

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi adalah penyampaian informasi dari pengirim pesan kepada komunikan. Proses komunikasi merupakan proses yang timbal balik karena si pengirim dan si penerima saling mempengaruhi satu sama lain. Manusia melakukan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, dan juga di dalam aktivitas yang dilakukan oleh mereka.

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam setiap bidang kehidupan manusia, sehingga manusia memerlukan komunikasi dengan lingkungan sekitarnya dan sekaligus hendak mengkomunikasikan apa yang menjadi keinginannya kepada berbagai pihak, baik kepada individu ataupun masyarakat. Dengan komunikasi, manusia menyatakan apa yang akan di sampaikan.

Meskipun begitu, berkomunikasi dan mengkomunikasikan keinginannya kepada pihak luar tentu memerlukan cara-cara tertentu yang tepat, jelas, dan terarah sehingga maksud yang akan di sampaikan bisa di pahami dengan mudah oleh orang lain atau komunikan. Tanpa cara dan metode yang tepat, maka pesan yang akan di sampaikan rentan disalahpahami. Oleh karena itulah, setiap bentuk komunikasi memerlukan strategi-strategi tertentu sesuai dengan isi pesan dan komunikan yang menjadi sasaran komunikasi. Baik komunikasi secara langsung maupun tidak langsung.

Kemudian Promosi membutuhkan komunikasi, oleh karena itu peran komunikasi sangat penting di dalam promosi, mengenai promosi itu sendiri, promosi adalah koordinasi dari seluruh upaya yang di mulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan.

Banyak tempat di Indonesia dan bahkan hampir diseluruh wilayahnya terdapat tempat-tempat menarik untuk dijadikan objek wisata. keberadaan suatu objek tidak akan diketahui oleh masyarakat jika tidak dilakukan promosi. Komunikasi pemasaran wisata dapat dilaksanakan melalui promosi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

dengan mengadakan pameran wisata, mengikuti dan menyelenggarakan event-event pariwisata, penyebaran brosur pariwisata dan iklan di berbagai media kegiatan promosi lainnya.

Indonesia merupakan kepulauan terbesar di dunia, dan juga memiliki wilayah terbentang dari sabang di barat sampai merauke di timur, sehingga wilayah pesisir dan lautan Indonesia dikenal sebagai negara dengan kekayaan dan keanekaragaman hayati. Negara kepulauan identik dengan pariwisata, Indonesia memiliki banyak keanekaragaman adat istiadat, bahasa, agama, baju daerah, tarian, alat musik, dan yang lainnya menjadi penunjang pariwisata Indonesia. Dengan beribu-ribu pulau Indonesia menyajikan wisata yang sangat beraneka ragam dan keindahannya luar biasa.

Seiring dengan perkembangan pariwisata, muncul fenomena baru mengenai objek wisata syariah, adapun daerah yang memiliki pariwisata syariah di Indonesia meliputi Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Makassar, dan Lombok.¹

Salah satunya wisata syariah daerah Riau di kota Pekanbaru, wisata tersebut menyajikan olah raga sunnah rasul, adapun nama wisata itu sendiri yaitu wisata dakwah Okura, olahraga sunnah rasul seperti berkuda dan memanah selain itu juga ada permainan modern airsoft gun, motor cross, outbound, dan camping. Bagaimana upaya dari kota Pekanbaru untuk mempertahankan objek wisata ini agar lebih dikenal dimata khalayak, bukan hanya dari kota Pekanbaru tetapi juga bisa ke manca negara. Dikarenakan Pekanbaru tidak memiliki banyak objek wisata, maka dari itu objek wisata dakwah Okura ini dapat dijadikan objek yang diminati oleh masyarakat.

Promosi wisata dakwah Okura itu melalui komunikasi secara langsung dan tidak langsung, adapun secara langsung seperti intrapersonal, brosur, ceramah, dan event. Kemudian secara tidak langsung seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, media cetak dan Tv. Sehingga masyarakat atau khalayak tahu tentang wisata dakwah Okura.

¹Hery Sucipto dan Fitria Andayani, *Wisata Syariah*, (Jakarta Selatan: Grafindo Books Media dan Wisata Syariah Consulting, cet 1, 2014).



Model adalah representasi suatu fenomena, baik nyata ataupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut. Dan Kita dapat menggunakan kata-kata, angka, simbol, dan gambar untuk melukiskan model suatu objek, teori atau proses. Selanjutnya model komunikasi di buat untuk membantu dalam memberi pengertian tentang komunikasi, dan juga untuk menspesifikasi bentuk-bentuk komunikasi yang ada dalam hubungan antarmanusia. Maka, Model komunikasi dimaksudkan untuk mengetahui gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya.

Model komunikasi ini akan dilihat dari kegiatan promosinya, Setelah adanya promosi maka, model komunikasi akan terbentuk menjadi pola komunikasi yang sesuai dengan promosi yang dilakukan oleh objek wisata. Dalam menjalankan kegiatan-kegiatan di atas di perlukan model komunikasi pada Yayasan terhadap promosi wisata dakwah okura kepada masyarakatnya. Baik internal maupun eksternal. Kemudian model tersebut dapat digolongkan menjadi berbagai cara yaitu model simbolik yang terdiri dari model matematik dan model verbal, lalu model fisik yang terdiri dari model ikonik dan model analog. Kajian dalam penelitian ini termasuk ke dalam tipologi model verbal yang mana model ini di bantu dengan grafik, diagram, atau gambar. Model grafik atau model diagramatik secara skematis menampilkan apa yang dapat disajikan dengan sekedar kata-kata. Setelah di tentukannya tipologi maka, model tersebut akan berbentuk gambaran atau kerangka yang konseptual.

Jadi, penelitian akan melihat proses komunikasi dan promosi dari wisata dakwah okura dan dilihat bagaimana model komunikasi dalam promosi oleh Yayasan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan memilih judul **“Model Komunikasi Yayasan Al-Hasanah Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dakwah Okura di Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru”**.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

B. Penegasan Istilah

Model komunikasi Yayasan Al-Hasanah Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dakwah Okura di Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru². Maka penulis akan membuat penegasan istilah dalam judul penelitian ini antara lain:

1. Model komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya.²
2. Yayasan Al-Hasanah adalah subyek hukum yang berbentuk badan hukum.³
3. Promosi adalah koordinasi dari seluruh upaya yang di mulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan.⁴
4. Wisata dakwah adalah wisata yang mengajarkan nilai agama Islam, melalui olahraga sunnah nabi seperti berkuda dan memanah.⁵
5. Okura adalah namakelurahan yang terletak di kecamatan rumbai pesisir kota Pekanbaru.⁶

Yang dimaksud dengan model komunikasi Yayasan Al-Hasanah dalam mempromosikan objek Wisata Dakwah Okura adalah model promosi objek Wisata Dakwah Okura di Pekanbaru.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diteliti adalah “Bagaimana Model Komunikasi Yayasan Al-Hasanah dalam mempromosikan objek Wisata Dakwah Okura di Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru” ?

² Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*.(Jakarta:PT. Bumi Aksara, 2009, edisi pertama, cetakan ke-11), 5.

³Shanti Wulandari,*Pertanggungjawaban Organ Yayasan Terhadap Kerugian Bidang Pendidikan di Indonesia*, Jurnal Risalah Vol. 21, No.1 (Januari 2016), 72.

⁴ Morissan, *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*,(Jakarta : Prenada Media Group, 2010), 16.

⁵Hasil Wawancara dengan Muhammad Ari Syaiful pada tanggal 4 April 2017 di Pekanbaru.

⁶ Okura Desa Wisata Terbaru di Riau, *Republika*, 11 Mei 2017.



D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditetapkan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana model komunikasi Yayasan Al-Hasanah dalam mempromosikan objek Wisata Dakwah Okura di Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara akademis

- 1) Dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain dalam rangka pengembangan keilmuan ilmu komunikasi lebih lanjut.
- 2) Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana di fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

b. Secara praktis

- 1) Peneliti berharap dapat memberikan kontribusi positif kepada Wisata Dakwah Okura
- 2) Untuk mendapatkan gelar S.I.Kom pada fakultas dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, penulis membagi bab dalam Enam bahasan, dimana masing-masing dibagi menjadi sub-sub bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan mengenai latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN TEORI, KAJIAN TERDAHULU DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknis pengumpulan data, validasi data serta analisis data.

BAB IV: GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan tentang gambaran umum Pengadilan Agama Pekanbaru.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil dari penelitian dan pembahasan tentang penelitian.

BAB VI: PENUTUP

Berisikan kesimpulan dan saran, kemudian dilengkapi dengan daftar pustaka.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN**