhi keinginan pengunjung demi kenyamanan mereka. Biasanya setiap hari kita selalu evaluasi lokasi wisata, agar pengunjung nyaman ketika berkunjung.

Konsep tempat wisata yang dimiliki Taman Syaakirah *View and Resto Aek Sabaon* juga berbeda dengan wisata yang lain. Wisata Taman Syaakirah memiliki konsep bangunan pedesaan di Swis, dimana didalam wisatanya memiliki kolam buatan, taman, serta bangunan yang menyerupai rumah-rumah pedesaan di Swis. Kemudian menyediakan Tempat atau aula yang dapat disewakan untuk acara seperti *Meeting Room*, Ulang Tahun, *Gathering*, *Wedding Party* dan *Dinner*. Sehingga wisata ini dapat menjadi

---

<sup>71</sup> Siti, Asisten I Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara Pada Tanggal 20 Desember 2023.

pilihan favorit para pelanggan untuk mengadakan acara di momen special.

Berdasarkan hasil wawancara dengan junaidi (pengunjung) mengatakan bahwa:

Awal mulanya saya mengetahui wisata taman syaakirah view and resto melalui teman saya. Ternyata setelah saya berkunjung setelah memasuki lokasi wisata saya semakin tertarik untuk lebih lama berada di dalam karena suasananya asri, penataan bangunannya rapi dan pemilihan tanamannya juga membuat suasana semakin menarik.<sup>72</sup>

### c. Udara Yang Bersih Dan Sejuk

Berdasarkan hasil penelusuran penelitian diketahui bahwa suasana wisata taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon memiliki udara yang bersih dan sejuk dan pemandangan yang indah yang dikelilingi oleh pengunungan. Alam atau suasana yang membuat wisata ini dapat menarik pengunjung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Putri (pengunjung) menyampaikan bahwa:

Tujuan saya berkunjung ke wisata taman syaakira view and resto aek sabaon salah satunya adalah untuk menikmati suasana alamnya yang sejuk, pemandangan gunung-gunung, wahana permainannya. saya tinggal di kota yang panas dan polusi dimana-mana. Membuat saya sanagat tertarik berkunjung ke wisata ini.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Junaidi, Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara Pada Tanggal 20 Desember 2023.

<sup>73</sup> Putri, Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, Wawancara Pada Tanggal 20 Desember 2023.

Berdasarkan hasil penelusuran hasil penelitian, disamping faktor pendukung strategi komunikasi, adanya faktor penghambat strategi komunikasi dalam meningkatkan jumlah pengunjung yakni lokasi wisata *Nature Syaakirah View and Resto Aek Sabaon* jauh dari perkotaan dan belum adanya transportasi umum menuju lokasi wisata, sehingga membuat para pengunjung yang tidak memiliki kendaraan pribadi tidak dapat berkunjung.

Hidup atau mati bisnis wisata terletak pada pelanggan atau pengunjung, sehingga suatu bisnis wisata hendaklah mengutamakan kualitas pelayanan dan fasilitas yang terbaik. Selain kualitas dan pelayanan wisata taman Syaakirah *View and Resto* tentunya memiliki berbagai macam strategi lainnya seperti melakukan komunikasi dengan publik dan menyebarluaskan keunggulannya.

Dalam mengimbangi perkembangan teknologi internet yang semakin maju, wisata Taman Syaakirah *View and Resto Aek Sabaon* memanfaatkan teknologi internet melalui media sosial *instagram*, *facebook*, dan *tiktok* sebagai media untuk mempromosikan wisata Taman Syaakirah *View and Resto* agar mendapatkan calon pengunjung dengan jangkauan yang lebih luas. Melalui media sosial *instagram*, *facebook* dan *tiktok*. Wisata Taman Syaakirah *View and Resto* menyajikan foto-foto hingga video terkait suasana wisata alam Taman Syaakirah *View and Resto* secara lengkap beserta informasi detail sehingga membuat pengunjung mendapatkan gambaran

mengenai wisata yang ditawarkan oleh wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon.

