

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Alo, Liliweri. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Amstrong, Michael. 2003. *Strategic Human Resources Management : A Guide to Action*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Anwar, Arifin. 1984. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: ARMICO.
- Aubrey, Wilson. 1982. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Berkshire Great Britain: Mc Grawhill Inc.
- Buchari, Alma. 1998. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Bungin, B. 2015. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Pranadamedia Group.
- Departemen Agama RI. 2015. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Dillard, J. P. 1997. *Explicating the goal construct: Tools for theorists*. In J. O. Greene (Ed.), *Message production: Advances in communication theory*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Effendy, Onong U. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Rosdakarya
- Hafied, Cangara. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Juliansyah, Noor. 2012. *Metodeologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Karyono A H. 2007. *Kepariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana
- Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi : Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta : Penerbit Erlangga.

- Lexy J, Moelong. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lexy J, Moleong 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Marius P. Angipora, 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Oka dan Yoeti, MBA. 1996. *Pemasaran Pariwisata..* Bandung: Angkasa Bandung
- Okta A Yoeti.1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Salusu, J. 2003. *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publikdan Organisasi Nonprofit*. Jakarta : Grasindo.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Santana, Septiawan. 2010. *Menulis Ilmiah Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- Smith, Ronald D. 2005. *Strategic Planning For Public, Second Edition*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kuanlitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Supranto, J. 2000. *Teknik Sampling Untuk Survei dan Eksperimen* Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Suroto. 1992. *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Kesempatan Kerja*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suyadana, M Liga, Vanny Otavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran edisi III*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008
- Usmara, Usi. 2008. *Pemikiran Kreaif Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books.

JURNAL :

Meilisa, Veni F. 2018. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan, Dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop

Yuliani. 2013. Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kominfo (DISBUDPAR) dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Pampang Kota Samarinda. 1(3):450-464

SKRIPSI :

Perawati, Mika T. 2020. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata (Studi Kualitatif tentang strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Mempromosikan Objek Wisata Rohani Salib Kasih di Kabupaten Tapanuli Utara).

Permana, Bayu A. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Museum Kars Indonesia.

Wicaksono, Ndaru. 2020. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tegal dalam Mempromosikan Pariwisata religi di Kabupaten Tegal.

WEBSITE:

<http://ito.humbanghasundutankab.go.id> (diakses pada tanggal 20 September 2021, pukul 16.45 wib)

<http://kompas.com> (diakses pada tanggal 7 Juni 2021, pukul 16.08 wib)

<http://northsumatrainvest.id> (diakses pada tanggal 8 Juni 2021, pukul 17.27 wib)

KBBI

Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan

LAMPIRAN
HASIL WAWANCARA

Informan 1

A. Identitas

Nama : Barton Naibaho, SE

Usia : 50 Tahun

Alamat : Purba Dolok

Jabatan : Kepala Bidang Promosi dan Kelembagaan

B. Pertanyaan

1. Bagaimana potensi pariwisata di Kabupaten Humbang Hasundutan dan apa kelebihanannya bila dibandingkan dengan pariwisata di tempat lain?

Jawab: Jadi, potensi pariwisata di Kab Humbang Hasundutan itu bisa dikelompokkan menjadi beberapa bagian. Yang pertama wisata alam, yang kedua wisata budaya dan sejarah, yang ketiga agrowisata, yang keempat itu wisata minat khusus. Contoh dari wisata alam yaitu Sipinsur, contoh wisata budaya dan sejarah yaitu situs-situs peninggalan Raja Sisingamangaraja, Agrowisata itu berupa perkebunan, kopi, jeruk, bawang dan padi. Sedangkan wisata minat khusus yaitu seperti goa, dan tracking. Nah, kelebihan bila dibandingkan dengan pariwisata ditempat lain kembali dengan potensi yang saya sebutkan tadi, artinya dari segi potensi wisata alam salah satu itu adalah geosite sipinsur. Kenapa itu geosite sipinsur, karena berbeda dengan kawasan di danau toba, karena di kawasan geosite sipinsur itu merupakan salah satu etalase untuk melihat bagaimana itu kaldera toba. Dan telah menjadi anggota UNESCO Global Geopark. Selain

