

# KOMUNIKASI KEPALA DESA DALAM PEMBANGUNAN DESA WISATA DI DESA NAMO SIALANG

Budiman Purba<sup>1</sup>, Nur Ambia Arma<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ilmu Komunikasi, Universitas Dharmawangsa

<sup>2</sup> Administrasi Publik, Universitas Terbuka

[budimanpurba@dharmawangsa.ac.id](mailto:budimanpurba@dharmawangsa.ac.id)

[nurambia@ecampus.ut.ac.id](mailto:nurambia@ecampus.ut.ac.id)

**RINGKASAN** - Pembangunan desa wisata menjadi sebuah upaya alternatif yang dianggap mampu untuk memberikan kontribusi tidak hanya bagi penerimaan pendapatan daerah, namun juga untuk perbaikan ekonomi masyarakatnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi Pemerintah Desa Namo Sialang Dalam Pembangunan Desa Wisata. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi dokumen. Metode analisis data model interaktif Miles, Huberman dan Saldana. Hasil penelitian ditemukan bahwa pembangunan desa wisata dimulai dari munculnya gagasan inovatif dari kepala desa yang kemudian dikomunikasikan dengan pemerintah desa lainnya melalui rapat-rapat internal, selanjutnya kepala desa berdiskusi dengan para tokoh masyarakat dan akhirnya ditindak lanjuti perencanaan apasaja yang akan dilakukan untuk pembangunan desa wisata melalui diskusi dengan perangkat pemerintah desa.

**Kata kunci :** *Komunikasi, Pembangunan, Desa Wisata*

## PENDAHULUAN

Keberadaan desa wisata dewasa ini telah berkembang demikian pesat. Pembangunan desa wisata menjadi sebuah upaya alternatif dalam memberi kontribusi tidak hanya bagi penerimaan pendapatan daerah, namun juga peningkatan kesejahteraan masyarakatnya. Penciptaan berbagai lapangan kerja seperti tempat peristirahatan, restoran, kerajinan tangan serta usaha lainnya menjadi alternatif dalam pembangunan objek wisata baru. Kemampuan mengelola sumberdaya alam menjadi keharusan pemerintah dalam membangun daerahnya melalui pendayagunaan daya tarik wisatanya.

Desa Namo Sialang terletak di Kecamatan Batang Serangan Kabupaten Langkat. Desa ini berbatasan langsung dengan Taman Nasional Gunung Leuser Provinsi Aceh. Ekowisata Tangkahan adalah merupakan salah satu dari objek

wisata desa ini yang terkenal dengan julukannya sebagai *The Hidden Paradise of Sumatera Utara*. Tempat-tempat dengan nuansa alam yang masih terjaga kelestariannya melalui upaya peningkatkan keanekaragaman hayati dan melindungi warisan alam serta budayanya. Ekowisata yang memadukan 3 (tiga) komponen penting yaitu konservasi alam pemberdayaan masyarakat lokal, serta upaya meningkatkan kesadaran lingkungan hidup.

Menyadari Desa Namo Sialang memiliki banyak potensi wisata yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, Pemerintah Desa Namo Sialang mendorong desanya menjadi desa wisata unggulan. Sebagaimana dijelaskan oleh Kepala Desa Namo Sialang Rasliadi Sembiring, di tengah pandemi Covid-19 kita tidak saja hanya mengandalkan destinasi wisata Tangkahan sudah terkenal ke mancanegara, namun berusaha untuk membuka objek wisata baru. Pantai Citra dan wisata kuliner Mangga Bridge adalah 2 (dua) destinasi wisata yang telah dikembangkan oleh Pemerintah Desa Namo Sialang (FiksumNew.com, 02/08/20).

Bahwa pembangunan desa wisata diharapkan berdampak positif untuk masyarakat dan pemerintah. Tujuan dibentuknya desa wisata adalah untuk menghindarkan adanya kesan tentang masyarakat lokal yang terpinggirkan akibat program pengembangan pariwisata. Di samping itu, diharapkan masyarakat dapat mempertahankan budaya lokal dan adanya rasa kebanggaan akan budaya tersebut, mempertahankan lingkungan, meningkatkan ekonomi mereka, dan mengurangi arus urbanisasi. Konsep desa wisata merupakan upaya pemberdayaan masyarakat pedesaan. Ini mengacu pada sebuah desa dengan segala sumber daya lokal yang dimilikinya, dikelola, dan disajikan kepada wisatawan.

Menjalankan pengembangan desa wisata membutuhkan komunikasi yang baik antara pemerintah desa dengan masyarakatnya. Karena sejatinya pembangunan desa diperuntukkan kepada masyarakat desa sehingga segala rencana pembangunan desa khususnya desa wisata perlu dikomunikasikan dengan baik kepada masyarakat desa. Selain itu, partisipasi masyarakat juga dibutuhkan untuk dapat membangun desa wisata. Melalui komunikasi yang baik diharapkan masyarakat dapat berpartisipasi membantu pemerintah desa dalam membangun desanya menuju desa wisata yang diminati oleh banyak pengunjung. Penelitian

terdahulu telah membuktikan bahwa pembangunan dapat terhambat jika di dalam prosesnya terjadi kurangnya komunikasi antara pemerintah desa dengan masyarakatnya (Bonde, 2012). Kemudian komunikasi memiliki beberapa pengaruh terhadap tipe, sasaran, tugas sebuah pemerintahan dimana di dalamnya tentang menjalin hubungan dan dibutuhkan dalam pelaksanaan pembangunan agar dapat memperoleh segala informasi tentang kegiatan dan pekerjaan apa saja yang telah dicapai (Bokau, 2013). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi yang terjalin antara kepala desa sebagai kepala pemerintah desa di desa Namo Sialang kepada masyarakatnya dalam rangka pembangunan desa wisata.

## **KAJIAN TEORI**

### **Pengertian Komunikasi**

Komunikasi pada dasarnya adalah upaya membentuk makna tertentu melalui pertukaran simbol. Komunikasi melibatkan pengiriman pesan verbal dan non-verbal. Terdiri dari pengirim, penerima, dan saluran komunikasi. Penggunaan simbol-simbol baik pesan verbal maupun non verbal harus dipahami oleh kedua belah pihak sehingga komunikasi dapat berlangsung dengan baik. Bahwa sebuah komunikasi hanya dapat terjadi jika pesan verbal maupun non verbal dimaksud diterima dipahami sesuai keinginan komunikator dan komunikan secara bersama.

Komunikasi merupakan cara manusia membangun realitas mereka. Dunia manusia tidak terdiri dari obyek-obyek tetapi respon-respon manusia kepada obyek-obyek atau kepada makna-maknanya (Budyatna, 2015: 5) Keberlangsungan komunikasi terjadi bila di antara komunikator dan komunikan memiliki kerangka referensi dan bidang pengalaman yang sama. Komunikasi yang berkembang dengan baik, akan semakin memahami satu sama lainnya. Opini dan persepsi yang sama akan memudahkan manusia untuk mengembangkan suatu kesepakatan, misalnya kerjasama yang terjadi pada suatu organisasi.

Mulyana (2005) mengutip pendapat Alex Gode mengenai komunikasi yang diartikan sebagai sebuah proses dalam membuat sesuatu sejak awal dimiliki seseorang menjadi dimiliki lebih dari satu orang. Sedangkan Gerald R. Miller (1976) dikutip oleh Prajarto (2016) mendefinisikan komunikasi sebagai sebuah situasi dimana adanya kemungkinan menransmisikan pesan kepada penerima

secara sadar untuk mempengaruhi perilaku si penerima pesan tersebut. Lebih konkrit lagi definisi yang dikatakan oleh Raymond S. Ross (1983) dalam Prajarto (2016) yaitu sebagai proses dari menyeleksi, kemudian memilih dan akhirnya mengirimkan berupa symbol sehingga membantu orang lain yang memeriksa symbol tersebut membuat makna hingga merespon sesuai dengan perkiraannya yang dianggap sama dengan maksud si komunikator.

### **Pariwisata dan Desa Wisata**

Pariwisata adalah suatu aktivitas perjalanan yang direncanakan dari satu tempat ke tempat lain yang menjadi objek tujuan wisata untuk menghibur diri, meluaskan pengalaman dan pengetahuan dalam jangka waktu tertentu. Pariwisata adalah fenomena sosial, budaya, dan ekonomi yang melibatkan perpindahan orang ke negara atau tempat di luar lingkungan biasanya untuk tujuan pribadi atau bisnis/profesional. Dewasa ini pariwisata telah berkembang menjadi bisnis besar yang terorganisir secara komersial dan berorientasi pada bisnis.

Atraksi atau objek wisata merupakan komponen inti dari pariwisata. Sebab oleh alasan inilah menarik wisatawan untuk berkunjung. Objek wisata dapat berupa tempat, orang, peristiwa, dan hal-hal yang membentuk pandangan wisatawan sehingga menarik untuk dikunjungi. Contoh umum atraksi atau objek wisata antara lain adalah situs alam dan budaya, tempat bersejarah, monumen, kebun binatang, cagar alam, museum dan galeri seni, taman, struktur arsitektur, taman hiburan, fasilitas olahraga, dan festival. Keberadaan atraksi atau objek wisata tidak dapat dipisahkan dengan perkembangan industri pariwisata. Faktor lain dari daya tarik adalah kemudahan untuk berkunjung seperti sektor seperti transportasi, akomodasi, dan ritel perjalanan.

Komunitas masyarakat di sekitar pusat kegiatan pariwisata merupakan bagian yang tak terpisahkan dari perkembangan kegiatan pariwisata yang terjadi di suatu wilayah. Desa dengan potensi khas yang dimilikinya dapat memperkuat pengembangan kegiatan pariwisata yang ada. Desa Wisata adalah suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan dari suasana yang mencerminkan keaslian dari pedesaan itu sendiri mulai dari sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas dan dari kehidupan sosial ekonomi atau kegiatan perekonomian yang unik dan

menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya atraksi, akomodasi, makanan-minuman, cinderamata, dan kebutuhan wisata lainnya (Priasukmana & Mulyadin, 2001). Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Nuryati dalam Yuliati & Suwandono, 2016: 266).

Pemanfaatan sumberdaya alam, sumberdaya manusia maupun modal yang dimiliki desa dapat berfungsi sebagai pemberdayaan masyarakat selaras dengan pemberdayaan masyarakat berbasis pariwisata (*community based tourism*). Pemberdayaan masyarakat dengan mengikutsertakan peran dan partisipasi masyarakat pedesaan oleh pemerintah diharapkan dapat meningkatkan sektor pariwisata dan ekonomi masyarakat desa. Peran pemerintah desa dalam pengembangan objek wisata merupakan bagian dari tugas pokok untuk membangun wilayahnya melalui eksplorasi potensi khas yang dimiliki oleh masing-masing desa sebagaimana dijelaskan dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 30 Tahun 2006 tentang Tata Cara Penyerahan Urusan Pemerintahan Kabupaten/Kota Kepada Desa. Peran pemerintah desa dalam pengembangan objek wisata alam merupakan bagian integral pemberdayaan kapasitas institusional. Pengembangan objek wisata oleh pemerintah desa meliputi tindakan yang dilakukan pemerintah desa dalam menjalankan tugas dan tanggungjawab untuk membangun wilayah melalui eksplorasi asset yang dimiliki desa (Hidayat dan Djadjuli, 2020 : 281).

Dengan kewenangan yang dimiliki oleh desa khususnya kewenangan dalam melakukan pemberdayaan masyarakat desa berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul dan adat istiadat memberikan angin segar dan peluang bagi pemerintah desa untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat desa (Afrizal dan Nazaki, 2017 : 89).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memahami fenomena yang diteliti secara utuh. Menurut Sugiyono (2019) penelitian kualitatif adalah

metode yang dilakukan secara intensif, yaitu peneliti ikut langsung berpartisipasi lama di lapangan, mencatat secara hati-hati apa saja fenomena yang terjadi, kemudian meakukan analisis refleksi terhadap berbagai dokumen yang ditemukan di lapangan, dan membuat laporan penelitian secara mendetail.

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini berdasarkan Sugiyono (2019) yaitu terdiri atas melakukan wawancara, *participant observation* (observasi berperan serta), dan dokumentasi. Informan yang dipilih adalah Kepala desa sebagai informan kunci, ketua BPD sebagai informan tambahan, dan masyarakat sebagai informan pendukung. Metode analisis yang dipakai berdasarkan model interaktif Miles, Huberman dan Saldana (2014) yang terdiri atas kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Desa Namo Sialang terletak di dalam kecamatan Batang Serangan, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Desa ini memiliki letak geografis yang strategis dan menguntungkan karena berbatasan langsung dengan Taman Nasional Gunung Leuser. Sehingga memiliki potensi alam indah yang dapat dijadikan sebagai objek wisata. Sebelumnya, Des aini hanya mmiliki objek wisata yang dikenal dengan sebutan Ekowisata Tangkahan. Kawasan ekowisata tangkahan ini adalah tempat dimana sungai Buluh dan sungai Batang Serangan bertemu. Sehingga memiliki aliran air yang jernih. Potensi yang dimiliki Kawasan ini terdiri atas pemandian air panas, terdapat gua kambing dan gua kalong, memiliki air terjun dan juga jalur untuk melakukan trekking. Jalur tracking ini dapat dilakukan dengan berjalan kaki dan dapat pula ditempuh dengan menaiki Gajah Sumatera. Terdapat juga kegiatan arum jeram sungai menggunakan tubbing atau rubber boat, diperbolehkan untuk berkemah, menyelusuri gua alam, bermandikan air alam yang segar dan jernih, dapat menikmati atraksi satwa, dan lain sebagainya. Namun Kawasan ini tidak hanya miliki desa Namo Sialang saja, akan tetapi juga merupakan milik Desa Sei Serdang juga.

Oleh karena ekowisata tangkahan tidak hanya milik Desa Namo Sialang, maka untuk menjadikan desa Namo Sialang sebagai desa wisata dibutuhkan pembentukan tempat wisata lainnya. Inilah yang membuat Kepala Desa Namo Sialang kemudian memiliki strategi yang inovatif untuk membangun desanya menjadi bagian dari desa wisata. Dengan memanfaatkan kondisi alam yang ada seperti aliran sungai yang segar dan jernih, Kepala Desa berinovasi untuk menciptakan wisata pemandian yaitu disebut Pantai Citra.

Selain pantai citra, Kepala Desa juga melihat adanya peluang untuk membuat persinggahan sekaligus sebagai tempat untuk beristirahat melakukan aktifitas makan siang bagi wisatawan yang ingin ke tangkahan atau pantai citra dengan lokasi yang memungkinkan menikmati pemandangan sungai yang indah. Tempat persinggahan ini disebut “Mangga Bridge”. Dalam mengimplementasikan gagasan kepala desa tersebut dalam membangun desanya menuju desa wisata, perlu adanya komunikasi yang baik antara kepala desa dengan perangkat desa lainnya dan juga masyarakat setempat.

Kepala Desa menjelaskan tentang gagasan pengembangan desa wisata dalam rangka pemanfaatan potensi alam Namo Sialang. Selanjutnya gagasan ini dikomunikasikan melalui rapat-rapat internal antar aparatur pemerintah Desa Namo Sialang. Dalam upaya untuk mendapatkan dukungan atas perencanaan program ini, maka Kepala Desa melakukan diskusi dengan para tokoh-tokoh masyarakat. Melalui diskusi ini kemudian Kepala Desa beserta aparturnya mengkaji kembali program ini sebelum dilaksanakan.

Tahap selanjutnya adalah pembuatan keputusan tentang masalah-masalah apa sesungguhnya yang harus mendapat perhatian oleh Pemerintah Desa Namo Sialang. Dalam tahapan ini beberapa alternatif dari masalah yang telah dianalisis kemudian disusun sesuai urutan prioritasnya. Dari beberapa alternatif tersebut, ditetapkan mana masalah yang harus mendapat perhatian untuk ditindaklanjuti. Penetapan pemecahan masalah ini dilaksanakan melalui pembuatan keputusan. Perencanaan pemecahan masalah-masalah yang dihadapi oleh Pemerintah Desa Namo Sialang, merupakan proses yang sederhana. Dimulai dari identifikasi masalah, perumusan masalah dan pemilihan alternatif keputusan berdasarkan perhitungan dan berbagai dampak yang mungkin timbul.

Kegiatan-kegiatan dalam setiap tahapan tentu tidak selamanya berjalan dengan lancar, apalagi menyangkut perilaku dan budaya masyarakat. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, adanya sikap skeptis masyarakat yakni ketidakpercayaan dan kecurigaan sebelum ada fakta yang mendukung. Oleh karenanya dalam proses perencanaan pemecahan masalah sikap kehati-hatian dan kearifan menjadi pertimbangan Pemerintah Desa Namo Sialang dalam membuat keputusan dan kebijakan.

Analisis pemecahan masalah adalah tahapan awal dari setiap perencanaan komunikasi. Analisis pemecahan masalah menggambarkan situasi yang dihadapi saat ini sekaligus mengidentifikasi potensi kesulitan dan masalah yang terkait.

Tahapan ini merupakan tahapan yang paling penting. tetapi sering tidak mampu dilakukan dengan baik. Data dan informasi yang diperlukan tidak tersedia atau ketidakmampuan perencana melakukan identifikasi dan analisis masalah dengan baik. Analisis pemecahan masalah demikian pentingnya untuk membantu menemukan solusi dengan menggambarkan secara utuh sebab dan akibat di sekitar masalah. Mengidentifikasi masalah yang benar berarti memulai sebuah perencanaan yang benar.

Elemen kunci dari analisis ini akan memastikan dari “akar penyebab”, bukan hanya gejala masalah. Bahwa sebelum masalah dirumuskan sebaiknya perlu dijelaskan terlebih dahulu mengapa permasalahan itu muncul, mengapa permasalahan itu menarik, bagaimana perencanaan itu akan dibuat dalam upaya untuk memecahkannya. Seperti disebutkan oleh Satori dan Komariyah (2014: 200), Analisis adalah usaha untuk mengurai suatu masalah menjadi bagian-bagian. Sehingga, susunan tersebut tampak jelas dan kemudian bisa ditangkap maknanya atau dimengerti duduk perkaranya. Menurut Scoot M.Cultip dan Allen H. Center (Dalam Ruslan, 2006 : 148-149) langkah pertama ini melibatkan pengkajian dan pemantauan pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku yang terkait dengan tindakan dan kebijakan organisasi. Langkah menentukan “Apa yang sedang terjadi sekarang?”. Demikian pentingnya analisis masalah, sebab hasilnya akan dijadikan sebagai dasar dalam menyusun perencanaan program komunikasi yang akan dikembangkan.

Pentingnya analisis masalah sebagaimana dijelaskan dalam Model P-Proses (Dalam buku Bertrand, *A Field Guide to Designing A Health Communication Strategy, A Resource For Health Communication Professionals*), adalah upaya untuk memahami sifat dari masalah yang ada dan bagaimana mengantisipasi hambatan dalam upaya untuk melakukan perubahan. Oleh karenanya penting diperhatikan adalah melakukan diskusi dengan mendengarkan khayalak yang potensial untuk mendapat informasi yang dibutuhkan. Analisis masalah menyelidiki situasi untuk memungkinkan perencana memahami masalah secara lebih lengkap, selanjutnya merekomendasikan solusi praktis dalam menyelesaikannya.



Sebaiknya pencarian data dan informasi dilakukan dengan bantuan penelitian. atau setidaknya melalui wawancara secara mendalam terhadap orang-orang yang dianggap kompeten. Penemuan fakta (*fact finding*) harus dilakukan dengan riset untuk mengetahui bagaimana pendapat (opini) publik terhadap suatu masalah yang dihadapi oleh organisasi, lembaga atau perusahaan (Cultip dan Center dalam Cangara, 2013: 68). Data dan informasi yang diperoleh tentu dapat menggambarkan dengan baik dari masalah tersebut. sehingga membantu sebagai dasar yang objektif di dalam proses pembuatan keputusan-keputusan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan.

Sedangkan data lain yang dibutuhkan sebagai data pendukung bisa berupa informasi dari media cetak ataupun elektronik serta kebijakan-kebijakan yang berlaku atau berhubungan dengan program. Isu-isu strategis juga harus menjadi perhatian dalam pengumpulan data ini. Selanjutnya mendata apa saja yang dibutuhkan selama proses akan berlangsung. Mendata sumber daya apa saja yang bisa digunakan dalam program.

Dalam menunjang keberhasilan penyebaran informasi program pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah, menurut hasil penelitian Simbolon & Khairifa (2018) sebaiknya pemerintah berusaha agar komunikasi yang dilakukan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat untuk mendukung dan melaksanakan pembangunan. Oleh karena itu sifat pesan adalah persuasif dan edukatif sehingga masyarakat terlatih dan lebih mudah untuk mandiri. Pemerintah perlu menerapkan strategi komunikasi dalam mempersiapkan komunikasi pemerintah kepada masyarakat, baik dalam menetapkan siapa yang menjadi komunikator untuk menyampaikan pesan, membuat strategi pengolahan pesan, membuat target sasaran dan menentukan media yang efektif sehingga masyarakat merasa dilibatkan dan didengarkan.

Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat sesuai hasil penelitian Nurjanah (2018), dampak keberadaan objek wisata ini sangat berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat yang ada, baik secara langsung maupun tidak langsung serta induksi, yang masing-masing dapat diukur dengan penjualan, penghasilan (*income*), penempatan tenaga kerja (*employment*) dan nilai tambah (*value added*) (Sukirno, 2004). Secara nyata, kegiatan pariwisata

memberikan manfaat pada penjualan, keuntungan, lapangan kerja, pendapatan pajak dan penghasilan daerah. Dampak yang paling dirasakan langsung, terjadi di dalam sub-sektor pariwisata primer, penginapan, angkutan, hiburan dan perdagangan eceran (*retail*). Pada tingkat kedua, di sub-sektor sekundernya, berpengaruh pada sebagian besar sektor ekonomi masyarakat setempat.

## SIMPULAN

Komunikasi yang terjalin dalam pembangunan desa wisata di desa Namo Sialang dimulai dari adanya gagasan kepala desa untuk menjadikan desanya menjadi salah satu desa wisata. Kepala desa kemudian mengkomunikasikan gagasan pemanfaatan potensi alam Namo Sialang melalui rapat-rapat internal antar aparatur pemerintah desa Namo Sialang agar mendapat dukungan atas perencanaan program pembangunan desa wisata. Kemudian kepala desa mengkomunikasikan gagasan tersebut kepada para tokoh masyarakat. Setelah itu diadakan kembali diskusi dengan aparat pemerintah desa untuk mengkaji kembali program apa saja yang akan dilaksanakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal dan Nazaki. 2017. *Peran Pemerintah Kabupaten Bintang Dalam Meningkatkan Kemampuan Desa Terhadap Pengelolaan Kewenangan* (Studi Pelaksanaan Kewenangan Desa Malang Rapat Dalam Mengelola Potensi Wisata), JURNAL SELAT Volume. 5 Nomor. 1, Oktober 2017. p - 2354-8649 | e - 2579-5767.
- Bonde, Cynthia M. 2016. Peran Komunikasi Pemerintah dalam Pembangunan Balai Desa Makarou Kecamatan Dumoga Barat Kabupaten Bolaang Mongondow. Vol 5, No.4, Universitas Sam Ratulangi
- Bokau, Irma Nirwana. 2013. Peranan Komunikasi Pemerintahan Dalam Meningkatkan Pembangunan di Desa Boyong Atas (Suatu Studi Peranan Kepala Desa). Jurnal Acta Diurna Komunikasi. Vol 2, No.
- Budyatna Muhammad. 2015. *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hidayat, Eet Saeful dan , R Didi Djadjuli, *Peran Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Objek Wisata Curug Kembar Desa Raksabay*, Dinamika : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara e-ISSN 2614-2945 Volume 7 Nomor 2, Bulan Agustus Tahun 2020.
- Komariah, Aan & Satori, Djam'an. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

- Mulyana, Dedy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT. RMAJA Rosadakarya
- Nurjanah, *Perencanaan Komunikasi dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Bengkalis* (Jurnal Dakwah Risalah Vol. 29 No. 2. Desember 2018)
- Prajarto, Nunung. 2016. Pengantar Ilmu Komunikasi. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka
- Priasukmana, S, Mulyadin, R dan Mohamad. Pembangunan Desa Wisata : Pelaksanaan Undang-undang Otonomi Daerah. Jurnal : Info Sosial Ekonomi Vol. 2 No. 1 (2001) pp. 37 – 44. [www.puslitsosekhut.web.id/download.php?page=publikasi.id](http://www.puslitsosekhut.web.id/download.php?page=publikasi.id). Diakses pada 19 November 2012, Pukul. 21.00 WIB.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada).
- Saldana, Miles, & Huberman. 2014. *Qualitative Data Analysis*. America: Sage Publications
- Simbolon, Besti Rohana dan Khairifa, Fenni. *Strategi Komunikasi Pemerintahan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pembangunan Desa Wisata Tuktuk Siadong Kabupaten Samosir* (JURNAL DARMA AGUNG Volume XXVI, Nomor 1, Desember 2018: 606 – 619).
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukirno, Sadono. 2004. *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Yuliati, Ernie dan Suwandono, Djoko. 2016. *Arahan Konsep dan Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Nongkosawit Sebagai Destinasi Wisata Kota Semarang*, RUANG VOLUME 2 NOMOR 4, 2016, 263-272 P-ISSN 1858-3881; E-ISSN 2356-0088 [HTTP://EJOURNAL2.UNDIP.AC.ID/INDEX.PHP/RUANG](http://ejournal2.undip.ac.id/index.php/ruang)