

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Budiman Purba

NIM : 94311040251

Program Studi : Komunikasi Islam

Judul Disertasi : Model Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata  
Dalam Pemasaran Objek Wisata Islami Di Kota Banda Aceh

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa disertasi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bebas dari peniruan terhadap karya dari orang lain. Adapun pendapat dan tulisan orang lain dikutip sesuai dengan aturan penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam disertasi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut

Medan, Oktober 2014  
Yang membuat pernyataan,

Budiman Purba

## **PERSETUJUAN**

Disertasi Berjudul

Model Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Pemasaran Objek  
Wisata Islami Di Kota Banda Aceh.

Oleh

Budiman Purba

NIM 94311040251

Dapat disetujui dan disahkan sebagai persyaratan memperoleh gelar Doktor pada Program  
Studi Komunikasi Islam Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara.

Medan, Oktober 2014

Pembimbing I



Prof. Dr. Asmuni, MA  
NIP. 19580820 198203 1 001

Pembimbing II



Prof. Dr. Yusnadi, MS  
NIP. 19610109 198703 1 003

### PENGESAHAN

Disertasi berjudul “Model Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Pemasaran Objek Wisata Islami Di Kota Banda Aceh” an. Budiman Purba, NIM 94311040251, Program Studi Komunikasi Islam telah diuji dalam Sidang Tertutup Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara pada tanggal 22 Desember 2014.

Disertasi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Doktor (Dr) pada Program Studi Komunikasi Islam.

Medan, Januari 2015

Panitia Sidang Tertutup Disertasi  
Program Pascasarjana UIN-SU

Ketua,

Sekretaris

Prof. Dr. H. Ramli Abdul Wahid, MA  
NIP. 19541212 198803 1 003

Anggota

Dr. HafsaH, MA  
NIP 19640527 199103 2 003

Prof. Dr. Asmuni, MA  
NIP. 19580820 198203 1 001

Prof. Dr. Yusnadi, MS  
NIP. 19610109 198703 1 003

Prof. Dr. Syukur KholiL, MA  
NIP. 196402091 198703 1 003

Prof. Dr. Mohammad Hatta, MA  
NIP. 19500609 197803 1 001

Prof. Dr. Suwardi Lubis, MS  
NIP. 131460572

Mengetahui,  
Direktur PPs UIN-SU

Prof. Dr. H. Ramli Abdul Wahid, MA  
NIP. 19541212 198803 1 003

## PENGESAHAN

Disertasi berjudul “Model Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Pemasaran Objek Wisata Islami Di Kota Banda Aceh” an. Budiman Purba, NIM 94311040251, Program Studi Komunikasi Islam telah diuji dalam Sidang Terbuka (Promosi Doktor) Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara pada tanggal 5 Pebruari 2015.

Disertasi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Doktor (Dr) pada Program Studi Komunikasi Islam.

Medan, Pebruari 2015

Panitia Sidang Terbuka Disertasi

Program Pascasarjana UIN-SU

Ketua,

Sekretaris

Prof. Dr. Nur A. Fadhil Lubis, MA  
NIP. 19541117 19850 1 004

Anggota

Prof. Dr. H. Ramli Abdul Wahid, MA  
NIP. 19541212 198803 1 003

Prof. Dr. Asmuni, MA  
NIP. 19580820 198203 1 001

Prof. Dr. Yusnadi, MS  
NIP. 19610109 198703 1 003

Prof. Dr. Syukur Kholil, MA  
NIP. 196402091 198903 1 003

Prof. Dr. Mohammad Hatta, MA  
NIP. 19500609 197803 1 001

Prof. Dr. Suwardi Lubis, MS  
NIP. 131460572

Mengetahui,  
Direktur PPs UIN-SU

Prof. Dr. H. Ramli Abdul Wahid, MA  
NIP. 19541212 198803 1 003

## *ABSTRAK*

Nama : Budiman Purba

NIM : 94311040251

Judul : Model Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Pemasaran Objek Wisata Islami di Kota Banda Aceh.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana model perencanaan komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam pemasaran objek wisata Islami di Kota Banda Aceh. 7 (tujuh) sub pertanyaan adalah : Bagaimana merencanakan pemecahan permasalahan-permasalahan yang dihadapi, Bagaimana merencanakan khalayak sasaran komunikasi, Bagaimana merencanakan tujuan, Bagaimana merencanakan pendekatan komunikasi, Bagaimana merencanakan pengembangan pesan komunikasi, Bagaimana merencanakan saluran komunikasi, dan Bagaimana mengevaluasi implementasi perencanaan komunikasi.

