

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA KOTA MAKASSAR DALAM
MENSOSIALISASIKAN LORONG WISATA**



Oleh:

MASVITA ANWAR

Nomor Induk Mahasiswa : 105651108020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2024

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA KOTA MAKASSAR DALAM
MENSOSIALISASIKAN LORONG WISATA**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi dan
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun dan Diajukan Oleh:
Masvita Anwar
Nomor Stambuk: 105651108020

Kepada

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan
Informatika Kota Makassar dalam
Mensosialisasikan Lorong Wisata

Nama Mahasiswa : Masvita Anwar

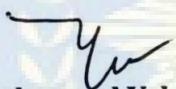
Nomor Induk Mahasiswa : 105651108020

Program Studi : Ilmu komunikasi

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Muhammad Yahya, M.Si
NIDN. 1205106501


Dr. Syukri, S.Sos., M.Si
NBM. 923 568

Mengetahui:

Dekan

Ketua Program Studi


Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si
NBM. 730 727


Dr. Syukri, S.Sos., M.Si
NBM. 923 568

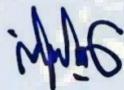
HALAMAN PENERIMAAN TIM

Telah Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar dengan nomor 0264/FSP/A.4-II/V/45/2024 sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dengan memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi Ilmu Komunikasi yang dilaksanakan di Makassar pada hari selasa, Tanggal 21 Mei 2024

Mengetahui

Ketua

Sekretaris



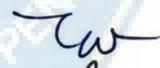
Dr. Hj. Ihvani Malik, S.Sos., M.Si
NBM. 730727



Dr. Andi Luhur Prianto, S.IP., M.Si
NBM. 992797

Tim Penguji

1. Dr. Muhammad Yahya, M.Si
2. Dr. Syukri, S.Sos., M.Si
3. Indah Pratiwi, S.Sos., M.A

()
()
()

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Masvita Anwar

Nomor Induk Mahasiswa : 105651108020

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa benar Skripsi penelitian ini adalah karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari sumber lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 14 Maret 2024

Yang Menyatakan,

Masvita Anwar

ABSTRAK

Masvita Anwar. Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata.

(Pembimbing: Muhammad Yahya dan Syukri)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata dan juga untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor penghambat dan faktor pendukung dalam proses sosialisasi Lorong Wisata. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Diskominfo Kota Makassar dalam mensosialisasikan lorong wisata cukup baik berdasarkan pada hasil penelitian yang menggunakan 5 tahapan komunikasi menurut Hafied cangara yaitu (1) Diskominfo Kota Makassar tidak melakukan penelitian secara langsung terhadap masyarakat yang terlibat dalam program lorong wisata sebelum melakukan sosialisasi, Mereka lebih mengandalkan publikasi massif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang program tersebut. (2) Diskominfo telah melakukan perencanaan dengan menggunakan berbagai strategi komunikasi, termasuk media massa, media sosial, dan kegiatan langsung. Mereka juga bekerja sama dengan influencer untuk mempromosikan Lorong Wisata. (3) Diskominfo telah melaksanakan sosialisasi dengan baik, baik secara langsung maupun melalui media cetak, elektronik, dan sosial. Mereka juga berkolaborasi dengan berbagai dinas di Kota Makassar untuk mensukseskan program Lorong Wisata. (4) Sosialisasi yang dilakukan oleh Diskominfo memberikan dampak positif bagi masyarakat yang terlibat dalam program Lorong wisata. Masyarakat menjadi lebih paham tentang program-program pemerintah sehingga lebih antusias dalam mengembangkan potensi-potensi yang ada dilorong tersebut. (5) Pelaporan perkembangan Lorong Wisata dilakukan secara terstruktur, dimulai dari Dewan Lorong atau Lurah setempat, kemudian dilanjutkan ke Dinas terkait, dan dipublikasikan oleh Diskominfo.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Lorong Wisata, Diskominfo Kota Makassar.

ABSTRACT

Masvita Anwar. Communication Strategy of the Makassar City Communication and Informatics Service in Socializing Tourist Hallways.

(Supervisors: Muhammad Yahya and Syukri)

This research aims to find out the Communication Strategy of the Makassar City Communication and Informatics Service in Socializing the Tourism Hallway and also to find out what are the inhibiting and supporting factors in the process of socializing the Tourism Hallway. The research method used is a descriptive method with a qualitative approach and data collection through observation, interviews and documentation.

The results of the research show that the communication strategy carried out by the Makassar City Diskominfo in socializing the tourist alley is quite good based on the results of research using 5 stages of communication according to Hafied Cangara, namely (1) Makassar City Diskominfo did not conduct research directly on the people involved in the tourist alley program before carry out outreach. They rely more on mass publications to increase public awareness about the program. (2) Diskominfo has carried out planning using various communication strategies, including mass media, social media and direct activities. They also work with influencers to promote Lorong Wisata. (3) Diskominfo has carried out socialization well, both directly and through print, electronic and social media. They also collaborate with various agencies in Makassar City to make the Lorong Wisata program a success. (4) The outreach carried out by Diskominfo has had a positive impact on the community involved in the Lorong Wisata program. The public becomes more aware of government programs so they are more enthusiastic in developing the potential that exists in these areas. (5) Reporting on the development of the Tourism Hallway is carried out in a structured manner, starting from the Lorong Council or local Village Head, then proceeding to the relevant Department, and published by Diskominfo.

Keywords: Communication Strategy, Tourism Hallway, Diskominfo Makassar City.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan informatika Kota Makassar dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata**”. Yang merupakan salah satu syarat penyelesaian studi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teruntuk kepada orang tua tercinta saya Ayahanda Anwar dan Ibunda Erni yang menjadi sumber motivasi dan yang tiada henti-hentinya memberikan doa, semangat dan segala bantuan baik berupa materil maupun waktu untuk peneliti dalam perkuliahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi.

Tidak lupa pula saya mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, teruntuk kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ambo Asse, M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Hj Ihyani Malik, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Syukri, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus pembimbing 2 yang membantu dan memberikan arahan kepada peneliti hingga skripsi ini seleaai.

4. Bapak Dr. Muhammad Yahya, M.Si, M.Si selaku Pembimbing 1, yang tak kenal lelah memberikan bimbingan, mengarahkan, mengoreksi serta selalu mendorong dan membantu memberikan semangat peneliti hingga penyelesaian skripsi.
5. Terima Kasih yang tulus dari hati penulis kepada tante Hadira dan juga Om Alm. Abdul Muin serta Kakak Karman dan Kakak Darmayanti yang telah menjadi orangtua kedua yang senantiasa memberikan semangat, dukungan dan bantuan baik materil maupun waktu kepada penulis hingga penulis mampu menyelesaikan proses perkuliahan.
6. Segenap keluarga besar Pikom IMM Fisip Unismuh Makassar yang telah menjadi rumah kedua dalam proses banyak hal yang ada di internal kampus dan setiap proses yang telah dilewati.
7. Kepada Keluarga Besar IPPM Pangkep Koordinator UNISMUH Makassar, khususnya angkatan PRINCE20 yang menjadi tempat penulis berproses dan selalu menemani penulis dari awal masa perkuliahan hingga selesai.
8. Kepada seluruh pegawai yang ada pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar yang telah meluangkan waktunya dan memberikan izin untuk melakukan penelitian.
9. Terimakasih kepada Nur Islamia Sam, Fatimah Azzahra, Nur Istiqamah, Nurlili Karmila Putri, Ziti Faradiba Aulia dan Fajar Alamsyah sebagai teman-teman seperjuangan di Fisip Unismuh yang telah memberikan support dan motivasi kepada penulis.

10. Terima kasih juga kepada Sitti Rabiah A.Md Kes dan Nurul Khotimah yang senantiasa menemani penulis dalam penyelesaian Skripsi.
11. Terima kasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyelesaian skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik mungkin dan semaksimal mungkin yang merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.
12. Serta yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan doa dan dukungan.

Makassar, 14 Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN HASIL	iii
HALAMAN RERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Konsep dan Teori.....	13
C. Kerangka Pikir	18
D. Fokus Penelitian.....	20
E. Defenisi Fokus	20
BAB III. METODE PENELITIAN	22
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	22
B. Jenis dan Tipe Penelitian	22
C. Sumber Data.....	23

D. Informan Penelitian.....	24
E. Teknik Pengumpulan Data.....	24
F. Teknik Analisis Data.....	26
G. Teknik Pengabsahan Data.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	29
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	29
B. Lorong Wisata.....	33
C. Hasil Penelitian	34
D. Pembahasan Hasil Penelitian	47
BAB V PENUTUP.....	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	59



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Informan Penelitian	24



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	19
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	31
Gambar 4.2 Akun Media Sosial Diskominfo.....	39
Gambar 4.3 Pelaksanaan Sosialisasi Oleh Diskominfo	40
Gambar 4.4 Dokumentasi Evaluasi Lorong Wisata Oleh Diskominfo	43



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemerintah dalam upaya mewujudkan visi misi dalam pemerintahannya, menyusun berbagai kebijakan, tindakan strategis dan berbagai program unggulan untuk mencapai tujuan tertentu yang kemudian program tersebut di implementasikan melalui berbagai kebijakan.

Dalam upaya pemulihan ekonomi berbasis masyarakat pemerintah Kota Makassar memunculkan program unggulan yang disebut dengan lorong wisata. Lorong wisata merupakan program lanjutan dari Lorong Garden yang diinisiasi oleh Walikota Makassar pada periode pertama pemerintahan Danny Pomanto. Lorong garden saat itu yang hanya focus pada pemulihan dan mengubah pemandangan Lorong kumuh yang ada di Kota Makassar pada periode keduanya diubah menjadi destinasi wisata yang sedang tren di beberapa kota besar di Indonesia, yang dikenal dengan Lorong Wisata.

Lorong wisata sendiri merupakan kawasan yang terdiri dari deretan toko atau pedagang yang menyajikan kuliner khas daerah dengan desain dan tata letak yang menarik. Potensi lorong wisata di Kota Makassar sangat besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan. Lorong wisata ini memiliki cakupan yang cukup luas, dimana bukan hanya sekedar destinasi wisata baru melainkan salah satu upaya pemerintah kota dalam memulihkan kembali perekonomian di wilayahnya (Makassar.go.id, n.d.).

Program Lorong Wisata sendiri diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan dan keindahan lingkungan, dimana dengan adanya program ini masyarakat akan lebih peduli terhadap lingkungan sekitar mereka dan dengan melibatkan masyarakat dalam hal promosi, pengelolaan, dan pemeliharaan Lorong wisata dapat membantu masyarakat keluar dari pemukiman yang kumuh dan dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang dan menghabiskan uang di daerah tersebut. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat serta memperkuat perekonomian daerah. Saat ini Lorong Wisata di Kota Makassar telah Mencapai jumlah sebanyak 2077 lorong wisata yang nantinya direncanakan akan bertambah 1000 Lorong ditiap tahunnya. Untuk mencapai tujuan dari Lorong Wisata tersebut maka diperlukan adanya sosialisasi yang efektif untuk memperkenalkan lorong wisata kepada masyarakat.

Menurut Soerjono Soekanto, sosialisasi adalah proses mengkomunikasikan kebudayaan kepada warga masyarakat baru (Normina, 2014). Adapun informasi yang akan disosialisasikan kepada khalayak oleh Diskominfo mengenai Lorong wisata meliputi data-data dari hasil liputan Lorong wisata baik berupa foto, berita, rilis maupun video-video yang telah dibuat untuk tujuan sosialisasi dengan bekerja sama pada beberapa media massa agar penyampaian pesan dalam sosialisasi dapat lebih efektif.

Melalui sosialisasi lorong wisata, Diskominfo Kota Makassar bertujuan untuk mencapai beberapa hal, seperti meningkatkan kesadaran masyarakat tentang potensi dan keunikan lorong wisata, menarik minat wisatawan lokal dan

mancanegara untuk mengunjungi dan mengenal lebih dekat lorong wisata, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menjaga kebersihan, keindahan, dan keberlanjutan lorong wisata.

Dalam melakukan sosialisasi itu sendiri diperlukan adanya strategi komunikasi agar dalam sosialisasi yang dilakukan terdapat perencanaan yang lebih terarah sehingga tercapai tujuan yang maksimal. Dikutip dari buku *Dinamika Komunikasi* dalam jurnal (Meyfrylinda, 2020) Strategi komunikasi sendiri merupakan perpaduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*), dan manajemen (*management communication*) untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus bisa menunjukkan bagaimana ia bekerja secara taktis yang artinya pendekatan bisa berubah sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Mengacu pada pentingnya penyaluran informasi kepada khalayak yang tercantum pada UU Republik Indonesia Nomor 14 tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang dimana dalam UU tersebut menjelaskan bahwa yang pertama informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang bagi pengembangan pribadi dan lingkungan sosialnya serta merupakan bagian penting ketahanan nasional. Kedua, bahwa hak memperoleh informasi merupakan hak asasi manusia dan keterbukaan informasi publik merupakan salah satu ciri penting negara demokratis yang menjunjung tinggi kedaulatan untuk mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik. Ketiga bahwa keterbukaan informasi publik merupakan sarana dalam mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara dan badan publik lainnya

dan segala sesuatu yang berakibat pada kepentingan publik. Keempat, bahwa pengelolaan informasi publik merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan masyarakat informasi. Kelima, bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pertama, kedua, ketiga dan keempat perlu membentuk Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik. (Yanti, n.d.)

Komunikasi sangat berperan penting dalam mensosialisasikan program lorong wisata kepada khalayak karena Ketika program sosialisasi atau pendekatan sedang berlangsung maka terjadilah proses komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Dalam sosialisasi penyebaran informasi kepada khalayak berdasarkan UU yang tercantum sebelumnya diperlukan lembaga pemerintahan yang dimana berdasarkan peran dan fungsinya yaitu sebagai Lembaga yang memberikan pelayanan kepada masyarakat sehingga masyarakat sebagai publik dalam mengimplementasikannya, akan menerima informasi kemudian mampu menerima, mengetahui, sekaligus mendukung program yang dimunculkan oleh pemerintah kota (Rohmana & Pratiwi, 2020). Dalam hal ini Diskominfo Kota Makassar memiliki peran dalam hal pengumpulan dan pengolahan data informasi mengenai program yang sedang dijalankan oleh pemerintah yang kemudian akan disebarkan kepada masyarakat sebagai bagian dari informasi untuk khalayak umum.

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Makassar sebagai salah satu perpanjangan tangan dari pemerintah kepada masyarakat memiliki tugas dan fungsi untuk melayani masyarakat dalam hal penyebarluasan informasi serta Diskominfo juga harus mampu menjadi

penghubung dalam rangka menyebarluaskan program dan sejumlah kebijakan pemerintah kota salah satunya melalui sosialisasi. Diskominfo Kota Makassar mempunyai tugas mengumpulkan dan mengolah data mengenai kegiatan dan program Pemerintah Kota Makassar. Liputan data berupa siaran pers, foto dan video yang telah diproses akan dipublikasikan. Publikasi adalah informasi yang tidak dapat dikendalikan oleh suatu organisasi atau Lembaga.

Dinas komunikasi dan informatika (Diskominfo) merupakan sebuah instansi yang bergerak dalam bidang komunikasi dan informatika yang didalamnya meliputi sarana komunikasi dan diseminasi informasi, telekomunikasi, telematika serta pengolahan data secara elektronik (Sugeng & Mery, 2012). Diskominfo juga membantu dalam hal penerapan industri pariwisata dengan tujuan komunikasi pemasaran, dimana komunikasi menjadi perantara bagi daerah wisata dengan wisatawan dan pemerintah dalam pengembangan peningkatan serta daya Tarik masyarakat terhadap daerah wisata tersebut, seperti Lorong wisata kota Makassar. Lorong Wisata di Kota Makassar merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk pengembangan dan upaya pemulihan ekonomi berbasis masyarakat.

Diskominfo dalam hal ini berperan sebagai pusat komunikasi yang harus dioptimalkan untuk kepentingan publik serta menjelaskan program yang sedang dijalankan pemerintah kepada warganya. Instansi ini menyampaikan urusan serta rencana resmi yang akan dilakukan pemerintah pada lingkungan mereka sehingga masyarakat bisa memahami bagaimana program tersebut dapat

dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat sebagai upaya pemulihan ekonomi. Penyebaran informasi oleh Diskominfo tentunya harus dapat menjangkau khalayak yang tepat sebagai bentuk pembelajaran kepada masyarakat.

Dalam mensosialisasikan Lorong Wisata, Diskominfo Kota Makassar mungkin menghadapi beberapa tantangan komunikasi. Beberapa di antaranya termasuk memastikan pesan yang disampaikan tepat dan mudah dipahami oleh khalayak, mencapai target audiens yang tepat, memperoleh dukungan dari pihak terkait, serta membangun citra positif tentang lorong wisata dan Kota Makassar secara keseluruhan.

Dengan adanya sosialisasi mengenai proram lorong wisata oleh Diskominfo, di sisi lain nyatanya program ini masih minim masyarakat yang mnegetahui adanya program tersebut serta dalam mensosialisasikan program ini Diskominfo juga menemui sejumlah kendala, seperti penyebaran informasi yang kurang merata dikalangan tertentu, kurangnya antusias kaum milenial dalam menanggapi program lorong wisata dan kurangnya pemahaman khalayak umum mengenai program lorong wisata itu sendiri. Untuk itu diperlukan adanya strategi komunikasi agar komunikasi yang dilakukan dapat lebih optimal. Dengan demikian, masyarakat dapat memberikan feedback terhadap kebijakan yang telah diambil oleh pemerintah.

Berdasarkan pada latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi**

dan Informatika Kota Makassar dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata”.

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata?
2. Faktor penghambat dan faktor pendukung Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar dalam mensosialisasikan Lorong Wisata?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dipaparkan maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar dalam mensosialisasikan Lorong Wisata.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam proses sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi Kota Makassar dalam mensosialisasikan Lorong Wisata.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, seperti:

1. Manfaat Teoritis
 - a) Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan wawasan keilmuan, khususnya mengenai kajian ilmu dalam bidang perkembangan

kajian komunikasi pada Dinas Komunikasi dan Informatika kota Makassar.

b) Penelitian ini dapat menjadi referensi ataupun bahan pertimbangan bagi peneliti lainnya yang akan atau sedang melaksanakan penelitian khususnya mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Makassar.

c) Manfaat Praktis

Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai penambah wawasan yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya, serta dapat memberikan kontribusi serta manfaat bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi acuan bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian agar peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mnengkaji penelitian yang dilakukan. Dari beberapa literatur penelitian terdahulu peneliti menemukan beberapa penelitian yang relevan dengan judul penelitian yang dilakukan penulis. Berikut beberapa jurnal yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Susi Yanti, Starategi Media Relations Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Kabupaten Madiun.	Jenis atau metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tipe penelitian menggunakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara triangulasi (gabungan) serta penekanan hasil penelitian berupa	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada penelitian ini yaitu Strategi Media Relations Dinas Komunikasi dan Informatika dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Kabupaten Madiun mendapatkan hasil analisis penelitian yang dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut: Kegiatan dalam proses untuk	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah peneliti dalam penelitian ini menggunakan tahapan komunikasi Hafied Cangara sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan strategi media dalam mensosialisasikan program pemerintah.

		penjolan makna dari generalisasi.	<p>mensosialisasikan program kerja pemerintah Kabupaten Madiun Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Madiun menggunakan strategi media relations meliputi Mengelola Relasi yang mana Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Madiun telah menjalin relasi sekitar 75 media di Kabupaten Madiun, tidak hanya tim media namun seluruh anggota pegawai menjalankan tugas dalam menjalin hubungan baik dengan pihak wartawan.</p>	
2.	Nur Laili Puspa, Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi Media Relations Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Kabupaten Karanganyar dalam Sosialisasi Program Pemerintah.	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan basis penjelasan secara deskriptif dengan menggunakan	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada , Diskominfo Kabupaten Karanganyar menggunakan strategi media relations dengan mengelola relasi, mengembangkan strategi, dan mengembangkan jaringan bersama	Perbedaan penelitian terdahulu menggunakan strategi media relations untuk kepentingan sosialisasi, sedangkan peneliti menggunakan tahapan strategi komunikasi oleh Hafied Cangara

		n tipe penelitian observasi, wawancara dan dokumentasi	media guna mengoptimalkan masing-masing peran setiap bagian pada Diskominfo.	
3.	Diya Meyfrylinda Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Dalam Menosialisasikan Aplikasi Sistem Informasi berbagi Aduan dan Saran (SIBADRA)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yakni peneliti berusaha untuk memahami fenomena sedalam-dalamnya dan membentuk pengertian sesuai dengan makna yang lazim digunakan oleh subjek penelitian .	Dapat disimpulkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Bogor dalam mensosialisasikan aplikasi Sistem Informasi Berbagi Aduan dan Saran yaitu bahwasanya diskominfo menilai hanya dengan mengetahui jumlah pengguna <i>smarthpone</i> di kota bogor yang tinggi kemudian dapat disimpulkan bahwasanya pengunduh aplikasi sibadra pun akan tinggi.	Perbedaan antara penelitian strategi komunikasi Diskominfo dalam sosialisasi lorong wisata dan strategi komunikasi pemerintah kota dalam sosialisasi aplikasi Sibadra terletak pada tujuan, target audiens, dan metode komunikasi yang digunakan. Diskominfo fokus pada sosialisasi lorong wisata dengan tujuan mempromosikan destinasi wisata tertentu, sementara pemerintah kota lebih berfokus pada memperkenalkan aplikasi Sibadra kepada warganya untuk memfasilitasi layanan dan informasi kota.

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu terdapat beberapa perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh Susi Yanti dengan judul ‘Strategi Media Relations Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Dalam Mensosialisasikan Program Kerja Pemerintah Kabupaten Madiun’ fokus dalam hal strategi media sebagai alat untuk mensosialisasikan program kerja pemerintah, kemudian penelitian kedua yang dilakukan oleh Nur Laili Puspa, Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi dengan judul ‘Media Relations Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Kabupaten Karanganyar dalam Sosialisasi Program Pemerintah’ melakukan penelitian dengan fokus pada hubungan media di Kabupaten Karanganyar dalam melakukan sosialisasi program kerjanya. Kemudian penelitian yang ketiga yang dilakukan oleh Diya Meyfrylinda dengan judul Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Dalam Menosialisasikan Aplikasi Sistem Informasi berbagi Aduan dan Saran (SIBADRA) yang sama-sama fokus pada strategi komunikasi yang dilakukan dengan target, tujuan, serta model komunikasi berbeda yang digunakan dalam penelitian ini.

Dari ketiga penelitian terdahulu tersebut diatas dapat diketahui bahwa masih terdapat beberapa kendala dalam melakukan sosialisasi oleh Lembaga pemerintah. Penelitian terdahulu diatas dapat dijadikan acuan oleh penulis untuk memaksimalkan penelitian yang akan dilakukan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar.

B. Konsep dan Teori

1. Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu istilah yang sangat sering kita dengar diberbagai lokasi maupun media massa. Komunikasi sendiri secara etimologi berasal dari bahasa latin *communicatio*, dari kata *communis* yang berarti sama, yaitu sama makna mengenai suatu hal. Komunikasi juga merupakan aktivitas yang tidak dapat dipisahkan dari berbagai aspek kehidupan manusia (Rezkiawan et al., 2022). Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi yang dapat berupa pesan, ide, ataupun gagasan dari satu pihak kepada pihak lain (Pratama, A P, Purwanti, Silviana, Wibowo, 2018). Komunikasi juga merupakan interaksi yang terjadi diantara komunikator dan komunikan yang menjadi aspek paling penting dalam kehidupan manusia (Roni, 2021).

Komunikasi dalam (Efendi, 2021) bersifat omnipresent (hadir di mana-mana) kapan saja, di mana saja, dan dengan siapa saja. Komunikasi adalah kegiatan yang paling banyak dilakukan oleh tiap-tiap individu yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan sehari-hari. Seperti halnya saat dua orang bertemu, mereka akan melakukan komunikasi secara terus menerus meskipun hanya sebatas perilaku. Keadaan seperti ini bisa saja tidak terdapat kata-kata, tetapi masih tetap mengatakan sesuatu. Dengan itu Harold D, Laswell yang merupakan salah satu peletak dasar ilmu komunikasi dalam (Efendi, 2021) menyampaikan bahwasanya komunikasi penting untuk dipelajari karena beberapa faktor, yaitu, *pertama*, manusia

memiliki hasrat dalam mengontrol lingkungannya, *kedua*, manusia butuh beradaptasi dengan lingkungannya, *ketiga*, manusia selalu melakukan transformasi dan sosialisasi.

Hovland, Janis, dan Kelly dalam jurnal (Kurniawan, 2018) merumuskan komunikasi sebagai suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (yang biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah bentuk ataupun perilaku oranglain (komunikan/khalayak).

Sedangkan menurut Uchjana Effendy komunikasi merupakan penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain (Kurniawan, 2018).

Harold Laswell dalam karyanya, *The Structure Of Function of Communication in Society*, cara terbaik menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab beberapa pertanyaan seperti berikut: *Who Says What In Which Channel to Whom With What Effect?* paradigma Laswell ini menunjukkan bahwasanya komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yaitu komunikator sebagai *source/sender*, pesan/*message*, media/*channel*, komunikan sebagai *receiver* dan efek/*impact* (Silviani, 2020).

2. Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari Bahasa Yunani *strategos* yang secara harfiah berarti “seni umum”, istilah ini kemudian berubah menjadi kata sifat *strategia* berarti “keahlian militer” yang belakangan diadaptasikan lagi

kedalam lingkungan bisnis modern . Kata strategos bermakna sebagai keputusan untuk melakukan suatu tindakan dalam jangka panjang dengan segala akibatnya atau pemanfaatan sumber daya dan penyebaran informasi yang relatif terbatas terhadap kemungkinan penyadapan informasi oleh para pesaing. (Liliweri, 2011). Sedangkan Strategi Komunikasi menurut Rogers dalam jurnal (Wijaya, 2017) adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.

Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul “Perencanaan dan Strategi Komunikasi“ edisi Revisi ketiga tahun 2017 menyebutkan perencanaan komunikasi yang meliputi 5 tahapan, diantaranya:

a. Penelitian (*Research*)

Penelitian dilakukan untuk mengetahui masalah yang sedang dihadapi oleh lembaga. Masalah tersebut dapat berbentuk kerugian ataupun ketidakpercayaan terhadap organisasi dan lain sebagainya. Penelitian dalam hal ini bertujuan untuk mencari fakta atau data mengenai sasaran kegiatan yang bermanfaat untuk perumusan strategi komunikasi yang nantinya dibuat, sehingga kegiatan dapat dilaksanakan dan dapat mencapai tujuan yang di inginkan.

b. Perencanaan (*Plan*)

Perencanaan merupakan tindakan yang dilakukan setelah melakukan penelitian. Menurut Keufman sebagaimana yang di kutip oleh Hafied cangara, perencanaan adalah suatu proses untuk

menetapkan kemana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ketempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifik dari tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan dalam mencapai tujuan tersebut (Cangara, 2017). Perencanaan dalam hal ini adalah perencanaan komunikasi yang dimana diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber, pesan, media, sasaran, dan efek yang diharapkan.

c. Pelaksanaan (*Execute*)

Pelaksanaan adalah tindakan yang dilakukan dalam rangka implementasi perencanaan komunikasi yang telah dibuat. Pelaksanaan ini dilakukan dalam bentuk wawancara radio, pemasangan iklan surat kabar, pembagian stiker kepada sasaran, pemasangan baliho ataupun spanduk, tayangan televisi, dan pemberangkatan tim untuk melakukan penyuluhan secara tatap muka dengan target sasaran. Pelaksanaan ini merupakan tindakan yang dilakukan untuk menyebarkan informasi kepada seluruh target ataupun sasaran sesuai dengan apa yang telah dirumuskan pada perencanaan sebelumnya.

d. Evaluasi (*Measure*)

Evaluasi dilakukan untuk bagaimana mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Tahapan ini adalah cara untuk mengetahui apakah strategi komunikasi yang telah

dirumuskan telah berjalan dengan baik atau belum. Dalam evaluasi sendiri ada tiga hal yang harus dilakukan: meninjau kembali faktor internal dan eksternal dari dasar strategi, mengukur hasil dari implementasi atau pelaksanaan, serta melakukan tindakan perbaikan. (Meyfrylinda, 2020)

e. Pelaporan (*Report*)

Pelaporan merupakan tindakan terakhir yang dilakukan dari kegiatan strategi komunikasi. Laporan diberikan kepada pemimpin kegiatan untuk dijadikan bahan kegiatan yang diaman jika dalam laporan hasil yang diperoleh positif maka dapat dijadikan sebagai dasar untuk program-program berikutnya. Tetapi, jika negatif, maka hal tersebut dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pada program yang akan dilakukan.

3. Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan sepanjang hidup seseorang yang melibatkan interaksi dengan lingkungan sosial seperti keluarga, teman, sekolah dan masyarakat secara keseluruhan. Sosialisasi merupakan proses dimana manusia mempelajari dan menginternalisasi norma-norma, nilai-nilai, dan perilaku sosial yang berlaku dalam masyarakat atau kelompok tertentu.

Paul B. Horton mengartikan sosialisasi sebagai suatu proses dimana seseorang menghayati serta memahami norma-norma dalam masyarakat tempat tinggalnya sehingga akan membentuk kepribadiannya (Rijali, 2019)

Sedangkan menurut Soerjono Soekanto, Sosialisasi adalah proses mengkomunikasikan kebudayaan kepada warga masyarakat yang baru (Rijali, 2019). Dalam hal ini lorong wisata sebagai objek mengkomunikasikan kebudayaan kepada pengunjung maupun masyarakat dengan menyediakan informasi dan pengalaman yang edukatif. Pengunjung maupun masyarakat mengalami proses sosialisasi dimana mereka mendapat pengetahuan baru, memahami sejarah dan konteks lingkungan wisata serta mempelajari nilai-nilai penting yang terkait dengan lorong wisata tersebut.

Sosialisasi memiliki dua manfaat didalam masyarakat, yaitu bagi individu sosialisasi berfungsi sebagai pedoman untuk belajar menyesuaikan diri diri sendiri terhadap lingkungan melalui nilai dan norma. Sedangkan bagi masyarakat, sosialisasi berfungsi sebagai alat untuk melestarikam dan mewariskan nilai dan norma serta keyakinan terhadap yang ada dimasyarakat (Yanti, n.d.)

Dikutip dari buku Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan dalam jurnal (Meyfrylinda, 2020) Sosialisasi sangat erat kaitannya dengan proses komunikasi, sebab untuk dapat menginternalisasi sebuah informasi, nilai dan kepahaman kepada diri sendiri diperlukan transfer informasi dari dari sumber ke sasaran indormasi yang melibatkan media informasi berupa keluarga kelompok bermain, sekolah, lingkungan kerja dan media massa.

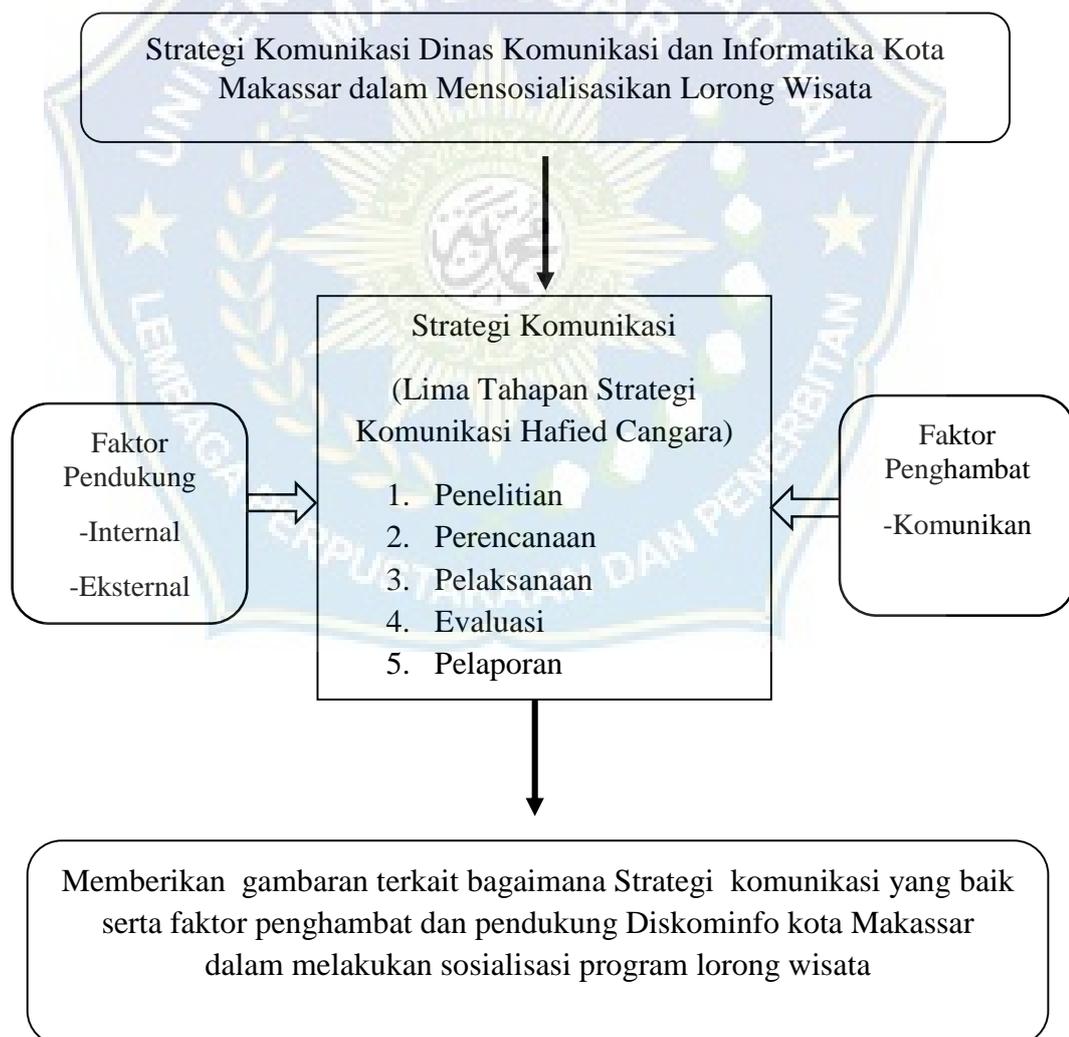
C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model yang digunakan untuk menerangkan dalam bentuk gambar ataupun diagram hubungan antara teori dan konsep yang

telah dikemukakan (Penyusun, 2017). Kerangka berpikir memberikan struktur pemikiran dan panduan bagi peneliti atau pemikir dalam merancang dan mengorganisasi informasi serta menghubungkan berbagai konsep atau variabel terkait .

Menurut (Sugiyono, 2018) teori merupakan konsep penalaran yang disusun secara sistematis yang dapat dijadikan sebagai landasan untuk melakukan penelitian.

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian



D. Fokus Penelitian

Berdasarkan teori dan kerangka pikir yang telah dipaparkan diatas maka fokus penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar Dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata dengan menggunakan 5 tahapan komunikasi menurut Hafied Cangara, diantaranya: penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan.

E. Deskripsi Fokus

Berdasarkan fokus yang telah dipaparkan, indikator teori dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Penelitian adalah kegiatan yang dilakukan sebelum melakukan perencanaan strategi komunikasi agar pesan yang dirancang lebih efektif serta memudahkan dalam memilih saluran komunikasi yang tepat untuk mencapai tujuan dari sosialisasi tersebut.
2. Perencanaan adalah proses penyusunan rancangan strategi komunikasi yang akan dilakukan dalam melakukan sosialisasi Lorong Wisata. Dengan melakukan perencanaan yang baik dan cermat, Diskominfo dapat mengidentifikasi target, mengembangkan pesan yang sesuai, menetapkan anggaran yang tepat serta mengukur keberhasilan sosialisasi secara objektif.
3. Pelaksanaan adalah proses dalam melakukan eksekusi rencana komunikasi yang telah disusun sebelumnya. Pelaksanaan dalam hal ini Diskominfo memastikan bahwa pesan yang telah dirancang sebelumnya diterima dengan jelas dan tepat kepada sasaran.

4. Evaluasi merupakan pengukuran sejauh mana keberhasilan Diskominfo dalam menyebarkan pesan sosialisasi kepada khalayak khususnya masyarakat di Kota Makassar. Evaluasi dalam hal ini membantu Diskominfo dalam memahami apa yang telah berhasil dan apa yang harus diperbaiki di program selanjutnya.
5. Pelaporan adalah bagaimana Diskominfo dan dinas-dinas terkait menerima laporan mengenai kegiatan atau hal-hal yang berkaitan dengan Lorong Wisata agar Mudah di akses dan diketahui oleh khalayak.
6. Faktor Pendukung dalam strategi komunikasi Diskominfo dalam memsosialisasikan Lorong Wisata di Kota Makassar adalah hal-hal mendukung yang ada dan menjadi pendorong dalam melakukan sosialisasi lorong wisata.
7. Faktor Penghambat dalam strategi komunikasi Diskominfo dalam memsosialisasikan Lorong Wisata di Kota Makassar merupakan hal-hal yang menjadi kendala dan menghambat proses sosialisasi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan setelah melaksanakan seminar proposal dengan objek penelitian Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata yang dilaksanakan mulai tanggal 02 Januari sampai dengan 2 Maret 2024 yang berlokasi di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar dan beberapa Lorong Wisata di Kota Makassar.

B. Jenis dan Tipe Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik analisis yang menghasilkan data deskriptif. Menurut Sukmadinata dalam jurnal (Martha & Adiyasa, 2022) deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada baik secara alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan.

Penulis menggunakan metode kualitatif, dengan maksud meneliti secara mendalam, menyajikan data secara akurat serta menggambarkan kondisi secara jelas. Maka dari itu penulis berharap dapat menggambarkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar dalam mensosialisasikan Lorong Wisata sebagai destinasi wisata baru di Kota Makassar.

C. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari informan kunci yaitu Kepala Bidang Kehumasan, Informatika dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar. Sumber data lainnya dapat berasal dari informan biasa, salah satunya Masyarakat yang terlibat dalam program lorong wisata tersebut.

a. Data Primer

Pengambilan data primer dalam penelitian ini ialah dengan melakukan wawancara secara mendalam dengan informan kunci maupun informan biasa

b. Data Sekunder

Data Sekunder ialah data yang dapat diperoleh melalui media perantara (Martha & Adiyasa, 2022). Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data dengan cara mengumpulkan data dari pihak Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Makassar dengan melakukan studi kepustakaan baik data berupa dokumentasi, arsip-arsip tertulis, artikel maupun internet.

Selain itu dalam penelitian ini peneliti juga mengumpulkan data sekunder melalui portal berita online dan pengamatan media sosial instansi yang dijadikan peneliti sebagai data pendukung dalam penelitian inimerupakan seseorang yang memberikan informasi ataupun data yang diperlukan kepada peneliti.

D. Informan Penelitian

Informan sendiri biasanya memiliki pengetahuan atau pengalaman yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti.

Adapun informan dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3.1 Informan Penelitian

No.	Informan	Jumlah
1.	Isnaniah Nurdin S.Sos., M.Ikom (Ketua Bidang Humas Informasi komunikasi Publik Diskominfo Kota Makassar)	1
2.	Budiman Salam (Tenaga Ahli Konten Kreator Humas dan Media Kreatif Diskominfo Kota Makassar)	1
3.	Arnianti (Dewan Lorong Wisata Kyoto)	1
4	Adryan Prahara (Dewan Lorong Wisata Haderslev)	1

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan aktivitas yang sistematis terhadap gejala-gejala baik itu bersifat fisik maupun mental (Rukajat, 2018). Observasi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui secara langsung tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo Kota Makassar dalam mensosialisasikan Lorong Wisata.

Dalam penelitian ini, peneliti secara teknis melakukan observasi kepada keseluruhan sistem, mulai dari menentukan lokasi penelitian dengan

melakukan pra-survei selama proses magang hingga pengumpulan data yang akan dilakukan. Selama melakukan observasi peneliti berperan sebagai partisipan dan non-partisipan, yang dimana peneliti mencoba mempelajari dan juga memahami perilaku serta aktivitas orang-orang yang terlibat didalamnya.