geosite sipinsur sebagai etalase dia juga memiliki keunikan dengan adanya pohon pinus, artinya kita juga berusaha untuk pelestarian lingkungan disekitaran destinasi itu, banyak sekarang dikawasan ini hanya melihat view tanpa adanya kenyamanan dan kesejukan di destinasi itu, tapi di sipinsur itu akan kita dapat. Yang kedua keunikan dan potensi pariwisata humbang hasundutan hampir sebagian besar peninggalan situs budaya dari raja sisingamangaraja ada di kabupaten humbang hasundutan dan tidak dimiliki oleh kabupaten lain yang ada dikawasan Danau Toba. Nah. yang menjadi keunikan khusus lainnya yaitu wisata minat khusus. Untuk wisata minat khusus humbang hasundutan itu memiliki lokasi wisata arung jeram, kenapa ini lokasi arung jeramnya berbeda dengan lokasi arung jeram yang lain, karna lokasi arung jeram yang ada di humbang hasundutan merupakan satu-satunya lokasi arung jeram yang bermuara ke Danau Toba. Untuk minat khusus bila dibandingkan dengan kawasan lain bahwasanya minat khusus yang dimiliki humbang hasundutan memiliki banyak goa. Kalau pun ada di kabuapten lain itu hanya satu, tetapi kalau humbang hasundutan memiliki banyak goa yang kita jumpai dibawah gunung dolok pinapan atau tepatnya di desa Banuarea. Saking banyaknya goa disana maka kita coba itu hiperbol itu untuk membranding nya dengan sebutan seribu goa. Disana masih semua masih alami ada stalaktif ada stalakmitnya. Hal-hal demikianlah yang menjadi membanting atau yang keunikan atau bahkan kelebihan pariwisata humbang hasundutan. Dari segi kuliner juga kita punya keunikan tersendiri dibandingkan dengan kawasan lain. Apa itu, kalo arsik hampir semua kawasan danau toba memiliki makanan khas dimaksud tetapi humbang hasundutan memiliki satu makanan daging kuda untuk kulinernya.

2. Strategi apa yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dalam mempromosikan objek wisata Geosite Sipinsur di Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: yang digunakan dinas pariwisata dalam mempromosikan geosite sipinsur secara umum media promosi pariwisata yang dimiliki atau dilaksanakan dinas pariwisata itu adalah yang pertama adalah media cetak, yang kedua juga media sosmed, yang ketiga itu media atraksi atau tatap muka. Media cetak ini banyak bisa itu berita dalam bentuk koran ada itu SIB, Medan Bisnis, Waspada dan media cetak lainnya yaitu berupa leaflet, booklet terus buku tour guide tentang pariwisata. Untuk sosmed kita menggunakan facebook yaitu Dinas Pariwisata Humbang Hasundutan, kita juga menggunakan instagram disparhumbanghasundutan. Disamping itu juga kita saat ini sedang menggaungkan adanya aplikasi dalam rangka memberikan informasi amapun promosi sekaligus juga sarana pariwisata. Aplikasinya berbasis web dan map yang kita sebut aplikasi ITO yaitu Informasi Tourism. Disamping media cetak, sosmed sama media atraksi dan tatap muka kita juga membuka event atau pagelaran dan promosi dari mulut ke mulut. Event itu biasanya kita laksanakan tiap tahun tapi 2 tahun ini tidak kita laksanakan mengingat kondisi Negara dalam keadaan covid. Disatu sisi event itu adalah hajatan atraksi yang menghadirkan massa.

3. Siapa sajakah yang terlibat langsung dalam kegiatan promosi yang dilakukan dinas pariwisata pada objek wisata Geosite Sipinsur?

Jawab: yang pasti itu dinas pariwisata, yang kedua juga dinas kominfo, yang ketiga itu pelaku pariwisata. Pelaku pariwisata ini juga kita kelompokkan dari beberapa kalangan yang pertama itu ada HPI (Himpunan Pariwisata Indonesia), yang kedua juga yaitu, Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), yang selanjutnya pelaku ini adalah pengusaha di bidang restoran dan hotel, selanjutnya Mitra Prawisata dari kelembagaan itu seperti ASITA (Asosiasi Travel Indonesia). Disamping itu semua kita juga mengajak semua masyarakat yang ada di daerah maupun diluar daerah untuk tetap mempromosikan (Putra Daerah). Disamping yang tadi itu yang dari dinas

pariwisata dan kominfo kabupaten humbang hasundutan juga dari dinas pariwisata provinsi, dinas dishub provinsi dan dinas kementerian pariwisata.

4. Siapakah yang menjadi sasaran kegiatan promosi objek wisata Geosite Sipinsur yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: nah kembali kepada status atau daya tarik yang dimiliki oleh geosite sipinsur. Jadi target sasaran geosite sipinsur adalah untuk semua kalangan umur karna disana juga tidak membutuhkan sesuat pengawasan secara khusus tetapi dia bernuansa alam dan lingkungan baik secara perseorangan ataupun grup itu yang kita harapkan disana untuk semua kalangan umur.

5. Dari beberapa media promosi mengapa media tersebut digunakan?

Jawab: disamping media yang tadi itu kita juga masih menggunakan media konvensional dari radio dan televisi. Dari media cetak, media sosmed, media atraksi atau tatap muka dan medua konvensional yang paling efektif, melihat perkembangan zaman sekarang bahwasanya kita sudah terhubung dengan perubahan dan perkembangan zaman bahwasanya media yang digandrungi sekarang yaitu media digitalisasi. Jadi kita lebih condong arahnya promosi itu menggunakan teknologi.

6. Pada saat kapan promosi objek wisata Geosite Sipinsur dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: untuk saat saatnya hampir tidak ada tapi untuk waktunya setiap tahun cuman rutinnnya setiap tahun hanya saja untuk momen momen tertentu 3 bulan atau 2 bulan kita akan push promosinya untuk lebih

banyak. Misalnya menjelang hari natal atau liburan atau misalnya menjelang atraksi atau pertunjukan event.

7. Setelah informasi mengenai promosi Geosite Sipinsur dipublikasikan, apakah informasi tersebut dilakukan lagi?

Jawab: untuk informasi itu tetap kita lakukan itu.

8. Apakah ada bentuk desain-desain khusus mengenai publikasi promosi objek wisata Geosite Sipinnsur yang sudah diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: untuk desain karna keterbatasan SDM maka kita kerjasama dengan kominfo yang lebih paham tentang bagaimana membuat suatu desain konten promosi baik itu dari segi videonya, desain grafisnya kita kerja sama dengan dinas kominfo.

9. Seberapa jauh jangkauan promosi objek wisata Geosite Sipinsur yang ditargetkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: soalnya jangkauannya kita masih fokus kepada wisatawan nusantara sekalipun tidak tertutup kemungkinan kepada wisatawan mancanegara. Hanya saja untuk wisatawan mancanegara kita kerja samanya melalui agent-agent travel yang ada seperti ASITA, ASTRINDO, Koflly dan banyak agent travel. Kita kerjasamanya ya kita jalin komunikasi lah sekalipun belum ada dalam bentuk info ini.

10. Berapa anggaran yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata dalam melakukan promosi objek wisata Geosite Sipinsur di Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: untuk secara khusus geosite sipinsur anggarannya tidak bisa kita langsung tentukan berapa, karna promosi pariwisata itu kita lakukan

menyeluruh untuk seluruh potensi-potensi pariwisata yang ada dikabupaten humbang hasundutan. Namun, secara khusus untuk mempromosikan sipinsur ini belum ada, masih parsial secara menyeluruh untuk daya tarik di humbang hasundutan.

11. Adakah peningkatan wisatawan dari tahun ke tahun setelah dilakukannya upaya promosi objek wisata Geosite Sipinsur Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: dari data pengunjung yang kita terima bahwasanya jumlah peningkatan kunjungan wisatawan ke sipinsur itu mengalami peningkatan. Itu dapat kita lihat data dari 2017 sampai 2019, hanya saja di tahun 2020 sampai 2021 mengalami penurunan kenapa adanya penurunan itu. Itu kita punya alasan karena Indonesia bahkan seluruh dunia mengalami suatu gangguan alam terjadinya situasi covid yang sampai saat ini juga train nya masih kita temui disemua daerah.

12. Bagaimana hasil pelaksanaan kegiatan promosi yang dilaksanakan dinas pariwisata pada objek wisata Geosite Sipinsur, apakah sesuai dengan yang direncanakan?

Jawab: dari rencana yang kita coba targetkan peningkatan kunjungan wisatawan sebesar 10% peningkatannya itu terpenuhi artinya peningkatan 10% ini itu kita tidak boleh semata-mata digenjot oleh promosi itu sendiri. Tapi juga didukung oleh penambahan fasilitas yang ada di daya tarik wisata itu sendiri.

13. Apa sajakah faktor yang menjadi pendukung dalam promosi objek wisata Geosite Sipinsur?

Jawab: faktor pendukung yaitu jarak, geosite sipinsur itu bisa ditempuh 30 menit dari bandara silangit sebagai pintu masuk ke kawasan Danau Tuba.

Yang kedua juga 6 jam dari Medan. Terus faktor pendukung yang lain adalah masalah jalan, aksesibilitas jalan sudah lebih baik dan lancar. Yang ketiga juga factor pendukungnya fasilitas disana semakin tercukupi.

14. Mengenai fasilitas di Geosite Sipinsur itu bagaimana?

Jawab: fasilitas disana kita upayakan yang pertama kita utamakan untuk pemanfaatan kepada pengunjung. Fasilitas disana ada itu open stage, ada restoran, ada lunch kuliner, ada gallery, ada ruang ibadah, ada gajebo, ada alat permainan anak.

15. Kendala apa yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata dalam pelaksanaan promosi objek wisata Geosite Sipinsur Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: kendalanya satu yang pertama itu SDM, keterbatasan SDM khususnya dibidang digitalisasi. Yang kedua itu juga yaitu fasilitas peralatan artinya peralatan kita dalam mengambil, menginput bahkan memotret masih biasa-biasa saja. Dan yang ketiga, ketersediaan anggaran.

16. Seperti apa harapan Dinas Pariwisata kedepannya bagi objek wisata Geosite Sipinsur?

Jawab: dari pengalaman kita selama ini sesuai dengan pengunjung yang datang kesana dari semua kalangan potensi pariwisata di kabupaten humbang hasundutan.

Informan 2

A. Identitas

Nama : Harapan Sibarani S.S

Usia : 42 Tahun

Alamat : Doloksanggul

Jabatan : Kepala Seksi Promosi

B. Pertanyaan

1. Bagaimana potensi pariwisata di Kabupaten Humbang Hasundutan dan apa kelebihanannya bila dibandingkan dengan pariwisata di tempat lain?

Jawab: potensi pariwisata di Humbang Hasundutan itu utamanya adalah potensi wisata budaya dan sejarah sebenarnya yaitu sejarah dan budaya Raja Sisingamangaraja yang pertama sampai keduabelas. Nah, potensi wisata lainnya juga ada sangat kita andalkan misalnya seperti Sipinsur, kemudian lembah Bakkara, kemudian juga perairan Danau Toba, kemudian agro wisatanya juga kita sangat kita unggulkan. Karena wisatanya juga sangat mendukung disini di Kabupaten Humbang Hasundutan ini. Jadi ini sejalan semuanya antara potensi sejarah dan budaya, potensi wisata alam, dan potensi agro wisata. Jadi kelebihan nya dibanding tempat lain, kita tidak membandingkan sebenarnya, tapi andalan lah yang kita tonjolkan disini yaitu wisata sejarah dan budaya yang ada di Kabupaten Humbang Hasundutan.

2. Strategi apa yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dalam mempromosikan objek wisata Geosite Sipinsur di Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: yang pertama itu pastinya promosi melalui mulut ke mulut, dari pribadi ke pribadi lainnya, atau dari kita, keluarga, teman dan saudara misalnya. Kemudian promosi nya ada juga melalui media sosial facebook, instagram dan baru-baru ini kita juga membuat website yang namanya ITO, Informasi Tourism. Jadi ini masih baru kita launching yang bekerjasama dengan IT DEL Laguboti. Kita sudah buat namanya website terbaru ini baru dibuat dan masih tahap penyempurnaan. Kita sekarang sedang mengisi data-data ke website itu jadi bisa dikatakan masih tahap uji coba. Selanjutnya kita juga kadang melalui facebook pribadi kita, instagram pribadi kita juga ikut untuk mempromosikannya itu. Jadi tidak melulu hanya melalui media sosialnya dinas jadi pribadi pribadi juga ikut mempromosikannya termasuk juga Pemkab ikut mempromosikannya. Kita juga meminta kepada organisasi kepariwisataan kita seperti Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), kemudian pelaku usaha seperti Home stay atau perhotelan itu juga ikut ada kerjasama walaupun tidak tertulis sebenarnya tetapi itu dari hati ke hati. Jadi mereka dengan sukarela juga ikut mempromosikan. Kita juga kadang mempromosikannya kepada travel-travel agent yang datang berkunjung kepada kita ataupun kepada travel agent yang memiliki pengikut banyak di media social seperti lovely holidays yang dimedan itu. Kadang kita menyisipkan beberapa informasi kepariwisataan kita ke media social orang itu. Kemudian melalui media cetak juga dipromosikan, tetapi itu tidak rutin dilakukan biasanya dipromosikan ketika ada event dan kalo memang ada anggarannya kalo tidak ada anggarannya tidak mungkin karna yang biasa mempromosikan dan mempublikasikan itu adalah kominfo sebenarnya. Tetapi ketika kita itu ada event itu pasti ada.

Selain itu, bentuk promosinya ditempatkan seperti booklet, leaflet, ada juga dalam bentuk banner.

3. Siapa sajakah yang terlibat langsung dalam kegiatan promosi yang dilakukan dinas pariwisata pada objek wisata Geosite Sipinsur?

Jawab: yang pertama pastinya kita dari Dinas Pariwisata karna kebetulan kita ada bidang promosi dan kelembagaan, kemudian Pemkab secara umum ikut mempromosikan ini, kemudian pemerintah provinsi ikut juga mempromosikan ini. Jadi ini kita lihat juga dari kabupaten sampe kepusat. Kementerian juga ikut ya kemudian juga organisasi-organisasi kepariwisataan juga ikut mempromosikan potensi pariwisata ini. Termasuk juga tadi kelompok-kelompok pariwisata seperti Himpunan Pariwisata Indonesia (HPI), ada disini HPI di humbang hasundutan ini. Ini juga sebagai lini terdepan kita dalam mempromosikan pariwisata kita juga ini HPI ni.

4. Apakah ada bentuk kerja sama dari Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan dengan Dinas Komunikasi dan Informasi dalam promosi objek wisata Geosite Sipinsur?

Jawab: walaupun itu tidak tertulis pasti karna itukan satu, Pemkab itu kan satu jadi tidak harus tertulis itu kerjasamanya, tidak. Jadi ini padu semuanya ya lintas OPD namanya. Tidak hanya kominfo semuanya juga ikut, kitakan satu Pemkab humbang hasundutan itu. Jadi saling membantu mempromosikan potensi budaya dan pariwisata kita.

5. Siapakah yang menjadi sasaran kegiatan promosi objek wisata Geosite Sipinsur yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: secara umum masyarakat umum, untuk sekarang ini masih wisatawan domestik atau nusantara tapi sasaran kedepan harus dikunjungi juga oleh wisatawan luar negeri mancanegara. Tapi untuk saat ini sasaran utamanya yaitu domestik nusantara.

6. Manakah media promosi yang paling efektif digunakan dalam mempromosikan geosite sipinsur?

Jawab: Media promosi yang paling efektif saat ini yaitu media sosial. Melalui media sosial itu kan tidak mengeluarkan biaya yang besar, tapi sasarannya kan dunia itu sehingga kita bisa berkreasi disana walaupun dengan keterbatasan anggaran. Makanya kita mengutamakan media sosial itu, jadi dari kalangan masyarakat ekonomi menengah kebawah dan menengah keatas juga bisa melihat promosi kita melalui media sosial bahkan anak-anak sampai orang tua. Media sosial sebagai media promosi dikatakan lebih efektif dan efeasien karna orang sudah beralih dari media cetak ke media sosial, rata-rata sudah punya gadget.

7. Pada saat kapan promosi objek wisata Geosite Sipinsur dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: nah kalo secara online media sosial setiap saat itu, di facebook dan instagram bisa dilihat disana kegiatan kegiatan kepariwisataan. Dan kita juga promosi melalui pencetakan booklet, leaflet ada itu kita punya, buku pariwisata juga ada, videonya juga ada.

8. Setelah informasi mengenai promosi Geosite Sipinsur dipublikasikan, apakah informasi tersebut dilakukan lagi?

Jawab: Pasti itu, jadi promosi itu tidak harus satu kali, tidak. Jadi dia bisa berulang-ulang dan kita harus bisa mengcreate atau mengkreasikan agar pemirsa itu bisa merasa tertarik untuk melihat kembali. Caranya bagaimana, dari kualitas video, sudutnya, angle nya, narasinya jadi dia tidak sekali saja tapi berulang-ulang. Misalnya seperti sipinsur videonya hanya satu itu yang terus dibuat, tidak jadi itu bergantian.

9. Apakah ada bentuk desain-desain khusus mengenai publikasi promosi objek wisata Geosite Sipinnsur yang sudah diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: itu yang sebutkan jadi kalo misalnya hanya ada satu video itu tentunya akan membuat orang bosan sehingga videonya itu harus kita create. Bisa saja kita video dari youtube orang yang kita ambil gapapa juga kan kita sematkan juga disana sumbernya tapi ketika orang melihat itu wah. Jadi kita tidak melulu hanya itu-itu saja. Demikian juga dengan gambar, gambarkan juga kita pergi kesana dan kita ambil dari beberapa sudut.

10. Adakah kegiatan tahunan yang rutin dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan dalam mempromosikan objek wisata Geosite Sipinsur sebagai bentuk pemasaran langsung dengan pelaku wisata?

Jawab: ditahun lalu bahkan tahun ini sebenarnya ada itu pagelaran seni budaya namanya di objek wisata khususnya itu di sipinsur ada itu dibuat secara periodik satu kali seminggu atau satu kali sebulan, sesuai dengan anggaran yang tersedia. Tetapi karna ini sedang masa pandemic itu ditunda atau dibatalkan, kalau kegiatannya ada 2 atau 3 tahun yang lalu sudah berjalan itu.