Kerangka teori yang digunakan adalah perencanaan komunikasi, pemasaran dan pariwisata. Model Perencanaan Komunikasi Assifi & French, Model Perencanaan Komunikasi Middleton, dan Model Perencanaan Komunikasi P-Process dijadikan sebagai acuan dalam menjawab tujuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian studi kasus. Data diperoleh melalui pengamatan, dokumentasi, jenisnya antara lain foto, gambar, dan notulen. Data utama diperoleh melalui wawancara. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dan interpretatif. Data diproses menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu melalui tiga langkah, yang pertama melakukan reduksi data, kedua menyajikan data, dan kemudian penarikan atau verifikasi kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Model Perencanaan Komunikasi Dalam Pemasaran Objek Wisata Islami pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banda Aceh memiliki unsur-unsur yang terdapat pada model Assifi dan French, Middleton dan P-Proses. Beberapa perbedaan dalam merencanakan dan menetapkan unsur-unsur dalam tahapan komunikasi antara lain adalah dalam menetapkan dan merumuskan masalah dan segmentasi khalayak. Kedua tahapan tersebut dalam model Assifi dan French, Middleton dan P-Proses ditetapkan dan dirumuskan melalui sebuah penelitian, sehingga prosesnya memerlukan waktu dan biaya. Proses ini tidak terjadi pada perencanaan komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banda Aceh. Perbedaan lain adalah belum adanya penempatan staf pegawai yang memiliki kompetensi bidang komunikasi sehingga terdapat kesulitan dalam mengelola pesan dan media untuk kerberhasilan penyampaian informasi kepada khalayak utama serta umpan balik yang diharapkan. Faktor lain adalah berkenaan dengan masalah dana untuk perencanaan saluran komunikasi. Terdapat kesulitan untuk mengukur tingkat keberhasilan dari perencanaan komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banda Aceh, jika menggunakan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atau wisatawan nusantara sebagai kriterianya. Sasaran dalam pemasaran pariwisata belum berorientasi pada pencapaian target jumlah wisatawan yang diharapkan berkunjung sebagaimana mestinya. Pemasaran pariwisata lebih kepada mengenalkan potensi objek wisata yang ada di Kota Banda Aceh.

## *ABSTRACT*

Budiman Purba, 2014 *Communication Planning Model of office of Culture and Tourism in Marketing Islamic Attractions in Banda Aceh*. Dissertation, Communication Studies Program Islamic, Islamic Institute of North Sumatra, Advisor I Prof. Dr. Asmuni, MA, Advisor II Prof. Dr. Yusnadi, MS.

This research aims to find out How communication planning model Office of Culture and Tourism in marketing Islamic attractions in Banda Aceh. 7 (seven) sub-question is: How to plan the problems faced in marketing to communicate Islamic attraction, How to plan the target audience in marketing communications Islamic attraction, How to plan marketing purposes to be communicated in the Islamic attraction, How to plan for a communication approach achieve the goals of Islamic tourism marketing, How to plan the development of tourist marketing communication messages in Islamic, How to plan communication channels in Islamic tourism markets, and How to evaluate the implementation of marketing communications planning in the Islamic attraction. Communication Planning Model Assifi & French, Middleton Communication Planning Model, and Model P-Process Communication Planning be use as a comparison.

Theoretical framework used is a communications planning, marketing and tourism. Communication Planning Model Assifi & French, Middleton Communication Planning Model, and Model P-Process Communication Planning serve as a reference in answering the research objectives.

This study uses a qualitative approach, with a case study. The data obtained through observation, documentation, photographs, images, and interviews. Data analysis was performed by descriptive qualitative and interpretative. The data is processed using a model of Miles and Huberman, namely through three steps, the first to perform data reduction, both presenting the data, and then withdrawal or verification conclusion.

