



Komunikasi

Antarpribadi, Wisata Aceh dan Media Sosial: Isu, Teori Dan Strategi

Dr. Rahmawati, M.Si
editor : Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si

KOMUNIKASI ANTARPRIBADI, WISATA ACEH DAN MEDIA SOSIAL: ISU, TEORI DAN STRATEGI

Penulis:
Dr. Rahmawati, M.Si

Editor:
Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si



**TANGGUH DENARA JAYA
PUBLISHER**

UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan Sifat Hak Cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan fonogram yang telah dilakukan pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

**KOMUNIKASI ANTARPRIBADI, WISATA
ACEH DAN MEDIA SOSIAL:
ISU, TEORI DAN STRATEGI**

Dr. Rahmawati, M.Si

EDITOR :
Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si

TATA LETAK:
Putri

DESAIN SAMPUL:
Adhar

SUMBER:
www.tdjpublisher.com

ISBN:
978-634-7363-16-9

CETAKAN PERTAMA:
Agustus 2025

UKURAN:
v + 120 Hal; 15,5 cm x 23 cm

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.
Dilarang menggandakan atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi
buku ini dalam bentuk apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit dan
penulis.

ANGGOTA IKAPI: 006/NTT/2022
TANGGUH DENARA JAYA PUBLISHER
Jl. Timor Raya No. 130 B, Kota Kupang, NTT
E-mail: tdj.denarapublisher@gmail.com

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
KATA PENGANTAR	iv
BAB 1 ACEH DALAM PETA WISATA NUSANTARA: POTENSI & PROBLEMATIKA	1
Sejarah dan Kebangkitan Wisata Aceh Pasca-Tsunami & MoU Helsinki	1
Potensi Ekowisata, Wisata Halal, Religi, Sejarah, dan Budaya	4
Tantangan Persepsi Publik dan Hambatan Daya Saing Domestik.....	7
BAB 2 KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DALAM KONTEKS WISATA ACEH	10
Definisi dan karakter komunikasi antarpribadi dalam budaya kolektif	10
Hambatan Komunikasi: Bahasa, Norma Syariah, dan Ekspektasi Wisatawan	13
BAB 3 MEDIA SOSIAL DAN REPUTASI DIGITAL PARIWISATA ACEH	18
Transformasi Wisata Melalui Media Sosial (Instagram, TikTok, YouTube).....	18
Strategi Digital Branding: #TheLightofAceh	22
Analisis Narasi & Citra Digital Aceh di Platform Media Sosial	26
Teori Relevan: Agenda-Setting, Uses and Gratification, dan Digital Storytelling	30
BAB 4 PERSPEKTIF MULTIDISIPLIN : TEORI DAN KERANGKA ANALITIS	36
Komunikasi Antarbudaya	36
Sosiologi & Antropologi Wisata	38
Psikologi Sosial: Teori Persepsi Risiko, Social Identity Theory.....	41

Pariwisata & Digitalisasi: Smart Tourism, POSE Framework, SOSTAC Planning	45
Teori Kebijakan Publik	48
Relevansi Teori Dalam Mengelola Relasi Antarbudaya Di Destinasi Wisata Berbasis Syariah	51
BAB 5 ISU LATEN: KOMUNIKASI, STIGMA, DAN PERSEPSI PUBLIK	56
Isu Laten: Komunikasi, Stigma, dan Persepsi Publik	56
Ketegangan Citra Aceh: "destinasi spiritual atau tertutup?"	59
Trauma Kolektif & Image Pasca-Tsunami dan Konflik GAM.....	63
Teori Pendukung: Cultural Theory of Risk & Social Amplification of Risk.....	66
BAB 6 ACEH, KOMUNIKASI, DAN MASA DEPAN WISATA NUSANTARA	71
Pendahuluan: Aceh di Simpang Jalan Wisata Budaya dan Religiusitas	71
Refleksi Teoritis dan Aplikatif: Menyatukan Titik antara Budaya, Komunikasi, dan Wisata Aceh.....	74
Potensi Aceh Dalam Ekosistem Pariwisata Halal dan Edukatif di ASEAN.....	77
Ajakan membangun narasi baru Aceh: damai, terbuka, dan inspiratif	81
Kesimpulan: Aceh, Komunikasi, dan Masa Depan Wisata Nusantara.....	84
BAB 7 STRATEGI INKLUSIF KOMUNIKASI & DIGITALISASI WISATA ACEH.....	98
Model Komunikasi Tatap Muka yang Adaptif	98
Co-creation konten digital dengan komunitas local	101
Pelibatan UMKM, Pemuda, dan Santri Kreatif dalam Promosi Wisata	104
Integrasi media sosial dan penguatan jejaring influencer	108

Implementasi Digital Branding Berbasis Data & Komunitas.....	112
Studi Praktik Baik: Museum Tsunami, Wisata Sabang, Tapaktuan Legend	115
BIOGRAFI PENULIS	120

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, buku yang berjudul “Komunikasi Antarpribadi, Wisata Aceh dan Media Sosial: Isu, Teori, dan Strategi” ini dapat diselesaikan dengan baik. Kehadiran buku ini merupakan upaya untuk menghadirkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika komunikasi antarpribadi, perkembangan pariwisata Aceh, serta peran media sosial yang kian signifikan dalam membentuk interaksi, citra, dan strategi komunikasi di era digital.

Buku ini disusun untuk memberikan gambaran utuh tentang keterkaitan antara teori dan praktik komunikasi dengan realitas sosial, budaya, serta perkembangan industri wisata di Aceh. Isu-isu komunikasi yang muncul dalam konteks pariwisata, strategi pemanfaatan media sosial, serta relevansi teori komunikasi antarpribadi menjadi fokus utama pembahasan. Dengan demikian, buku ini diharapkan dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi mahasiswa dan akademisi, tetapi juga bagi praktisi komunikasi, pelaku wisata, pengelola media, maupun masyarakat umum yang tertarik pada isu komunikasi kontemporer.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang konstruktif dari para pembaca sangat diharapkan demi penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga buku ini dapat menjadi rujukan, inspirasi, dan kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks pengelolaan pariwisata dan media sosial di Aceh maupun Indonesia secara umum.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, masukan, dan motivasi dalam penyusunan buku ini. Semoga karya ini dapat

memberikan manfaat yang luas dan bernilai bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta praktik komunikasi di masyarakat.

Jakarta, 16 Juli 2025

Dr. Rahmawati, M.Si

