

**STRATEGI KOMUNIKASI *TOURIST INFORMATION CENTER (TIC)* DALAM PELAYANAN WISATAWAN DI BAYT AL-QUR'AN AL-AKBAR PALEMBANG**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar S1 Dalam Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh:

**NPM: 1941010433**

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445H/2023M**

**STRATEGI KOMUNIKASI *TOURIST INFORMATION CENTER (TIC)* DALAM PELAYANAN WISATAWAN DI BAYT AL-QUR'AN AL-AKBAR PALEMBANG**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana (S.1)  
Dalam Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh:

**Rizqilla Azzahra Yasti**

**NPM: 1941010433**

Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam



Pembimbing I : Dr. Khairullah, S.Ag.M.A

Pembimbing II : Nadya Amalia Nasution, M.Si

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445H/2023M**

## ABSTRAK

Peneliti memfokuskan penelitian ini pada pelaksanaan strategi komunikasi TIC dalam pelayanan wisatawan. Karena Sumber Daya Manusia (SDM) sangat diperlukan dalam profesi sebagai TIC untuk meningkatkan mutu pelayanan terhadap wisatawan. Untuk itu diperlukan strategi komunikasi yang matang dan tepat sasaran agar semua tujuan dan pengarahannya dapat dimengerti. Penulis menganalisis Strategi yang dilakukan TIC dalam pelayanan wisatawan. Untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi *Tourist Information Center (TIC)* Dalam Pelayanan Wisatawan di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang. Untuk mendeskripsikan hambatan dan faktor pendukung *Tourist Information Center (TIC)* dalam pelayanan wisatawan.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini, menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan data sekunder. Dalam menganalisis data menggunakan teknik trigulasi yakni dengan menggabungkan ketiga hasil data sementara dari observasi, dokumentasi, dan wawancara. Setelah itu dilakukan kesimpulan dan diolah kemudian direvisi dengan menggunakan deskriptif pendekatan analisis deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah *Tourist Information Center (TIC)* merupakan profesi sebagai pusat pelayanan wisatawan yang bertujuan untuk membantu pelayanan kepada wisatawan yang datang pada tempat wisata. Tentunya TIC tersebut menjadi garda terdepan dalam memberikan pelayanan, mulai dari pertanyaan sederhana yang diajukan oleh wisatawan maupun pertanyaan yang mendasar. Potensi yang dimiliki pihak TIC tentunya harus terus dikembangkan agar proses pelayanan yang dilakukan berjalan dengan baik. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Tourist Information Center (TIC)* dalam pelayanan wisatawan adalah pengelompokan tujuan wisatawan, membangun kedekatan emosional antar petugas dan wisatawan, menggunakan bahasa yang tidak mengandung ras, suku dan budaya,

toleransi yang dilakukan dengan optimal, dan menggelar serangkaian acara besar. Strategi ini dinilai sangat efektif dalam upaya memberikan pelayanan kepada para wisatawan yang sedang berwisata di wisata religi.

**Kata Kunci:** *Tourist Information Center (TIC)*, **Strategi Komunikasi, Wisata Religi**



## ABSTRACT

Researchers focus this research on the implementation of TIC communication strategies in tourist services. Because Human Resources (HR) are very necessary in the profession as a TIC to improve the quality of service to tourists. For this reason, a mature and targeted communication strategy is needed so that all goals and directions can be understood. The author analyzes the strategies implemented by TIC in serving tourists. To find out what the Tourist Information Center (TIC) Communication Strategy is in Serving Tourists at Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang. To describe the obstacles and supporting factors of the Tourist Information Center (TIC) in tourist services.

The research method used in this research uses descriptive qualitative research methods. Data collection techniques were carried out using observation, interviews and documentation. The data sources used are primary data sources and secondary data sources. In analyzing the data, we use triangulation techniques, namely by combining the three temporary data results from observation, documentation and interviews. After that, conclusions were drawn up and processed and then revised using a descriptive qualitative descriptive analysis approach.

The results of this research are that the Tourist Information Center (TIC) is a profession as a tourist service center which aims to assist services to tourists who come to tourist attractions. Of course, TIC is at the forefront in providing services, starting from simple questions asked by tourists to basic questions. The potential of TIC must of course continue to be developed so that the service process runs well. The communication strategy carried out by the Tourist Information Center (TIC) in serving tourists is grouping tourist destinations, building emotional closeness between officers and tourists, using language that does not contain race, ethnicity and culture, carrying out optimal tolerance, and holding a series of large events. This strategy is considered very effective in providing services to tourists who are traveling in religious tourism.

**Key Words:** *Tourist Information Center (TIC), Strategies, Religious Tourism*

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizqilla Azzahra Yasti  
NPM : 1941010433  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi *Tourist Information Center* (TIC) Dalam Pelayanan Wisatawan di Bayt Al-Qur’an Al-akbar Palembang” adalah Hasil Karya Pribadi tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis oleh orang lain kecuali pada bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, apabila ternyata dikemudian hari terdapat plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai hukum yang berlaku.

Bandar Lampung, Juni 2023  
Penulis,



**Rizqilla Azzahra Yasti**  
**NPM. 1941010433**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

*Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 Telp.(0721)703260*

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi:** *Strategi Komunikasi Tourist Information Center (TIC) Dalam Pelayanan Wisatawan di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang*

**Nama** : Rizqilla Azzahra Yasti

**NPM** : 1941010433

**Prodi** : Komunikasi dan Penyiaran Islam

**Fakultas** : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

**MENYETUJUI**

Untuk Dimunaqasyahkan dan Dipertahankan dalam Sidang  
Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Dr. Khairullah, S.Ag., MA**  
**NIP. 197303052000031002**

**Pembimbing II**

**Nadya Amalia Nasoetion, M.Si**  
**NIP. 199007272019032026**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Dr. Khairullah, S.Ag., MA**  
**NIP. 197303052000031002**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

*Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 Telp(0721)703260*

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul : **“Strategi Komunikasi *Tourist Information Center (TIC)* Dalam Pelayanan Wisatawan di Bayt Al-Qur’an Al-Akbar Palembang”** disusun oleh : **Rizqilla Azzahra Yasti NPM : 1941010433**, Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam** telah diujikan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Hari/Tanggal : **Selasa, 03 Oktober 2023 Pukul :14.00-15.30 WIB** di Ruang Sidang Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

**TIM MUNAQOSAH**

**Ketua Sidang : Dr. H. Zamhariri, S.Ag., M.Sos.I** (.....)

**Sekretaris : Septy Anggrainy, M.Pd** (.....)

**Penguji I : Dr. Fariza Makmun, S.Ag., M.Sos.I** (.....)

**Penguji II : Dr. Khairullah, S.Ag., MA** (.....)

**Penguji Pendamping: Nadya Amalia Nasoetion, M.Si** (.....)

**Mengetahui**  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**



**Abdul Syukur, M.Ag.**

**06511011995031001**



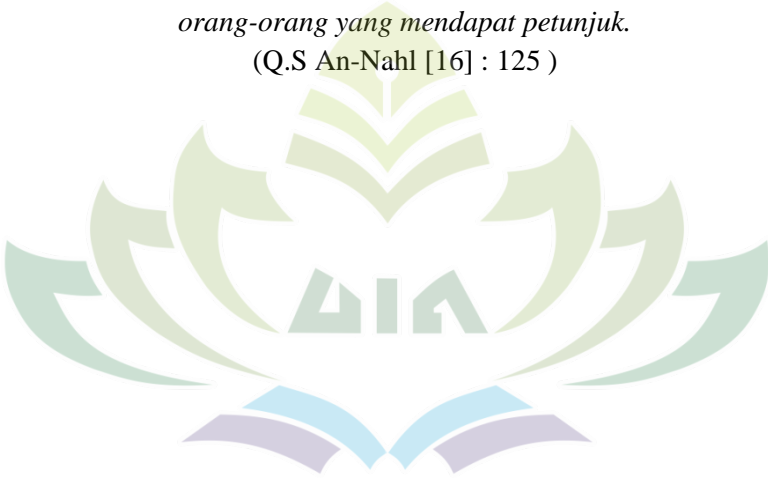
## MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ  
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ

بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*

(Q.S An-Nahl [16] : 125 )



## PERSEMBAHAN

Tiada kata indah yang terucap kepada-Mu Ya Allah selain kata syukur atas nikmat, rahmat, dan karunia-Mu. Kesempatan besar yang telah Engkau berikan kepada hambamu ini untuk dapat mempersembahkan sesuatu kepada orang-orang yang sangat aku cintai dan sayangi. Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta: Ayah Pujo YasBudi dan Bunda Desi Mulyati, terima kasih telah membesarkan dan mendoakan disetiap langkah yang aku jalani dalam kehidupan ini, memberikanku cinta dan kasih yang tiada terhitung tanpa syarat. Yang telah banyak memberikan dukungan yang luar biasa secara moral, materi, dan doa tanpa akhir. Tidak hanya untuk penyelesaian pendidikanku tetapi juga untuk kesuksesan hidupku. Aku bersyukur, maka kupersembahkan skripsi ini benar-benar untuk kalian. Semoga seluruh kerja keras kalian mendapatkan balasan setimpal dari Allah SWT.
2. Kedua adikku yang tercinta, Muhammad daffa Abhiyasa dan Muhammad Safwan Nabeel terima kasih yang telah sangat mendukung, peduli, dan tulus. Kalian merupakan motivasi terbesar dalam menyelesaikan pendidikanku di Universitas.
3. Kepada nenek dan kakekku, Alm Sudjadi dan Djasmina serta H. Washariyanto dan HJ. Sunarti, yang telah mendoakan cucu kesayangan kalian dan memeberikan dukungan dalam menyelesaikan pendidikan.
4. Kepada almamater tercinta.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Rizqilla Azzahra Yasti dilahirkan di Palembang Sumatera Selatan pada hari Jumat 29 juni 2001, yang merupakan anak pertama dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Pujo YasBudi dan Ibu Desi Mulyati.

Sebelum melsnjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi penulis menempuh pendidikan ditingkat dasar pada tahun 2007 di SD Negeri 255 Palembang lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 24 Palembang selesai pada tahun 2016, lanjut kejenjang pendidikan menengah atas dilanjutkan di Madrasah Aliyah Patra Mandiri dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun yang sama 2019 penulis diterima di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Selama menjadi mahasiswa, penulis tidak hanya aktif di dalam kelas saja tetapi penulis juga aktif mengikuti organisasi intra dan ekstra kampus. Penulis mengikuti UKM PersMa Raden Intan Sebagai Kaderisasi, selain itu penulis juga tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Jurusan KPI sebagai Ketua Divisi Jurnalistik. Kemudian untuk kegiatan ekstra kampus, penulis mengikuti PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) dan juga KOPRI (Korps Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Puteri).

Bandar Lampung, Juni 2023

Penulis,

**Rizqilla Azzahra Yasti**

**NPM. 1941010433**

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrahim

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI *TOURIST INFORMATION CENTER (TIC)* DALAM PELAYANAN WISATAWAN DI BAYT AL-QUR’AN AL-AKBAR PALEMBANG” dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, hingga pengikutnya sampai akhir zaman. Penulisan skripsi ini dilaksanakan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat akademik untuk menyelesaikan studi di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, serta memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos). Dengan segala daya dan upaya serta bantuan, bimbingan maupun pengarahan dari hasil diskusi dari berbagai pihak dalam proses penulisan skripsi ini. Maka, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat:

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M. Ag selaku Dekan Fakultas dakwah dan Ilmu Komunikasi yang senantiasa membimbing.
2. Bapak Khairullah selaku Ketua/Kaprodi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang dalam hal ini merupakan Pembimbing I penulis, terima kasih banyak telah membimbing penulis dari awal hingga akhir. Dan Ibu Ade Nur Istiani, M. I. Kom selaku Sekretaris Jurusan KPI yang telah memberi saya dorongan dan motivasi serta ide-ide selama penulisan.
3. Ibu Nadya Amalia Nasution, M. Si selaku Pembimbing II penulis, yang telah dengan sabar membantu penulis menyelesaikan tugas akhir.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengetahuan serta mendidik dengan sangat baik selama saya menempuh pendidikan.

5. Staf jurusan khususnya bapak Ferdi yang telah banyak sekali membantu penulis dalam mengurus urusan administrasi.
6. Pemilik NIM 09011381823082 yang jauh disana yang dengan sabar selalu mengingatkan dan membimbing juga membantu segala kesulitan saat penulis menyelesaikan studi.
7. Desi Fitriyani teman kostan saya yang selalu saya reportkan dalam segala hal selama saya berada di tanah rantau ini.
8. Eltasa Gustalisa dan Rindah Komala Sari selaku dua sahabat saya yang selalu kebersamai penulis dalam segala keadaan.
9. Teman-teman seperjuangan saya, anak-anak yang kompaknya luar biasa yakni anak kelas G angkatan 2019 yang semoga selalu kompak.
10. Abang, mba, dari seluruh elemen yang terlibat di organisasi intra maupun ekstra kampus yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
11. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung yang paling dibanggakan.
12. *Last but not least, I Wanna Thank me for being able to survive until this stage. Who has consistently finished what has been strated, and for just being me at all time.*

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna. Penulis masih melakukan kesalahan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis meminta maaf atas kesalahan yang dilakukan penulis.

Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan rahmat dan rida-Nya kepada kita semua.

Bandar Lampung,                  Juni 2023  
Penulis,

**Rizqilla Azzahra Yasti**  
**NPM. 1941010433**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Fokus dan sub-Fokus Penelitian.....	7
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Manfaat Penelitian .....	8
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	9
H. Metode Penelitian .....	12
I. Sistematika Pembahasan .....	18
<b>BAB II STRATEGI KOMUNIKASI TOURIST INFORMATION CENTER (TIC) DALAM PELAYANAN WISATAWAN.....</b>	<b>21</b>
A. Strategi Komunikasi.....	21
1. Pengertian Strategi Komunikasi.....	21
2. Prosedur Strategi Komunikasi.....	23
3. Langkah-Langkah Strategi Komunikasi.....	23
B. Konsep Pelayanan Wisatawan .....	26
1. Pelayanan Wisatawan .....	26
2. Pelayanan dalam Pandangan Islam .....	26

3. Dasar-dasar Pelayanan .....	31
<b>BAB III DESKRIPSI LOKASI DAN DATA</b>	
<b>PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
1. Sejarah Singkat dan Lokasi Bayt Al-Quran Al-Akbar .....	33
2. Lokasi Bayt Al-Qur'an Al-Akbar.....	38
B. Struktur Kepengurusan Bayt Al-Qur'an Al-Akbar .....	38
C. Tourist Information Center (TIC).....	39
D. Proses Pelayanan Tic Di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar ...	40
E. Langkah-langkah strategi komunikasi di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar .....	45
F. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat .....	49
<b>BAB IV ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI</b>	
<b>TOURIST INFORMATION CENTER (TIC)</b>	
<b>DALAM PELAYANAN WISATAWAN.....</b>	<b>53</b>
A. Strategi Komunikasi Tourist Information Center (TIC) di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar .....	55
B. Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung yang Dialami TIC .....	57
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran .....	62
C. Penutup .....	63
DAFTAR RUJUKAN .....	65
LAMPIRAN.....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Gambar Struktur Kepengurusan Bayt Al-Qur'an Al-Akbar ...	39
3.2 Gambar Tabligh Akbar bersama MT. Jamiatulhasanah Palembang.....	45





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Dalam sub bagian ini, penulis akan menjelaskan satu persatu mengenai judul skripsi untuk memudahkan pembaca memahami agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul. Adapun judul skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi *Tourist Information Center* (TIC) Dalam Pelayanan Wisatawan di Bayt Al-Qur’an Al-Akbar Palembang.”

Strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang.<sup>1</sup>

Merumuskan strategi komunikasi ada empat langkah yang harus diperhatikan ketika menyusun sebuah strategi komunikasi yaitu: mengenal khalayak, menentukan pesan, menetapkan metode serta seleksi dan Penggunaan Media.<sup>2</sup>

Komunikasi merupakan aktifitas rutin yang dilakukan oleh setiap manusia untuk saling berhubungan. Dalam mencari definisi komunikasi, tentunya terlebih dahulu harus memahami makna kata komunikasi. Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*).<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Rosady Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relation* (Jakarta: Grafindo Persada, 2000), 31.

<sup>2</sup> Suswanto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 1.

<sup>3</sup> M. L. Lubis, “Strategi Komunikasi Pemasaran *Tour Guide* Dalam Mempromosikan Wisata Lokal Di Sumatera Utara” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018), 1.



*Tourism Information Center* (TIC) adalah sebuah sentral pelayanan dalam mendapatkan keterangan baik dalam bentuk lisan, tulisan, media cetak, audio visual mengenai kepariwisataan suatu daerah.<sup>4</sup>

Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain yang tingkat kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang dilayani maupun orang yang melayani.<sup>5</sup> Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah usaha untuk melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (kebutuhan keperluan seseorang).<sup>6</sup> Dalam penelitian ini pelayanan yang dimaksud adalah pengoperasian yang dilakukan dengan tujuan memberikan edukasi atau informasi dari petugas *TIC* terhadap wisatawan.

Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap ditempat yang didatanginya, atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya.

Bayt Al-Qur'an Al-Akbar (rumah bagi Al-qur'an Al-Akbar) adalah Museum yang terletak di kota Palembang. Al-Qur'an megah ini menjadi koleksi Pondok Pesantren Al Ihsaniyah, yang lokasinya di Jalan Moh. Amin, Gandus, Kecamatan Gandus, Kota Palembang Sumatera Selatan. Sesuai Namanya Akbar yang berarti besar, ukuran Al-Qur'an ini begitu besar.

---

<sup>4</sup> A RAHMAN, "Tourist Information Center Di Semarang," *Imaji* Volume 1 Nomor 2 (2012): 209–18, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/imaji/article/viewFile/11543/11201>.

<sup>5</sup> I Gusti Ayu Eka Suwintari, "Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan," *Jurnal Hospitality Management* 2, no. 2 (2012): 1–16, <https://doi.org/https://doi.org/10.22334/jihm.v2i2.77>.

<sup>6</sup> Departemen Pendidikan Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011), 505.

Tulisan ayat suci ini tertuang dalam media papan kayu. Tak heran jika Museum Rekor Muri Indonesia menobatkannya sebagai Al-Qur'an terbesar dan terberat di dunia. Tempat inipun menjadi salah satu wisata religi yang bisa dijadikan referensi untuk para wisatawan.

Jadi, maksud dari judul skripsi yang akan dilakukan penulis adalah mengenai penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui “Strategi Komunikasi *Tourist Information Center (TIC)* Dalam Pelayanan Wisatawan di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang.”

## B. Latar Belakang Masalah

Sesungguhnya kehidupan manusia tidak terlepas dari interaksi terhadap sesama manusia dan saling membutuhkan satu sama lain. Tidak hanya orang lain, manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan komunikasi untuk dirinya sendiri. Begitu sangat pentingnya komunikasi dalam kehidupan sehari-hari sehingga perlunya mempelajari komunikasi yang baik agar maksud dan pesan yang ingin disampaikan bisa diterima dengan baik.

Dalam proses berkomunikasi tentunya ada informasi yang disampaikan, maka perlunya ada etika komunikasi dalam menyampaikan seperti kejujuran dan faktual agar penerimanya dapat mempertimbangkan informasi tersebut. Seperti yang tertuang dalam QS Al Hujurat ayat 6:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ

فَتُصَيِّبُوْا عَلٰٓى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ ﴿٦﴾

*“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.” (Q.S. Al-Hujurat [49] : 6).*

Dalam upaya komunikasi maka kita harus mewujudkan persamaan antara kita dengan orang lain. Dengan demikian komunikasi adalah mekanisme dimana relasi manusia ada dan berkembang melalui semua simbol pikiran, bersama alat untuk menyalurkannya melalui ruang dan mempertahankannya.<sup>7</sup>

Setiap perjalanan wisata yang dilakukan oleh beberapa orang atau kelompok, pasti membutuhkan seorang pemandu, pemimpin, pengarah, dan penjelas yang akan menjadikan para wisatawan mendapatkan pengetahuan dan informasi dari suatu tempat. Bagaimana peran TIC disini sangat berpengaruh pada proses pelayanan wisatawan. Penyampaian informasi memiliki kaitan dengan kemampuan berkomunikasi staff TIC. Kemampuan berkomunikasi setiap staff TIC berbeda-beda, terdapat beberapa faktor yang membedakan yaitu, pengalaman berkomunikasi, bakat, dan pendidikan.

Bagaimana proses pemahaman yang diberikan oleh TIC kepada wisatawan harus memiliki strategi. Sehubungan dengan permintaan wisata berpengaruh terhadap tempat wisata yang bisa berdampak dengan strategi layanan. Strategi dapat dipandang sebagai alat perancangan yang dapat menentukan langkah jangka pendek maupun jangka Panjang.

Keberadaan tempat wisata di kota Palembang khususnya di Bayt Al- Qur'an Al-Akbar ini menjadi salah satu sentral

---

<sup>7</sup> Muhammad Zulfadli, “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Barat Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pasca Gempa” (Skripsi, UIN Mataram, 2021), 1.

objek wisata religi yang sangat menyita perhatian, tidak hanya wisatawan lokal tetapi banyak juga wisatawan mancanegara. Wisatawan-wisatawan mancanegara yang datang kebanyakan dari Timur Tengah seperti Qatar, Uni Emirat Arab, Arab Saudi, dan Kuwait.<sup>8</sup>

Para wisatawan yang berlatarbelakang ingin menambah edukasi atau pemahaman yang bernuansa Islami tempat wisata ini sangat cocok dipilih. Selain tempatnya yang menyuguhkan keindahan juga dapat melihat Islam dari sudut pandang yang berbeda.

Selain sejarah berdirinya Al-Qur'an Al-Akbar ini yang akan didapat dari penjelasan petugas TIC, di sana juga terdapat desain dan megahnya Al-Qur'an sebagai media untuk menuangkan kalam ilahi. Tidak hanya sekedar berwisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar juga menjadi pusat keagamaan seperti, Tadarus, ceramah, hingga tabligh. Fasilitas yang disediakan sangat beragam, mulai dari fasilitas bioskop dengan film tema islami serta aula yang cukup luas untuk para wisatawan.

Al-Qur'an adalah kitab dakwah yang berisi aturan, minhaj, dan jalan yang lurus. Keutamaan dan kandungan ilmu yang tiada bandingnya dibandingkan dengan mahkluknya.<sup>9</sup>

Banyak sekali kegiatan yang bisa dilakukan di Bayt Al-Qur'an Akbar, seperti; para wisatawan bisa meniatkan perjalanan wisatawan untuk berinfaq dan bersodaqoh mengingat tempat wisata ini berada di lingkungan pondok pesantren IGM Al Ihsaniyah.

---

<sup>8</sup> Meriyati Meriyati and Havis Aravik, "Dampak Wisata Religi Bait Al-Qur'an Al-Akbar Terhadap Ekonomi Di Sekitar Pondok Pesantren Igm Al-Ihsaniyah Kota Palembang," *Jurisdictie* Volume 8 Nomor 2 (2018): 231, <https://doi.org/10.18860/j.v8i2.4515>.

<sup>9</sup> Taufik Al-Wa'iy, *Dakwah Ke Jalan Allah; Muatan, Sarana, Dan Tujuan* (Jakarta: Robbani Pres, 2010), 109.

Di sana telah disediakan SDM yang dapat membantu memberikan informasi yang sekiranya perlu diketahui. Tidak jarang, banyak sekali pengunjung atau para wisatawan yang berkunjung ingin mendapat informasi namun sangat terbatas atau terkendala pemahamannya. Oleh karena itu permasalahan mengenai keterbatasan informasi kepada wisatawan, tenaga TIC sangat diperlukan untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar di Palembang.

Pengunjung yang memerlukan edukasi atau pemahaman mengenai wisata religi Bayt Al-Qur'an Al-Akbar ini dapat meminta tenaga TIC untuk menemani sekaligus menjelaskan objek tersebut. . Sebagaimana yang terdapat pada QS An Nur (24) : 15:

إِذْ تَلَقَوْنَهُۥٓ بِالْأَسْتِكْمَارِۙ وَقَوْلُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَّا لَيْسَ لَكُم بِهِۦٓ عِلْمٌۙ  
وَتَحْسَبُونَهُۥٓ هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌۙ

*“(Ingatlah) ketika kamu menerima (berita bohong) itu dari mulut ke mulut; kamu mengatakan dengan mulutmu apa yang tidak kamu ketahui sedikit pun; dan kamu menganggapnya remeh, padahal dalam pandangan Allah itu masalah besar.” (QS An-Nur [24]: 15).*

Untuk mempertahankan minat wisatawan terhadap wisata religiyang menghadirkan nuansa islami, Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki tempat ini juga perlu diperhatikan yang dalam hal ini TIC. Bagaimana TIC dapat menarik minat wisatawan dan bagaimana langkah yang tepat dilakukan oleh TIC agar proses komunikasi tepat sasaran sehingga pelayanannya dapat menyenangkan hati para pengunjung atau wisatawan.



Berdasarkan permasalahan dari uraian diatas, peneliti akan meneliti secara objektif mengenai, “Strategi Komunikasi *Tourist Information Center (TIC)* Dalam Pelayanan Wisatawan di Bayt Al-Qur’an Al-Akbar Palembang.”

### **C. Fokus dan sub-Fokus Penelitian**

#### **1. Fokus Penelitian**

Peneliti memfokuskan penelitian ini pada pelaksanaan strategi komunikasi TIC dalam pelayanan wisatawan. Karena Sumber Daya Manusia (SDM) sangat diperlukan dalam profesi sebagai TIC untuk meningkatkan mutu pelayanan terhadap wisatawan. Untuk itu diperlukan strategi komunikasi yang matang dan tepat sasaran agar semua tujuan dan pengarahannya dapat dimengerti. Penulis menganalisis Strategi yang dilakukan TIC dalam pelayanan wisatawan.

#### **2. Sub-fokus Penelitian**

Adapun subfokus dari penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian kualitatif dan dengan menggunakan prosedur Penelitian Lapangan (*Field Research*).

Penelitian ini mendeskripsikan serta menjelaskan data yang diperoleh dan bertujuan untuk menggambarkan penjelasan dari variabel yang akan diteliti dalam penulisan ini. Metode ini dilakukan dengan melakukan wawancara dengan narasumber, melakukan observasi, serta dokumentasi.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, Adapun perumusan masalah dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut;

1. Bagaimanakah Strategi Komunikasi *Tourist Information Center* (TIC) Dalam Pelayanan Wisatawan di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang?
2. Apa sajakah faktor penghambat dan pendukung yang dialami *Tourist Information Center* (TIC) dalam pelayanan wisatawan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi *Tourist Information Center* (TIC) Dalam Pelayanan Wisatawan di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang. Untuk mendeskripsikan hambatan dan faktor pendukung *Tourist Information Center* (TIC) dalam pelayanan wisatawan.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, penelitian ini bermanfaat secara teoritis maupun praktis.

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi profesi yang menggunakan jasa sebagai pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan tata cara berkomunikasi yang baik. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan khususnya bagi masyarakat agar mereka dapat memahami terkait tugas, tanggungjawab, sebagai pemandu dalam suatu kegiatan.

## 2. Secara praktis

Sebagai proses penguatan strategi komunikasi sebagai modal pelayanan kepada wisatawan, selain itu, untuk dijadikan sebagai rujukan penelitian berikutnya. Juga dapat dijadikan sumber informasi sebagai arahan pemikiran untuk menyelesaikan masalah-masalah yang ada dengan lebih teliti dan kritis.

## 3. Secara akademis

Untuk melengkapi syarat dari memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

## **G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Sebelum melakukan penelitian, penulis melakukan pengecekan agar tidak terjadi kesamaan yang signifikan dalam judul maupun konten isi penelitian. Peneliti berupaya mencari berbagai literature dari penelitian terdahulu yang relevan terhadap masalah yang menjadi obyek penelitian saat ini. Selain itu juga, menjadi syarat mutlak dalam penelitian ilmiah menolak perbuatan plagiarisme atau mencontek sepenuhnya hasil daripada karya orang lain. Hal ini bertujuan untuk menegaskan penelitian, posisi penelitian dan sebagai teori pendukung penyusun teori konsep berfikir dalam penelitian. Penulis menemukan skripsi yang membahas tentang judul yang sama mengenai strategi komunikasi, antara lain:

1. Muhammad Lutfi Lubis, 2018. Dengan judul, “Strategi Komunikasi *Tour Guide* Dalam Mempromosikan Wisata Lokal di Sumatera Utara”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil yang ditemukan dilapangan,

menunjukkan bahwa *tour guide* medan travel ini fokus mengenai komunikasi yang digunakan, memberi arahan kepada pengunjung dan mempromosikannya melalui personal maupun media sosial.<sup>10</sup> Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi komunikasi, strategi komunikasi, pariwisata, *tour guide* dan promosi. Sedangkan perbedaan teori yang digunakan oleh penulis meliputi strategi komunikasi, *Tourist Information Center (TIC)*, pelayanan, dan wisatawan.

2. Muhammad Zulfadli, 2021. Dengan judul, “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Barat Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pasca Gempa”. Penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode deskriptif. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Lombok Barat dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pasca gempa adalah dengan melakukan sosialisasi dan promosi secara langsung atau offline dengan melakukan sosialisasi dengan cara online melalui akun media sosial yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata.<sup>11</sup> Perbedaannya terdapat pada subjek dan objek yang diambil peneliti, jika penelitian ini mengangkat mengenai upaya dinas pariwisata Lombok Barat dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pasca gempa, penulis mengangkat subjek staff *Tourist Information Center (TIC)*. Namun, ada sedikit persamaan sehingga penelitian ini dijadikan rujukan sumber, yakni terletak pada rumusan masalah mengenai hambatan yang terjadi pada subjek meski dengan subjek yang berbeda.

---

<sup>10</sup> Lubis, “Strategi Komunikasi Pemasaran *Tour Guide* Dalam Mempromosikan Wisata Lokal Di Sumatera Utara,” 1.

<sup>11</sup> Zulfadli, “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Barat Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pasca Gempa.” 1.

3. Akhyary Edy, dkk, 2021. Dengan judul, “Manajemen Pelayanan di Tourist Information Center (TIC) Dalam Penyediaan Layanan Informasi. Kepariwisata Di Kota Tanjungpinang”.<sup>12</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek budaya organisasi mampu memprioritaskan wisatawan. Secara umum, kesimpulan dari manajemen layanan di Tourist Information Center (TIC) kota Tanjungpinang sudah berjalan optimal. Perbedaanya dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yakni terletak pada subjek yang diambil yakni mengenai manajemen sedangkan penulis mengambil subjek strategi komunikasi.
4. Astri, Joana, dkk, 2020. Dengan judul, “Strategi Komunikasi Online Public Relations *Tourism Information Center (TIC)* Surabaya dalam Melakukan Komunikasi Pariwisata di Kota Surabaya.” Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif menggunakan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi online PR yang merujuk pada konsep strategi media sosial dari Karen Freberg terdapat lima tahap strategi dan TIC Surabayatelah melakukan empat di antaranya. Terdiri dari membuat perencanaan strategis untuk media sosial, penulisan strategis untuk media sosial, lalu membuat, mengelola dan kurasi konten melalui akun media sosial Instagram @surabayasparkling, *Twitter* @TICSby dan *Facebook Official* Surabaya *Tourism Information Center* serta melakukan pengukuran dan evaluasi konten media sosial. Menghasilkan pula temuan konsep bahwa perencanaan

---

<sup>12</sup> Akhyary Noni, Kaspiati, Rumzi, Samin, dan Edy, “Manajemen Pelayanan Di Tourism Information Centre (TIC) Dalam Penyediaan Layanan Informasi Kepariwisata Di Kota Tanjungpinang” (Skripsi, Universitas Maritim Raja Ali Haji, 2021), 1.



awal tidak selalu dapat diimplementasikan apabila terjadi situasi tidak terduga yang mempengaruhi kebijakan.<sup>13</sup> Perbedaannya terletak pada subjek strategi komunikasi online pada penelitian ini, sedangkan pada penelitian penulis yakni strategi komunikasi.

## H. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini, menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Yaitu metode yang melakukan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, gambar, dan buku-buku. Laporan yang akan disajikan berupa kutipan kutipan untuk memberikan gambaran penyajian laporan. Data tersebut berdasarkan naskah wawancara, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.<sup>14</sup>

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menafsirkan secara objektif isi data berupa teks melalui proses sistematis berupa coding dan pengodean dan pengidentifikasian tema atau pola.

Dalam buku metodologi penelitian, definisi metode penelitian adalah tata cara bagaimana suatu penelitian itu dilaksanakan, metode penelitian ini sering kali dikacaukan dengan prosedur penelitian atau teknis penelitian hal ini disebabkan ketiga hal tersebut saling berhubungan dan sangat sulit dibedakan. Metode penelitian juga membicarakan mengenai bagaimana cara pelaksanaan penelitian.<sup>15</sup> Adapun

---

<sup>13</sup> Astri Yogatama, Joanna Kusumadewi Suwito, & Judy Djoko Wahjono Tjahjo, "Strategi Komunikasi Online Public Relations Tourism Information Center (TIC) Surabaya Dalam Melakukan Komunikasi Pariwisata Di Kota Surabaya," *Jurnal E-Komunikasi* Volume 8 Nomor 2 (2020): 3–12, <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11104/9872>.

<sup>14</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), 3.

<sup>15</sup> Susiadi, *Metodologi Penelitian* (Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan

dalam penulisan ini menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

### **1. Jenis dan Sifat Penelitian**

Jenis penelitian dalam penulisan skripsi ini menggunakan penelitian kualitatif. Yaitu penelitian langsung dilakukan di lapangan atau pada responden. Dimana dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam.

### **2. Sifat Penelitian**

Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif analisis. Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian dalam suatu objek yang bertujuan membuat deskriptif, gambaran, atau lukisan secara sistematis dan objektif mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, ciri-ciri, serta hubungan antara unsur-unsur yang ada atau fenomena tertentu.<sup>16</sup>

### **3. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dimana data dapat diperoleh dengan menggunakan dua cara yaitu, primer dan sekunder.

#### **a. Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber objek penelitian atau responden.<sup>17</sup> Teknik pengambilan data untuk strategi komunikasi *Tourist Information Center* (TIC) menggunakan metode *snowball sampling*. yang mana Teknik pengambilan sampel yang ditentukan sendiri oleh peneliti menurut beberapa pertimbangan.

---

Penerbitan Lp2m Iain Raden Intan Lampung, 2016), 26.

<sup>16</sup> Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat* (Yogyakarta: Paradigma, 2015), 58.

<sup>17</sup> Abu Achmad Cholid Narbuko, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), 98.

Selanjutnya, peneliti akan meminta individu yang telah dijadikan sampel untuk memberitahukan keberadaan anggota lain yang tidak bisa ditemukan peneliti guna melengkapi data. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui metode berfikir induktif. Sehingga proses ini memudahkan peneliti dalam membuat kesimpulan dari penelitian ini.

Teknik berdasarkan ciri atau sifat-sifat yang spesifik yang ada atau dilihat dalam populasi dijadikan kunci untuk pengambilan sampel. Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Pendiri Bayt Al-Qur'an Al-Akbar
- 2) Pengurus Bayt Al-Qur'an Al-Akbar
- 3) Petugas TIC

#### b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data pendukung penelitian yang diperoleh penelitian secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder ini diperoleh dari dokumen-dokumen, tulisan, dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.<sup>1819</sup>

Data sekunder ini digunakan untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara langsung yang bertempat di Bayt Al-Qu'an Al-Akbar.

---

<sup>18</sup> M. Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1996), 63.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dapat berupa tulisan, gambar, foto, dan atau dokumen lainnya dan bukan merupakan rekapan angka. Data tersebut akan dikumpulkan jika arah tujuan penelitian sudah jelas dan apabila sumber data ataupun informan sudah diidentifikasi, dihubungi dan bersedia menjadi informan untuk kelancaran penelitian.

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang paling penting dalam penelitian, karena tujuan penelitian adalah mengumpulkan data.<sup>2021</sup>

##### a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang berbentuk variable tulisan, atau mencari data mengenai hal-hal atau sesuatu yang berkaitan dengan masalah variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, dan sebagainya yang ada hubungannya dengan penelitian.

Metode wawancara ini penulis menggunakan metode wawancara terstruktur yang mana pertanyaan terencana dan pendekatan secara informal sehingga percakapan terjadi. Disamping itu proses wawancara yang dilakukan penulis menggunakan wawancara terbuka yaitu wawancara yang dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan-pertanyaan yang tidak dibatasi jawabannya sehingga narasumber dapat berkesempatan menjawab bebas. Data yang penulis peroleh dengan cara mengajukan secara langsung

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2012), 402.

kepada narasumber. Maka penulis akan mewawancarai 7 orang yang terdiri dari: Ustad Syofwatillah Mohzaib (selaku pendiri Bayt Al-Qur'an Akbar), Ustad Saukani (petugas TIC), Ustadzah Nisrina Fadillah (petugas TIC), Adi (petugas pembantu TIC), Elda (administrasi), Kiki Pratama (pengunjung wisatawan asal malang), dan Damsir (pengunjung).

b. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa untuk menjawab pertanyaan peneliti. Observasi adalah perhatian yang paling terfokus terhadap gejala hal atau sesuatu dengan maksud menafsirkan, mengungkapkan faktor-faktor penyebabnya.

Teknik observasi dalam penelitian ini penulis akan mengamati dengan melakukan kunjungan dan mengetahui serta terjun langsung ke lapangan pada objek yang diteliti, yakni Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen instansi atau perusahaan yang berkaitan dengan TIC serta tempat pelaksanaan penelitian. Dalam pengumpulan data melalui dokumentasi, peneliti akan mengumpulkan data melalui foto wawancara, notulensi wawancara.

## 5. Pengolahan Data

Dalam pelaksanaan pengolahan data, peneliti terlebih dahulu akan mencatat dan mengidentifikasi

masalah, suatu perencanaan, cara penyebaran informasi, dan evaluasi melalui beberapa langkah. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

a. Persiapan

Dalam tahap ini, peneliti melakukan beberapa kegiatan yakni, membuat instrument, mengecek instrument, dan mengecek berbagai isi.

b. Pencatatan

Dalam tahap ini, peneliti akan mencatat segala hasil yang diperoleh dari objek penelitian terhadap subjek penelitian setelah melakukan wawancara. Pencatatan bertujuan agar hasil dari wawancara dapat dijelaskan secara rinci dalam bentuk deskripsi.

## **6. Analisis Data**

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar dan sebagainya.

Analisis data merupakan tahap yang penting dalam melakukan sebuah penelitian. Pada tahap ini semua data akan diuji kevaliditasannya, dengan menggunakan Teknik triangulasi yakni dengan menggabungkan ketiga hasil data sementara dari observasi, dokumentasi, dan wawancara. Setelah itu dilakukan kesimpulan dan diolah kemudian direvisi dengan menggunakan deskriptif pendekatan analisis deskriptif kualitatif.

Metode analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan bekerja melalui data, mengorganisasikan data, dan memilih data menjadi satu kesatuan yang dapat dikelola.

## I. Sistematika Pembahasan

Sistematika yang terdapat dalam keseluruhan ini terdiri dari beberapa bagian. Sistematika penulisan proposal skripsi merupakan bagian awal dalam sebuah penulisan sebuah karya ilmiah maka dari itu sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Berisi penjelasan mengenai penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, fokus dan subfokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian dan sistematika pembahasan. Maksud dari hal ini adalah untuk menunjukkan kerangka awal guna mengantarkan pada bagian pembahasan bab berikutnya.

Bab II Landasan Teori. Berisi tentang teori penjelasan Strategi Komunikasi *Tourist Information Center* (TIC). Dalam sub bab ini mengenai strategi yang terdiri dari pengertian strategi dan tujuan dalam penyusunan strategi. Selain itu juga membahas mengenai pengertian komunikasi. Kemudian, sub bab ini juga membahas tentang pengertian TIC.

Bab III Deskripsi Objek Penelitian. Berisi tentang penjelasan mengenai gambaran umum objek serta penyajian fakta dan data penelitian. Pada sub bab ini akan membahas di Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang yang berupa, letak geografis, sejarah singkat. Kemudian yang selanjutnya adalah mengenai penyajian fakta dan data penelitian.

Bab IV Analisis Penelitian. Berisi tentang penjelasan mengenai analisis data penelitian dan temuan penelitian. Bab ini akan membahas inti dari pembahasan dalam penelitian yang dilakukan.



Bab V Penutup. Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dan rekomendasi. yang kemudian menjadi akhir dari pembahasan beserta saran.





## **BAB II**

### **STRATEGI KOMUNIKASI *TOURIST INFORMATION CENTER (TIC)* DALAM PELAYANAN WISATAWAN**

#### **A. Strategi Komunikasi**

##### **1. Pengertian Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Dalam proses mencapai tujuan itu, strategi disini berperan juga sebagai penentu taktik operasionalnya. Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan teori diatas, komunikator harus bisa membuat strategi untuk menyampaikan pesan agar bisa mencapai tujuan yang diinginkan.

Jadi dapat diungkapkan bahwa Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication palnning*) dan manajemen (*communication management*).<sup>12</sup> Untuk mencapai tujuan, strategi komunikasi dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis dalam arti pendekatan (*approach*) bisa berbeda tergantung situasi dan kondisi.

Dalam menyusun strategi komunikasi diperlukan pemikiran dengan tetap memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Adapun yang perlu diperhatikan pada setiap komponen diantaranya:

Faktor kerangka refrensi, faktor situasi dan kondisi, pemilihan media komunikasi, tujuan pesan komunikasi,

---

<sup>1</sup> Onong Uchjana Effendi, *Dimensi-Dimensi Komunikasi* (Bandung: Alumni, 1981), 84.

dan peranan komunikator dalam komunikasi.<sup>3</sup>

Dari beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan strategi merupakan cara atau langkah yang disusun dan direncanakan oleh individual atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dalias Bunnet menyatakan strategi komunikasi memiliki tiga tujuan, yaitu:

- a. *To Secure Understanding*, yakni komunikator memastikan pesan yang diterima oleh komunikan
- b. *To Establs Acceptance*, yakni membina selama proses penerimaan pesan.
- c. *To Motivate Action*, yakni kegiatan yang dimotivasi.<sup>4</sup>

Dalam hal ini adapun tokoh yang juga memberikan pendapat mengenai pengertian strategi yaitu:

- a. Martin-Aderson mengatakan bahwa strategi adalah seni yang mana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa sumber daya yang ada dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efektif.
- b. Carl Roger (1982) memberikan batasan penegrtian strategi komunikasi sebagai rancangan yang dibentuk untuk mengubah perilaku manusia dalam skala yang lebih besar dengan mentransfer gagasan-gagasan baru.
- c. Midleton (1980) mendefinisikan stratgei komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari seluruh elemen komunikasi yang direncanakan untuk mencapai tujuan komunikai yang optimal.

---

<sup>3</sup> *Ibid.*, 116.

<sup>4</sup> Onong Uchjana Effendi, *Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: PT Rosdakarya, 2006), 32.

- d. Alo Liliweri mendefinisikan strategi komunikasi adalah metode, teknik, atau cara komunikasi yang bekerja sehingga mampu mencapai tujuan yang ditetapkan.

## 2. Prosedur Strategi Komunikasi

Dalam hal proses pelaksanaan strategi komunikasi diperlukan prosedur atau langkah-langkah yang perlu dilakukan yakni:<sup>5</sup>

- a. Mengidentifikasi visi dan misi.
- b. Menentukan program dan kegiatan.
- c. Menentukan tujuan dan hasil yang ingin dicapai.
- d. Seleksi audiens yang menjadi sasaran komunikasi.
- e. Merancang pesan dan merefleksikan pesan agar mampu menghadirkan solusi tertentu.
- f. Identifikasi pembawa pesan dengan menentukan kriteria komunikator sesuai dengan tingkat keilmuan, keahlian, dan profesional.
- g. Memilih media yang tepat untuk mengakses sasaran.
- h. Menghitung resiko yang akan mempengaruhi strategi komunikasi.

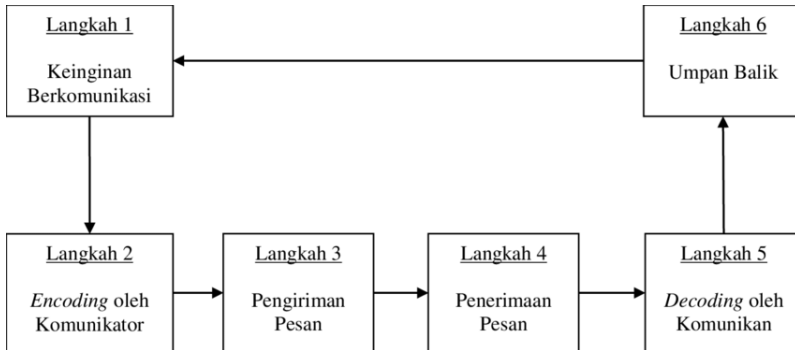
## 3. Langkah-Langkah Strategi Komunikasi

Ada beberapa langkah-langkah yang dilakukan untuk menyusun strategi komunikasi yang disajikan dalam bentuk pola adalah sebagai berikut:<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Hasrullah, *Beragam Perspektif Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), 118.

