

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama : Inda Puspita Sari**  
**Jurusan : Ilmu Komunikasi**  
**Judul : Model Komunikasi Yayasan Al-Hasanah Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dakwah Okura di Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru**

Peran komunikasi sangat penting dalam kegiatan promosi, melalui promosi suatu organisasi dapat menyampaikan pesan baik kepada pihak luar maupun kepada pihak dalam dengan cara yang terarah dan jelas sehingga masyarakat mengetahui apa yang menjadi tujuan. Demikian pula dengan Yayasan Al-Hasanah untuk mencapai sasarannya mereka perlu mempromosikan Wisata Dakwah Okura. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan rumusan masalah bagaimana model komunikasi Yayasan Al-Hasanah dalam mempromosikan objek Wisata Dakwah Okura. Selanjutnya data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan 3 informan. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah pengurus Yayasan Al-Hasanah sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah model komunikasi Yayasan Al-Hasanah dalam mempromosikan objek Wisata Dakwah Okura. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan itu terdiri dari komunikasi langsung dan tidak langsung mengacu kepada konsep teori model komunikasi interaksional model komunikasi linier, artinya model komunikasi interaksional ini lebih menekankan kepada komunikasi dua arah, karena penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan yang disertai dengan adanya suatu aksi atau tanggapan secara langsung maupun melalui media oleh komunikan. Sedangkan proses komunikasi secara tidak langsung ini merujuk kepada komunikasi satu arah, dimana komunikasi promosinya menggunakan alat bantu atau menggunakan media yang bersifat intruksional atau penjelasan yang tidak timbal balik. selanjutnya pesan diterima oleh masyarakat melalui *event*, komunikasi interpersonal *face to face*, tausiah atau ceramah, media sosial, televisi dan media cetak. Oleh karena itu pesan yang sampai kepada masyarakat menimbulkan *feedback*. *Feedback* yang diterima oleh masyarakat menjadi dua bagian seperti *feedback* langsung dan tidak langsung. *Feedback* langsung yang diperoleh oleh Yayasan Al-Hasanah yaitu berupa kunjungan dari wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Sedangkan *feedback* tidak langsung ini berupa komentar atau pertanyaan yang dikirim oleh masyarakat melalui media sosial yang digunakan oleh Yayasan Al-Hasanah tersebut.

**Kata Kunci : Model Komunikasi, Promosi, Objek Wisata Dakwah Okura**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name : Inda Puspita Sari**  
**Department : Communication**  
**Title : The Communication Model of the Yayasan al-Hasanah in Promoting the Okura Da'wa (Islamic) Tourism Site in Kecamatan (Sub-District) Rumbai Pesisir Pekanbaru**

The role of communication is crucial in promotion activity. Through promotion, an organization can deliver its message to public clearly and properly so that a society can understand its goal. The Yayasan also promotes the Okura tourism site to gain its goal. Therefore, the researcher conducts the study with the research question ; how The Communication Model of the Yayasan al-Hasanah in Promoting the Okura Da'wa (Islamic) Tourism Site in Kecamatan (Sub-District) Rumbai Pesisir Pekanbaru is. Data is collected from observation and interview with three informants. The subject is the Yayasan al-Hasanah while the object is The Communication Model of the Yayasan al-Hasanah in Promoting the Okura Da'wa (Islamic) Tourism Site in Kecamatan (Sub-District) Rumbai Pesisir Pekanbaru. This thesis finds that communication done consists of direct and indirect communication based on interactional and linear communication model; this interactional communication model emphasizing on two ways communication. This is because the message delivery from communicator to communicant is followed by an action or response directly and indirectly (by media) by communicant. The indirect communication process refers to the one way communication in which its promotion communication uses instrument or instructional media or one way explanation. The message is then received through event, face to face interpersonal communication, religious speech, social media, television and printed media. Therefore, message received by people produces a feedback. This feedback consists of direct and indirect feedback. The direct feedback received by the Yayasan Al-Hasanah is in the form of tourist visits both local and international. Indirect feedback is in the form of comments and questions delivered by the society through social media used by the Yayasan.

**Keywords : Communication Model, Promotion, Okura Da'wa Tourism Site**