2. Wawancara

Teknik Wawancara (interview) merupakan proses komunikasi antara peneliti dan sumber data atau informan dengan tujuan menggali data yang bersifat tampilan kata guna mengungkapkan makna yang terkandung dari masalah yang diteliti (Rukajat, 2018).

Adapun sumber informasi dari wawancara (interview) dalam penelitian ini ialah orang yang biasa disebut sebagai responden, narasumber, ataupun informan. Dalam wawancara ini yang dijadikan informan adalah Kepala Bidang Kehumasan, Informatika dan Komunikasi Publik, ketua RT/RW setempat serta masyarakat yang terlibat dalam wilayah Program Lorong Wisata.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian kualitatif digunakan untuk menyempurnakan penelitian dari data observasi dan wawancara yang dilakukan. Dokumentasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini berupa foto, gambar yang berkaitan dengan strategi komunikasi Diskominfo Kota Makassar dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata.

F. Teknik Analisis Data

Noeng Muhadjir dalam jurnal (Rijali, 2019) mengemukakan pengertian analisis data sebagai upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menjadikannya sebagai temuan bagi orang lain. Pengertian seperti itu, tampaknya searah dengan pendapat Bogdan, yaitu: *“Data analysis is the process of systematically searching and arranging the interview transcripts, fieldnotes, and other materials that you accumulate to increase your own understanding of them and to enable you to present what you have discovered to others”*

Dari pengertian analisis data tersebut, maka dapat dipahami bahwa kegiatan analisis data kualitatif menyatu dengan aktivitas pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan hasil penelitian.

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian dari kegiatan analisis data. Kegiatan pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, penyederhanaan, dan transformasi kata dasar yang berlangsung secara terus menerus selama penelitian berlangsung.

3. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga dapat memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

4. Penyimpulan Hasil Penelitian

Penyimpulan Hasil Penelitian merupakan pengumpulan data peneliti dari hasil wawancara maupun dokumentasi, kemudian peneliti mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam teori) penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan ini ditangani secara longgar, tetap terbuka, dan skeptis, tetapi kesimpulan sudah disediakan. Mula-mula belum jelas, namun kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh.

Kemudian data yang telah dianalisis dapat dimaknai dalam bentuk kata untuk mendeskripsikan fakta yang ada dilapangan, pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian. Berdasarkan dari beberapa keterangan diatas, maka setiap proses yang dilakukan mendapatkan keabsahan data dengan menelaah seluruh sumber data yang ada.

G. Teknik Pengabsahan Data

keabsahan data dalam penelitian kualitatif berkaitan dengan keyakinan bahwasanya data dan analisis peneliti benar-benar melambangkan realitas sosial yang terjadi (Poewardari, 2007). Dalam penelitian ini untuk mendapatkan

keabsahan data dilakukan dengan triangulasi, ketergantungan (*dependability*), juga kepastian (*confirmability*).

Adapun triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi dengan sumber yang dilaksanakan pada penelitian ini yaitu membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan. Ketergantungan (*dependability*) merupakan teknik yang digunakan dalam upaya menghindari kesalahan dalam memformulasikan hasil penelitian, sehingga kumpulan dan interpretasi data yang ditulis dikonsultasikan dengan berbagai pihak untuk ikut memeriksa proses penelitian yang dilakukan, agar temuan dapat dipertahankan (*dependable*) dan juga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, dalam hal ini pihak yang ikut memeriksa adalah dosen pembimbing pada penelitian ini. Kemudian, kepastian digunakan untuk menilai hasil/produk penelitian sehingga bersamaan dengan ketergantungan, diharapkan hasil penelitian dapat memenuhi standar penelitian kualitatif yang *truth value*, *confirmability*, dan *neutrality*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Makassar atau yang sebelumnya bernama Dinas Informasi dan Komunikasi Kota Makassar merupakan salah satu perangkat daerah yang dibentuk berdasarkan peraturan daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2009 tentang pembentukan dan Susunan Organisasi Perangkat Otonomi Daerah Kota Makassar. Perubahan ini bukan hanya dalam hal nama namun juga dalam rangka penyelenggaraan urusan pemerintah daerah, maka diperlukan adanya penyesuaian dan perubahan terhadap organisasi perangkat daerah Kota Makassar, yang berdasarkan pada Peraturan Daerah No. 41 Tahun 2007.

Diskominfo Kota Makassar juga memiliki beberapa fungsi, antara lain:

- Perumusan Kebijakan, Menyusun kebijakan penyelenggaraan urusan pemerintah bidang komunikasi dan informatika;
- Pelaksanaan Kebijakan, melakukan pelaksanaan kebijakan penyelenggaraan urusan bidang pemerintahan bidang komunikasi dan informatika;
- Pelaksanaan Evaluasi dan Monitoring, melakukan pelaksanaan evaluasi dan pelaporan urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informatika;

- Pelaksanaan Administrasi, Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh walikota teerkait tugasnya;
- Pelaksanaa fungsi lainnya, pelaksanaan kebijakan penyelenggaraan urusan bidang pemerintahan bidang komunikasi dan informatika.

Selain fungsi-fungsi diatas Diskominfo kota Makassar juga memiliki tugas pokok dalam membantu Walikota Makassar melaksanakan urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informatika yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang diberikan kepada daerah, sesuai dengan Peraturan Walikota No. 86 tahun 2021. Maka dengan tugas tersebut Diskominfo memiliki tujuan untuk mengintegrasikan dan mengoptimalkan pelaksanaan urusan pemerintahan dalam bidang komunikasi dan informatika. Selain itu Diskominfo juga mendapat mandat untuk melaksanakan tugas strategis dalam penyediaan infrastruktur digitalisasi layanan pemerintahan dan aplikasi.

Selain `itu Diskominfo juga memiliki program utama dalam mewujudkan Makassar Smart City diantaranya;

- Program Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik
- Program Aplikasi Informatika
- Program Penyelenggaraan Statistik Sosial
- Program Penyelenggaraan Persandian Untuk Pengamanan Informasi

2. Visi Misi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Makassar

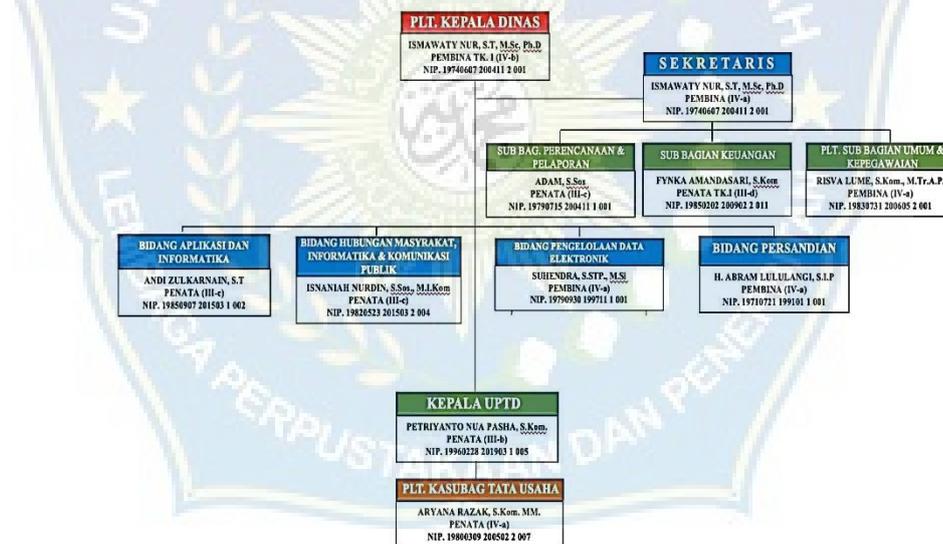
a. Visi

“Terwujudnya Makassar Smart City Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi”

b. Misi

“Mewujudkan Kota Berstandar Dunia Sesuai Visi Pembangunan Sombere Dan Smart City, Maka Kami Diskominfo Kota Makassar Berkomitmen Membangun Performa Kerja, Infrastruktur, Aplikasi, Layanan, Sistem Keamanan Berstandar Dunia.”

3. Struktural Organisasi



Gambar 4.1 Struktural Organisasi Dinas komunikasi dan Informatika Kota Makassar

B. Lorong Wisata

Lorong Wisata merupakan 1 dari 24 program strategis pemerintahan periode Danny-Fatma yang dimulai pada awal November 2021. Lorong Wisata sendiri merupakan program lanjutan dari Lorong Garden yang diinisiasi oleh

walikota Makassar sebagai salah satu program pemerintahan. Lorong Wisata merupakan pengembangan dari kegiatan sebelumnya yaitu Longgar yang merupakan gerakan budidaya tanaman pangan secara menyeluruh oleh kelompok masyarakat di setiap lorong yang bertujuan penting dalam penyediaan kebutuhan pangan dan gizi ke rumah tangga melalui pemanfaatan lahan pekarangan yang beragam, yang didalamnya berbagai macam varietas tanaman yang memiliki kualitas gizi tinggi, sehat dan aman untuk dikonsumsi. Lorong Garden menjadi Lorong Wisata merupakan dari bagian misi ketiga dengan Restorasi Ruang Kota yang Inklusif Menuju Kota Nyaman Berkelas Dunia yang Sombere and Smart City. Kegiatan ini adalah bentuk intervensi pemerintah dengan menggerakkan potensi masyarakat yang berbasis lorong yang merupakan implementasi dari program prioritas yakni recovery economy pada saat pandemi hingga pasca pandemi Covid 19. Pengembangannya berupa penggunaan teknologi pada lorong dan juga keikutsertaan seluruh OPD dalam lingkup pemerintahan Kota Makassar dalam mengembangkan Lorong Wisata sesuai dengan potensi dan karakteristik lorong sehingga dapat memberikan kontribusi dan dampak positif terhadap perekonomian, dan pengembangan masyarakat sehingga dapat menjadi destinasi wisata baru. Lorong wisata juga menyediakan QR Code dan memasang kamera pengintai, (CCTV) yang berfungsi untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi warga yang ada di lorong wisata dalam melaksanakan aktivitasnya. Selain itu berfungsi untuk menekan tingkat kejahatan dilorong. Lorong Wisata sendiri dihadirkan dengan ide yang lebih besar dan tidak hanya fokus pada lingkungan, tetapi juga

menjadikan Lorong sebagai sirkulasi perputaran ekonomi dengan mengembangkan potensi yang ada pada Lorong dalam rangka menumbuhkan ekonomi dan menahan inflasi. Potensi-potensi tersebut seperti halnya mengembangkan potensi UMKM, potensi kuliner, potensi pertanian, potensi perikanan, serta potensi pariwisata yang dapat meningkatkan perekonomian dan menahan inflasi.

Pengembangan potensi-potensi tersebut dirancang sebagai upaya pemulihan ekonomi pasca Pandemi Covid-19 yang berkaitan dengan tujuan lorong wisata yaitu meningkatkan ekonomi masyarakat, terlebih pada masa pandemi selama kurang lebih 2 tahun perekonomian merosot. Inovasi Lorong Wisata digerakkan dengan berbagai sumber daya untuk menjamin keberlanjutannya. Sumber daya manusia yang terlibat dalam inovasi ini adalah kolaborasi dari perangkat daerah dan masyarakat lorong. Perangkat daerah membina masyarakat secara berkelanjutan dengan kontribusi penyuluh pertanian. Hasil-hasil panen masyarakat di lorong dapat membantu memenuhi kebutuhan pangan masyarakat sehingga masyarakat lorong merasa perlu untuk terus menjalankan kegiatan ini. Dengan adanya lorong wisata, potensi kuliner, UMKM, dan industri kecil dapat lebih berkembang dengan bantuan perangkat daerah atau Dinas terkait. Lorong wisata merupakan program strategis yang memiliki banyak manfaat yang dihasilkan. Selain membuka lapangan pekerjaan juga secara tidak langsung memberdayakan masyarakat sehingga masyarakat lorong menjadi lebih sejahtera. Saat ini jumlah Lorong Wisata di Kota Makassar berjumlah 2077 Lorong dan kemudian pada tahun ini akan di

kembangkan hingga 3077 Lorong yang dikelola dengan kerjasama berbagai lembaga pemerintah sesuai dengan tujuan dan fungsinya.

Dalam melakukan sosialisasi Lorong wisata, Walikota Makassar Mohammad Ramdhan 'Danny' Pomanto membentuk Dewan Lorong yang disingkat D Lor, yang akan bertugas di Lorong wisata dan diluncurkan pada tanggal 17 Agustus 2022. Dewan Lorong sendiri berjumlah 3 orang dari setiap Lorong dengan komposisi satu ketua, dan dua anggota dengan mewakili masing-masing kalangan dari unsur pemuda (milenial), tokoh masyarakat, dan tokoh perempuan yang masing-masing memiliki masa jabatan paling lama tiga tahun. Dewan Lorong memiliki lima tugas dan tanggungjawab diantaranya menjadi mitra penyebarluasan informasi Lorong Wisata kepada masyarakat, melakukan pendampingan masyarakat, melakukan koordinasi dengan perangkat kelurahan dan kecamatan dalam pengembangan Lorong Wisata, melakukan pertemuan secara rutin untuk memperkuat penguatan kelembagaan Lorong wisata, dan melaporkan hasilhasil pelaksanaan tugas. Potensi lorong wisata di Kota Makassar sangat besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Strategi Komunikasi Yang Dilakukan Oleh Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Makassar Dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata

Berdasarkan UU Republik Indonesia Nomor 14 tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik maka dalam hal ini Diskominfo sebagai lembaga pemerintah yang memiliki tugas mengoptimalkan

pelaksanaan urusan pemerintahan dalam bidang komunikasi dan informatika menjadi perpanjangan tangan dari pemerintah kepada masyarakat dalam hal penyebarluasan informasi dan penghubung dalam rangka menyebarluaskan program dan beberapa kebijakan pemerintah salah satunya dengan melakukan sosialisasi baik langsung maupun tidak langsung.

a. Penelitian

Penelitian adalah proses sistematis dan ilmiah dalam menemukan jawaban maupun solusi dari sebuah masalah ataupun pertanyaan, selain itu penelitian ini juga membantu dalam pembangunan strategi komunikasi yang akan dibuat (Mulyatiningsih, 2011). Diskominfo sebagai lembaga yang membantu pemerintah dalam mensosialisasikan Lorong Wisata, tidak melakukan penelitian secara spesifik terhadap masyarakat sebelum melakukan penelitian, menurut Diskominfo dengan adanya penunjukan Dewan Lorong yang dapat mengedukasi dan memberikan pengarahan langsung kepada masyarakat maka masyarakat akan lebih memahami maksud dan tujuan dari program Lorong Wisata. Adapun hasil wawancara dengan Ibu Isnaniah Nurdin S.Sos., M.Ikom Sebagai Kepala Bidang Humas, Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar sebagai berikut.

“penelitian tentang lorong wisata itu belum, kita belum pernah turun langsung untuk lakukan survey dan segala macam terkait penelitian. Yang jelasnya sebelum kita gaungkan publikasi banyak yang belum mengenal lorong wisata tapi setelah kita llakukan publikasi terkait lorong wisata itu banyak mi yang kenal.”
(Wawancara pada 23 Februari 2024)

Hal yang sama juga disampaikan oleh Budiman Salam sebagai Tenaga Ahli Konten Kreator Humas dan Media Kreatif Diskominfo Kota Makassar terkait penelitian yang dilakukan sebelum melakukan perencanaan strategi komunikasi yang akan di gunakan.

“Iya, untuk penelitian sendiri sejauh ini belum ada penelitian khusus yang dilakukan untuk melihat kondisi masyarakat terkait program Lorong Wisata. Kami belum pernah melakukan survei atau penelitian secara langsung terkait hal tersebut.”
(Wawancara pada 20 Maret 2023)

Berdasarkan pada hasil wawancara tersebut, Diskominfo secara spesifik tidak melakukan penelitian. Diskominfo menilai bahwasanya dengan melakukan publikasi yang massif maka program lorong wisata akan lebih dikenal bukan hanya masyarakat yang berada dalam Lorong tersebut melainkan juga dikenal secara nasional maupun internasional.

Sebagaimana disebutkan diatas bahwasanya penelitian adalah proses sistematis dan ilmiah dalam menemukan jawaban maupun solusi dari sebuah masalah dan mengumpulkan data serta fakta tentang sasaran atau target dengan tujuan untuk mengetahui masalah yang dihadapi. Oleh karena itu, penelitian sangat bermanfaat untuk memahami kondisi atau keadaan target sosialisasi agar kegiatan yang dilakukan dapat dapat mencapai target yang telah ditetapkan. Meskipun Diskominfo tidak melakukan penelitian secara langsung tetapi Diskominfo tetap melakukan sosialisasi Lorong Wisata dengan baik.

b. Perencanaan

Keufman dalam buku yang berjudul “*Perencanaan dan Strategi Komunikasi*” oleh Hafied Cangara mengemukakan bahwa perencanaan merupakan suatu proses menentukan kemana dan apa yang harus kita lakukan untuk mencapai suatu hal secara efektif dan efisien. Ibu Isnaniah Nurdin S.Sos., M.Ikom Sebagai Kepala Bidang Humas, Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar sebagai berikut.

“untuk perencanaan strategi Diskominfo mengadakan pertemuan secara internal untuk menyusun rencana komunikasi yang mencakup berbagai saluran komunikasi yang akan digunakan, seperti media massa, media sosial, dan kegiatan langsung agar sosialisasi yang dilakukan dapat mencapai target audiens dengan efektif. Diskominfo dalam hal ini menggunakan berbagai strategi komunikasi untuk memberitau masyarakat luas dengan memanfaatkan media massa, media sosial dan kegiatan-kegiatan langsung untuk memperkenalkan dan menyebarkan informasi tentang Lorong Wisata Kemudian Diskominfo berkoodinasi dengan berbagai pihak terkait di dalam dan luar Diskominfo untuk memastikan keselarasan dan sinergi dalam pelaksanaan strategi.”
(Wawancara pada 23 Februari 2024)

Senada juga disampaikan oleh Budiman Salam sebagai Tenaga Ahli Konten Kreator Humas dan Media Kreatif Diskominfo Kota Makassar terkait perencanaan strategi komunikasi sebagai berikut.

“Diskominfo dek dalam perencanaan menggunakan berbagai strategi komunikasi agar masyarakat mudah menjangkau informasi tentang program Lorong Wisata ini. Diskominfo memanfaatkan media sosial ataupun media massa serta melakukan kegiatan-kegiatan langsung di salah satu Lorong Wisata untuk memperluas informasi terkait lorong wisata itu sendiri.”
(Wawancara pada 20 Maret 2024)

Dari data di atas dapat diketahui bahwasanya Diskominfo menggunakan berbagai macam strategi komunikasi dalam perencanaan sosialisasi Lorong Wisata untuk menjangkau berbagai pihak ataupun lapisan masyarakat dengan bekerjasama dengan media massa baik cetak maupun online untuk menyebarkan informasi tentang Lorong Wisata melalui artikel dan liputan media dan televisi. Selain itu Diskominfo juga membuat konten-konten di media sosial dan bekerjasama dengan influencer untuk mempromosikan Lorong Wisata.

c. Pelaksanaan

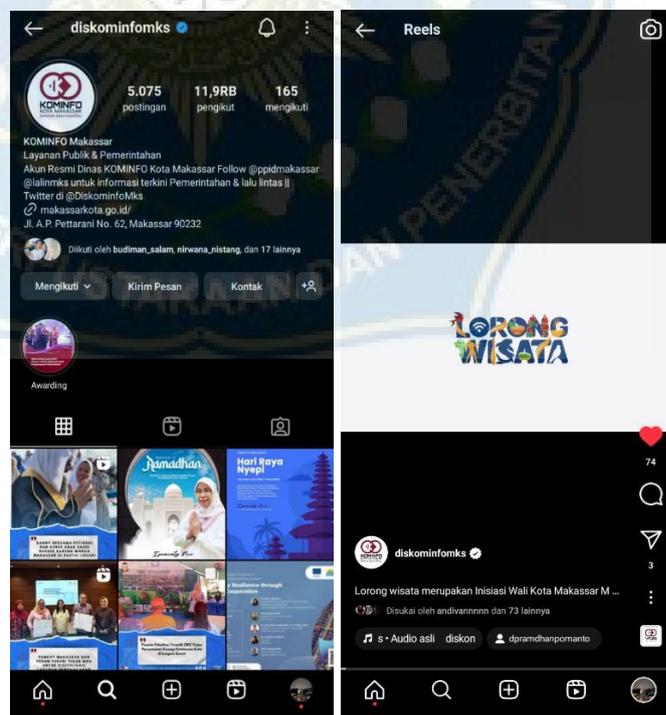
Pelaksanaan merupakan tindakan yang diambil untuk menerapkan perencanaan atau strategi komunikasi yang telah dibuat (Cangara, 2017). Pelaksanaan sendiri dapat dilakukan sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Dalam pelaksanaan Strategi Komunikasi oleh Diskominfo Kota Makassar mengenai Sosialisasi Lorong Wisata dilakukan berdasarkan hasil perencanaan yang telah dilakukan. Hal ini berdasarkan dengan hasil wawancara bersama Ibu Isnaniah Nurdin S.Sos., M.Ikom Sebagai Kepala Bidang Humas, Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar.

“dalam pelaksanaan strategi komunikasi Diskominfo memiliki peran bagaimana mempublikasikan Lorong Wisata agar supaya gaungnya ini lorong wisata tidak hanya di makassar saja tapi bisa sampai keluar kenegara-negara lain karena tanpa publikasi orang tidak akan tau apa yang kita lakukan. Lorong Wisata ini program keroyokan, jadi semua dinas yang ada dipemerintahan Kota makassar bekerja bersama untuk sukseskan ini lorong wisata.”
(Wawancara pada 23 Februari 2024)

Hal serupa juga disampaikan oleh Budiman Salam sebagai Tenaga Ahli Konten Kreator Humas dan Media Kreatif Diskominfo Kota Makassar terkait pelaksanaan strategi komunikasi yang di gunakan.

“untuk pelaksanaan sosialisasi Lorong Wisata, Diskominfo memiliki peran penting dalam melakukan publikasi agar Lorong Wisata bisa di kenal bukan hanya di Makassar saja karena Diskominfo sadar bahwasanya dengan tidak adanya publikasi maka masyarakat tidak akan mengetahui apa yang sedang dilakukan. Oleh karena itu Diskominfo berupaya agar Lorong Wisata dapat menjadi sorotan baik di tingkat lokal maupun internasional.” (Wawancara pada 20 Maret 2024)

Dalam pelaksanaan sosialisasi oleh Diskominfo telah dilakukan sesuai dengan perencanaan yang telah ada sebelumnya. Sosialisasi dilakukan dengan tatap muka secara langsung bersama Dewan Lorong dan melalui media cetak, elektronik dan media sosial milik pemerintah dan Diskominfo Kota Makassar.



Gambar 4.2 Akun Sosial Media Diskominfo Kota Makassar

Dalam kegiatan sosialisasi Diskominfo juga bekerjasama dengan semua dinas yang ada di Kota Makassar dan masing-masing dari mereka memiliki peran yang berbeda dengan fungsinya masing-masing. Misalnya Dinas Pertanahan yang membantu masyarakat mengetahui bahwasanya Lorong ini sebagai Lorong Wisata yang dinaungi oleh pemerintah, kemudian dari DP2 yang membantu Budidaya Lobster, hidroponik dan potensi lainnya, serta Dinas Koperasi dan UMKM membantu UMKM-UMKM yang berada dalam lorong untuk bagaimana mengembangkan UMKM mereka sehingga dikenal di masyarakat luas dan masih banyak lagi dinas yang bekerjasama sesuai dengan fungsinya.



Sumber: Arsip Diskominfo

Gambar 4.3 Pelaksanaan Sosialisasi oleh Diskominfo

d. Evaluasi

Evaluasi strategi komunikasi sendiri dalam hal ini untuk mencari tau sejauh mana masyarakat yang terlibat dalam program Lorong Wisata memahami maksud dan tujuan dari program tersebut. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Isnaniah Nurdin S.Sos., M.Ikom Sebagai Kepala Bidang Humas, Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar.

“untuk evaluasi dapat dilihat dari antusias dan keikutsertaan warga terhadap programnya pemerintah, karena pemerintah hanya memberikan stimulan contohnya budidaya lobster air tawar nah intervensi pertama dari pemerintah disitu dia kasi bantuan bibit dan kolam lobster kemudian diajarkan bagaimana budidayanya, nah selanjutnya disitu warga yang harus aktif untuk melanjutkan, kalo untuk lorong-lorong ada yang kontennya tidak hidup itu berarti keaktifan atau keikutsertaan warga terhadap program yang masih harus di tingkatkan, sehingga masih butuh pendampingan dari pemerintah agar bisa sama dengan lorong-lorong yang lain”(Wawancara pada 23 Februari 2024)

Hal yang sama juga dikatakan oleh Budiman Salam sebagai Tenaga Ahli Konten Kreator Humas dan Media Kreatif Diskominfo Kota Makassar sebagai berikut.

“Dalam evaluasi terhadap program Lorong, kita perhatikan apakah konten-konten yang ada dalam program tersebut memiliki kehidupan atau tidak. Jika ada Lorong yang kontennya tidak hidup, itu menunjukkan bahwa tingkat keaktifan atau partisipasi warga dalam program tersebut masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lebih lanjut dari pemerintah agar program Lorong dapat mencapai tingkat keberhasilan yang sama dengan Lorong-lorong lainnya. (Wawancara pada 20 Maret 2024)

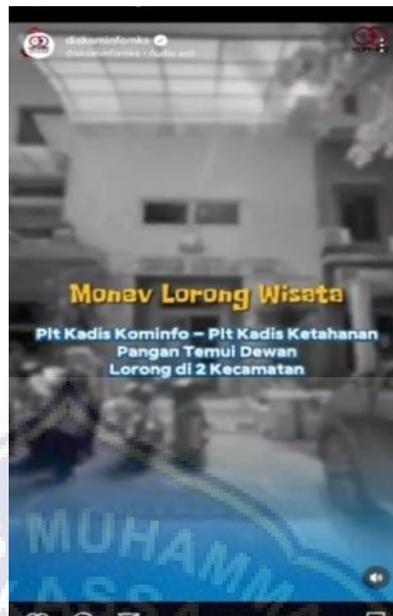
Berdasarkan wawancara diatas, keberhasilan strategi komunikasi Lorong Wisata oleh Diskominfo tergantung bagaimana partisipasi aktif dari masyarakat yang tinggal di lorong tersebut dan juga pemerintah

dalam hal ini perlu meningkatkan upaya untuk meningkatkan antusiasme dan keikutsertaan masyarakat dalam program ini, serta memberikan pendampingan yang diperlukan agar program dapat berjalan dengan sukses.

Sedangkan untuk evaluasi strategi komunikasi dari masyarakat sendiri juga diperlukan untuk mengetahui apakah strategi-strategi komunikasi yang digunakan dilaksanakan dan dapat dipahami oleh masyarakat yang terlibat. Adapun hasil wawancara peneliti dengan salah satu Dewan Lorong dari Lorong Wisata Kyoto, Ibu Arnianti sebagai berikut.

“Untuk sosialisasi yang dilakukan oleh Diskominfo, saya sebagai Dewan Lorong sudah beberapa kali mengikuti sosialisasinya baik itu masalah UMKM, internet, CCTV dan lain sebagainya yang juga kita sampaikan ke masyarakat yang tidak tau bagaimana UMKM dalam lorong dapat dikembangkan, karena masyarakat juga antusias dalam mengupload konten jika sedang ada pengunjung luar ataupun kegiatan yang berlangsung.” (Wawancara pada 01 maret 2024)

Berdasarkan data wawancara diatas, sosialisasi yang dilakukan oleh Diskominfo memberikan dampak positif bagi masyarakat yang terlibat dalam program Lorong wisata. Masyarakat menjadi lebih paham tentang program-program pemerintah sehingga lebih antusias dalam mengembangkan potensi-potensi yang ada dilorong tersebut. Dalam hal ini Dewan Lorong memiliki peran yang penting dalam menyebarkan informasi dan membantu masyarakat dalam mengikuti program-program yang dijalankan oleh pemerintah salah satunya Lorong Wisata.



Gambar 4.4 Dokumentasi Evaluasi/Monev Lorong Wisata Oleh Diskominfo Kota Makassar

e. Pelaporan

Pelaporan merupakan langkah terakhir dalam implementasi strategi komunikasi yang dilakukan. Laporan ini berguna sebagai referensi untuk program-program yang akan dijalankan selanjutnya. Jika laporan menunjukkan hasil yang baik dan berhasil, strategi tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk program selanjutnya. Namun, jika ada hal-hal yang kurang baik maka ini dapat dijadikan pertimbangan untuk strategi yang digunakan selanjutnya (Cangara, 2017). Adapun hasil wawancara terkait pelaporan yang disampaikan oleh Ibu Isnaniah Nurdin S.Sos., M.Ikom Sebagai Kepala Bidang Humas, Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar.

“untuk pelaporan alurnya dari Dewan Lorong ataupun Lurah setempat yang melaporkan perkembangan dari Lorong Wisata terhadap Dinas Ketahanan Pangan yang juga dapat dilihat oleh kami di Diskominfo.” (Wawancara pada 23 Februari 2024)

Senada juga disampaikan oleh Dewan Lorong Ibu Arnianti dari Lorong Wisata Kyoto terkait alur pelaporan Lorong Wisata sebagai berikut:

“dilaporkan ke kelurahan, kemudian kelurahan melaporkan perkembangan ke kantor Dinas. (Wawancara pada 1 Maret 2024)

Kemudian ditambahkan juga oleh Dewan Lorong Bapak Adryan Prahara dari Lorong Wisata Haderslaves, sebagai berikut:

“pelaporannya kadang Pak Lurah datang kesini untuk melihat perkembangan baru dilaporkan kadang juga dari Dewan Lorong ke Pak Lurah.” (Wawancara pada 1 Maret 2024)

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwasanya pelaporan perkembangan Lorong Wisata cukup jelas dan terstruktur, dimana Laporan perkembangannya dimulai dari Dewan Lorong atau Lurah setempat, yang kemudian dilaporkan kepada walikota makassar melalui Dinas Ketahanan Pangan, dan terakhir dipublikasikan oleh Diskominfo Kota Makassar agar semua pihak dapat memantau perkembangan Lorong Wisata.

2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata

- a. Faktor Pendukung Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar dalam Sosialisasi lorong Wisata

Dalam sosialisasi Lorong Wisata oleh Diskominfo terdapat beberapa faktor pendukung diantaranya:

1) Faktor Internal

Faktor Internal adalah faktor yang mendukung Strategi Komunikasi dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata. Faktor ini sangat berpengaruh terhadap jalannya proses sosialisasi yang dilakukan. Faktor internal yang dapat mendukung proses sosialisasi salah satunya adalah fasilitas yang menunjang untuk membantu Diskominfo dalam hal publikasi untuk sosialisasi. Berikut hasil wawancara peneliti dengan Budiman Salam sebagai Tenaga Ahli Konten Kreator Humas dan media kreatif Diskominfo Kota Makassar.

“kalau faktor pendukung dari internal itu adalah penyediaan fasilitas yang dapat menunjang proses sosialisasi mulai dari kmaera, audio, dan ruang podcast yang mendukung secara teknis serta adanya kerjasama tim kreator dan humas Diskominfo.” (Wawancara pada 23 Februari 2024)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwasanya fasilitas yang memadai serta kerjasama yang baik efektif digunakan dalam proses sosialisasi Lorong Wisata.

2) Faktor Eksternal

Faktor Eksternal adalah faktor pendukung strategi komunikasi yang dari luar dalam proses sosialisasi. Berikut hasil wawancara peneliti dengan Budiman Salam sebagai Tenaga Ahli Konten Kreator Humas dan Media Kreatif Diskominfo Kota Makassar.

“faktor eksternal itu yang mendukung dari Pemerintah Kota Makassar dalam hal ini seluruh SKPD ikut terlibat jika memang dibutuhkan keterlibatannya dalam pembuatan konten publikasi dalam proses sosialisasi tergantung pada materi konten yang dibutuhkan.” (Wawancara pada 23 February 2023)

Berdasarkan dari wawancara tersebut maka Peneliti menyimpulkan bahwa faktor yang mendukung dalam proses Strategi Komunikasi Diskominfo dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata ada 2 yaitu faktor internal yang didukung oleh fasilitas yang menunjang dan kerjasama Tim Humas dan Kreator, sedangkan secara eksternal Diskominfo mendapat dukungan penuh oleh Pemerintah Kota Makassar, SKPD dan pihak yang terlibat dalam sosialisasi Lorong Wisata.

b. Faktor Penghambat Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata

Dalam pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan Diskominfo tentu saja terdapat hambatan dalam proses sosialisasi terutama dalam hal masyarakatnya menerima dan memahami informasi mengenai tujuan dan pengelolaan Lorong Wisata. Berikut wawancara dengan Budiman Salam sebagai Tenaga Ahli Konten Kreator Humas dan Media Kreatif Diskominfo Kota Makassar sekaligus admin media sosial Diskominfo Makassar terkait dengan faktor penghambat sosialisasi.

“kalau mengenai faktor penghambat itu mungkin dari masyarakatnya yang kurang eksplor karena kita dari pemerintah kota sudah memberikan stimulan untuk mendukung fasilitas dan kita sosialisasikan dengan mengadakan pelatihan dan sosialisasi terkait CCTV lorong dan program yang dapat membantu masyarakat dalam mengembangkan Lorong wisata.” (Wawancara B, pada 23 Februari 2024)

Dari hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa dalam proses sosialisasi yang dilakukan oleh Diskominfo, faktor utama yang menghambat proses sosialisasi dalam pengembangan Lorong Wisata di Kota Makassar adalah kurangnya kesadaran masyarakat yang terlibat untuk memahami pesan sosialisasi serta tidak adanya minat masyarakat dalam mengeksplor lebih dalam mengenai potensi-potensi dari Lorong Wisata yang dapat mereka kembangkan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang bersumber dari hasil wawancara dengan informan kunci dan informan biasa dapat dilihat bahwa Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar tergantung pada bagaimana masyarakat dapat mengeksplor lebih jauh mengenai tujuan dari program Lorong Wisata yang telah di sosialisasikan oleh Diskominfo.

Dengan hasil yang telah dipaparkan sebelumnya peneliti menyimpulkan dengan 5 langkah menurut Indikator Teori 5 Tahapan Komunikasi Menurut Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul Perencanaan dan Strategi Komunikasi Edisi Revisi 2017 yaitu Penelitian (Research), Perencanaan (Plan), Pelaksanaan (Execute), Evaluasi (Measure), dan Pelaporan (Report).

1. Penelitian

Tahapan penelitian adalah proses dalam pencarian data dan fakta mengenai sasaran ataupun target dengan tujuan untuk mengetahui masalah yang sedang dihadapi. Hasil penelitian berdasarkan wawancara yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Diskominfo tidak melakukan penelitian

khusus terhadap masyarakat sebelum melaksanakan sosialisasi. Diskominfo menganggap bahwa dengan mengandalkan publikasi massif serta kehadiran Dewan Lorong yang ada di tiap Lorong Wisata dan mewakili tiap kalangan dapat memberikan edukasi langsung dan pemahaman terhadap maksud dan tujuan dari program Lorong Wisata agar masyarakat dapat dengan mudah menerima informasi dan pesan sosialisasi yang ingin disampaikan.

Meskipun demikian, pentingnya penelitian sebelum melakukan perencanaan strategi komunikasi strategi komunikasi tidak dapat diabaikan. Sebagaimana yang disebutkan diatas bahwasanya penelitian adalah proses mengumpulkan data dan fakta tentang sasaran atau target untuk memahami masalah yang dihadapi dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Hal ini menunjukkan bahwa penelitian dapat menjadi alat yang sangat berguna dalam memahami kondisi dan kebutuhan masyarakat, strategi komunikasi seperti halnya melakukan publikasi massif di sosial media dan mejalin Kerjasama dengan influencer juga dapat efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang program Lorong Wisata tersebut. Namun dengan adanya penelitian terarah yang ditelah dilakukan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada Diskominfo tentang masalah dan kebutuhan masyarakat, yang dapat membantu merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan efisien.

2. Perencanaan

Diskominfo telah melakukan perencanaan dengan menggunakan berbagai strategi komunikasi dalam merencanakan sosialisasi program Lorong Wisata. Pendekatan ini sesuai dengan konsep perencanaan yang menitikberatkan pada efektivitas dan efisiensi dalam menentukan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Dari wawancara yang dilakukan, terungkap bahwa Diskominfo menggunakan berbagai media komunikasi, seperti media massa, media sosial, dan kegiatan langsung, untuk memperkenalkan dan menyebarkan informasi tentang Lorong Wisata kepada masyarakat luas. Mereka bermitra dengan media massa, baik cetak maupun online, untuk meliput artikel dan berita tentang program tersebut. Selain itu, Diskominfo juga aktif dalam menciptakan konten-konten di media sosial dan menjalin kerjasama dengan influencer untuk mempromosikan Lorong Wisata.

Melalui strategi ini, Diskominfo berusaha menjangkau berbagai lapisan masyarakat dan berbagai pihak terkait. Dengan memanfaatkan media massa dan media sosial, mereka dapat menyebarkan informasi secara luas dan mencapai target audiens dengan lebih efektif. Kerjasama dengan influencer juga menjadi strategi yang cerdas dalam memperluas jangkauan sosialisasi program.

Secara keseluruhan, pendekatan perencanaan yang telah dilakukan oleh Diskominfo menunjukkan upaya yang baik dalam memastikan bahwa pesan tentang Lorong Wisata disampaikan secara efektif kepada

masyarakat. Salah satu contoh keberhasilan Program Lorong Wisata adalah Lorong SIDNEY dimana dalam Lorong Wisata Ini kelompok masyarakat yang terbentuk dari minat yang sama dari para anggota kelompoknya yaitu menanam yang mendapatkan pembinaan dari Dinas Ketahanan Pangan dalam pemanfaatan lahan pekarangan. Kemudian hasil dari pemanfaatan lahannya mereka buat menjadi usaha bersama dengan dengan bantuan dari CSR BUMN, dipromosikan oleh Dinas Pariwisata ,Dinas Perdagangan, Dinas Infokom dan Dinas Koprasi. Dan pada tahun 2022 menjadi salah satu tempat wisata pinggir sungai lokal, yang menyediakan restoran terapung yang dikelola oleh warga setempat dengan mengambil bahan dari lahan pekarangan warga. Dengan menggunakan berbagai strategi komunikasi yang relevan, Diskominfo yang bekerjasama dengan perangkat daerah yang ada di Kota makassar dapat membuat rencana yang baik dalam mensukseskan program sosialisasi Lorong Wisata agar lebih di pahami dan dikenal masyarakat luas.

3. Pelaksanaan

Pada tahap ini melibatkan penerapan strategi komunikasi yang telah direncanakan sebelumnya. Pelaksanaan strategi komunikasi dapat dilakukan dalam berbagai bentuk sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Pelaksanaan yang dilakukan oleh Diskominfo pun sesuai dengan perencanaan strategi dengan menggunakan komunikasi interpersonal dengan menyampaikan pesan yang mudah dipahami oleh masyarakat melalui perantara Dewan Lorong yang mewakili tiap-tiap

kalangan di Lorong Wisata. Diskominfo juga melakukan strategi komunikasi dengan melakukan kolaborasi dengan berbagai dinas di Kota Makassar dalam mengembangkan potensi Lorong wisata sesuai fungsi dari masing-masing dinas terkait untuk mensukseskan program Lorong Wisata. Dengan begitu pelaksanaan sosialisasi program Lorong Wisata oleh Diskominfo telah sesuai dengan perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Dalam mempublikasikan Lorong Wisata oleh Diskominfo tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga bertujuan untuk mencapai khalayak yang lebih luas, bahkan hingga ke luar negeri. Publikasi yang luas ini dianggap penting karena tanpa pengetahuan publik tentang program tersebut, tujuan dari Lorong Wisata tidak dapat tercapai.

Selama pelaksanaan sosialisasi, Diskominfo secara aktif bekerja sama dengan Dewan Lorong dan memanfaatkan berbagai media komunikasi, termasuk media cetak, elektronik, dan media sosial milik pemerintah dan Diskominfo Kota Makassar. Melalui kerja sama ini, pesan tentang Lorong Wisata dapat disampaikan secara efektif kepada masyarakat luas baik lokal maupun internasional.

4. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana strategi komunikasi yang telah diterapkan berhasil. Diskominfo mengevaluasi partisipasi aktif masyarakat dan tingkat pemahaman mereka terhadap program. Pada tahap evaluasi ini Diskominfo menerima laporan melalui website yang dilaporkan oleh Dewan Lorong dari tiap-Lorong Wisata

ataupun dari Lurah setempat yang kemudian dipublikasikan oleh Diskominfo agar masyarakat luas juga dapat menjangkau informasi terbaru dari Lorong Wisata.

Evaluasi ini juga mengarah pada penilaian keberhasilan strategi komunikasi Lorong Wisata oleh Diskominfo, yang sangat bergantung pada partisipasi aktif masyarakat dan upaya peningkatan dari pemerintah. Hasil evaluasi tersebut bertujuan untuk mengetahui sejauh mana strategi komunikasi yang telah dirumuskan dapat diterapkan dan dipahami oleh masyarakat yang terlibat.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan informan, keberhasilan strategi komunikasi melalui publikasi massif di sosial media dan Kerjasama dengan *influencer* yang direncanakan oleh Diskominfo tersebut ditentukan oleh antusiasme masyarakat dalam program Lorong Wisata yang dijalankan oleh pemerintah. Pemerintah perlu meningkatkan upaya untuk memperoleh partisipasi yang lebih besar dari masyarakat serta memberikan pendampingan yang diperlukan agar program dapat berjalan dengan sukses. Evaluasi strategi komunikasi juga melibatkan masyarakat itu sendiri untuk mengetahui sejauh mana strategi-strategi yang digunakan dapat dipahami dan dilaksanakan oleh mereka.

Lorong wisata Kota Makassar sudah banyak dikunjungi oleh beberapa daerah seperti, Gorontalo, Kabupaten Intan Jaya Papua, Gubernur Jawa Tengah, serta dari negara lain seperti Belgia dan Amerika. Selain kunjungan langsung ke lokasi, lorong wisata juga diminati oleh

daerah lain seperti Pihak Kabupaten Sukabumi yang tertarik untuk mengadopsi kegiatan Lorong Wisata yang ada di Kota Makassar setelah kunjungan Kerja Bappeda Kota Sukabumi Terkait Proses Perencanaan dan Implementasi Program Lorong Wisata di Kota Makassar pada tanggal 7 November 2022 yang menunjukkan bahwasanya sosialisasi yang dilakukan oleh Diskominfo memberikan dampak positif bagi masyarakat yang terlibat dalam program Lorong Wisata. Dalam konteks ini, peran Dewan Lorong menjadi sangat penting dalam menyebarkan informasi dan membantu masyarakat dalam mengikuti program-program pemerintah, termasuk program Lorong Wisata.

5. Pelaporan

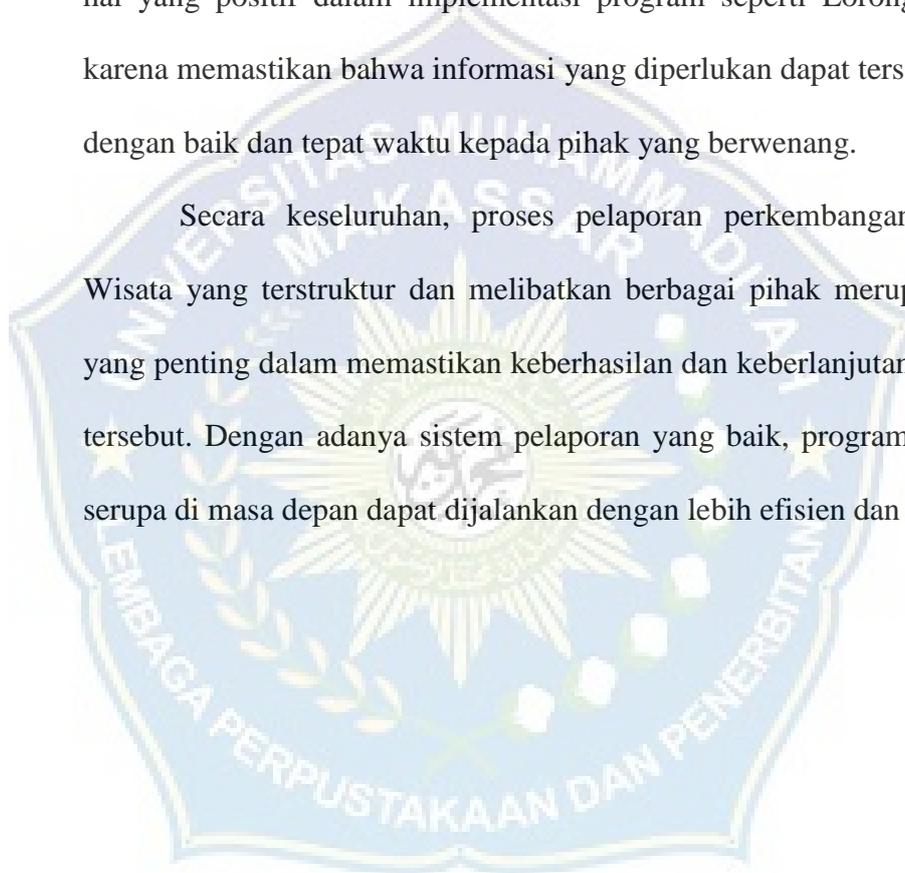
Tahapan terakhir adalah pelaporan, yang berguna sebagai referensi untuk program-program selanjutnya. pelaporan kegiatan dan perkembangan program Lorong Wisata dilakukan secara terstruktur dengan Dewan Lorong melaporkan ke kelurahan setempat kemudian kelurahan melaporkan hasil kegiatan kepada Walikota Makassar melalui Dinas Ketahanan Pangan selaku instansi pelaksana program Lorong Wisata. Setelah itu, laporan tersebut dapat diakses oleh pihak Diskominfo.

Proses pelaporan yang terstruktur ini memungkinkan semua pihak terlibat, mulai dari tingkat lokal hingga tingkat pemerintah daerah, untuk memantau perkembangan program Lorong Wisata dengan baik. Laporan yang disampaikan melalui jalur yang telah ditetapkan memungkinkan

evaluasi yang tepat terhadap keberhasilan pelaksanaan program serta memberikan dasar yang kuat untuk program-program selanjutnya.

Selain itu, adanya kerjasama antara Dewan Lorong, Lurah, dan Dinas Ketahanan Pangan dalam proses pelaporan menunjukkan koordinasi yang baik antara berbagai instansi terkait. Hal ini merupakan hal yang positif dalam implementasi program seperti Lorong Wisata, karena memastikan bahwa informasi yang diperlukan dapat tersampaikan dengan baik dan tepat waktu kepada pihak yang berwenang.

Secara keseluruhan, proses pelaporan perkembangan Lorong Wisata yang terstruktur dan melibatkan berbagai pihak merupakan hal yang penting dalam memastikan keberhasilan dan keberlanjutan program tersebut. Dengan adanya sistem pelaporan yang baik, program-program serupa di masa depan dapat dijalankan dengan lebih efisien dan efektif.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar Dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata

Diskominfo tidak melakukan penelitian secara spesifik sebelum melakukan sosialisasi Lorong Wisata, Diskominfo telah menggunakan berbagai macam strategi komunikasi dalam perencanaan sosialisasi Lorong Wisata, diantaranya dengan melakukan publikasi secara massif di sosial media dan menyampaikan pesan yang mudah dipahami oleh masyarakat melalui Dewan Lorong. Pelaksanaan sosialisasi dilakukan dengan bekerja sama dengan berbagai perangkat daerah di Kota Makassar untuk mensukseskan program Lorong Wisata dan melakukan sosialisasi melalui berbagai media. Evaluasi strategi komunikasi dilakukan dengan melihat partisipasi aktif masyarakat dan tingkat pemahaman mereka terhadap program Lorong Wisata. Pelaporan perkembangan Lorong Wisata dilakukan secara terstruktur, dimulai dari Dewan Lorong atau Lurah setempat, kemudian dilaporkan kepada Walikota Makassar melalui Dinas Ketahanan Pangan, dan dipublikasikan oleh Diskominfo yang memungkinkan semua pihak terlibat untuk memantau perkembangan program tersebut.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata, factor pendukung Fasilitas yang memadai, kerjasama tim, dan dukungan dari pemerintah Kota makassar serta SKPD dan pihak terkait menjadi faktor mendukung dalam pelaksanaan sosialisasi Lorong Wisata. Adapun factor penghambat Kurangnya kesadaran masyarakat dan minat yang rendah dalam mengeksplor potensi lorong wisata menjadi penghambat dalam sosialisasi program ini.

a. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan hasil penelitian diatas, maka adapun saran atau masukan yang ingin peneliti sampaikan terkait dengan permasalahan yang diteliti, sebagai berikut:

1. Sosialisasi yang dilakukan oleh Diskominfo Makassar sudah cukup baik. Namun akan lebih baik jika Diskominfo melakukan penelitian terlebih dahulu sebelum melaksanakan sosialisasi agar Diskominfo lebih mengetahui sistuasi yang ada ada dan dapat melakukan perencanaan strategi komunikasi yang lebih efektif.
2. Diskominfo dapat membuat lebih banyak konten di media sosial terutama tiktok yang sedang trend dan digunakan oleh semua kalangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (R. Pers (ed.); Edisi Revi).
- Efendi, B. (2021). DINAMIKA KOMUNIKASI (Telaah atas Sejarah, Perkembangan dan Pengaruhnya terhadap Teknologi Kontemporer). *EL-HIKAM: Jurnal Pendidikan Dan Kajian Keislaman*, XIV(2), 237–264.
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.65>
- Liliwiri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta : Kencana, 2011), hlm. 240. 20. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, 20–35.
- Makassar.go.id. (n.d.). Lorong Wisata Adalah Program Unggulan Pemerintah Kota Makassar. <https://lpse.makassar.go.id>
- Martha, L. P., & Adiyasa, I. S. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Kartu Identitas Anak. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 6(1), 9–18. <https://doi.org/10.33751/jpsik.v6i1.5315>
- Meyfrylinda, D. (2020). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bogor Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Sistem Informasi Berbagi Aduan Dan Saran (Sibadra).
- Mulyatiningsih, E. (2011). *Riset Terapan Bidang Pendidikan & Teknik*. UNY Press.
- Normina. (2014). Masyarakat dan Sosialisasi. *Ittihad Jurnal Kopertais Wilayah XI Kalimantan*, 12(22), 107–115. http://sharenexchange.blogspot.com/2010/02/sosialisasi-masyarakat_8061.
- Penyusun, T. (2017). *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri 1 Tulungagung, 1–2576.
- Poewandari. (2007). *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*.
- Pratama, A P, Purwanti, Silviana, Wibowo, S. E. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dinas Pariwisata Kota Samarinda dalam Mempromosikan Sarung Tenun Samarinda. ... *Ilmu Komunikasi* ..., 6(1), 298–310. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/02/Jurnal_Adi_\(02-16-18-10-36-30\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/02/Jurnal_Adi_(02-16-18-10-36-30).pdf)
- Rezkiawan, A., Yahya, M., Rina, D., & Makassar, U. M. (2022). KOMUNIKASI POLITIK ANGGOTA DPRD KABUPATEN SINJAI DALAM MENYERAP ASPIRASI RAKYAT DI MASA PANDEMI COVID-19 Komunikasi merupakan aktivitas yang tidak dapat dipisahkan dari berbagai aspek bidang kehidupan manusia salahsatunya dibidang politik . *Melalui komuni*. 13(2), 200–213.

- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rohmana, N. L. P., & Pratiwi, R. Z. B. (2020). Media Relations Dinas Komunikasi Dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Karanganyar Dalam Sosialisasi Program Pemerintah. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 1(1), 15–39. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i1.2400>
- Roni, N. I. (2021). Persepsi Mahasiswa Terhadap Aktivitas Catcalling di Lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar. 3.
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach). DEEPUBLISH.
- Silviani, I. (2020). KOMUNIKASI ORGANISASI (I. Silviani (ed.)). PT. Scopindo Media Pustaka.
- Sugeng, W., & Mery, S. (2012). Analisis Jaringan Komputer Dinas Komunikasi Dan Informatika. *2013*, 3(1), 8.
- Sugiyono. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, 9.
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). BAB II TINJAUAN PUSTAKA. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Wijaya, I. S. (2017). 428-Article Text-1096-1-10-20160423. Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan, XVIII(VOL 17, NO 1 JUNI (2015): LENTERA), 53–61. https://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/428
- Yanti, S. (n.d.). “STRATEGI MEDIA RELATIONS DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA (DISKOMINFO) D MENSOSIALISASIKAN PROGRAM KERJA PEMERINTAH KABUPATEN MADIUN” *S K R I P S I Oleh*.