<sup>6</sup> Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas* (Bandung: Armico, 1984), 78.



### a. Mengenal Khalayak

Hal ini adalah langkah pertama yang dilakukan komunikator agar komunikasi dapat berjalan efektif sesuai dengan tujuan

### b. Menyusun Pesan

Hal ini adalah langkah kedua setelah mengenal khalayak maka selanjutnya menyusun pesan yang dapat menarik para khalayak. Pesan tersebut dapat berbentuk tema atau materi. Syaratnya komunikator dapat mempengaruhi khalayak dan mampu membangkitkan perhatian khalayak.

### c. Menetapkan Metode

Metode penyampaian dapat dilihat dari berbagai aspek, diantaranya

#### 1) Menurut cara pelaksanaan

Menurut cara pelaksanaannya metode komunikasi dapat diwujudkan dalam bentuk:

a). Metode *Redudancy*, yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang pesan kepada khalayak. Khalayak dapat lebih cepat mengingat ketika pesan yang disampaikan secara berulang.

b) Metode *Canalizing*, komunikator mengenal

dahulu khalayaknya lalu menyampaikan ide dengan kepribadian serta sikap khalayak.<sup>7</sup>

c) Menurut bentuk isi

Menurut bentuk isinya metode komunikasi dapat diwujudkan dalam bentuk:

(1) Metode Informatif

Yaitu, segala bentuk isi pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan yaitu, menyampaikan sesuatu apa adanya, sesuai fakta dan data-data yang benar.

(2) Metode Edukatif

Dalam metode ini, diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta, dan pengalaman serta kebenaran dan dapat dipertanggungjawabkan. Bertujuan untuk merubah perilaku khalayak secara teratur dan terencana.

(3) Metode Koersif

Metode ini terkesan kurang etis, dimana komunikator, dapat mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa untuk khalayak menerima gagasan atau ide. Serta dapat berupa ancaman.

(4) Metode Persuasif

Merupakan cara untuk mempengaruhi komunikasi dengan tidak terlalu banyak berfikir kritis, atau bisa dikatakan khalayak

---

<sup>7</sup> *Ibid.*,

terpengaruh secara tidak sadar.

#### d. Penggunaan Media

Untuk melakukan pengiriman pesan secara cepat harus menggunakan media yang tepat sesuai dengan target masyarakat yang dituju. Penggunaan media sangat diperlukan ketika menyampaikan pesan, hal tersebut bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

## **B. Konsep Pelayanan Wisatawan**

### **1. Pelayanan Wisatawan**

Pelayanan adalah serangkaian aktivitas yang tidak dapat dilihat, diraba yang terjadi karena adanya proses interaksi antara konsumen dengan karyawan dengan maksud untuk memecahkan permasalahan yang ada.

Menurut instruksi Presiden Republik Indonesia No. 9/1990 yang tertulis dalam bab 1 pasal 1 tentang kepariwisataan, wisatawan adalah setiap orang yang berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ketempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungan itu.<sup>8</sup>

### **2. Pelayanan dalam Pandangan Islam**

Menurut ensiklopedi islam, pelayanan adalah suatu pengharusan dalam sistem operasi yang yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah. Dalam islam mengedepankan keabsahan yang diharapkan konsumen agar merasakan kepuasan secara maksimal.

Kualitas pelayanan yang diberikan berbanding lurus

---

<sup>8</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataan.



dengan tingkat kepuasan. Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 267 :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا  
لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ  
إِلَّا أَنْ تَغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

*“Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”* (QS. Al-Baqarah [2]: 267).

Dari ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memperhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik bukan yang buruk. Tolak ukur dari kualitas pelayanan dalam Islam disebut juga dengan standarisasi Syariah. Inilah yang kemudian dijadikan standar penilaian.<sup>9</sup>

Ada beberapa konsep pelayanan dalam Islam yakni:

a. Prinsip Tolong Menolong (*Ta'awun*)

Memberikan pelayanan terbaik kesesama umat manusia adalah profesi yang mulia, ada banyak sekali pintu-pintu kebaikan bagi siapa saja yang mengerjakannya. Sebagai manayang dijelaskan dalam

<sup>9</sup> Nurdi Ali, *Pendidikan Agama Islam* (Jakarta: Universitas Islam Terbuka, 2009), 14.

QS. Al-Maidah 5: 2:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَحِلُّوْا شَعْيَرَ اللّٰهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا  
 اَهْدٰى وَلَا الْقَلْبِيْدَ وَلَا ءَامِيْنَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُوْنَ فَضْلًا مِّنْ  
 رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَّاِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوْا وَلَا تَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ  
 اَنْ صَدُّوْكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ اَنْ تَعْتَدُوْا وَتَعَاوَنُوْا عَلٰى  
 الْبِرِّ وَالتَّقْوٰى وَلَا تَعَاوَنُوْا عَلٰى الْاِثْمِ وَالْعُدُوْنِ ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ  
 اللّٰهَ شَدِيْدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

*“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar (kesucian) Allah, jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qalā'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula mengganggu) para pengunjung Baitulharam sedangkan mereka mencari karunia dan rida Tuhannya! Apabila kamu telah bertahalul (menyelesaikan ihram), berburulah (jika mau). Janganlah sekali-kali kebencian(-mu) kepada suatu kaum, karena mereka menghalang-halangi dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.” (QS. Al-Ma'idah [5] : 2).*

Dari ayat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kehidupan sesama manusia harus tolong menolong kepada siapapun dan jauhilah perbuatan dosa karena siksaan Allah sangat berat. Tidak peduli apapun jenis

profesi yang digeluti, ada baiknya menjadi manusia yang bermanfaat untuk orang lain.

b. Prinsip Memberi Kemudahan (*At-Tasyir*)

*Tabi'at* manusia yakni tidak menyukai beban yang membatasi gerakannya, maka Allah SWT menurunkan syari'at islam agar ketentuan yang dibebankan pada manusia dapat dengan mudah dilaksanakan. Tentu diharapkan terdapat syari'at islam yang dapat mengurangi kesulitan manusia. Ini dijelaskan sesuai dnegan firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah: 185 yaitu

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ  
 الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ ۚ فَمَن شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ ۗ وَمَن كَانَ  
 مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ ۗ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ  
 وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ  
 مَا هَدَانَكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿١٨٥﴾

“Bulan Ramadan adalah (bulan) yang di dalamnya diturunkan Al-Qur'an sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu serta pembeda (antara yang hak dan yang batil). Oleh karena itu, siapa di antara kamu hadir (di tempat tinggalnya atau bukan musafir) pada bulan itu, berpuasalah. Siapa yang sakit atau dalam perjalanan (lalu tidak berpuasa), maka (wajib menggantinya) sebanyak hari (yang ditinggalkannya) pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu agar kamu bersyukur.” (Q.S Al-Baqarah [2] : 185).

Islam menekankan keabsahan pelayanan yang mempunyai niat baik. Adapun pelayanan yang baik menurut islam adalah:

- a. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan serta dapat dirasakan kepuasan secara maksimum.
- b. Terjadi suatu kesulitan dalam proses pelayanan yang diberikan tetapi konsumen tidak mengetahuinya.
- c. Terjadinya kesalahan pemberi pelayanan pelanggan sehingga ada rasa ketidakpuasan terhadap kinerja petugas pelayanan.

Adapun budaya kerja dalam Islam yang mengacu kepada sifat-sifat Nabi adalah kesuksesan Nabi Muhammad SAW berbisnis. Figur Rasulullah merupakan contoh nyata bisnis yang sukses dilandasi oleh:

1. Siddiq berarti kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, dan perbuatan berdasarkan ajaran islam. Dalam dunia kerja kejujuran sangat diperlukan untuk memberikan pelayanan kepuasan.
2. Istiqomah berarti konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meskipun berbagai godaan dan tantangan.
3. Fathanah berarti mengerti, memahami, dan menaati secara mendalam
4. Tabligt yaitu mampu berkomunikasi dengan baik, mengajak sekaligus memberi contoh yang baik kepada pihak lain untuk melaksanakan keputusan-keputusan dan ketentuan ajaran islam.
5. Amanah berarti memiliki rasa tanggungjawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Memberikan pelayanan yang optimal dalam segala hal.

Secara spesifik H. Munir membagi pelayanan dalam 3 kategori yaitu sebagai berikut:

a. Pelayanan secara lisan

Pelayanan secara lisan dilakukan oleh petugas-petugas yang berhubungan dengan masyarakat (humans), bidang layanan informasi dan bidang lainnya yang bertugas untuk memberikan penjelasan dan keterangan kepada siapapun yang membutuhkan keterangan.

b. Pelayanan melalui tulisan

Pelayanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugasnya, tidak hanya dari segi jumlah tetapi dari segi perannya.

c. Pelayanan melalui perbuatan

Pelayanan bentuk perbuatan 70%-80% dilakukan oleh petugas tingkat menengah dan kebawah, karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan terhadap hasil perbuatan atau kerja.

### 3. Dasar-dasar Pelayanan

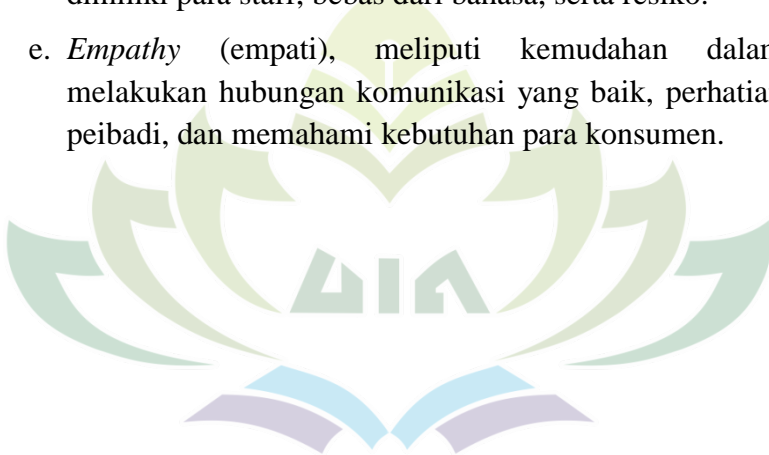
Seorang petugas dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan konsumen maka seorang petugas diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan konsumen.

*Expected sevice* dan *prercevied service* ditentukan oleh *dimention of service quality* yang terdiri dari lima dimensi yaitu:<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Herni Justiana, "Analisis Kepuasan Konsumen (SERVQUAL Model Dan Important Performance Analysis Model)," *Jurnal Media Ekonomi* Volume 7 Nomor 1

- a. *Tangible* (terlihat/terjamah), terdiri atas fasilitas fisik, peralatan, personil, dan komunikasi.
- b. *Realibility* (kehandalan), terdiri dari kemampuan unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat.
- c. *Responsiveness* (tanggap), kemampuan untuk membantu konsumen dan bertanggungjawab terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.
- d. *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan. Dan dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahasa, serta resiko.
- e. *Empathy* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian peibadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.



## DAFTAR RUJUKAN

### **Buku:**

- Abidin, Yusuf Zainal. *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, Dan Aplikasi)*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Al-Wa`iy, Taufik. *Dakwah Ke Jalan Allah; Muatan, Sarana, Dan Tujuan*. Jakarta: Robbani Pres, 2010.
- Ali, Nurdi. *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Universitas Islam Terbuka, 2009.
- Arifin, Anwar. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico, 1984.
- Aw, Suswanto. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Cholid Narbuko, Abu Achmad. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013.
- Effendi, Onong Uchjana. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumni, 1981.
- . *Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Rosdakarya, 2006.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi : Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Ibid.*,
- Indonesia, Departemen Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Kaelan. *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*. Yogyakarta: Paradigma, 2015.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana, 2011.

- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000.
- Nazir, M. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1996.
- “Oberservasi Penelitian Bayt Al-Qur`an Al-Akbar,” 2022.
- Ruslan, Rosady. *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta: Grafindo Persada, 2000.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- “Sumber Dari Dokumen Bayt A-Qur`an Al-Akbar,” 2023.
- Susiadi. *Metodologi Penelitian*. Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan Lp2m Iain Raden Intan Lampung, 2016.
- Vardiansyah, Dani. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004.
- W, Suswanto. A. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

### **Jurnal:**

- Joanna Kusumadewi Suwito, Judy Djoko Wahjono Tjahjo, & Astri Yogatama. “Strategi Komunikasi Online Public Relations Tourism Information Center (TIC) Surabaya Dalam Melakukan Komunikasi Pariwisata Di Kota Surabaya.” *Jurnal E-Komunikasi* 8, no. 2 (2020): 3–12. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11104/9872>.
- Meriyati, Meriyati, and Havis Aravik. “Dampak Wisata Religi Bait Al-Qur`an Al-Akbar Terhadap Ekonomi Di Sekitar Pondok Pesantren Igm Al-Ihsaniyah Kota Palembang.” *Jurisdictie* 8, no. 2 (2018): 231. <https://doi.org/10.18860/j.v8i2.4515>.



RAHMAN, A. "Tourist Information Centre Di Semarang." *Imaji* 1, no. 2 (2012): 209–18. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/imaji/article/viewFile/11543/11201>.

Suwintari, I Gusti Ayu Eka. "Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan." *Jurnal Hospitality Management* 2, no. 2 (2012): 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.22334/jihm.v2i2.77>.

### **Skripsi:**

Lubis, M. L. "Strategi Komunikasi Pemasaran *Tour Guide* Dalam Mempromosikan Wisata Lokal Di Sumatera Utara." Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018.

Noni, Kaspiati, Rumzi, Samin, Edy, dan Akhyary. "Manajemen Pelayanan Di Tourism Information Centre (TIC) Dalam Penyediaan Layanan Informasi Kepariwisata Di Kota Tanjungpinang." Skripsi, Universitas Maritim Raja Ali Haji, 2021.

Zukfadli, Muhammad. "Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Lombok Barat Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pasca Gempa." Skripsi, UIN Mataram, 2021.

### **Wawancara:**

Mozaib, H. Sofwatilah, "Pendiri Bayt Al-Qur'an Al-Akbar" *Wawancara Dengan Penulis*, 2023.

———. *Wawancara Dengan Penulis*, 2023.

Nisrina, Ustad Saukani dan Ustadzah. "Petugas TIC." *Wawancara Dengan Penulis*, 2023.

——— Adi, "Petugas TIC", *Wawancara Dengan Penulis*, 2023.

Ustad Saukani, “Petugas TIC.” *Wawancara Dengan Penulis*, 2023.

**Sumber Online:**

Zacky. “7+ Proses Komunikasi | Tahap-Tahap Komunikasi Yang Efektif Dan Benar.” Seluncur.id, 2023.  
<https://www.seluncur.id/proses-komunikasi/>.

<https://www.jawapos.co/berita-sekitar-anda/amp/0196297/permudah-wisatawan-kunjungi-palembang-tic-segera-diresmikan>.

[https://travelingyuk.com/tourist-information-center-palembang/118405/?utm\\_source=idle&utm\\_medium=desktop&utm\\_campaign=reload/](https://travelingyuk.com/tourist-information-center-palembang/118405/?utm_source=idle&utm_medium=desktop&utm_campaign=reload/)

<https://hallo.palembang.go.id/kategori/index/165/96>

**Undang-undang:**

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan.