

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

Karimun memiliki banyak objek wisata, berbagai atraksi budaya dengan etnisitas, ritualitas dan religitas yang masih kental, harmoni itu tetap hidup berdampingan ditengah masyarakat. Budaya ratusan tahun silam dan berbagai tempat wisata serta perkembangan infrastruktur moderen menjadikan Karimun salah satu tempat berinvestasi sekaligus berlibur yang menyenangkan. Bahasa sehari-hari yang dipergunakan adalah bahasa melayu yang dipahami oleh sebagian besar masyarakat secara luas dimana induk bahasanya bahasa indonesia. Oleh karena itu jika kita dapat berkomunikasi dengan bahasa indonesia, ini berarti kita juga dapat berkomunikasi dalam bahasa melayu di daerah Karimun.¹

Upaya kegiatan mempromosikan tempat kunjungan wisata di daerah tidak semudah dengan kegiatan serupa yang dilakukan untuk produk-produk perusahaan. Promosi tempat tujuan wisata sangat diperlukan oleh daerah-daerah yang memiliki banyak potensi wisatanya ditanah air. Tentunya upaya kegiatan ini menjadi sangat penting dalam kerangka penyelenggaraan otonomi daerah di Indonesia sampai kepada pemerintahan Daerah Tingkat II. Promosi tempat wisata yang di rancang dengan baik akan memberikan tambahan penerimaan asli daerah, dan mendorong proses multiplier perkembangan ekonomi lokalitas di sekitar daerah tujuan wisata. Di Kabupaten Karimun sendiri sangat banyak memiliki asset-aset wisata yang menarik dan cukup potensial apabila dikembangkan.²

Sektor wisata yang menjadi kebanggaan Kabupaten Karimun adalah banyaknya objek wisata bahari, yang memiliki keindahan alam dan memiliki daya tarik tersendiri untuk mendatangkan wisatawan, baik wisatawan lokal, wisatawan

¹Visit Karimun, dalam <http://www.karimuntourism.com/>, (diakses 22 Juni 2017).

² Evawani Elysa Lubis, "Strategi Promosi Objek Wisata Oleh Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kabupaten Karimun-Kepulauan Riau", Jurnal Communicatio Vol. 2, No. 2 (Mei 2012), 246.

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.

nusantara maupun wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke objek wisata bahari yang ada di Kabupaten Karimun. Objek wisata bahari terdiri dari, Pantai Pelawan, Pantai Pongkar, Pantai Lubuk, Pantai Sawang, Pantai Timun, Pantai Pasir putih tulang, Telunas Resort, Pantai Batu limau, Pantai Tanjung Ambat, Pantai Berangan dan Pantai Ketam.³ Sektor pariwisata ini perlu dikelola oleh orang-orang ahli, sehingga para ahli tersebut dapat menggali potensi objek pantai dan dengan begitu dapat meningkatkan kualitas objek wisata bahari sehingga mendatangkan keuntungan dan pendapatan yang besar bagi Kabupaten Karimun.

Selain sebagai daerah maritim, Kabupaten Karimun yang memiliki luas $\pm 7.984 \text{ Km}^2$ memiliki letak geografis yang sangat strategis yaitu terletak pada bagian Barat Provinsi Riau yang berbatasan langsung dengan Selat Singapura, Semenanjung Malaysia dan Malaka, Batam dan Provinsi Kepulauan Riau. Objek wisata di daerah ini sangat potensial dan perlu diperhatikan⁴, sekarang pemerintah daerah terus membenahi sarana infrastruktur pendukung untuk pengembangan wisata bahari dan Masyarakat juga diarahkan untuk mendukung rencana tersebut.⁵

Pantai favorit yang ada di Tanjung Balai Karimun yaitu Pantai Pelawan dan Pantai Pongkar, pantai ini sering dikunjungi banyak wisatawan, baik wisatawan dalam negeri maupun luar negeri, pantai ini ramai terutama pada hari libur, namun pantai ini dalam pengelolaan pantainya belum maksimal, hal ini terlihat dari masih kurangnya sarana dan prasarana yang menunjang industri wisata tersebut. padahal dipantai ini sudah terdapat arena permainan air, seperti banana boat dan ski air tapi karena pengelolaanya belum maksimal masih dalam

³ Hasil wawancara dengan Benny Yudhistira pada tanggal 17 Februari 2017 di Kabupaten Karimun

⁴ Evawani Elysa Lubis, "Strategi Promosi Objek Wisata Oleh Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kabupaten Karimun-Kepulauan Riau", *Jurnal Communicatio* Vol. 2, No. 2 (Mei 2012), 246.

⁵ Anonim, "Legislator dukung pengembangan wisata di tebing", Dalam <http://www.jurnalterkini.id/kepulauan-riau/karimun/item/1250-legislator-dukung-pengembangan-wisata-di-tebing/>, (diakses 9 Januari 2017)



tahap evaluasi⁶, sehingga kunjungan wisata tercatat mengalami penurunan. Adapun kunjungan wisata mancanegara dari bulan Januari-Oktober 2015 sebanyak 79.257 sedangkan dari bulan Januari-Oktober 2016 sebanyak 74.073.⁷

Dengan menyangang status sebagai salah satu kawasan FTZ (Free Trade Zone / Kawasan Perdagangan Bebas), Karimun juga menawarkan peluang investasi pariwisata yang sangat menjanjikan. Objek wisata pantai di Kabupaten Karimun itu sangat prospektif dipromosikan namun belum begitu dikenal oleh wisatawan. Pemerintah juga sedang mengupayakan pembenahan objek wisata.⁸

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karimun merupakan salah satu unsur pelaksanaan pemerintah Kabupaten Karimun yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Karimun Nomor 01 Tahun 2004 tentang struktur organisasi dan tata kerja perangkat daerah tanggal 16 Februari 2004 dan mempunyai misi untuk mendukung dan mensukseskan misi Pemerintah Kabupaten Karimun. Salah satu misinya adalah meningkatkan kegiatan promosi untuk menjaring jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, wisatawan nusantara dan wisatawan lokal dalam upaya peningkatan devisa.⁹

Untuk itu diperlukan promosi pariwisata. Promosi pariwisata merupakan kegiatan komunikasi pemasaran menyampaikan pesan dan memotivasi target pelanggan dengan memberi pengetahuan tentang kebutuhan maupun kategori kebutuhan pelanggan maupun yang belum disadari pelanggan.¹⁰ Namun kondisi saat ini model komunikasi dalam mempromosikan objek wisata bahari yang

⁶ Hasil wawancara dengan Benny Yudhistira pada tanggal 17 Februari 2017 di Kabupaten Karimun

⁷ Berita Resmi Statistik Provinsi Kepulauan Riau No.101/12/21/Th. XI, 1 Desember 2016, 2.

⁸Jo Seng Bie, "16 Finalis Ikut Pemilihan Duta Wisata Karimun", Dalam <http://kepri.antaranews.com/berita/14123/16-finalis-ikut-pemilihan-duta-wisata-karimun&ei>, (diakses 19 Desember 2016)

⁹ Evawani Elysa Lubis, "Strategi Promosi Objek Wisata Oleh Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kabupaten Karimun-Kepulauan Riau", *Jurnal Communicatio* Vol. 2, No. 2 (Mei 2012), 246.

¹⁰ Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata*, (Jakarta: Kencana, 2015), 73.

dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karimun belum optimal. Seperti kurang gencarnya promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karimun di saluran media, seperti di media antarpribadi menggunakan travel, surat/email dan telepon, media kelompok seperti program sadar wisata, media cetak seperti, Batam Pos, Tribun Batam, booklet, leaflet, kalender event dan baliho, media elektronik seperti Radio Canggai Puteri FM dan Karimun TV, media online seperti beritakarimun.com, karimun today.com, dan antarakepri.com, media sosial seperti instagram karimun tourism, facebook karimun tourism dan website karimun tourism. Selain melalui saluran media Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karimun juga melakukan promosi melalui event-event bahari seperti sampan layar dan jong yang merupakan event tahunan yang dilaksanakan satu kali atau dua kali dalam setahun yang memanfaatkan angin laut sebagai pendorong sampan layar dan jong tersebut.¹¹

Berdasarkan fenomena yang dikemukakan, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Model Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Karimun Dalam Mempromosikan Objek Wisata Bahari”**.

B. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam istilah maka ada beberapa istilah yang perlu dijelaskan:

1. Model Komunikasi

Model (komunikasi) merupakan cara untuk menyederhanakan sesuatu yang abstrak ke yang mendekati realitas, atau mendekati yang asli. Model berguna bagi kita untuk membuat seleksi, menemukan elemen-elemen kunci, dan cara untuk mengindikasikan interaksi dan relasi antara beberapa elemen-elemen.¹²

¹¹ Hasil wawancara dengan Benny Yudhistira pada tanggal 17 Februari 2017 di Kabupaten Karimun.

¹²Olo liliweri, *Komunikasi serba ada serba makna*, (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2011), 76.

2. Dinas Pariwisata dan Budaya

Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Karimun merupakan salah satu dinas yang berada di bawah Pemerintah Kabupaten Karimun, terbentuk sejak Kabupaten Karimun menjadi daerah otonomi, keberadaannya membantu pemerintah daerah dalam memberikan pembinaan dan peningkatan di bidang Pariwisata, Seni dan Budaya.¹³

3. Promosi

Aktifitas untuk menyebarkan pesan tentang suatu produk sehingga produk ini diingat oleh para konsumen atau para pelanggan, pesan-pesan ini merangsang mereka melakukan permintaan dan penawaran terhadap produk ini.¹⁴

4. Wisata Bahari

Wisata bahari adalah bentuk wisata yang menggunakan atau memanfaatkan potensi lingkungan pantai dan laut sebagai daya tarik utama.¹⁵

C. Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan maka muncullah identifikasi masalah berupa model komunikasi apa yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karimun dalam mempromosikan objek wisata bahari serta apa saja faktor pendukung dan penghambatnya dan apakah promosi yang dilakukan selama ini sudah efektif atautakah belum.

2. Batasan Masalah

Untuk memudahkan penelitian bagi peneliti serta keterbatasan waktu, biaya dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi dalam penelitian ini maka penulis membatasi penelitian ini dengan hanya meneliti bagaimana model

¹³Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kabupaten Karimun, “Renstra SKPD 2012-2016”, 40.

¹⁴ Alo Liliwari, *Komunikasi Serba Ada Serba Bisa*, (Jakarta: Kecana, 2011), 502.

¹⁵Josef Alfonsius Gadi Djou, “Pengembangan 24 Destinasi Wisata Bahari Kabupaten Ende”, *Jurnal Kawistara* Vol. 3, No. 1 (21 April 2013), 15.

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.

komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karimun dalam mempromosikan objek wisata bahari

3. Rumusan Masalah

Pokok permasalahan yang akan diteliti secara ilmiah adalah bagaimana Model Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karimun Dalam Mempromosikan Objek Wisata Bahari?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dan kegunaan dalam penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Model Komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karimun Dalam Mempromosikan Objek Wisata Bahari.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun Kegunaan Penelitian ini adalah:

a. Secara Akademis

1. Sebagai sarana untuk menambahkan pengetahuan penulis dalam rangka ikut memberikan sumbangan pikiran pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karimun.
2. Sebagai sarana keilmuan untuk mengetahui bagaimana penerapan model komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karimun dalam mempromosikan objek wisata bahari.

b. Secara Praktis

1. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi khalayak (Pembaca) yang ingin mendalami bidang konsentrasi *Public Relations* (Humas).
2. Untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

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.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan Latar Belakang masalah; penegasan istilah; rumusan masalah; tujuan dan kegunaan penelitian; dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Dalam bab ini berisikan mengenai kajian teori; kajian terdahulu; dan kerangka pikir.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan jenis dan pendekatan penelitian; lokasi dan waktu penelitian; sumber data; informan penelitian; teknik pengumpulan data; validitas data; dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Gambaran umum berisikan tentang lokasi penelitian, yaitu menjelaskan tentang sejarah, visi dan misi, dan struktur organisasi Bidang Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karimun.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai bagaimana Model Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karimun Dalam Mempromosikan Objek Wisata Bahari

BAB VI: PENUTUP

Menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari peneliti ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN