



P-ISSN 2087-7463

E-ISSN 2686-4754

JURNAL RISET KOMUNIKASI

VOLUME 12 | NOMOR 1 | JUNI 2021 | HLM. 1 - 134

Diterbitkan Oleh :

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI DAN
IKATAN SARJANA KOMUNIKASI INDONESIA - SERANG

APJIKI
ASOSIASI PENERBIT JURNAL ILMU KOMUNIKASI INDONESIA



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia

JURNAL RISET ILMU KOMUNIKASI

P-ISSN 2087-7463 E-ISSN 2686-4754

Volume 12, Nomor 1, Juni 2021, hlm 1 - 134

Terbit dua kali setahun pada bulan Juni dan Desember. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian di bidang komunikasi. Artikel telaah (review article) dimuat atas undangan. P-ISSN 2087-7463 E-ISSN 2686-4754.

Pembina

Dekan FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Penanggung Jawab

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP-UNTIRTA

Ketua Penyunting

Ail Muldi

Dewan Penyunting

Husnan Nurjuman,
Darwis Sagita
Burhanudin

Mia Dwianna W
Lukmanusa
Oki Cahyo

Administrasi, Sirkulasi Dan Tata Usaha

Andi Moch Januriana

Mitra Bestari

Ahmad Sihabudin
Yearry Panji Setianto
Idi Dimiyati
Aminah Swarnawati
Muhammad Badri
Yanuar Luqman
Pawito
Petrus Ana Andung

Yonas Klemens Gregorius Dori Gobang
Abdul Firman Asshaf
Yudi Lani Al Jawwas Salampessy
Gayes Mahestu
Janti G. Sujana
Fuad Muchlis
Fajar Hariyanto

Alamat Penyunting dan Tata Usaha: Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Untirta Lt. 3 Gedung FISIP Untirta, Jl Raya Palka Km. 3 Pabuaran, Kabupaten Serang. Telepon: (0254) 280330 ext 228, Fax (0254) 281254-283073. Homepage: <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom> . email: jurnalrisetkomunikasi@untirta.com

JURNAL RISET KOMUNIKASI Diterbitkan sejak Juni 2010 oleh Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Untirta dan Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, Serang.

Penyunting menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media lain. naskah diketik di atas kertas A4 spasi tunggal, dengan maksimum halaman 20 halaman sudah termasuk daftar pustaka, font Times New Roman 12 untuk judul dan isi, dan 10 untuk abstrak, alamat surel dan instansi. Naskah yang masuk dievaluasi dan disunting untuk keseragaman format dan istilah serta tata cara lainnya.

JURNAL RISET KOMUNIKASI

Volume 12, Nomor 1, Juni 2021, hlm 1 – 134

DAFTAR ISI

Judul	Hlm.
Bahasa Isyarat Indonesia Sebagai Konstruksi Identitas Dan Citra Sosial Tuli Di Purwokerto Bunga AsriandhiniChandra Hanifah Rahmawati ² Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Purwokerto	1 - 20
Model Komunikasi Pariwisata Kampung Warna Warni Desa Burai Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan Dwi Maharani, Hajaro Fikri Al Amin Universitas Bina Darma Palembang	21 - 37
Narasi Kritis Opinion Leader Dalam Kebijakan Vaksin Covid 19 Ari Sulistyanto ¹ , Achmad Jamil ² ¹ Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta ² Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta	38 - 54
Sepakbola Sebagai Bentuk Baru Komunikasi Politik Indonesia Kiki Esa Perdana Program studi Ilmu Komunikasi, Leadership and Management, Universitas Tanri Abeng	55 - 68
Optimasi Pemasaran Menggunakan Media Baru Pada Era Normal Baru (Studi Kasus Facebook Marketing Brand Zhfrn) Ridho Azlam A.A, Haekal Fajri Amrullah, Rahmadya Putra N. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta	69 - 83
Analisis Khalayak Pada Portal Berita Online Di Sumatera Barat Ika Primastuti Putri, Sarmiati, Elva Ronaning Roem Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Andalas	84 -102
Tingkat Kepuasan Petani Muda Terhadap Media Informasi Pertanian Digital (Kasus Kabupaten Lebak Provinsi Banten) Khaerunnisa, Yudi L.A Salampessy Pascasarjana Prodi Ilmu Pertanian, Univeristas Sultan Ageng Tirtayasa	103 - 116
Model Komunikasi Dalam Pengelolaan Konflik Geotermal Di Kabupaten Serang Ail Muldi Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	117 - 134

MODEL KOMUNIKASI PARIWISATA KAMPUNG WARNA WARNI DESA BURAI KECAMATAN TANJUNG BATU KABUPATEN OGAN ILIR SUMATERA SELATAN

Dwi Maharani¹, Hajaro Fikri Al Amin²

^{1,2} Universitas Bina Darma Palembang

¹ dwimaharani@binadarma.ac.id

Kata kunci :

Pariwisata, Model
Komunikasi,
Pokdarwis,
Kampung Warna-
Warni, Ogan Ilir

Abstrak

Desa Burai secara geomorfologis dan sosial budaya memiliki potensi yang cukup baik dan dapat dikembangkan menjadi objek wisata melalui pembentukan sebuah komunitas. Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Burai mengelola desa wisata yang melibatkan pemerintah Desa Burai, Karangtaruna Desa Burai dan masyarakat sekitar. Kerjasama yang terjalin untuk mewujudkan desa wisata ini tidak terlepas dari proses komunikasi yang efektif. Penelitian ini dikupas menggunakan kajian teoritis dari pemikiran Burhan Bungin tentang komunikasi pariwisata, yaitu menggunakan Komunikasi Kelompok dan Komunikasi *online* pariwisata dapat mengidentifikasi sejauh mana pengembangan potensi wisata Kampung Warna-warni. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti melakukan observasi langsung lapangan untuk mengumpulkan data serta melakukan wawancara dengan subjek yang dipilih sebagai sumber informasi. Hasil penelitian menunjukkan model komunikasi pariwisata kampung warna-warni menggunakan komunikasi dua arah. Adanya kerjasama antara Pokdarwis saat melibatkan Karang Taruna dan melibatkan masyarakat sekitar dalam pengembangan Desa Wisata Kampung Warna-warni.

Keywords :

Tourism,
Communication
Model, Pokdarwis,
Kampung Warna-
Warni, Ogan Ilir

Abstract

Burai village geomorphologically and socio-culturally has good potential and can be developed into a tourist attraction through the formation of a community. The Tourism Awareness Group (POKDARWIS) of Burai Village manages a tourist village that involves the Burai Village government, Burai Village youth organizations and the surrounding community. The cooperation that exists to realize this tourist village cannot be separated from an effective communication process. This research is described using a theoretical study of Burhan Bungin's thoughts on tourism communication, namely using Group Communication and online tourism communication to identify the extent to which the development of Kampung Warna-warni tourism potential. This study uses a descriptive method with a qualitative approach. Researchers conducted direct field observations to collect data and conducted interviews with selected subjects as sources of information. The results show that the colorful village tourism communication model uses two-way communication. The existence of cooperation between Pokdarwis when involving youth groups and involving the surrounding community in the development of the Kampung Warna-warni.

PENDAHULUAN

Desa Burai adalah wilayah Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan. Kabupaten Ogan Ilir terdiri dari 16 kecamatan, 14 kelurahan dan 227 desa dengan populasi penduduk 409.171. Kabupaten Ogan Ilir memiliki keunikan potensi pariwisata khususnya wisata air, perikanan serta budaya dan adat istiadat, yang mana semuanya harus tetap dijaga bahkan harus terus menerus dikembangkan potensinya (Profil Kabupaten Ogan Ilir, 2020).

Pariwisata merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan kebudayaan, sejarah, keindahan alam dan hal-hal yang unik dari suatu daerah. Melalui pariwisata, banyak negara maupun daerah yang berkembang, karena pariwisata memiliki peran penting dalam peningkatan suatu negara atau daerah (Ben, 2018). Dalam kegiatan pariwisata komponen-komponen pariwisata akan saling berkaitan dalam pengelolaan dan pengembangan suatu kawasan, komponen ini tidak terlepas dari konsep desa wisata yang ada pada wisata tersebut (Bakti, 2018). Konsep desa wisata merupakan suatu bentuk integritas antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata

cara dan tradisi yang berlaku (Windu, 2013).

Berdasarkan hasil observasi di Desa Burai terdapat desa wisata Kampung Warna-warni dimana masyarakat Desa Burai melestarikan wisata Kampung Warna-warni. Di kampung ini sendiri terdapat beberapa objek wisata yang mempunyai daya tarik bagi pengunjung, mulai dari *spot* foto Kampung Warna-warni, wisata air, dan beberapa kearifan budaya dan tradisi lokal seperti tarian-tarian daerah dan lagu daerah asli Desa Burai.

Pada hakikatnya pembangunan kepariwisataan tidak bisa lepas dari sumber daya dan keunikan komunitas lokal, baik berupa elemen fisik maupun non fisik (tradisi dan budaya) yang merupakan unsur penggerak utama kegiatan wisata itu sendiri sehingga semestinya kepariwisataan harus dipandang sebagai kegiatan yang berbasis pada komunitas (Chamdani, 2018). Terbentuknya sekelompok manusia yang mengadakan suatu ikatan untuk dapat menyelenggarakan kehidupan bersama inilah yang disebut komunitas, melalui komunikasi suatu komunitas dapat berjalan melakukan tugas dan fungsinya dengan baik (Joehastanti, 2012).

Pemerintahan Desa Burai, dan Pokdarwis Desa Burai menjalin dan mempertahankan hubungan baik dengan berbagai pihak di antaranya: masyarakat, media, serta mitra kerja lainnya. Hubungan ini tidak terlepas dari proses komunikasi yang efektif dalam pengembangan, pembangunan serta pengelolaan wisata Kampung Warna-warni di Desa Burai.

Untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat dalam suatu komunitas tidaklah mudah. Pesan yang disampaikan tidak selalu efektif dan bahkan sering terjadi kesalahan dalam berkomunikasi. Oleh karena itu sebuah pesan dapat dikemas dengan lebih baik dengan menggunakan model-model komunikasi (Priasukmana, 2013). Menurut Gordon Wiseman dan Larry Barker karena model berfungsi untuk melukiskan proses komunikasi, menunjukkan hubungan visual, dan membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi (Fiske, 2012).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang tujuannya untuk mencari tahu tentang gambaran yang lengkap mengenai sebuah gejala sosial. Metode penelitian deskriptif juga bertujuan

untuk memberikan penjelasan dan analisa data yang diperoleh peneliti di lapangan (Kriyantono, 2012). Penelitian ini sendiri akan menjelaskan tentang model komunikasi pariwisata Kampung Warna-warni di Desa Burai.

Peneliti terjun langsung kelapangan untuk mengumpulkan data melalui subjek yang dipilih sebagai sumber informasi, karena penelitian ini bersifat subjektif dan hasilnya lebih kasuistik bukan untuk di generalisaikan sehingga data yang dikumpulkan tidak berbentuk angka melainkan suatu gambaran, uraian atau penjelasan secara komprehensif dari berbagai aspek individu, kelompok dan organisasi.

Objek penelitian merupakan masalah yang diteliti dalam penelitian (Sugiyono, 2019). Objek penelitian yang dimaksud adalah Kampung Warna-warni di Desa Burai.

Subjek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Peneliti menentukan subjek penelitian dengan teknik *cluster sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan bilamana populasi tidak terdiri dari individu-individu, melainkan

terdiri dari kelompok-kelompok individu (Kriyantono, 2014).

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini data dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Setelah melakukan observasi dan data hasil wawancara terkumpul, selanjutnya peneliti melakukan analisis data dan melakukan reduksi atau sortir pada data yang telah diperoleh. Peneliti memilah informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dan hanya mengumpulkan data yang berhubungan dengan komunikasi pariwisata, model komunikasi kelompok dan online pariwisata. Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui tentang model komunikasi pariwisata Kampung Warna-warni di Desa Burai.

PEMBAHSAN

Profil Desa Wisata Burai

Desa Burai yang berada di Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir dengan luas wilayah 11.000 Ha. Desa ini bisa ditempuh dengan jarak ± 44 Km dari Ibu Kota Provinsi Sumatera Selatan dan ± 12 Km dari Ibu Kota Kabupaten Ogan Ilir. Secara geografis

Desa ini berbatasan langsung dengan beberapa Desa yang ada di Kabupaten Ogan Ilir, disebelah Utara berbatasan dengan Desa Tanjung Baru, sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Tanjung Batu dan sebelah Barat berbatasan dengan Desa Sentul (Profil Desa Burai, 2020).

Desa Burai memiliki jumlah penduduk sebanyak 2255 jiwa yang tersebar dalam wilayah dusun dan RT. Sebagian besar penduduk desa ini bermata pencarian sebagai petani dan nelayan serta tenun songket, namun ada juga yang bekerja sebagai PNS, guru dan pegawai swasta. Sebagian besar lahan perkebun pada desa ini yaitu karet dan nanas (Profil Desa Burai, 2020)

Desa burai secara geomorfologis dan sosial budaya memiliki potensi wisata alam yang cukup baik untuk dikembangkan menjadi aset daerah yang menjanjikan dalam meningkatkan perekonomian dari sektor pariwisata. Potensi desa wisata yang menjadi andalan desa wisata ini dijadikan sebuah kampung warna-warni yang memiliki keunikan pada setiap objek wisata. Tiap objek wisata memiliki ciri khas atau mengandung budaya lokal dari Desa Burai ini sendiri.

Kampung Warna-Warni di Desa Burai

Terbentuknya Kampung Warna-warni di Desa Burai melalui program Burai Ekowisata, pertama EPE Asset 2 Prabumulih Field, yaitu membangun Desa Burai menjadi desa wisata yang berwawasan lingkungan dengan mengutamakan aspek kelestarian alam, aspek pemberdayaan sosial budaya ekonomi masyarakat lokal serta aspek pembelajaran dan pendidikan. Hal ini juga dijelaskan langsung oleh Kepala Desa burai saat diwawancarai, beliau menjelaskan bahwa:

“Ide awal terbentuknya kampung warna-warni bermula dari CSR pertama EPE Prabumulih tahun 2017 dengan mencoba untuk memberdayakan masyarakat melalui pariwisata, kemudian pada tahun 2018 terbentuklah kampung warna-warni desa burai. Ini merupakan salah satu program dari PT pertama, dilihat dari sudut pandang keindahan alam Desa Burai merupakan salah satu alasan mengapa mereka membentuk Kampung Warna-warni ini”.

Menurut Gamal Suwanto ada lima unsur pokok yang dapat menunjang pembangunan desa wisata yakni daya tarik objek wisata, sarana dan prasaran

wisata, infrastruktur dan masyarakat pada lingkungan tersebut. Daya tarik objek wisata didasarkan pada beberapa hal dalam keindahan alam seperti pegunungan, pantai, budaya sosial dan sebagainya (Sugiama, 2013). Dalam hal ini wisata Kampung Warna-warna memiliki daya tarik baik dari aspek wisata alam juga wisata budaya (Muljadi, 2012). Adapun Objek Wisata yang terdapat di Kampung Warna-warni Desa Burai yaitu (1) wisata bahari yaitu naik kapal wisata mengelilingi Sungai Kelekar Desa Burai untuk menikmati keindahan alam Desa Burai, (2) wisata kampung warna-warni yakni area wisata yang dicat warna-warni sehingga menarik pengunjung untuk berfoto, (3) wisata budaya yakni mengenal Budaya Sumatera Selatan berupa pembuatan tenun Songket secara tradisional, (4) pembuatan Kemplang, (5) kolam renang yakni tempat wisata untuk berenang dan bersantai bagi wisatawan. Selain itu juga ada wisata religi, yaitu (5) berziarah kemakam leluhur atau puyung-puyung juga menjadi salah satu spot wisata yang digemari oleh para wisatawan.

Selain objek wisata yang memiliki daya tarik, sarana dan prasarana yang ada di sekitar objek wisata juga sangat diperlukan oleh wisatawan saat berkunjung ke tempat wisata. Dalam hal

ini, Desa Burai memiliki sarana yang cukup memadai untuk dapat dimanfaatkan oleh para pengunjung seperti memiliki akses jalan yang baik untuk sampai ke tempat wisata, namun belum tersedia alat transportasi umum yang dapat digunakan untuk menuju langsung ke lokasi wisata, sehingga pengunjung harus menggunakan kendaraan pribadi. Di sekitar Kampung Warna-warni hanya tersedia satu penginapan (*Homestay* Desa Burai) untuk wisatawan. Dilihat dari unsur infrastruktur, Desa Burai dianggap mampu untuk melakukan pengembangan desa wisata, baik dari segi sistem pengairan, distribusi air bersih, sumber listrik dan energi, serta sistem komunikasi yang memadai.

Dukungan dari masyarakat sekitar juga sangat berpengaruh untuk mengembangkan desa wisata. Di Kampung Warna-warni keikutsertaan masyarakat terlihat pada setiap *event* yang dilaksanakan di Kampung Warna-warni masyarakat ikut serta memeriahkan dan bekerjasama untuk menyukseskan acara tersebut.

Model Komunikasi Pariwisata Kampung Warna-warni Desa Burai

Menurut Gordon Wiseman dan Larry Barker model berfungsi untuk melukiskan proses komunikasi, menunjukkan hubungan visual, dan membantu dalam menemukan dan memperbaiki kesalahan dalam komunikasi. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mendeskripsikan model komunikasi pariwisata Kampung Warna-warni dengan menggunakan panduan dari hasil pemikiran Burhan Bungin tentang komunikasi pariwisata.

Menurut Burhan Bungin (2015) komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian utama yang disatukan, yaitu kajian komunikasi dan pariwisata. Adapun yang akan dibahas pada komunikasi pariwisata ini yaitu komunikasi kelompok pariwisata, dan komunikasi online pariwisata.

Komunikasi Kelompok Pariwisata

Desa wisata Kampung Warna-warni telah membentuk sebuah komunitas untuk membantu mengembangkan dan mempromosikan Kampung Warna-warni dan beberapa objek wisata di Desa Burai. Komunitas tersebut adalah POKDARWIS (kelompok Sadar Wisata). Tujuan dibentuknya Kelompok Sadar Wisata ini untuk

membantu mengelola dan melestarikan alam serta kebudayaan yang ada di Desa Burai khususnya di Kampung Warna-warni. Selain itu, Kelompok Sadar Wisata ini bertugas sebagai pengelolah wisata, manajemen wisata serta membantu mempublikasi atau mempromosikan wisata Kampung Warna-warni.

Komunikasi kelompok dalam kegiatan pariwisata menyangkut beberapa hal, seperti kemampuan pribadi (*skill*) pelaku pariwisata baik pemilik destinasi, penguasa *venue* atau bahkan kemampuan pramuwisata dan panduwisata. Hal lainnya yang juga penting yaitu tentang penyelenggaraan, dinamika kelompok, kemampuan bertutur, penguasaan sejarah destinasi, dan *venue* wisata (Bungin, 2015). Dengan terbentuknya Kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Desa Burai, kampung warna-warni dapat dikelola, dikembangkan dan dikenal oleh berbagai wisatan lainnya. Namun terbentuknya Kampung Warna-warni Desa Burai tidak terlepas dari kerjasama yang dilakukan oleh beberapa pihak. Melalui program Burai Ekowisata, Pertamina EPE Asset 2 Prabumulih Field ingin membangun Desa burai menjadi Desa wisata yang berwawasan keindahan lingkungan dan kelestarian

alam, dengan mengutamakan aspek pemberdayaan sosial budaya dan ekonomi masyarakat lokal serta aspek pembelajaran serta pendidikan.