11. Seberapa jauh jangkauan promosi objek wisata Geosite Sipinsur yang ditargetkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: Nah jadi begini, karna sipinsur ini juga termasuk salah satu geosite di salah satu Geopark Kaldera Toba di kabupaten humbang hasundutan, jadi ini sekarang Geopark Kaldera Toba itukan sudah masuk UNESCO Global Geopark artinya dia sudah masuk kelas dunia jadi memang seperti yang saya sampaikan tadi sipinsur ini juga diproyeksikan promosi nya itu tingkat dunia jadi tidak hanya kabupaten, provinsi dan nasional lagi yang mempromosikan. Jadi seberapa jauh jangkauan target promosi ya internasional, karna geosite sipinsur sudah masuk itu bagian dari UNESCO Global Geopark.

12. Apakah jangkauan target promosi tersebut sudah terealisasi?

Jawab: belum, walaupun sudah ada yang datang kemari orang-orang luar negeri. Karna apa pengesahan Gepark Kaldera Toba menjadi UNESCO Global Geopark itu beberapa tahun lalu itu kerika masa pandemi itu tahun 2020 yang lewat itu. Jadi kitakan membatasi pengunjung, kalo misalnya tidak masa pandemic pasti sudah dating juga itu. Demikian juga namanya kawasan Geopark yang ada di dunia ini bahkan, semuanya itu tidak hanya Negara lagi yang bertanggungjawab sudah ikut juga dunia yang bertanggung jawab untuk mempromosikan itu. Jadi sama dengan wilayah kita di humbang ini jadi ada 2 geosite di humbang ini satu sipinsur, satu lagi bakkara tipang namanya jadi 2 geositenya.

13. Berapa anggaran yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata dalam melakukan promosi objek wisata Geosite Sipinsur di Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: kita tidak bisa hanya untuk satu objek wisata saja, tidak bisa karna ini kita kan kompleks humbang hasundutan ini dan secara keseluruhan satu kabupaten. Tidak bisa kita sebutkan untuk sipinsur berapa tidak bisa, jadi secara keseluruhan anggarannya.

14. Adakah peningkatan wisatawan dari tahun ke tahun setelah dilakukannya upaya promosi objek wisata Geosite Sipinsur Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: pastinya ada, dan nanti bisa kita kasih grafik peningkatan kunjungan wisata disana.

15. Bagaimana hasil pelaksanaan kegiatan promosi yang dilaksanakan dinas pariwisata pada objek wisata Geosite Sipinsur, apakah sesuai dengan yang direncanakan?

Jawab: jadi kalau masalah sesuai atau tidak sesuai dengan yang direncanakan itu tidak semuanya itu sesuai, tetapi paling tidak itu 80 sampai 90% persen dari harapan kita itu tercapai, artinya apa kalau kita buat di media sosial kita berharap ada tanggapan dari pemirsa dan betul ada tanggapan dan ditanggapi ada yang like, berkomentar dan menshare. Kemudian kalau kita lihat dilapangan memang betul banyak orang yang datang ke sipinsur itu. Dari target misalnya kita menargetkan minggu depan 1000 orang misalnya lebih sering dari target kita itu melebihi dari situ. Yang kita fikir 500 orang yang datang padahal 1000 orang. Khususnya di akhir pekan dan hari-hari libur, jadi kalau kita lihat ini bukan lagi hanya melalui promosi dinas pariwisata saja, tidak. jadi ada media-media lain juga tanpa tanda kutip dengan adanya kerjasama ikut juga mempromosikan

ini diluar yang kita kenal. Kemudian juga para youtubers tidak semua kita kenal ikut juga mempromosikan. Dampaknya sangat luar biasa itu artinya memang kekerabatan dan rasa kasih sayang masih kuat la diantara kita, walaupun kan gak ada istilah bayar membayar disana. Kalaupun masalah itung-itungan pendapatan dari youtuber kan itu masalah mereka, tapi paling tidak kita sudah mendapatkan imbasnya.

16. Apa sajakah faktor yang menjadi pendukung dalam promosi objek wisata Geosite Sipinsur?

Jawab: Yang pertama memang keindahan alam itu, jadi kalau wisata sipinsur sangat indah memang. Jadi kita sangat senang untuk mempromosikannya kemudian juga sipinsur ini sudah dikenal orang sebenarnya makanya promosi kita juga semakin didukung. Kemudian dari segi kebersihannya juga terjaga karna sudah ada petugas disana. Berikutnya yang tadi itu sipinsur itu merupakan geosite geopark kaldera toba yang diandalkan dikawasan danau toba. Jadi itu membuat daya dukung untuk promosinya. Nah tahun 2018 objek wisata sipinsur itu juara I dataran tinggi terpopuler se Indonesia. Anugrah Pesona Indonesia Namanya (API) dan itu ikut njuga melambungkan objek wisata sipinsur ini.

17. Kendala apa yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata dalam pelaksanaan promosi objek wisata Geosite Sipinsur Kabupaten Humbang Hasundutan?

Jawab: kalau kendalanya pasti di keterbatasan anggaran, kemudian yang kedua yang saya sebutkan SDM kami yang disini, standard nya belum memenuhi standard mungkin. Tetapi apa yang kami lakukan sudah kami lakukan semaksimal mungkin. Karna kami disini jujur, kalau untuk jurusan IT tidak ada disini, dan kami selalu minta tolong dan tanda kutip bekerja

sama dengan pihak Dinas Kominfo karna ada disana tenaga untuk itu, kemudian secara manual kami juga belajar untuk itu.

18. Adakah pengaruh fasilitas geosite sipinsur terhadap promosi objek wisata Geosite Sipinsur?

Jawab: pasti, ada misalnya adanya jogging track disana, ada selasar, kemudian ada juga menara pandang disana kemudian ada sarana pagelaran seni budaya disana, ada juga sarana permainan anak-anak. Fasilitas itu semua sangat berpengaruh karna menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan itu membuat orang lumayan enak juga disana, selain kita juga menjaga kelestarian, keaslian alam sipinsur itu. Karna disana orang pada umumnya menikmati pemandangan alam dan udara segar yang ada disana, pepohonannya sangat rindang disana.

19. Seperti apa harapan Dinas Pariwisata kedepannya bagi objek wisata Geosite Sipinsur?

Jawab: ya kunjungan wisata semakin meningkat kemudian berdampak kepada peningkatan perekonomian masyarakat yang disana itu. Jadi kita berharap masyarakat yang disana itu juga ikut menikmati dan ikut berperan dalam kepariwisataan itu. Menikmati dalam arti apa mereka ikut berusaha disana tidak hanya didalam itu bisa juga disekitaran itu, misalnya dengan produk-produk pertanian mereka. Secara umum petani menghasilkan sayur-sayuran, buah-buahan. Bisa juga membuka usaha-usaha kepariwisataan misalnya kuliner, souvenir kan bisa juga disitu. Walaupun didalam sudah ada tidak tertutup kemungkinan yang disepanjang jalan ini bisa dibuka, karna tidak hanya dipinsur saja lokasi wisata disampingnya itu sudah ada dibuka, dan itu dampaknya sipinsur itu yang dulunya tidak

begitu dikenal orang dan tidak bergitu tertarik, sekarang orang-orang usdah tertarik membuka usaha. Sudah ada disana sekelas hotel, itulah harapan kedepannya masyarakat ikut menikmati dan ikut berperan serta di wisata itu.

Informan 3

A. Identitas

Nama : Rentojohan Simamora

Usia : 38 Tahun

Alamat : Pasaribu

Jabatan : Pemandu Wisata

B. Pertanyaan

1. Seperti apa bentuk aplikasi ito yang dibuat oleh Dinas Pariwisata Humbang Hasundutan

Jawab: jadi aplikasi ito ini sebenarnya artinya ito (informasi tourism) berbentuk web dan map, dimana bisa dilihat di situs ito.humbanghasundutankab.go.id

2. Kapankah aplikasi ito itu dibuat?

Jawab: aplikasi ito itu dibuat pada tahun 2020

3. Siapa yang membuat aplikasi ito tersebut?

Jawab: jadi yang membuat aplikasi itu itu yaitu Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan yang bekerja sama dengan IT Del (Institute Teknologi Del)

4. Apa tujuan dibuatnya aplikasi itu tersebut

Jawab: nah jadi aplikasi itu ini dibuat istilahnya yang pengen tau wisata yang ada di humbang hasundutan bisa dilihat melalui situs ini.

5. Apakah dengan adanya aplikasi itu tersebut membuat kunjungan pariwisata di Kabupaten Humbang Hasundutan semakin meningkat?

Jawab: kunjungan wisata ya mengingkatklah, kunjungan meningkat dan ekonomi juga meningkat pastinya kan.

6. Jadi siapa sasaran utama dibuat nya aplikasi itu ini ?

Jawab: wisatawan lokal pastinya dan wisatawan mancanegara, tapi karna kondisi saat ini sedang pandemi mana bisa lagi, apalagi mancanegara mana bisa masuk ke kita ini.