The results showed that the Marketing Communication Planning Model Attractions in Islamic Culture and Tourism Office in Banda Aceh has the elements contained in the model Assifi and French, Middleton and P-Process. Some differences in planning and setting elements in the communication phases include in defining and formulating the problem and audience segmentation. The second stage in the model Assifi and French, Middleton and P-Process defined and formulated through a study, so the process takes time and costs. This process does not take place on communication planning *of office* of Culture and Tourism of Banda Aceh. Another difference is the absence of staffing employees have the competence areas of communication so that there are difficulties in managing the message and the media for the successful delivery of information to key audiences as well as the expected feedback. Another factor is the regard to the issue of funding for the planning of the communication channel. There is the difficulty to measure the success rate of the communication plan *of office* of Culture and Tourism of Banda Aceh, when using the number of tourist arrivals or tourists as criteria. Targets in tourism marketing is not oriented towards achieving the target number of tourists are expected to visit as it should. Marketing is to introduce potential tourism attractions in the city of Banda Aceh.

## الإختصار

الاسمي : بوديمان فوربا  
رقم القيد : 94311040251  
موضع البحث : فن تخطيط حوار قسم شؤون الثقافة  
والسياحية في تسويق المناطق السياحية  
الإسلامية في مدينة باندا أجييه

الهدف من هذا البحث لمعرفة طريقة فن تخطيط حوار قسم شؤون الثقافة والسياحية في تسويق المناطق السياحية الإسلامية في مدينة باندا أجييه. سبع أسئلة الفرعية الملقاة: كيف يخطط المسائل المتواقة، كيف يخطط الحوار إلى الشعب العام، كيف يخطط الغاية، كيف يخطط عن طريقة تقرب الحوار، كيف يخطط إنتماء توصية الحوار، كيف يخطط كل طرق الحوار، كيف إعادة ملاحظة التطبيق في تخطيط الحوار. شكل الطريقة المستعملة هي تخطيط الحوار، التسويق والسياحية. موضة تخطيط الحوار Assifi dan Middleton , موضة تخطيط الحوار French , موضة تخطيط الحوار P-Process هو الحوار الأصلي لاستجاب هدف هذا البحث.

نوع هذا البحث نوعي من خلال دراسة الظواهر. تستنتج البيانات عن طريق النظري، جمع الملفات، ومن أنواعه هي الصورة الشمية، الصورة العادية، والتذوينات. يستنتاج أعلى البيانات عن طريق المقابلة وتحليل البيانات عن طريق الاستقراء والنوعي والتفسيري. إدارة البيانات باستعمال موضة Miles dan Huberman وهي ثلاثة خطوات، الخطة الأولى انحسار البيانات، والثانية تقديم البيانات، والثالثة ملاحظة النتائج. نتائج البحث تدل على أن موضة تخطيط الحوار في تسويق المناطق السياحية الإسلامية بقسم شؤون الثقافة والسياحية باندا أجييه تمتلك العناصر الموجودة في موضة P-, Assifi dan French , Middleton . لتخطيط وتقرير العناصر أشياء مفرقة في تدرج الحوار ومنها في تقرير و صياغة المسئلة والشعب العام.

هذا التدرج في موضة P-Process, Middleton , Assifi dan French تقرر وتقام بصياغته عن طريق البحث إلى أن تحتاج اجرائاته الوقت والمصروفه. هذه الإجراءات لاتطبق في تخطيط حوار قسم شؤون الثقافة والسياحية باندا أجييه. وهذا الفرق بسبب عدم توظيف الموظف الذي له مهارة في شؤون الحوار إلى أن تأتي الصعوبات في إدارة التوصية والوسيلة لنجاح إلقاء المعلومات إلى أخص الشعب ورد الفعل الذي يرجا به. العامل الآخر هو يتعلق بالمصروفه لتخطيط طرق الحوار. وجود الصعوبات لمقدار طبقة النجاح من تخطيط الحوار بقسم شؤون الثقافة والسياحية في مدينة باندا أجييه، وهو إذا أشار عدد الزوار من السياحين الخارجين والداخلين لمواصفاته. الهدف في تسويق السياحة لم يتوجه نظره لحصول المقصود عن عدد السياحين الذين ترجا زيارتهم على مايرام. يتوجه تسويق السياحة أشد نظره إلى إعلام المناطق السياحية الموجودة في مدينة باندا أجييه

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadiratMu ya Allah atas kasih dan karunia yang telah Engkau limpahkan, sehingga penulisan disertasi ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi syarat memperoleh gelar Doktor Program Studi Komunikasi Islam pada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Shalawat beriring salam kepada junjungan kita, Nabi Muhammad Saw, keluarga serta sahabatnya, semoga kiranya kita kelak mendapatkan safaat dari beliau di hari akhir nanti, amin ya rabbal a'lamin.

