

ABSTRAK

Vita Ayu Nikmatul Rohma. 190531100064. Program Studi Ilmu Komunikasi. Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku Usaha Berbasis Localism (Studi Kasus Masyarakat Pelaku Usaha di Pantai Lon Malang). Dosen Pembimbing: Dr. Dewi Quraishin, S.Pd.I., M.Si.

Penelitian ini melihat aktivitas pengelola wisata dalam memberdayakan masyarakat pelaku usaha sebagai salah satu bentuk mitigasi konflik serta meningkatkan taraf ekonomi masyarakat setempat. Elemen strategi komunikasi pemberdayaan yang ditawarkan pada penelitian ini juga dapat menjadi hal baru dalam mengembangkan maupun merancang strategi komunikasi pemberdayaan mendatang. Dengan demikian, peran strategi komunikasi berupa model yang dapat divalidasi oleh masyarakat pelaku usaha setempat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dimana penelitian yang dilaksanakan di kawasan Pantai Lon Malang, Kecamatan Sokobanah, Kabupaten Sampang dengan melibatkan subjek penelitian pengelola Pantai Lon Malang, sampel masyarakat pelaku usaha, dan wisatawan sebagai subjek pendukung. Penelitian ini menemukan adanya penerapan strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat konvensional yang dikembangkan lebih jauh dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi.

Model komunikasi yang memasukkan unsur pemberdayaan sebagai konsep dasar komunikasi pemberdayaan masyarakat pelaku usaha yang digunakan dalam penelitian ini menemukan bahwa pendekatan informasi yang diterapkan oleh pihak pengelola wisata dapat mengembangkan rancangan strategi komunikasi pemberdayaan oleh pihak pengelola wisata Pantai Lon Malang melalui tindakan advokasi, komunikasi, mobilisasi sosial, ikatan sosial, memproduksi konten, dan agenda pariwisata yang ditujukan kepada masyarakat pelaku usaha setempat.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pemberdayaan, Pelaku Usaha, *Localism*.

ABSTRACT

Vita Ayu Nikmatul Rohma. 190531100064. Program Studi Ilmu Komunikasi. Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku Usaha Berbasis Localism (Studi Kasus Masyarakat Pelaku Usaha di Wisata Pantai Lon Malang). Advisor: Dr. Dewi Quraisyin, S.Pd.I., M.Si.

This research looks at the activities of tourism managers in empowering the business community as a form of conflict mitigation and increasing the economic level of the local community. The elements of the empowerment communication strategy offered in this study can also be new things in developing and designing future empowerment communication strategies. Thus, the role of the communication strategy is in the form of a model that can be validated by the local business community.

This study used a descriptive qualitative research method, in which the research was conducted in the Lon Malang Beach area, Sokobanah District, Sampang Regency involving research subjects managing Lon Malang Beach, a sample of business people, and tourists as supporting subjects. This study found that there is an application of conventional community empowerment communication strategies that were developed further by utilizing the development of information technology.

The communication model that incorporates elements of empowerment as the basic concept of community empowerment communication for business actors used in this study found that the information approach applied by the tour manager can develop a design communication strategy for empowerment by the tourism manager of Lon Malang Beach through advocacy, communication, mobilization social services, social ties, producing content, and a tourism agenda aimed at the local business community.

Keywords: Communication Strategy, Empowerment, Business Players, Localism.