### C. Pembahasan hasil penelitian

#### 1. Analisis Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi *media relations nature* Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Strategi komunikasi yang digunakan adalah menggunakan media sosial sebagai *platform* promosi. Wisata taman syaakirah view and resto memiliki akun *instagram, facebook, tiktok* dan *youtube*. Nama akun Instagramnya yaitu @syaakirah\_theview dengan jumlah followers sebanyak 15,8RB dan 1.239 Postingan. Nama akun Facebook yaitu Syaakirah The View & Resto, jumlah pengikut sebanyak 1,8RB. Kemudian nama akun Tiktok Yaitu @syaakiraview1 dengan jumlah 130 followers. Sedangkan nama akun YouTube adalah syaakirah the view and resto Aek sabaon mencapai 277 subscriber dan memiliki 96 video.

Akan tetapi lebih aktif di *instagram* dan *facebook*. Di akun *instagram* dan *facebook* tersebut hanya mengunggah suasana wisata, promosi tentang special diskon dan kegiatan-kegiatan pengunjung. Selain itu melakukan siaran langsung di *instagram* dengan waktu yang tidak di tentukan. Kemudian kejanggalan yang pengunjung rasakan adalah harga makanan dan minuman yang mahal, sehingga

pengunjung lebih memilih makan di luar wisata. Selain itu, pengunjung merasa kurang nyaman dengan adanya biaya parkir, karena uang masuk ke wisata sebesar Rp. 20.000.

Strategi komunikasi yang terjadi dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Pihak wisata taman syaakirah menjadi sponsor utama dalam kegiatan jambore fotografer tabagsel, mengundang putri pari wisata untuk *meet and greet* dan *explore* wisata dan bekerjasama dengan band local, hal ini menunjukkan bahwa startegi komunikasi berjalan dengan baik sesuai target yang di inginkan bahwa hasilnya sesuai dengan harapan owner dan staf wisata taman syaakirah *view and resto* aek sabaon. Dalam hal ini pengunjung-pengunjung wisata sebagai penerima informasi dapat tertarik untuk mengunjungi wisata taman syaakirah *view and resto* aek sabaon.

Fasilitas-fasilitas atau informasi yang disampaikan *owner* dan staf wisata diterima oleh pengunjung dan dapat menikmati fasilitas yang disediakan dan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan loyal *VIP* supaya tetap berkunjung ke wisata taman syaakirah *view and resto* aek sabaon. Dengan menggunakan cara ini tetap jalin komunikasi dengan pelanggan dapat memberikan citra positif yang baik terhadap wisata.



## 2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan di wisata taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon. Menghasilkan hasil karya yang sederhana dalam bentuk penulisan skripsi dengan berbagai keterbatasan pada saat penelitian di lapangan. Adapun keterbatasan yang dihadapi peneliti dalam melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan skripsi ini sebagai berikut:

1. Peneliti tidak dapat memastikan kejujuran pada responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan pada saat wawancara.
2. Keterbatasan waktu dari informan, terkadang tidak berada di lokasi penelitian.
3. Keterbatasan ilmu pengetahuan, wawasan dan literature yang ada dalam diri peneliti, khususnya yang berhubungan dengan masalah yang dibahas juga menjadi salah satu kendala dalam penulisan skripsi.
4. Keterbatasan-keterbatasan yang sudah dipaparkan di atas memberikan pengaruh terhadap hasil yang diperoleh. Walaupun demikian peneliti berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini, akhirnya dengan segala upaya kerja keras dan bantuan semua pihak penelitian ini dapat diselesaikan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari skripsi ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi *media relations* nature syaakirah *view and resto* aek sabaon dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Strategi komunikasi *media relations* yang digunakan dalam mempromosikan wisata adalah dengan cara menggunakan media sosial yaitu *Instagram, Facebook, Tiktok* dan *YouTube*. Sebagai Sponsor utama dalam kegiatan jambore fotografer Tabagsel, bekerjasama dengan band lokal, mengundang putri pariwisata Sumatera Utara untuk *Meet and greet* dan *explore* wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon.
2. Faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi *media relations nature* Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon dalam meningkatkan jumlah pengunjung yaitu ragam wahana permainan wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon. Fasilitas yang disediakan berkualitas. Udara yang bersih dan sejuk dan penghambatnya adalah lokasi wisata jauh dari perkotaan.

## B. Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini mengenai strategi komunikasi *media relations* dalam meningkatkan jumlah pengunjung di wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *owner*, manajer, staf dan kualitas wisata mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap akuntabilitas manajerial dan keunggulan bersaing. Sedangkan *owner* wisata tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajerial dan keunggulan bersaing. Suatu penelitian yang telah dilakukan di wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon, maka kesimpulan yang ditarik tentu mempunyai Implikasi dalam bidang pariwisata dan juga penelitian-penelitian selanjutnya. Sehubungan dengan hal tersebut maka implikasinya adalah sebagai berikut:

Berdasarkan pada hasil penelitian diatas bahwa *owner*, manajer, staf dan kualitas wisata memberikan kontribusi yang sangat berarti terhadap tanggung jawab manajerial dan keunggulan bersaing. Karena itu perlu dilakukan upaya-upaya untuk mempertahankan strategi komunikasi *media relations* dan kualitas wisata, agar mampu membawa wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon bersaing dengan wisata-wisata lainnya, berikut adalah upaya-upaya yang dapat dilakukan wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon:

1. Owner wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon harus melakukan strategi komunikasi *media relations* dan teknik strategi komunikasi untuk mewujudkan visi dan misi wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon.
2. Owner harus terus memberikan contoh yang baik kepada stafnya melalui berbagai pelatihan-pelatihan.
3. Untuk dapat mempertahankan kualitas yang telah dimiliki maka wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek sabaon harus terus berproses dengan mensinergi semua komponen kualitas yang ada, saling mensupport antar *owner* dan seluruh staf.

Berdasarkan teori yang telah dirumuskan peneliti, maka dapat dilakukan bahwa strategi komunikasi *media relations* diduga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tanggungjawab manajerial dan keunggulan bersaing. Akan tetapi kenyataannya dilapangan yaitu diketahui bahwa strategi komunikasi *media relations* dalam meningkatkan jumlah pengunjung kurang berpengaruh signifikan terhadap tanggungjawab manajerial dan keunggulan bersaing, hal ini disebabkan karena strategi komunikasi *media relations* tidak dilakukan sepenuhnya oleh pihak wisata, sedangkan strategi komunikasi *media relations* itu bisa meningkatkan jumlah pengunjung yang sangat pesat. Sebagai akibatnya, wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon tidak memiliki jumlah pengunjung yang meningkat setiap harinya.

Strategi komunikasi *media relations* merupakan nyawa dari wisata jika tidak diterapkan maka sudah pasti memiliki jumlah pengunjung yang rendah. Karena itu perlu dilakukan upaya-upaya oleh wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon agar dapat memiliki jumlah pengunjung yang meningkat lebih pesat. Berikut upaya-upaya yang bisa dilakukan:

1. Wisata atau *owner* menjalin kerjasama dengan pihak luar baik itu dengan masyarakat maupun dengan instansi-instansi yang terkait dengan strategi yang dibuat oleh wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon. Dengan cara ini wisata taman Syaakirah *View and Resto* bisa mendapatkan jumlah pengunjung yang lebih banyak.
2. Owner selaku pemilik wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon. Harus bisa berperan aktif di lembaga-lembaga yang terkait dengan wisata salah satunya adalah media massa karena media massa dapat mempublikasikan informasi dengan cepat.

### **C. Saran**

Sejalan dengan kesimpulan diatas, adapun saran-saran yang dapat ditujukan kepada beberapa pihak sebagai berikut:

1. Owner wisata taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon, diharapkan dapat memberikan perhatian lebih maksimal dan mendukung penuh kinerja-kinerja staf dan membentuk bagian kehumasan secara structural, sehingga dapat mendukung kinerja

secara maksimal. Dan bekerja sama dengan pihak transportasi umum supaya masyarakat yang tidak memiliki kendaraan pribadi dapat berkunjung.

2. Manajer wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon seharusnya lebih banyak mempublikasikan informasi di media sosial dan lebih aktif di *instagram, facebook, tiktok* dan *youtube*. Dan media cetak dan elektronik, khususnya Koran dan radio, karena masih banyak peminatnya dan dapat dijangkau masyarakat awam. Pihak wisata Taman Syaakirah Aek Sabaon juga seharusnya melakukan kunjungan terhadap media cetak dan elektronik setempat agar bisa lebih akrab dengan pihak media cetak dan elektronik.
3. Staf wisata Taman Syaakirah *View and Resto* Aek Sabaon seharusnya tidak memungut biaya uang parkir kendaraan pengunjung, karena pengunjung sudah melakukan pembayaran uang masuk sebesar Rp. 20.000 per orang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Nizar Rangkuti, (2015), *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Citapustaka Media.
- Alfien Suetopo, (2011), *Mengenal Lebih Dekat Wisata Alam Indonesia*, Jakarta: Pacu Minat Baca.
- Alo Liliweri, (2011), *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana.
- Andi Prastowo, (2012), *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Ariesto Hadi Sutopo dan Adrianus Arief, (2010), *Terampil Mengolah Data Kualitatif dengan Nvivo*, Jakarta: Kencana.
- Asriwati, (2021), *Strategi Komunikasi Yang Efektif*, Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Effendi, Onong Uchana, And Tju Surjaman, (1986), *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remadja Karya.
- farida nugrahani, (2013), *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Farida Nugrahani, (2014), *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, Surakarta: Bumi Askara.
- Fauziah Eddyono, (2021), *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*, Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Frank Jefkins, (2002), *Public Relations*, Jakarta: Erlangga.
- Husain Umar, (2001), *Strategic Management In Action*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Husein Umar, (2013), *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Edisi Kedua*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- <https://kbbi.kemendikbud.go.id/>
- Imam Gunawan, (2020), *Metode Penelitian Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta: Lakeisha.

- Irene Silviani dan Prabudi Darus, (2021), *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Iriantara, Yosol, (2005), *Media Relations: Konsep Pendekatan dan Praktik*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kementerian Agama RI, (2014), *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*, Surabaya: Halim Qur'an.
- Lexy J. Meleong, (2012), *Metodologi Penelitian Kualitatif, (Edisi Revisi)*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- M. Quraish Shihab, (2009), *Tafsir Al-Misbah Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati.
- M. Quraish Shihab, (2009), *Tafsir Al-Misbah Pesan Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati.
- Masriadi Sambo, (2019), *Media Relations Kontemporer Teori dan Praktik*, Jakarta: Kencana.
- Moh. Nazir, (2005), *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Muhammad Mufid, M.Si, (2005), *Komunikasi Dan Regulasi Penyiaran*, Jakarta: Kencana.
- Popon Srisusiawati, dkk, (2022), *Manajemen Pariwisata*, Bandung: Widina Media Utama.
- Samiaji Sarosa, (2021), *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: PT Kanisius.
- Silvia Rita Fariani dan Aryanto Widodo, (2009), *Panduan Praktisi PR*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Tegor dkk, (2020), *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta: Lakeisha.
- Anneka Lawrencia Alim. (2016), "Strategi Media Relations Hotel Grand Darmo Suite Surabaya Dalam Mengelola Publisitas Di Media Massa", *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi*, Volume 4, No. 1.
- Genik Puji Yuhanda. (2019), "Aktivitas Media Relations Di Politeknik Lp31 Bandung", *Jurnal Komversal: Komunikasi Universal*. Volume 5, No. 1.



Intan Widyasari Dan Anindita Lintanglesi A, (2021) “Strategi Media Relations Greenpace Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Organisasi”, *Jurnal Communication: Stikom Interstudi*. Volume. 12, No. 2.

Intan Widyasari dan Anindita Lintanglesi A. (2021), “Strategi Media Relations Greenpace Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Organisasi”, *Jurnal Communication: Stikom Interstudi*, Volume 12, No. 2.

Jim Briand Kolianan, dkk, (2016), “Strategi Media Relations Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Keluarga Berencana (Kb) Pada Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (Bkkbn) Provinsi NTT”, *Jurnal Administrasi: Publik*. Volume. 6, No. 1.

Reisita Djabat, “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Karaoke Keluarga Happy Puppy Palembang”, *Skripsi*, Palembang: Universitas Sriwijaya, 2020.

Uli Durratunnasikhah, “Strategi Komunikasi Pemasaran Obyek Wisata Mediun Umbul Square Dalam Meningkatkan Pengunjung Pada Tahun 2019”, *Skripsi*, Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **A. Identitas Diri**

Nama Lengkap : Minta Marito Harahap  
NIM : 1830100015  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tanggalLahir : Pasir Julu, 30 April 2000  
Email : mintamarito23@gmail.com  
Jumlah Saudara : 8 Bersaudara  
Alamat : Pasir Jae, Kecamatan Sosa Julu, Kabupaten Padang  
Lawas

### **B. Identitas Orang Tua**

Nama ayah : Syahwan Harahap  
Pekerjaan : Petani  
Nama ibu : Malan Siregar  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Alamat : Pasir Jae, Kecamatan Sosa Julu, Kabupaten Padang  
Lawas

### **C. Riwayat Pendidikan**

SD : SDN Pasir Julu, Kecamatan Sosa  
SLTP : MTSS Darul 'Adaalah Pasar Latong, Lubuk Barumun  
SLTA : MAS Darul 'Adaalah Pasar Latong, Lubuk Barumun  
Perguruan Tinggi : UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

## Lampiran I

### **PEDOMAN OBSERVASI**

Kegiatan observasi atau pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan yang berkaitan dengan wisata taman syaakirah view and resto aek sabaon, kabupaten tapanuli selatan, meliputi:

- 1) Strategi komunikasi media relation nature syaakirah view and resto Aek Sabaon, Kecamatan Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan.
- 2) Faktor pendukung strategi komunikasi media relations nature syaakirah view and resto aek sabaon dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

## Lampiran II

### **PEDOMAN WAWANCARA**

Untuk mengetahui tentang strategi komunikasi media relations nature syaakirah view and resto aek sabaon dalam meningkatkan jumlah pengunjung, meliputi sebagai berikut:

#### a. Owner

- 1) Bagaimana strategi komunikasi owner nature Syaakirah View And Resto Aek Sabaon dalam meningkatkan jumlah pengunjung?
- 2) Apa saja faktor pendukung owner dalam melakukan strategi komunikasi media relations nature Syaakirah View And Resto Aek Sabaon dalam meningkatkan jumlah pengunjung?

#### b. Manager

- 1) Apa yang dilakukan objek wisata taman syaakirah view and resto aek sabaon dalam meningkatkan jumlah pengunjung?
- 2) Apakah sudah cukup efektif promosi penjualan yang dilakukan objek wisata taman syaakirah view and resto aek sabaon dalam meningkatkan jumlah pengunjung?

#### c. Staf

- 1) Apa yang membuat objek wisata taman syaakirah view and resto aek sabaon diminati oleh banyak orang?
- 2) Bagaimana upaya yang dilakukan objek wisata taman syaakirah view and resto aek sabaon untuk menarik pengunjung agar tertarik berkunjung lagi?

d. Pengunjung

- 1) Apa yang membuat anda tertarik berkunjung ke wisata taman syaakirah view and resto aek sabaon?
- 2) Darimana anda mendapatkan informasi mengenai objek wisata taman syaakirah view and resto aek sabaon?

**DOKUMENTASI WISATA TAMAN SYAAKIRAH VIEW AND RESTO  
AEK SABAON**



Gambar 1: Wawancara Dengan Bapak Maulana Manajer Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon



Gambar 2 : Wawancara Dengan Iman Itara Staf Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon.



Gambar 3: Wawancara Dengan Siti Asisten I Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon



Gambar 4: Wawancara Dengan Ayub SCH Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon



Gambar 5 : Wawancara Dengan Fitri Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon



Gambar 6 : Wawancara Dengan Mira Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon



Gambar 7 : Wawancara Dengan Aisyah Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon





Gambar 8 : Wawancara Dengan Rodiah Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon



Gambar 9 : Wawancara Dengan Junaidi Pengunjung Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon



Gambar 10 : Suasana Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km 4,5Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1001 /Un.14/F.7a/PP.00.9/09/2023

29 September 2023

Lamp. : -

Hal : Pengesahan Judul dan Pembimbing Skripsi

Kepada:

Yth. 1. Dra. Hj. Replita, M. Si  
2. Nurfitriani M. Siregar, M. Kom. I

di


Tempat

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan Hasil Sidang Keputusan Tim Pengkajian Judul Skripsi, telah ditetapkan Judul Skripsi Mahasiswa/I tersebut dibawah ini sebagai berikut:

Nama : MINTA MARITO HARAHAP  
NIM : 1830100015  
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA RELATIONS NATURE  
SYAAKIRAH VIEW AND RESTO AEK SABAON DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi Pembimbing-I dan Pembimbing-II penelitian penulisan Skripsi Mahasiswa/I dimaksud.

Demikian Kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu Kami ucapkan terima kasih.


Dekan  
  
Dr. Magdalena, M. Ag  
NIP 197403192000032001

Kaprodi KPI


  
Nurfitriani M. Siregar, M. Kom. I  
NIP 199104172019032007

Pernyataan Kesiediaan Sebagai Pembimbing

Bersedia/TidakBersedia  
Pembimbing I •

  
Dra. Hj. Replita, M. Si  
NIP 196905261995032001

Bersedia/TidakBersedia  
Pembimbing II

  
Nurfitriani M. Siregar, M. Kom. I  
NIP 199104172019032007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kola Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximlll (0634) 24022 Website: uinsyahada. ac. id

Nomor : *1007* /Un.28/F/TL.00/10/2023  
Sifat : Penting  
Lamp. : -  
Hal : **Mohon Bantuan Informasi  
Penyelesaian Skripsi**

19 Oktober 2023

Yth. Kepada Owner Syaakirah View And Resto

Di  
Tempat

Dengan hormat, Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa :

Nama : Minta Marito Harahap  
NIM : 1830100015  
Fakultas/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat : Pasir Jae, Kecamatan Sosa Julu Kabupaten Padang Lawas

adalah benar Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan skripsi dengan judul “ **STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA RELATIONS NATURE SYAAKIRAH VIEW AND RESTO AEK RESTO AEK SABAON DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG** ”

Sehubungan dengan itu kami bermohon kepada Owner Syaakirah View And Resto Kepala untuk dapat memberikan izin pengambilan data dan informasi sesuai dengan maksud judul tersebut .

Demikian disampaikan atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.



Dr. Magdalena, M.Ag.

NIP. 197403192000032001



**PEMERINTAH KABUPATEN TAPANULI SELATAN**

**WISATA TAMAN SYAAKIRAH AEK SABAON**

Jl. Aek Sabaon julu, Kec, Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan, Sumatera Utara

Kode Pos : 22733

**SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini Owner Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon Kec. Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan.

menerangkan bahwa:

Nama : Minta Marito Harahap  
Nim : 1830100015  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu komunikasi  
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam

Adalah benar telah melakukan penelitian di Wisata Taman Syaakirah View And Resto Aek Sabaon, kec. Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan untuk keperluan penyusunan skripsi dengan judul: STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA RELATIONS NATURE SYAAKIRAH VIEW AND RESTO AEK SABAON DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG

Demikianlah surat keterangan ini diperbuat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Desa aek sabaon, Maret 2024  
Owner Wisata Taman Syaakirah  
Aek Sabaon

**Indar Sakti Tanjung**