Seperti kata pepatah tiada gading yang tak retak, sifat itu juga tentunya ada pada diri penulis. Oleh karenanya penyusunan disertasi ini baik dalam penguasaan bahasa maupun analisisnya masih jauh dari sempurna. Untuk itu, tiada salahnya penulis mohon petunjuk dan bimbingan dalam penyempurnaannya.

Akhirnya tanpa keterlibatan berbagai pihak, penyelesaian disertasi ini niscaya akan dapat berjalan dengan baik. Selayaknya ucapan terima kasih penuh rasa hormat pertama-tama penulis persembahkan kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda Alm. H.G. Purba dan Ibunda Hj. R. Br. Sembiring, Mertua penulis H.OK. Sairy dan Alm. Mahlis. Kepada isteri yang terkasih Ir. Hj. Aisyah Sairy, MSi dan anak-anak tercinta Muhammad Hadi Ghazali Purba, Arief Budiman Purba, dan Audyta Ramadhani Purba serta seluruh keluarga penulis yang telah membantu baik moril maupun materil dalam penyelesaian pendidikan penulis. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada komisi pembimbing, Bapak Prof. Dr. Asmuni, MA selaku Promotor dan Bapak Prof. Dr. Yusnadi, MS, selaku Co-Promotor yang telah memberikan banyak bimbingan dan petunjuk serta semangat kepada penulis dalam penyelesaian disertasi ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya juga penulis sampaikan kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
2. Direktur dan Pembantu Direktur beserta segenap staf pengajar dan administrasi Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara atas kesempatan dan bantuan yang diberikan selama masa pendidikan.

3. Ketua Program Studi Komunikasi Islam Bapak Prof. Dr. H. Syukur Kholil, MA atas segala bimbingan dan petunjuk serta semangat sejak awal perkuliahan sampai dengan selesainya penulisan disertasi ini.
4. Bapak Prof. Dr. H. Suwardi Lubis, MS atas kesediaan, kesempatan serta bimbingan yang diberikan selama masa pendidikan
5. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banda Aceh Bapak Drs. T. Samsuar, MSi beserta seluruh staf teknis maupun administrasi, yang telah membantu penulis dari awal hingga selesai penelitian ini. Secara khusus kepada Bapak Hasnanda Putra, ST, MM, Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran, Bapak Said Fauzan, SSTP, MA Kepala Seksi Promosi, Bapak Hasrul Sani, SE Kepala Seksi Pemasaran, Bapak Muhammad Iqbal, SSTP Kepala Seksi Kerjasama, Bapak Zainal Arifin, S.Sos Kepala Bidang Pembinaan dan Pengawasan, Bapak Eddy Satiadi Irawan, ST, MT Kepala Seksi Potensi, Objek dan Kawasan Wisata, dan Bapak Safriadi, S.Sos Kepala Seksi Pelestarian Adat Istiadat dan Nilai Tradisional atas kesabaran dan keikhlasannya dalam diskusi dan wawancara selama waktu penelitian.
6. Ketua Yayasan Pendidikan Dharmawangsa Bapak H. Muzakkir, SE, atas kesempatan dan bantuan yang diberikan selama masa pendidikan.
7. Rektor dan seluruh civitas akademika Universitas Dharmawangsa Medan atas segala dukungan selama masa pendidikan
8. Sahabat-sahabat penulis mahasiswa reguler Angkatan II Program Studi Komunikasi Islam Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
9. Kolega dan seluruh rekan-rekan penulis atas dukungan dan sumbang sarannya selama waktu pendidikan.

Ya Allah berkahilah mereka dengan rakhmat dan karunia Mu atas segala keikhlasan dukungan dan bantuan yang mereka berikan kepadaku. Amin ya Rabbal a'lamin.

Medan, Januari 2015

Budiman Purba

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Transliterasi Arab-Indonesia, pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158/1997 dan 0543b/U/1987

### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'		Be
ت	ta'	b	Te
ث	sa'	t	Es (dengan titik di atas)
ج	jim	s	Je
ح	h{a'	j	Ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	h	Ka dan Ha
د	dal	kh	De
ذ	z al	d	Zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	z	Er
ز	zai	r	Zet
س	sin	z	Es
ش	syin	s	Es dan Ye
ص	s}a>d	sy	Es (dengan titik di bawah)
ض	d{ad{	s	De (dengan titik di bawah)
ط	t}a'	d	Te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a'	t	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	z	Koma terbalik di atas
غ	gain	.	Ge
ف	fa'	g	Ef
ق	qa>f	f	Qi
ك	ka>f	q	Ka
ل	lam	k	El
م	mim	l	Em
ن	nun	m	En
و	wawu	n	We
ه	ha'	w	Ha
ء	hamzah	h	Apostrof
ي	ya'	y'	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (monoftong) dan vokal rangkap (diftong). Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf.

Contoh vokal tunggal :      كَسْرَةٌ    ditulis    kasara

جَعْلٌ    ditulis    ja‘ala

Contoh vokal rangkap :

a. Fathah + yā’ tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai (أي).

Contoh: كَيْفٌ    ditulis    kaifa

b. Fathah + wāwu mati ditulis au (او).

Contoh: هَوْلٌ    ditulis    haula

## 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang di dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda. Vokal panjang ditulis, masing-masing dengan tanda hubung (-) diatasnya

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا ...	Fathah dan alif	â	a dengan garis di atas
ي ...	Atau fathah dan ya		i dengan garis di atas
ي ...	Kasrah dan ya	î	u dengan garis di atas
و ...	Dammah dan wau	û	u dengan garis di atas

Contoh :      قَالَ    ditulis    qâla

قِيلَ    ditulis    qîla

يَقُولُ    ditulis    yaqûlu

## 4. Ta marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu : ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta' marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al-serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh : رُوضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *rauḍah al-atfāl*  
atau  
رُوضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *rauḍatul atfāl*

## 5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Jika huruf ى ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah ـى, maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (i).

Contoh : رَبَّنَا ditulis rabbanâ  
قَرَبَ ditulis qarraba  
الْحَدُّ ditulis al-ḥaddu

## 6. Kata Sandang Alif + Lam (اًل)

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu :

Kata sandang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu atau huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya.

Contoh : الرَّجُلُ ditulis ar-rajulu  
الشَّمْسُ ditulis as-syamsu

Kata sandang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditulislal-.

Contoh : الْمَلِكُ ditulis al-Maliku

## 7. Hamzah

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir kata, maka ditulis dengan tanda apostrof (').

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara, bisa terpisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh :

وَإِنَّ اللَّهَ لَأَكْبَرُ حَيْثُ الرَّازِقُينَ

Ditulis Wa innallâha lahuwa khair al-râziqîn

Atau Wa innallâha lahuwa khairurrâziqîn

## 9. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem huruf Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf kapital tetap digunakan. Penggunaan huruf kapital sesuai dengan EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk penulisan huruf awal, nama diri, dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh : البُخَارِيُّ ditulis al-Bukhârî

البَيْهَقِيُّ ditulis al-Baihaqî

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	x
DAFTAR ISI .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	17
C. Rumusan Masalah .....	17
D. Tujuan Penelitian .....	18
E. Manfaat Penelitian .....	18
<b>BAB II KERANGKA TEORI .....</b>	<b>19</b>
A. Pengertian Komunikasi .....	19
B. Perencanaan Komunikasi .....	22
C. Model Perencanaan Komunikasi .....	33
1. Model Perencanaan Komunikasi oleh Assifi & French .....	34
2. Model Perencanaan Komunikasi oleh Middleton .....	42
3. Model Perencanaan Komunikasi P-Proses .....	45
D. Pengertian Pemasaran .....	52
E. Pemasaran Pariwisata .....	56
F. Wisata dan Objek Wisata Dalam Pandangan Islam .....	60
G. Kajian Terdahulu .....	80

BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	87
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	87
B. Lokasi Penelitian .....	87
C. Jenis dan Sumber Data .....	88
D. Instrumen Penelitian .....	88
E. Teknik Penentuan Informan Penelitian .....	89
F. Teknik Pengumpulan Data .....	89
G. Teknik Analisis Data .....	90
H. Keabsahan Data .....	93
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	97
A. Hasil Penelitian .....	97
1. Temuan Umum .....	97
a. Deskripsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banda Aceh .....	97
b. Deskripsi Objek Wisata Islami .....	121
2. Temuan Utama .....	136
a. Perencanaan pemecahan permasalahan-permasalahan yang dihadapi untuk dikomunikasikan dalam pemasaran objek wisata Islami ...	136
b. Perencanaan khalayak sasaran komunikasi dalam pemasaran objek wisata Islami .....	143
c. Perencanaan tujuan untuk dikomunikasikan dalam pemasaran objek wisata Islami .....	148
d. Perencanakan pendekatan komunikasi untuk mencapai sasaran pemasaran wisata Islami .....	153
e. Perencanaan pengembangan pesan komunikasi dalam pemasaran objek wisata Islami .....	159
f. Perencanaan saluran komunikasi dalam pemasaran objek wisata Islami .....	166
g. Evaluasi implementasi perencanaan komunikasi dalam pemasaran objek wisata Islami .....	169

B. Pembahasan .....	171
1. Pembahasan Hasil Temuan .....	171
2. Pembahasan Dengan Penelitian Terdahulu .....	201
C. Usulan Model Perencanaan Komunikasi Dalam Pemasaran	
Objek Wisata Islami .....,,,	205
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	220
A. Kesimpulan .....	220
B. Saran .....	222
DAFTAR PUSTAKA .....	224
LAMPIRAN .....	230

## DAFTAR TABEL

No. <b>Tabel</b>	Judul Tabel	Halaman
1.1.	Perkembangan Bulanan Wisatawan Mancanegara Tahun 2007-2012 ..	3
1.2.	Perkembangan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara Tahun 2008-2012 .....	4
1.3	Jumlah Tamu Mancanegara Yang Datang Ke Provinsi Aceh (Orang) 2008-2012 <i>Total of foreign quest in Aceh Province (persons) 2008- 2012 .....</i>	9
1.4.	Jumlah Tamu Nusantara Yang Datang Ke Provinsi Aceh (Orang) 2008-2012 <i>Total of domestic quest in Aceh Province (persons) 2008- 2012 .....</i>	10
4.1.	Rincian Pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banda Aceh Berdasarkan Jabatan .....	107
4.2	Rincian Pegawai Negeri Sipil Berdasarkan Golongan .....	107
4.3	Rincian Sarana dan Fasilitas pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banda Aceh .....	108
4.4	Theories In Planning: Implications .....	186

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>No. Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
3.1	Model Analisis Interaktif Miles & Huberman .....	91
3.2.	Teknik Penjamin Keabsahan Data Penelitian Kualitatif .....	93
3.3.	Penjaminan Keabsahan Data Melalui Kesahihan Internal .....	94
4.1	Bagan Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banda Aceh .....	106
4.2.	Segmentasi Khalayak .....	179
4.3.	Perencanaan Tujuan .....	182
4.4.	Model Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banda Aceh .....	200
4.5	Usulan Model Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banda Aceh .....	214

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>No. Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1.	Panduan Wawancara Mendalam ( <i>Indepth Interview Guide</i> )	233
2.	Transkrip Wawancara	235
3.	Foto Objek Wisata Islami	252
4.	Peraturan Walikota Banda Aceh No. 27 Tahun 2007	259
5.	Notulen Rapat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banda Aceh	262
6.	Surat Persetujuan Judul Disertasi	268
7.	Surat Penunjukan Pembimbing	269
8.	Surat Keterangan Izin Penelitian	270
9.	Surat Keterangan Penelitian	271
10.	Kartu Bimbingan Disertasi	272
10.	Daftar Riwayat Hidup	273