Informan 4

A. Identitas

Nama : Saut Sitinjak

Usia : 43 Tahun

Alamat : Desa Bonanionan Kec. Doloksanggul

Jabatan : Kepala Seksi Industri Pariwisata

B. Pertanyaan

1. Bagaimana sejarah Geosite Sipinsur?

Jawab: jadi sipinsur itu sejarahnya adanya letusan gunung toba dan pada tahun 70an dijadikan areal reboisasi daerah tangkapan air danau toba dengan penanaman pohon tusam atau pinus. Dan pada tanggal 28 juli 2003 peresmian Kabupaten Humbang Hasundutan sekaligus pemekaran Geosite Sipinsur yang dijadikan daya tarik terhadap wisata itu. Pada tahun 2018 sipinsur pernah mendapat juara pertama API atau Ajang Pesona Indonesia.

2. Berapa luas lahan Geosite Sipinsur?

Jawab: luas sipinsur 4, 2 hektar

3. Bagaimana status kepemilikan Geosite Sipinsur

Jawab: status kepemilikan geosite sipinsur sah sertifikat pemerintah Kabupaten Humbang Hasundutan.

4. Fasilitas apa saja yang tersedia di Geosite Sipinsur?

Jawab: fasilitas disana yaitu: pos jaga, open stage, restoran, kuliner, geos pameran, galeri, gajebo, ruang doa, jogging track, selasar.

5. Apa saja program pengembangan geosite sipinsur?

Jawab: program nya itu seperti sanggar seni, yang difasilitasi pemerintah kabupaten Humbang Hasundutan.

6. Berapa orang petugas yang mengelola kawasan Geosite Sipinsur?

Jawab: terdapat 5 orang dan tugasnya melaksanakan pelayanan, pembersihan, perawatan dan pemeliharaan di lokasi wisata Geosite Sipinsur.



SURAT IZIN PENELITIAN/RISET



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL
Jl. William Iskandar Pasar V Medan Estate 20371
Telp. (061) 6615683-6622925 Fax. 6615683

Nomor : B.2258/TS.I/KS.02/09/2021

10 September 2021

Lampiran : -

Hal : Izin Riset

**Yth. Bapak/Ibu Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang
Hasundutan**

Assalamulaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat, diberitahukan bahwa untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial adalah menyusun Skripsi (Karya Ilmiah), kami tugaskan mahasiswa:

Nama	: Ahmad Deny Sinambela
NIM	: 0105173234
Tempat/Tanggal Lahir	: Doloksanggul, 04 Desember 1999
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: IX (Sembilan)
Alamat	: JL.MELANTHON.S NO.34 DOLOKSANGGUL Kelurahan PASAR DOLOKSANGGUL Kecamatan DOLOKSANGGUL

untuk hal dimaksud kami mohon memberikan Izin dan bantuannya terhadap pelaksanaan Riset di Jl. Bonandolok Km 3, Desa Purba Dolok, Kecamatan Doloksanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatera Utara, guna memperoleh informasi/keterangan dan data-data yang berhubungan dengan Skripsi (Karya Ilmiah) yang berjudul:

***Strategi Komunikasi Promosi Geosite Sipinsur Pada Dinas
Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan***

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Medan, 10 September 2021
a.n. DEKAN
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan



Digitally Signed

Dr. H. SORI MONANG, M.Th



PEMERINTAH KABUPATEN HUMBANG HASUNDUTAN
DINAS PARIWISATA

Jl. Letkol PH. Purba Km.3 Kompleks Perkantoran Purba Dolok, Doloksanggul
Telp. (0633) 31306, Kode Pos 22457
Website: <https://dispar.humbanghasundutankab.go.id>
Email : dispar@humbanghasundutan.go.id

Doloksanggul, 7 September 2021

Nomor : 556/684/Pariwisata/IX/2020
Sifat : Biasa
Lampiran :
Perihal : **Pemberian Izin Melaksanakan Riset**

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial,
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
di -

Tempat

Sehubungan dengan Surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Nomor: B.2258/IS.I/KS.02/09/2021 tanggal 10 September 2021 perihal Izin Riset.

Sekaitan dengan hal tersebut disampaikan bahwa kami memberikan izin dan menerima mahasiswa :

Nama : **Ahmad Deny Sinambela**

NIM : 0105173234

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan riset di Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan dalam rangka melengkapi penulisan karya ilmiah dengan Judul "Strategi Komunikasi Promosi Geosite Sipinsur Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan".

Perlu kami sampaikan setelah melaksanakan riset agar melaporkan hasil ke Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan.

Demikian disampaikan untuk dipergunakan seperlunya.

Plt. Kepala Dinas Pariwisata



Drs. JONNY GULTOM
Pembina Utama Muda
NIP. 19640831 198903 1 003