Tujuan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) untuk Kampung Warna-warni Desa Burai adalah menciptakan Sapta Pesona pada pengelolaan Desa Wisata Burai. Sedangkan visi dan misi Pokdarwis sendiri adalah; Visi: menciptakan kondisi pariwisata yang memberikan dampak kesejahteraan bagi masyarakat desa Wisata Burai, memberikan kontribusi bagi Pendapatan Asli Desa (PADes) Desa Wisata Burai, menjadi Organisasi yang berdedikasi tinggi terhadap pembangunan Desa Burai. Sedangkan Misi: aktif pada kegiatan menjaga kebersihan lingkungan Desa Wisata Burai, memberikan pelayanan terbaik kepada Wisatawan yang berkunjung, dan selalu menciptakan kondisi yang kondusif dalam menjalankan aktivitas kepariwisataan, bekerjasama dengan segenap *stakeholder* yang ada di Desa Wisata Burai dalam upaya mensukseskan kegiatan kepariwisataan. Seperti bekerjasama dan berkoordinasi dengan pemerintah Desa Wisata Burai dalam setiap kegiatan kepariwisataan yang dilaksanakan oleh Pokdarwis Burai Indah, terus meningkatkan kualitas

Organisasi Pokdarwis Burai Indah dengan aktif mengikuti kegiatan sosialisasi, seminar, bimbingan teknis, dan sebagainya yang berhubungan dengan dunia pariwisata.

Pertamina EPE Prabumulih yang menjadikan Desa Burai sebagai tempat untuk melakukan kegiatan CSR atas permintaan Bupati Kabupaten Ogan Ilir. Pemerintah Desa Burai Kabupaten ogan ilir bekerjasama dalam pembentukan Kampung Warna-warni Desa Burai dengan memanfaatkan aspek-aspek yang dapat mendukung pembentukan desa wisata, kemudian untuk mencapai terwujudnya suatu desa wisata pemerintahan Desa Burai membentuk suatu komunitas Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) untuk mengelola langsung Kampung Warna-warni dan melakukan kerjasama dengan karang taruna Desa Burai untuk membantu pengembangan Kampung Warna-warni dan mengajak masyarakat sekitar untuk ikut serta mengembangkan Kampung Warna-warni. Kampung warna-warni di Desa Burai memberi peluang kepada masyarakat ikut mengembangkan kreatifitas. Dengan adanya desa wisata, dapat membantu masyarakat untuk menambah penghasilan dan menyalurkan kreativitas. Sektor ekonomi di Desa Burai memiliki

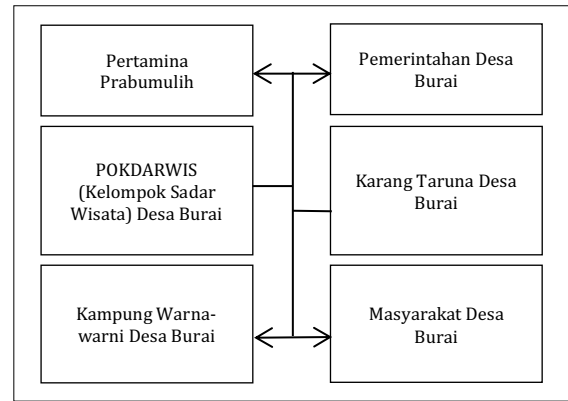
beberapa usaha seperti; menjual kelempang, purun, dan songket. Untuk membantu masyarakat memasarkan usahanya tim dari Pokdarwis dengan dibantu karangtaruna Desa Burai mengajak masyarakat untuk berjualan di Kampung Warna-warni. Di Kampung Warna-warni juga telah disediakan galeri-galeri untuk masyarakat berwirausaha, sehingga wisatawan yang datang dapat mengetahui secara langsung produk makanan dan karya seni yang dimiliki Desa Burai. Wisatawan juga dapat langsung membeli dan bahkan mencoba praktik membuat karya seni masyarakat Desa Burai seperti kerajinan tenun.

Kegiatan yang terjadi di Kampung Warna-warni selalu melibatkan masyarakat, dalam hal ini di wakili oleh karang taruna. Anggota karang truna bekerjasama dengan pokdarwis untuk memantau kegiatan termasuk wisatawan di Kampung Warna-warni. Selanjutnya mereka akan melakukan evaluasi dalam bentuk laporan, yang nantinya akan dilaporkan kepada pemerintahan Desa Burai yaitu Kepala Desa. Hal ini juga telah dijelaskan oleh Kepala Desa Burai, saat peneliti melakukan wawancara secara langsung:

“Pemerintahan beserta kelompok sadar wisata dalam memajukan

pengembangan desa wisata salah satunya dengan membuat galeri-galeri yang dikelola oleh Pokdarwis dibantu oleh karangtaruna untuk mengajak masyarakat desa Burai menjual makan-makan lokal khas dari Burai. selain itu, kami telah mengadakan berbagai *event* besar dan juga *event* sederhana dimana dalam setiap *event* kami selalu mengedepankan kerjasama yang baik dengan Pokdarwis dan karang taruna sehingga kegiatan tersebut dapat berjalan lancar dan kami dapat merencanakan atau meneruskan *event* yang lainnya untuk memajukan dan mengembangkan Kampung Warna-warni Desa Burai ini”.

Untuk lebih mempermudah melihat kegiatan komunikasi yang terjadi selama pembentukan dan pengembangan Kampung Warna-warni Desa Burai ini dapat dilihat melalui model komunikasi pada gambar berikut ini.



Gambar 1. Model Komunikasi Pariwisata Kampung Warna-warni Desa Burai

Sumber : Penelitian, 2021

Kelompok sadar wisata akan bekerjasama dengan pemerintahan setempat untuk mengelolah dan memelihara lingkungan Kampung Warna-warni, mulai dari objek wisata sampai ke kegiatan-kegiatan yang mendukung pengembangan Kampung Warna-warni. Hal ini sejalan dengan pemikiran dari Burhan Bungin (2015) yang menerangkan bahwa dalam pariwisata ada beberapa kajian yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan wisata salah satunya dengan komunikasi kelompok pariwisata. Bidang komunikasi kelompok pariwisata menyangkut kemampuan pribadi pelaku pariwisata baik pemilik destinasi, penguasa *venue* bahkan kemampuan pribadi pramuwisata dan panduwisata, dan juga dapat memanfaatkan bisnis pariwisata yang dijalankan secara

berkelompok sehingga keterampilan komunikasi kelompok sangat berperan penting. Hal-hal lain yang tak kalah penting dalam kajian ini yaitu tentang penyelenggaraan *event*, dinamika kelompok, kemampuan bertutur, penguasaan sejarah destinasi, dan *venue* wisata.

Usaha yang dilakukan pemerintah tentang Pokdarwis yaitu dengan mengajak anak-anak muda Desa Burai untuk mengikuti kegiatan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Selain itu, pemerintah desa mewajibkan setiap perangkat desanya untuk ikut aktif dalam proses pembangunan pariwisata di Desa Burai seperti wajib mengikuti kegiatan gotong royong untuk melestarikan kebudayaan dan keindahan alam kampung warna-warni serta mengajak UMKM Desa Burai untuk menjajakan usahanya di area wisata. Juga mulai melibatkan masyarakat yang memiliki keahlian untuk berjualan di Kampung Warna-warni dengan menjajakan hasil karya masing-masing, seperti: makanan khas dari Desa Burai dan juga kerajinan tangan seperti tenun songket, pengelolaan purun-purun yang telah dijadikan benda seperti kipas tangan, tikar, dan tas unik.

B. Aubrey Fisher menggambarkan model komunikasi sebagai analogi yang

mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan, unsur, sifat atau komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model. Model adalah gambaran informasi untuk menjelaskan atau menerapkan teori. Menurut Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr, model dapat merumuskan dan menyarankan hubungan sehingga hubungan antara model dengan teori begitu erat, model sering dikombinasikan dengan teori, untuk memilih unsur-unsur tertentu yang kita masukkan dalam model. Model berfungsi sebagai basis bagi teori yang lebih kompleks. Alat untuk menjelaskan teori dan menyarankan cara-cara untuk memperbaiki konsep-konsep (Mulyana, 2007).

Model Komunikasi dalam pengembangan Obyek Wisata Kampung Warna-warni Desa Burai memiliki beberapa tahapan dalam penyampaian informasi. Kepala Desa sebagai pimpinan tertinggi di Desa burai bertindak sebagai komunikator utama atau yang mewakili dapat menyampaikan pesan secara individu kepada Kelompok Sadar Wisata lalu pesan yang diterima akan dikelola untuk disampaikan kepada anggota karang taruna Desa Burai. Informasi yang disalurkan berisi tentang hal-hal

yang berkaitan dengan pengembangan Kampung Warna-warni.

Komunikasi Online Pariwisata

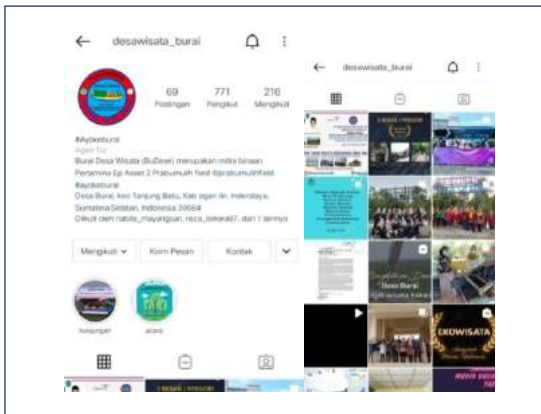
Dewasa ini media *online* kerap digunakan sebagai media untuk promosi. Banyak hal yang dapat di promosikan melalui media sosial, seperti promosi makanan, jasa, hunian, partai politik juga promosi pariwisata. Ada lima kemampuan media *online* menurut Burhan Bungin yaitu: kemampuan dalam menyampaikan pesan atau (*upload*) informasi, kemampuan mengolah informasi, kemampuan menyebarkan informasi (*download*), meneruskan komunikasi dan kemampuan membentuk citra informasi. Kelima (5) kemampuan media *online* ini dapat dikaji dan diterapkan dalam kegiatan komunikasi pariwisata (Bungin, 2015).

Berdasarkan hasil penelitian, penyebaran informasi mengenai Kampung Warna-warni Desa Burai dilakukan melalui media informasi *online* seperti media sosial Instagram. Admin Akun Instagram yang bertugas untuk menyebarkan informasi Kampung Warna-warni dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Mereka memposting informasi berupa foto dan video tentang apa saja yang ada di

Kampung Warna-warni termasuk tentang seluruh kegiatan yang berlangsung di Kampung Warna-warni di Desa Burai. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh salah satu anggota Pokdarwi saat dilakukan wawancara:

“Bentuk penyebaran informasi promosi wisata yang dilakukan dari kami ada beberapa cara yaitu dengan memposting informasi di media sosial seperti Instagram. kami mengundang media untuk meliput kegiatan wisata di Desa Burai, dan kami juga melakukan pemasangan media pamflet di area *public* seperti yang terlihat disana”.

Kampung Warna-warni Desa Burai memiliki akun media sosial Instagram yang dapat diakses oleh siapa saja yang ingin melihat lebih lanjut informasi mengenai Kampung Warna-warni Desa Burai. Semua informasi tentang Kampung Warna-warni dapat dijelajah oleh pengguna media sosial Instagram dengan mengakses akun @desawisata_burai.

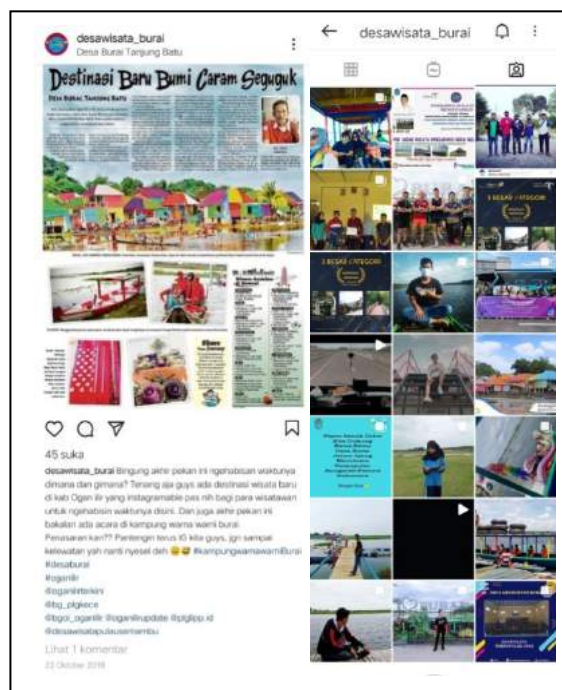


Gambar 2. Akun Instagram Kampung Warna-warni Desa Burai
Sumber : Instagram, 2021

Akun Instagram Kampung Warna-warni Desa Burai mulai aktif tahun 2018 bertepatan dengan terbentuknya desa wisata Kampung Warna-warni. Akun tersebut masih dapat di akses hingga saat ini.

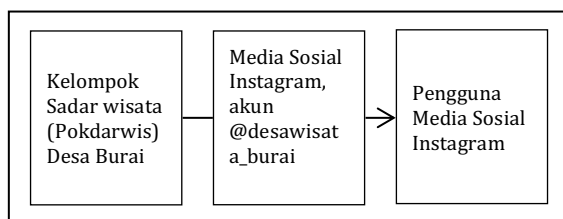
Informasi yang tersimpan pada akun Instagram Kampung Warna-warni baik postingan gambar maupun vide berisi informasi tentang pengunjung yang datang Kekampung Warna-warni, *Event* yang dilaksanakan, pengenalan budaya yang ada di Kampung Warna-warni, objek wisata Kampung warna-warni dan informasi lainnya yang disajikan dengan baik dilengkapi *captions* dan *hashtag* yang dapat kita lihat pada postingan yang diupload pada akun Instagram Kampung Warna-warni, adapun hashtag yang sering digunakan dalam pemostingan yaitu #ayokeburai dan #desawisataburai.

Admin memposting foto atau video setidaknya sekali dalam sebulan. Namun jika ada *event* khusus biasanya akan memposting paling tidak dua kali dalam sebulan. Selama hampir 3 tahun sejak Oktober 2018 hingga sekarang Juni 2021 jumlah postingan yang ada di akun @desawisata_burai ada 72 yang terdiri atas foto dan video. Dari seluruh postingan yang telah diupload ke media sosial terakhir pada bulan Mei 2021 terpantau ada 4336 likes dari seluruh foto dan video yang diuplod. Memiliki 847 pengikut yang mayoritas berlokasi di sekitar Ogan Ilir juga Sumatera Selatan.



Gambar 3. Postingan Akun Instagram Desa wisata burai
Sumber: Instagram, 2021

Dilihat dari segi Komunikasi Pariwisata secara *online*, masyarakat dapat memperoleh informasi tentang Kampung Warna-warni melalui akun Instagramnya. Kelompok Sadar Wisata membuat postingan untuk menginformasikan dan mempromosikan kepada masyarakat luas tentang Kampung Warna-warni Desa Burai. Tidak hanya untuk warga sekitar namun juga untuk semua pengguna akun instagram yang ada diseluruh penjuru dunia. Melalui informasi yang disebarkan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) berupa postingan foto dan video yang diupload dapat mempengaruhi yang melihat postingan, sehingga terbujuk untuk mengenal lebih dalam Kampung Warna-warni di Desa Burai. Dari penjelasan di atas dapat kita lihat model komunikasi yang terjadi dengan menggunakan media sosial :



Gambar 4. Model Komunikasi Online Pariwisata Kampung Warna-Warni
Sumber : Peneliti, 2021

Berdasarkan gambar model komunikasi di atas, dapat dijelaskan awal kegiatan komunikasi dimulai dari

Pokdarwis yang mengupload foto ataupun video tentang berbagai macam kegiatan, fasilitas dan pengunjung Kampung Warna-warni di media sosial Instagram melalui akun @desawisata_burai dengan tujuan memberikan informasi dan mempromosikan Kampung Warna-warni pada masyarakat luas khususnya pengguna media sosial instagram. Usaha untuk mengenalkan atau mempromosikan Kampung Warna-warni Pokdarwis juga menambahkan hastag pada setiap postingan untuk memudahkan pencarian.

Secara teoritis komunikasi menggunakan media sosial bertujuan untuk mengirimkan informasi atau pesan yang telah dibuat langsung oleh komunikator untuk dikirimkan kepada komunikan sebagai penerima pesan menggunakan media internet. Dilihat dari model di atas, komunikan pada kegiatan komunikasi tersebut sangatlah luas. Pertahun 2021 jumlah pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 170 juta, khusus pengguna Instagram sebanyak 85 juta (inet.detik.com). Kegiatan komunikasi menggunakan media sosial memberikan kebebasan kepada komunikator untuk menentukan media sosial apa yang akan digunakan untuk menyampaikan informasi kepada

komunikannya. Hal ini sejalan dengan pendapat anggota Pokdarwis, yaitu:

“Menggunakan media *online* untuk menyebarkan informasi dan melakukan promosi Kampung Warna-warni merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Pemilihan media juga penting, kita harus memilih media yang tepat sesuai dengan kebutuhan kita dan dapat menyampaikan informasi pada sasaran yang tepat, karena sasaran yang tepat adalah tujuan dari kegiatan komunikasi ini”.

Berdasarkan gambar 4 dapat kita lihat komunikasi yang dituju oleh komunikator sangatlah luas, yaitu sebanyak jumlah pengguna media sosial Instagram. Seirama dengan hasil wawancara dengan kepala pokdarwis Desa Burai yang menyatakan:

“Pemilihan media juga penting, kita harus memilih media yang tepat sesuai dengan kebutuhan kita dan dapat menyampaikan informasi pada sasaran yang tepat, karena sasaran yang tepat adalah tujuan dari kegiatan komunikasi ini. Dalam hal ini kami (Pokdarwis) memilih media online Instagram untuk mempromosikan Kampung Warna-warni menggunakan media. Kami

juga mengundang media lokal untuk meliput kegiatan wisata di Desa Burai. Ditambah lagi pemasangan spanduk di tempat umum di sekitar Desa Burai”.

Komunikasi merupakan elemen yang sangat penting dalam proses komunikasi, karena komunikasi adalah salah satu faktor penentu keberhasilan komunikasi. Dalam hal ini, komunikasi yang dituju diharapkan dapat diterima dengan baik tentang informasi yang diberikan Pokdarwis, dan tertarik untuk melakukan arahan yang diberikan oleh komunikator (Pokdarwis). Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu anggota Pokdarwis, menerangkan bahwa:

“Dalam menyampaikan informasi yang kami sebar, hal yang kami fokuskan agar dapat membuat pengunjung ingin berkunjung ke Kampung warna-warni adalah pesan yang kami posting atau kami sampaikan tersebut kami kemas dengan baik dan menarik agar dapat diterima masyarakat diluar sana sehingga dapat menarik mereka untuk datang langsung menikmati wisata yang ada di Kampung Warna-warni”

Dari penjelasan di atas dapat kita ketahui bahwa, dalam penyampaian informasi yang disampaikan oleh Pokdarwis melalui media online mempunyai tujuan untuk menarik calon pengunjung untuk datang dan menikmati keindahan alam yang ada di Kampung Warna-warni Desa Burai. Maka dari itu dalam penyampaian informasi, pesan yang disampaikan harus selalu mengangkat hal yang menarik dan positif tentang Kampung Warna-warni sehingga hasil dari kegiatan promosi yang diharapkan dapat mengajak masyarakat diluar sana untuk berkunjung ke Desa wisata yang ada di Burai atau yang sering disebut dengan Kampung Warna-warni Desa Burai.

Sesuai dengan hasil penelitian yang telah peneliti analisis dan dideskripsikan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa model komunikasi yang sesuai dengan penelitian adalah model komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah atau *two ways communication* adalah proses komunikasi dimana terjadi timbal balik (*feedback*) atau terdapat respon saat pesan dikirimkan oleh sumber atau pemberi pesan kepada penerima pesan.

Adapun tahapan dalam komunikasi dua arah yang terjadi dalam mengembangkan dan mempromosikan Kampung Warna-warni di Desa Burai

yaitu: (1) Pembuatan atau kepemilikan gagasan atau ide dasar oleh pemberi atau sumber pesan (*source*). Pada tahap ini, pemerintahan desa burai memiliki informasi dan akan menyampaikan informasi tertentu yang memang dimaksudkan untuk disampaikan kepada target atau calon penerima pesan yakni pada Pokdarwis, lalu Pokdarwis sebagai penerima pesan akan mengolah informasi yang diterima sehingga dapat menyusun isi pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat (calon pengunjung) dan juga mencari cara tentang bagaimana akan menyampaikannya informasi tersebut, untuk saat ini Pokdarwis memilih menggunakan *channel* atau saluran yang dianggapnya sesuai yaitu melalui akun Instagram Kampung warna-warni.

Kemudian Pokdarwis juga akan mengirimkan informasi tersebut kepada Karangtaruna Desa Burai yang akan membantu mereka sebagai tim yang akan langsung terjun membantu terutama di setiap kegiatan di Kampung Warna-warni. Proses ini sangatlah penting karena berperan besar dalam menentukan apakah informasi dapat disampaikan dan diterima dengan baik atau tidak. Selanjutnya Karangtaruna akan menerima pesan yang disampaikan oleh Pokdarwis, setelah menerima

informasi, karangtaruna juga akan selalu mengikutsertakan masyarakat sekitar untuk sama-sama mengembangkan kreativitas mereka baik itu dalam bidang usaha, kuliner dan sebagainya yang dapat menunjukkan partisipasi dari masyarakat sekitar dan turut menjaga dan mengembangkan Kampung warna-warni di Desa Burai tersebut.

Selanjutnya Penyampaian informasi melalui *channel* atau saluran media sosial yaitu Instagram Kampung warna-warni yang dilakukan oleh Pokdarwis pada masyarakat luar agar dapat memahami dan mengenal Kampung Warna-warni. Pada tahap ini, besar peluang Kampung Warna-warni untuk dilihat oleh pengguna Instagram. Mereka akan memiliki persepsi yang berbeda-beda tentunya, seperti pandangannya tentang suatu hal yang ada di Kampung warna-warni. Setelah menerima segala bentuk informasi baik secara langsung maupun melalui media online. *Receiver* (Penerima informasi) kemudian memberikan *feedback* atau respon yang ia miliki terhadap pesan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai model komunikasi pariwisata Kampung Warna-warni di Desa Burai, model

komunikasi yang terjadi yaitu dua arah. Dimana proses komunikasi yang terjadi secara timbal balik atau adanya respon saat pesan dikirimkan oleh sumber atau pemberi pesan kepada penerima pesan. Pemerintahan Desa Burai juga melibatkan anggota lain secara aktif untuk mengembangkan desa wisata Kampung Warna-warni ini. Melalui kerjasama antara pemerintahan, Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata), karangtaruna, dan masyarakat sehingga dapat mengelolah potensi wisata Kampung Warna-warni dengan sangat baik salah satunya melalui komunikasi yang efektif sehingga dapat terselenggara kegiatan pariwisata yang dapat mengembang tempat wisata itu sendiri juga membantu memperkenalkan Desa Burai serta membantu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

Bakti, I., et all. (2018). Pengembangan Model Komunikasi Pariwisata Bebasis Kearifan Lokal Di Kawasan Geopark Pangandaran. *Jurnal Kajian Komunikasi Universitas Padjajaran.*

- Chamdani, U. (2018). *Komunikasi dalam Pembangunan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta; Budi Utama
- Fiske, J. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta:PT Raja grafindo Persada
- Joehastanti, J. (2012). Strategi Pemasaran Wisata Alam untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kawasan Wisata Kabupaten Kediri. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 1(2)
- Kriyantono, R. (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat Dan Lokal: Aplikasi Penelitiandan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Muljadi, A J. (2012). *Kepariwisataandan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persad
- Sugiyama, G. (2013). *Manajemen Aset Pariwisata*. Bandung : Guardaya Intimarta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Windu, Nuryanti. (2013). *Concept, Perseptive and challenges, Konferensi Internasional; Pariwisata Budaya*. Yogyakarta; Gajamada University Press
- Nugraha, A., R. (2017). Model Komunikasi Pariwisata Yang Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Then Messenger Universitas UNPAD*. Diakses pada tanggal 6 februari 2020.
- Priasukmana, S., Mulyadin, R. (2013). Pembangunan Desa Wisata : Pelaksanaan Undang-undang Otonomi Daerah. *Jurnal Pariwisata*.
- Angkasa Ratu, C., Adikampana, I. (2016). "Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbingsari Kabupaten Jembrana". *Jurnal Destinasi Pariwisata*. Vol. 4 (1). Universitas Udayana, Denpasar.
- <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari>. Diakses Minggu, 20 Juni 2021.

Ketentuan Penulisan Jurnal Riset Komunikasi

MISI

Jurnal Riset Komunikasi memiliki misi untuk mendorong praktisi dan akademisi komunikasi untuk mengembangkan praktik dan teori komunikasi di Indonesia melalui penyebarluasan temuan-temuan hasil riset di bidang komunikasi.

UMUM

Penulis menyerahkan naskah artikel kepada redaksi Jurnal Riset Komunikasi melalui website redaksi JRK:

<http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JR> Kom

FORMAT

Naskah hendaknya ditulis dengan sistematika yang terstruktur, konsisten, dan lugas. Setiap naskah diusahakan tidak lebih dari 25 halaman. Naskah ditulis dalam spasi 2 pada sisi kertas ukuran A4 (210x297), dengan margin atas dan bawah 3 cm serta margin kiri 4 cm, kanan 3 cm. Huruf yang digunakan adalah Times New Roman 12pt. Naskah ditulis dengan menggunakan 1 bahasa Indonesia yang baik dan benar atau Bahasa Inggris dengan tata 1 bahasa yang benar. Naskah ditulis dalam bentuk 2 kolom.

Naskah sebaiknya disajikan dalam beberapa bagian diantaranya:

JUDUL
NAMA PENULIS, FAKULTAS,
UNIVERSITAS/ INSTITUSI, EMAIL, NO
HANDPHONE.
ABSTRAK
PENDAHULUAN
TINJAUAN PUSTAKA
METODE PENELITIAN PEMBAHASAN
SIMPULAN
DAFTAR PUSTAKA

Judul. Penamaan judul hendaknya dibuat ringkas mungkin dan mencerminkan isi naskah. Menggunakan huruf Kapital font 12, Bold, Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris
Data Penulis. Tuliskan nama lengkap tanpa gelar atau jabatan lainnya), nama fakultas, nama universitas/institusi, alamat email, dan nomor handphone/ telepon.

Abstrak. Abstrak ditulis dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Ditulis dalam 1 paragraf

penuh, maksimum 150 kata, spasi 1.5, menggunakan font Times New Roman, ukuran font 12pt, italic. Kata kunci maksimum 5 kata, italic, bold.

Teori. Setiap artikel wajib mencantumkan teori yang digunakan dan konsep lain yang terkait dengan masalah penelitian.

Metodologi penelitian. Setiap artikel wajib mencantumkan metode yang digunakan dalam penelitian tersebut.

Tabel dan gambar. Diperbolehkan bagi penulis untuk mencantumkan tabel ataupun gambar yang memperjelas hasil penelitian.

Daftar Pustaka. Setiap rujukan disertai dengan keterangan yang relevan yang mengacu pada daftar pustaka yang primer dan mutakhir. Format daftar pustaka ditulis berurutan sesuai alfabet, sebagai berikut:

Jurnal

Nama. Tahun. Judul (*italic*). Penerbit. Volume. Nomor. Tahun. Halaman.

Buku

Nama. Tahun. Judul (*italic*). Penerbit. Nama daerah terbitan.

Thesis/disertasi

Nama. Tahun. Judul (*italic*). Nama universitas. Daerah.

Internet

Nama penulis. Tahun upload. Judul (*italic*). Alamat web. Tanggal unduh.

Kutipan. Apabila naskah mencantumkan kutipan, maka penting untuk menuliskan asal kutipan tersebut dengan format mengikuti gaya sitasi APA, ukuran font 12.

Jurnal Riset Komunikasi diterbitkan dua kali dalam satu tahun, yaitu Juni dan Desember.

Judul Harus Spesifik, Efektif Dan Informatif Yang Diukur Dari Kelugasan Penulisannya, Tidak Melebihi 12 Kata Dalam Bahasa Indonesia (Cambria/Bold/14)

Nama Penulis ¹, Nama Penulis ² (Cambria/Bold/12)

¹Afiliasi Penulis (Program Studi, Instansi) (Cambria/Regular/12)

²Afiliasi Penulis (Program Studi, Instansi) (Cambria/Regular/12)

Email: nama@alamat.com (email penulis utama/korespondensi) (12pt)

No HP/WA: 0000 (Tidak dipublikasikan, hanya untuk korespondensi dengan editor)

Kata kunci :

Kata Kunci A, Kata Kunci B, Kata Kunci C

Abstrak

Abstrak (Indonesia) ditulis secara gamblang dan utuh menampilkan seluruh esensi tulisan. Abstrak terdiri dari satu paragraf dengan spasi satu (tunggal) berjumlah maksimal 75-200 kata; disertai 3 (tiga) sampai 5 (lima) kata kunci (keywords). Abstrak tidak boleh memuat kutipan (referensi). Abstrak hasil penelitian harus memuat masalah dan/atau tujuan penelitian, metode atau pendekatan, dan hasil penelitian. Abstrak diketik dengan huruf Cambria, font 10.

Keywords :

Keyword A, Keyword B, Keyword C

Abstract

Abstrak (Inggris) ditulis secara gamblang dan utuh menampilkan seluruh esensi tulisan. Abstrak terdiri dari satu paragraf dengan spasi satu (tunggal) berjumlah maksimal 75-200 kata; disertai 3 (tiga) sampai 5 (lima) kata kunci (keywords). Abstrak tidak boleh memuat kutipan (referensi). Abstrak hasil penelitian harus memuat masalah dan/atau tujuan penelitian, metode atau pendekatan, dan hasil penelitian. Abstrak diketik dengan huruf Cambria, font 10.

PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi latar belakang, masalah penelitian, studi pustaka, dan tujuan penelitian.

Naskah diketik dalam format huruf Cambria, ukuran font 12, spasi 1,5 (abstrak dan daftar rujukan menggunakan spasi satu / tunggal). Margin menggunakan ukuran normal (semua sisi 2,54 cm). Jumlah halaman 20-25.

TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini tentang tinjauan pustaka.

Naskah diketik dalam format huruf Cambria, ukuran font 12, spasi 1,5 (abstrak dan daftar rujukan menggunakan spasi satu/tunggal). Margin menggunakan ukuran normal (semua sisi 2,54 cm). Jumlah halaman 20-25.

METODE PENELITIAN

Bagian ini tentang metode, teknik pengambilan data, dan sampel, dst.

Naskah diketik dalam format huruf Cambria, ukuran font 12, spasi 1,5 (abstrak dan daftar rujukan menggunakan spasi satu/tunggal). Margin menggunakan ukuran normal

(semua sisi 2,54 cm). Jumlah halaman 20-25.

PEMBAHASAN

Bagian ini tentang hasil dan pembahasan penelitian.

Tabel dan gambar (jika ada) diberi judul dan keterangan yang jelas di bagian bawah tabel/gambar tersebut. Seluruh naskah, termasuk tabel dan gambar ditampilkan dengan format monokrom (hitam-putih). Untuk format cetak gambar atau tabel dalam format monokrom atau B/W, untuk OJS gambar atau tabel boleh full colour (format RGB) atau monokrom dengan resolusi 300dpi, format JPG/TIFF. Maksimum full page, Lebar tabel maksimal 70 mm, panjang maksimal 1 halaman. Tabel dan gambar dalam format potrait, bukan landscape.

Tabel 1. Format (template) Tabel

No	Tempat	Waktu	Keterangan
1	Serang	Kamis, 25 Juni 2021	

(Sumber: diolah dari : Rudi (2013:29))

Template Gambar

Maksimum gambar 300 dpi, panjang maksimal 70 mm, Lebar proporsional, Grayscale, JPG/TIFF/PNG.

Gambar 1. Komunikasi Bencana Alam
Sumber : www.bphn.go.id

SIMPULAN

Bagian ini tentang simpulan. Narasi simpulan tanpa penomoran.

DAFTAR PUSTAKA

Nama (2019). Judul Buku: Sitasi dan Daftar Pustaka menggunakan style APA dengan menggunakan bantuan Mendeley atau Endnote. Kota Terbitan: Penerbitan.

Daftar Pustaka hanya memuat rujukan yang benar-benar disebut dalam tubuh artikel. Sebaliknya, rujukan yang disebut dalam artikel harus masuk ke dalam daftar pustaka. Ditempatkan di halaman terakhir (bukan halaman baru) dan 80% sebaiknya berupa rujukan primer dan mutakhir (maksimal 10 tahun terakhir).

Format penulisan kutipan dan daftar pustaka mengikuti gaya penulisan sitasi APA Style edisi ke 6 dan diuraikan secara alfabetis dan kronologis.



JURNAL RISET
KOMUNIKASI

Diterbitkan Oleh :

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI DAN IKATAN SARJANA KOMUNIKASI INDONESIA -SERANG