L

A

M

P

I

R

A

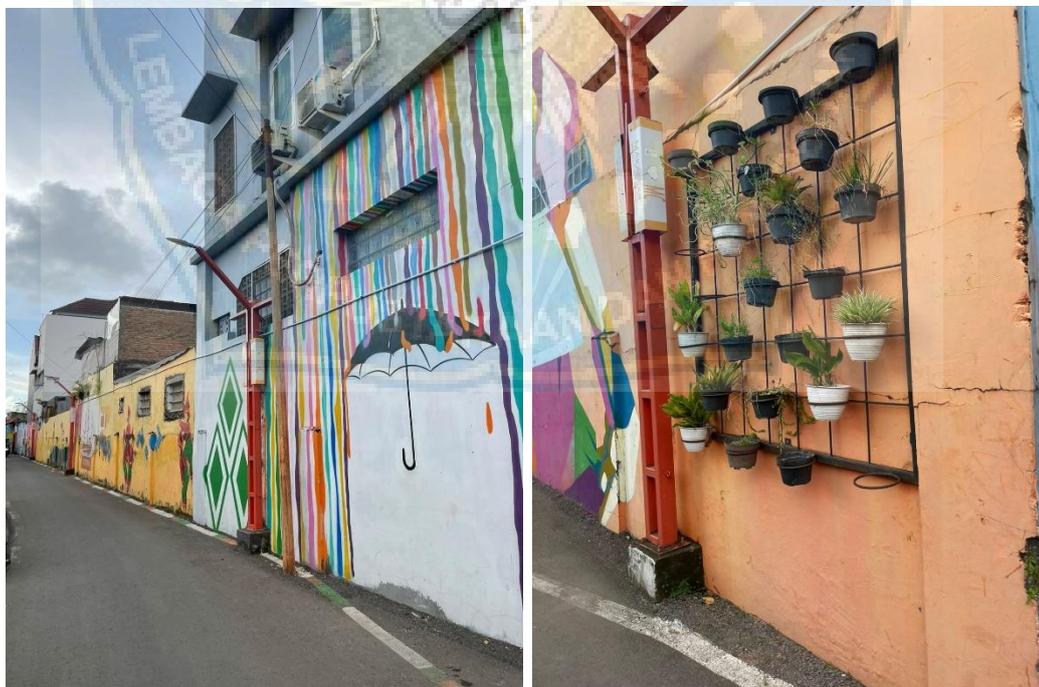
N



LORONG WISATA KOTA MAKASSAR



**Gambar Lorong Wisata Haderslev yang berada di Jl. Sombaopu
Pengambilan Gambar pada tanggal 1 Maret 2024**



**Gambar Lorong Wisata Kyoto yang berada di Jl. Dg.Tata
Pengambilan Gambar pada tanggal 1 Maret 2024**



**Gambar Lorong Wisata Silves yang berada di Jl. Pelita
Pengambilan Gambar pada tanggal 1 Maret 2024**

DOKUMENTASI WAWANCARA



Wawancara dengan Ibu Isnaniah Nurdin, S.Sos. M.Ikom sebagai Kepala Bidang Humas, Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar yang dilaksanakan pada 23 Februari 2024, di Ruang Rapat Diskominfo Kota Makassar



Wawancara dengan kakak Budiman Salam sebagai Tenaga Ahli Konten Kreator Humas Diskominfo Kota Makassar yang dilaksanakan pada 20 Maret 2024, Di Kantor Diskominfo Kota Makassar



Wawancara dengan Ibu Arnianti sebagai Dewan Lorong Wisata Kyoto sekaligus masyarakat yang terlibat dalam proses sosialisasi Diskominfo yang dilaksanakan pada 01 Maret 2024, di Baruga Kaluarrang Lorong Wisata Kyoto



Wawancara dengan Bapak Adryan Prahara sebagai Dewan Lorong Wisata Haderslev sekaligus masyarakat yang terlibat dalam proses sosialisasi Diskominfo yang dilaksanakan pada 01 Maret 2024, Di Lorong Wisata Haderslev





**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 3199/05/C.4-VIII/I/1445/2024 02 January 2024 M
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal 20 Jumadil akhir 1445
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,
Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan
di -
Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 2947/FSP/A.1-VIII/XII/1444 H/2023 tanggal 1 Januari 2024, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **MASVITA ANWAR**
No. Stambuk : **10565 11080 20**
Fakultas : **Fakultas Sosial dan Politik**
Jurusan : **Ilmu Komunikasi**
Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA MAKASSAR DALAM MENSOSIALISASIKAN LORONG WISATA"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 4 Januari 2024 s/d 4 Maret 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.
Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,



Arief Muhsin, M.Pd
NPM 1127761

01-24



**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor	: 45/R.01/PTSP/2024	Kepada Yth.
Lampiran	: -	Walikota Makassar
Perihal	: <u>Izin penelitian</u>	

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 3199/05/C.4-VIII/I/1445/2024 tanggal 02 Januari 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: MASVITA ANWAR
Nomor Pokok	: 105651108020
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Slt Alauddin No. 259 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

**" STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA MAKASSAR
DALAM MENSOSIALISASIKAN LORONG WISATA "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **02 Januari s/d 02 Maret 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 02 Januari 2024

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar,
2. *Pertinggal.*

Nomor: 45/R.01/PTSP/2024

KETENTUAN PEMEGANG IZIN PENELITIAN :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Bupati/Walikota C q. Kepala Bappelitbangda Prov. Sulsel, apabila kegiatan dilaksanakan di Kab/Kota
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat
4. Menyerahkan 1 (satu) eksampilar hardcopy dan softcopy kepada Gubernur Sulsel. Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Penelitian dan Pengembangan Daerah Prov. Sulsel
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

REGISTRASI ONLINE IZIN PENELITIAN DI WEBSITE :

<https://izin-penelitian.sulselprov.go.id>



NOMOR REGISTRASI 20240102855157



Catatan :

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 'Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah.'
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **sertifikat elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Surat ini dapat dibuktikan keasliannya dengan melakukan scan pada QR Code





PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
 DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Jendral Ahmad Yani No. 2 Makassar 90171
 Website: dpmpmsp.makassarkota.go.id



SURAT KETERANGAN PENELITIAN
 Nomor: 070/1102/SKP/SB/DPMPMPTSP/1/2024

DASAR:

- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Keterangan Penelitian.
- Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Organisasi Perangkat Daerah
- Peraturan Walikota Nomor 4 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan
- Keputusan Walikota Makassar Nomor 954/503 Tahun 2023 Tentang Pendelegasian Kewenangan Perizinan Berusaha Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan yang Menjadi Kewenangan Pemerintah Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Makassar Tahun 2023
- Surat Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan nomor 070/1102/SKP/SB/DPMPMPTSP/1/2024, Tanggal 02 Januari 2024
- Rekomendasi Teknis Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar nomor 1106/SKP/SB/BKBP/1/2024

Dengan Ini Menerangkan Bahwa :

Nama : MASVITA ANWAR
 NIM / Jurusan : 105651108020 / Ilmu Komunikasi
 Pekerjaan : Mahasiswa (S1) / Universitas Muhammadiyah Makassar
 Alamat : Jl. Slt Alauddin No. 259 Makassar
 Lokasi Penelitian : Terlampir-
 Waktu Penelitian : 02 Januari 2024 - 02 Maret 2024
 Tujuan : Skripsi
 Judul Penelitian : " STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA MAKASSAR DALAM MENSOSIALISASIKAN LORONG WISATA "

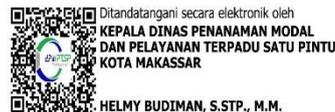
Dalam melakukan kegiatan agar yang bersangkutan memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk kepentingan penelitian yang bersangkutan selama waktu yang sudah ditentukan dalam surat keterangan ini.
- Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak sesuai / tidak ada kaitannya dengan judul dan tujuan kegiatan penelitian.
- Melaporkan hasil penelitian kepada Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar melalui email bidangpoldagrikesbangpolmks@gmail.com.
- Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali apabila pemegangnya tidak menaati ketentuan tersebut diatas.



Ditetapkan di Makassar

Pada tanggal: 2024-01-22 09:52:55



Tembusan Kepada Yth:

- Pimpinan Lembaga/Instansi/Perusahaan Lokasi Penelitian;
- Pertinggal,-



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
Jln. A.P.Pettarani No.62 Makassar 90232 Telp. Fax. +62411- 4671729
Pos-el: diskominfo@makassarkota.go.id Laman: diskominfo.makassarkota.go.id

Makassar, 31 Januari 2024

Nomor : 800/711/DISKOM/112024
Sifat : Biasa
Lampiran : ---
Perihal : Balasan Izin Penelitian

Yth. **Masvita Anwar**
di -
Makassar

Berdasarkan Surat Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu
Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Makassar Nomor :
070/1102/SKP/SB/DPMPTSP/I/2024, Perihal Izin Penelitian, oleh :

Nama : MASVITA ANWAR
NIM / Jurusan : 105651108020/ Ilmu Komunikasi
Pekerjaan : Mahasiswa (S1) / Universitas Muhammadiyah
Makassar
Alamat : Jl. Slt. Alauddin No.259 Makassar
Judul : **"STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA KOTA MAKASSAR DALAM
MENSOSIALISASIKAN LORONG WISATA"**

Pada prinsipnya kami menyetujui untuk melakukan Penelitian pada
Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar yang akan dilaksanakan
pada tanggal 2 Januari 2024 - 2 Maret 2024.

Demikian disampaikan atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan
terima kasih.

Plt. Kepala Dinas,



Ismawaty Nur, ST., M.Sc., Ph.D.
Nip. 197406072004112001



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Masvita Anwar
Nim : 105651108020
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	11 %	25 %
3	Bab 3	7 %	10 %
4	Bab 4	6 %	10 %
5	Bab 5	5 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 4 Mei 2024
Mengetahui,

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,



Nursinah S. Hum., M.I.P.
NBM 064 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593, fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

Masvita anwar 105651108020 Bab I

ORIGINALITY REPORT

10%
SIMILARITY INDEX

10%
INTERNET SOURCES

2%
PUBLICATIONS

0%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	2%
2	repository.binadarma.ac.id Internet Source	1%
3	docplayer.info Internet Source	1%
4	repository.unhas.ac.id Internet Source	1%
5	ojs.uho.ac.id Internet Source	1%
6	text-id.123dok.com Internet Source	1%
7	repository.syekhnurjati.ac.id Internet Source	1%
8	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1%
9	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%

10	repository.unsub.ac.id Internet Source	1%
11	repository.upi.edu Internet Source	1%
12	journal.unismuh.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes Off Exclude matches Off
Exclude bibliography Off



Masvita anwar 105651108020 Bab II

ORIGINALITY REPORT

11%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	2%
2	docplayer.info Internet Source	1%
3	www.coursehero.com Internet Source	1%
4	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%
5	skripsimakalah.com Internet Source	1%
6	www.unhas.ac.id Internet Source	1%
7	123dok.com Internet Source	1%
8	eprints.unm.ac.id Internet Source	1%
9	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1%

10	repository.usahidsolo.ac.id Internet Source	<1%
11	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1%
12	jttc.co.id Internet Source	<1%
13	mybeb.com Internet Source	<1%
14	Marlinda Putri Maharani, Nyoto Harjono, Gamaliel Septian Airlanda. "Peningkatan proses dan hasil belajar muatan matematika tema 8 subtema 1 melalui model Meaningful Instructional Design (MID) siswa kelas 2 SD Negeri Mangunsari 01 semester II tahun pelajaran 2017/2018", <i>Math Didactic: Jurnal Pendidikan Matematika</i> , 2018 Publication	<1%
15	coremap.oseanografi.lipi.go.id Internet Source	<1%
16	Susi Yanti, Andhita Risiko Faristiana. "MEDIA RELATIONS STRATEGY IN MADIUN DISTRICT COMMUNICATION AND INFORMATICS DEPARTMENT IN SENDING GOVERNMENT PROGRAMS", <i>Wasilatuna: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam</i> , 2022 Publication	<1%

Masvita anwar 105651108020 Bab III

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

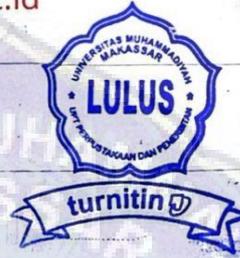
5%

2

docplayer.info

Internet Source

2%



Exclude quotes Off

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography Off

Masvita anwar 105651108020 Bab IV

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

3%

2

diskominfo.makassarkota.go.id

Internet Source

3%



Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches < 2%

Masvita anwar 105651108020 Bab V

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

digilib.iain-jember.ac.id

Internet Source



3%

2

tips-android-terbaru.blogspot.com

Internet Source



3%

Exclude quotes

Off

Exclude matches

Off

Exclude bibliography

Off

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Masvita Anwar, lahir pada tanggal 02 februari 2002 di Birao, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis lahir dari pasangan Anwar dan Erni. Merupakan anak keempat dari enam bersaudara, memiliki tiga kakak perempuan dan dua orang adik, satu perempuan dan satu laki-laki. Penulis pertama kali masuk pendidikan formal di Sekolah Dasar (SD) di Sd Negeri 21 Birao kemudian pada tahun 2014 penulis memasuki Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Syekh Muhammad Samman Kota Makassar dan tamat pada tahun 2017. Setelah menyelesaikan pendidikan di sekolah menengah pertama penulis kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di SMK Muhammadiyah 04 Tallo Kota Makassar sederajat SMA dan tamat pada tahun 2020. Selanjutnya ditahun yang sama yaiyu 2020 penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Ilmu Komunikasi. Selama mengikuti dunia perkuliahan penulis juga aktif dalam sebuah organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) sebagai Sekretaris Bidang Lingkungan Hidup Agraria dan Maritim Pimpinan Komisariat IMM Sospol.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT, usaha dan disertai doa dalam menjalankan akademik di perguruan tinggi di Universitas Muhammadiyah Makassar, serta dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata.