

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Provinsi Riau adalah salah satu daerah yang memiliki banyak potensi wisata didalamnya antara lain ialah potensi pariwisata berupa daya tarik budaya (*culture*), alam (*nature*), dan buatan (*manmade*). Budaya yang ada sejak dahulu kala sejak awal keberadaan orang Melayu. Tidak heran kota bertuah ini menjadi pintu gerbang utama sebagai pariwisata budaya melayu. Berkembangnya kebudayaan melayu searah dengan perkembangan sebuah wilayah yaitu Provinsi Riau. Misalnya saja kesenian adalah salah satu kebudayaan yang berkembang pesat. Meskipun kondisi alam di Riau terbatas dan berbeda dengan daerah lainnya yang memiliki gunung, tapi Riau memiliki 290 daya tarik wisata, Riau memiliki potensi pariwisata yang cukup besar.¹ Potensi wisata Riau ini sebenarnya dapat dilihat dari alamnya. Melihat fenomena yang ada, Pemerintah Provinsi (Pemprov) Riau yang sedari awal tahun lalu berupaya mengembangkan sektor pariwisata berbasis budaya pun jadi semakin gencar menggali potensi-potensi wisata yang ada.

Promosi sekarang ini sudah menjadi kegiatan yang lazim digunakan oleh organisasi atau perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran. Promosi dijadikan sebagai alat yang ampuh untuk menarik konsumen. Karena tanpa mempromosikan produk terlebih dahulu dan langsung memasarkannya kepada khalayak akan menjadikan produk ini kurang diminati sebab khalayak belum mengenal produk yang dipasarkan tersebut. Salah satu lembaga yang melakukan promosi ini adalah Dinas Pariwisata Procinsi Riau yang menggunakan strategi promosi dalam memperkenalkan *Branding Riau The Homeland Of Melayu* agar dikenal oleh masyarakat Nasional dan Internasional.

¹ <http://sigapnews.co.id/read-112-1742-2016-18-20-miliki-potensi-wisata-Riau-the-homeland-of-melayu.html> diakses pada tanggal 03 maret 2017 pukul 16:01



Sektor Pariwisata merupakan alternatif pemasukan bagi pendapatan daerah maupun devisa negara, bahkan bagi negara-negara maju sekalipun pariwisata serius untuk dikembangkan. Terkait dalam hal itu, dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 9 Tahun 1990 menyatakan bahwa kepariwisataan mempunyai peranan penting untuk memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan daerah, memperbesar pendapatan nasional untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat serta memupuk rasa cinta tanah air, memperkaya kebudayaan nasional dan memantapkan pembinaannya dalam rangka memperkuat jati diri bangsa dan mempererat persehabatan antar bangsa.²

Riau yang dikenal memiliki Budaya Melayu yang kental maka diperlukan juga sebuah identitas yang menunjukkan bahwa Riau adalah asal budaya melayu terbesar di Asia tenggara. Maka dari itu Pemerintah Provinsi Riau makin gencar dan serius untuk mendukung dan mengembangkan sektor pariwisata berbasis budaya. Melalui Dinas Pariwisata Provinsi Riau Pemerintah menggerakkan berbagai macam upaya dan program untuk mendukung promosi wisata yang ada di Riau dan juga Upaya peningkatan pembangunan dibidang pariwisata dan budaya melayu. Tepat pada HUT Riau ke-58 tahun 2015 lalu Pemerintah Provinsi Riau melalui Dinas Pariwisata Provinsi Riau mengusung sebuah Brand yaitu *Riau The Homeland Of Melayu. Branding* yang diusung Oleh Pemerintah Provinsi Riau ini ialah untuk menunjukkan menunjukkan kepada masyarakat luas bahwa Provinsi Riau memiliki suatu Identitas tersendiri melalui *Branding* tersebut. Tujuan *Branding* ini adalah untuk mempromosikan potensi pariwisata unggulan yang selama ini menjadi daya tarik utama pariwisata Riau dan dengan harapan mampu meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan, menggerakkan roda ekonomi, meningkatkan citra & daya saing daerah di kancah Nasional maupun Internasional.³ Berdasarkan hasil pra riset tentang *Branding Riau The Homeland Of Malay* dengan Ibuk Ervina Dora, S.T., M.T selaku staf subbag kepegawaian dan umum Dinas Pariwisata Provinsi Riau mengatakan:

² Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata Bab I, pasal 1.

³ Data dari Dinas Pariwisata Provinsi Riau didapat pada tanggal 03 Maret 2017



*Brand ini adalah sebuah Identitas diri Riau dalam bidang budaya dan pariwisata daerah, apabila kita sudah memiliki Brand maka Riau sudah memiliki suatu Identitas yaitu sebagai Riau The Homeland Of Melayu (Tanah Tumpah Darah Budaya melayu) maka akan semakin mudah untuk mempromosikan pariwisata dan budaya yang ada di Riau ke Khalayak Nasional bahkan Internasional sekalipun.*⁴

Sementara itu terkait dengan strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam mempromosikan *Branding Riau The Homeland Of Melayu*, berdasarkan hasil wawancara dengan staf subbag kepegawaian dan umum dinas pariwisata mengungkapkan salah satunya dengan strategi memanfaatkan event pariwisata unggulan yang ada di Riau. Riau memiliki wisata unggulan yang sudah sampai kancah Internasional diantaranya adalah Pacu Jalur Kuansing, Festival Bakudo Bono Pelalawan, Tour de Siak, Pacu Jalur Kuansing, Bakar Tongkang, Gema Muaharam Indragiri Hilir dan Riau Marathon.⁵ Salah satu strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata ialah memanfaatkan event unggulan tersebut untuk mempromosikan *Branding Riau The Homeland Of Melayu* di mata masyarakat.

Strategi yang dilakukan untuk mempromosikan *Branding Riau The Homeland Of Melayu* ini bertujuan untuk mempertegas Identitas Riau adalah bumi Melayu yang kaya akan aneka ragam potensi wisata yang layak untuk dikunjungi oleh wisatawan nasional maupun internasional serta agar Brand ini dikenal di masyarakat luas hingga mancanegara.⁶

Berdasarkan hasil wawancara pra riset dengan salah satu masyarakat mengenai Keberadaan *Branding Riau The Homeland Of Melayu* ini mengungkapkan bahwa tidak mengetahui sama sekali tentang keberadaan branding tersebut. Hal ini membuktikan bahwa tidak semua masyarakat yang mengetahui *Branding* tersebut, hanya sedikit masyarakat yang mengetahui *Branding Riau The Homeland Of Melayu*. Oleh karena itu Brand yang baru diusung dari tahun 2015 ini baru berjalan selama 2 tahun. Brand ini baru dan masih membutuhkan strategi

⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Ervina Dora, S.T., M.T selaku staf Subbag Kepegawaian dan Umum pada hari jumat tanggal 03 Maret 2017

⁵ <http://Riaupos.co/galeri/?act=category&id=29#.WGTJAX01DIU> diakses pada tanggal 04 januari 2016 pukul 13:00 WIB

⁶ <https://detakkampar.co.id/blog/2016/08/30/Riau-the-homeland-of-melayu-Riau-tanah-air-melayu/> diakses pada 07 januari 2017



yang tepat untuk mempromosikan brand tersebut agar masyarakat Riau khususnya pekanbaru sadar dan mengetahui dengan adanya Brand Riau The Homeland ini dan juga mengetahui bahwa Brand ini adalah simbol sebagai Identitas baru untuk Pariwisata Riau.

Berdasarkan fenomena yang dikemukakan, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian pada dinas pariwisata Provinsi Riau. Untuk itu penulis mengadakan penelitian dengan judul “**Strategi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Riau Dalam Mempromosikan *Branding Riau The Homeland Of Melayu***”

B. Penegasan Istilah

1. Strategi

Strategi merupakan simpulan taktik dalam keperluan bagaimana tujuan yang diinginkan dapat diperoleh atau didapat. Oleh sebab itu, strategi biasanya terdiri atas dua atau lebih taktik, dengan anggapan yang satu lebih bagus dari yang lain, dengan demikian, strategi merupakan kumpulan taktik dengan maksud mencapai tujuan dan sasaran dari perusahaan, institusi atau badan.⁷

2. Promosi

Promosi berasal dari kata *promote* dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Pengertian tersebut jika dihubungkan dengan bidang penjualan berarti sebagai alat untuk meningkatkan omset penjualan.⁸

3. *Riau The Homeland Of Melayu*.

Riau The Homeland Of Melayu merupakan sebuah *Branding* yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau sebagai Identitas Daerah

⁷ Ilham Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2006), h. 45

⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 1998), h. 77

serta untuk mempromosikan pariwisata unggulan ke nasional hingga mancanegara.⁹

4. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Riau

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Riau dahulunya berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 53 Tahun 2009 bernama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Riau. Sesuai dengan perkembangan tentang penataan organisasi Pemerintah Daerah maka disusun Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Organisasi Dinas Daerah Provinsi Riau (Lembaran Daerah Provinsi Riau Tahun 2014 Nomor 2), dimana berdasarkan Peraturan Daerah tersebut diatur uraian tugas Dinas Pariwisata Provinsi Riau yang dituangkan melalui Peraturan Gubernur Riau Nomor Tahun 2014 tentang Rincian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Pariwisata Provinsi Riau.¹⁰

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas maka dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Riau Dalam Mempromosikan *Branding Riau The Homeland Of Melayu*?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan Rumusan masalah, maka Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Strategi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Riau Dalam Mempromosikan *Branding Riau The Homeland Of Melayu*.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun Kegunaan Penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

⁹ <http://Riauone.com/Riau/Masyarakat-yang-Beriman-dan-Bertaqwa-Bekal-Menuju-Riau-The-Homeland-of-Melayu>. di akses pada tanggal 14 februari 2017 pukul 20:00

¹⁰ www.disparekrafRiau.go.id di akses pada tanggal 14 februari 2017 pukul 20:00

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.

- a. Sebagai pengembangan ilmu komunikasi umumnya, dan *public relations* khususnya dalam melaksanakan kegiatan Strategi Promosi.
 - b. Sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar S.Ikom bagi peneliti.
2. Secara Praktis
 1. Dapat menjadi Informasi dan masukan kepada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Riau Dalam Mempromosikan *Branding Riau The Homeland Of Melayu*. Sehingga Dinas Pariwisata Provinsi Riau dapat mencapai hasil dan tujuan yang diinginkan.
 2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan dan ilmu komunikasi khususnya pada strategi promosi.
 3. Untuk mengembangkan pemahaman dan disiplin ilmu penulis dalam bentuk penelitian.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari : Latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang diteliti. Termasuk di dalamnya kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

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 IV GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan gambaran umum tentang objek yang akan di teliti dan tempat dimana akan dilakukan penelitiannya.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan uraian secara umum tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun bagi objek penelitian agar bisa lebih baik lagi untuk kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN