

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.



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (SI) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

ADITYA WIJAYA
NIM 11543100505

UIN SUSKA RIAU

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2019



PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulis skripsi saudara:

Nama : Aditya Wijaya
Nim : 11543100505
Judul Skripsi : *Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Kabupaten Tanah Datar*

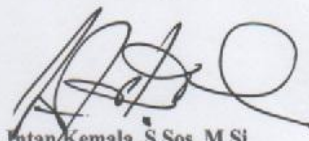
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

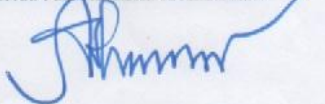
Wassalamua'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Intan Kemala, S.Sos, M.Si
NIP. 19810612 200801 2017

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001

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.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id.E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat”

yang ditulis oleh:

Nama : Aditya Wijaya

NIM : 11543100505

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah dimunaqasahkan dalam sidang panitia ujian sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 6 November 2019

Dengan disetujui sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, November 2019



Dr. Nuddin, MA
NIP. 196606202006041015

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Dr. Masduki, M.Ag
NIP.19710612 199803 1 003

Penguji III

Mardhhah Rubani, M.Si
NIP.19790302 200701 2 023

Sekretaris/ Penguji II

Dewi Sukartik, M.Sc
NIK.130 311 019

Penguji IV

Dr. Kodarni, S.ST, M.Pd
NIK.130 311 014

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: tain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Proposal dengan Judul "Strategi Promosi Dalam Pengembangan
Pariwisata Kabupaten Tanah Datar" yang di gunakan oleh saudara :

Nama : ADITYA WIJAYA

NIM : 11543100505

JURUSAN : ILMU KOMUNIKASI

Telah di seminarkan pada :

Hari : Senen

Tanggal : 4 Maret 2019

Dan dapat di terima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat
Mendapat gelar Serjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 4 Maret 2019

Penguji



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP 196911181996032001

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.

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.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Aditya Wijaya
NIM : 11543100505
JURUSAN : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat” adalah betul betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda *citasi* dan ditunjuk dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 06 November 2019
Yang membuat pernyataan



ADITYA WIJAYA
NIM : 11543100505

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.

Pekanbaru, 09 Oktober 2019

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si

Dosen Pembimbing Skripsi

Nomor : Nota Dinas

Lampiran : 1 (Eksempler) Skripsi

Hal : **Pengajuan Ujian Skripsi**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di Pekanbaru

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Aditya Wijaya

Nim : 11543100505

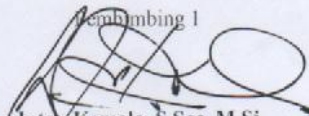
Judul : "Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Kabupaten Tanah Datar"

Telah dapat diajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Komunikasi dalam bidang Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini kami buat, Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Intan Kemala, S.Sos, M.Si
NIP. 19810612 200801 2017



ABSTRAK

Nama : Aditya Wijaya
Nim : 11543100505
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya pariwisata yang ada di Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat diperlukannya strategi komunikasi pemasaran yang tepat dalam pengembangan pariwisata mengingat potensinya cukup pesat dimasa yang akan datang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar dalam pengembangan pariwisata. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif yakni menggambarkan dan menjelaskan data yang dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah Kabid pariwisata, kasi usaha jasa dan pemasaran, kasi promosi wisata. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar dalam pengembangan pariwisata adalah dengan bauran komunikasi pemasaran; 1). Iklan, melalui media sosial dan media cetak seperti facebook ,instagram, 2). Penjualan perorangan secara langsung dan memberikan brosur dan bekerjasama dengan komunitas-komunitas untuk disebarluaskan kepada masyarakat, 3). Publikasi, mengpublikasikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan nantinya akan di publikasikan di akun resmi milik Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar, 4). Pamaren sebagai cara dalam pengembangan pariwisata, seperti membuat event tour danau singkarak, event pacu jawi, event pacu kuda dan pamaren festival pesona budaya minangkabau berkejasama dengan komunitas-komunitas dan masyarakat di berbagai daerah yang ada di Kabupaten Tanah Datar salah satu proses mempercepat perkembangan pariwisata Kabupaten Tanah Datar.

Kata Kunci : *Strategi, Komunikasi Pemasaran, Pariwisata*

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.

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 : Aditya Wijaya
Student Reg. No : 11543100505
Title : **The Marketing Communication Strategy in Developing Tourism by the Sport, Youth and Tourism Government Agency of Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat**

This research is motivated by the increasing number of tourism in the Tanah Datar District of West Sumatra Province. This research is also motivated by the need for an appropriate marketing communication strategy in tourism development considering its potential which is quite rapid in the future. The purpose of this research is to know the marketing communication strategy carried out by the Youth and Sports Tourism Office of Tanah Datar District in tourism development. This research method uses a qualitative approach with descriptive analysis that is describing and explaining data. Data are collected from interviews, observations, and documentation. The informants in this study are the Head of Tourism office of Tanah Datar government, the Head of Business Services and Marketing of the office, the Head of Tourism Promotion of the office. The results of this study indicate that the marketing communication strategy used by the office of Youth and Sports Tourism in Tanah Datar District in the development of tourism is the marketing communication mix; 1). Advertising is done through social and printed media such as Facebook, Instagram, 2). Direct individual sales are done by giving out brochures and working with communities to distribute them to the public, 3). Publication and publishing activities are carried out by the staff. They will be published in the official account of the Youth and Sports Tourism Office of Tanah Datar District, 4). Exhibition is done as a way of developing tourism, such as making Lake Singkarak tour events, Pacu jawi events, horse racing events and Minangkabau cultural festivals in collaboration with communities from various regions in Tanah Datar District. These are done as the processes to accelerate the development of tourism in Tanah Datar District.

Keywords: Strategy, Marketing Communication, Tourism



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalammu'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan Hidayah-Nyalah, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam tidak lupa penulis kirimkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad Shallallahu 'alihi wasallam sebagai pembawa risalah kebenaran berupa agama Islam dan kitab suci Al-Quran yang merupakan pedoman hidup hingga akhir zaman.

Skripsi dengan judul **“Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Kabupaten Tanah Datar”** ini diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau guna untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan memperoleh gelar sarjana strata satu (S.I.Kom).

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan proposal, penelitian dan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini berikan kepada yang tercinta dan teristimewa untuk kedua orang tua yakni almarhum Ayahanda Yanuar dan Ibunda Helniati yang telah membimbing, mendidik, dan memberikan kasih sayang yang tulus kepada ku sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini. Dan terimakasih atas doa yang ayah dan ibu selalu dilimpahkan kepada aku yang tiada habisnya. Seterusnya penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. KH. Akhmad Mujahidin, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Drs. H. Suryan A. Jamrah, M.A., Promadi, Ph.D selaku Wakil Rektor I, dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Dr. Nurdin, M.A selaku Panesehat Akademik dan sekaligus Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



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.

4. Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si dan Dr. Azni, M.Ag selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Yantos, M.Si selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Intan Kemala, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing demi menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen terimakasih atas ilmu pengetahuan yang diberikan kepada peneliti dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
9. Ibu Renti Emelia, Bapak Efrison, Bapak Ibnu Fajrin dan seluruh staf dan jajarannya yang semua telah memudahkan dalam penelitian di Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar hingga menjadi skripsi.
10. Kepada abang tercinta Ridho zikrillah, dan adik-adik muhammad Adam dan Farhan yang banyak memberi motivasi, semangat tentang suatu perjuangan. Sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan Public Relations A¹⁵ dan teman-teman ilmu komunikasi angkatan 2015.
12. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) desa Kompe Berangin, Kecamatan Cerenti, Kabupaten Kuantan Singingi, yang banyak mengajarkan arti kekeluargaan yang sangat berarti.
13. Teman-teman satu perbimbingan yang banyak memberikan dukungan dan motivasi.
14. Teman-teman Kos Y18 yang telah memberikan motivasi, semangat Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.



- Terimakasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu selama menjalani proses perkuliahan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penulis juga mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang penulis lakukan selama perkuliahan berlangsung, baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

Wassalammu'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh

Pekanbaru, November 2019
Penulis

ADITYA WIJAYA
NIM. 11543100505

UIN SUSKA RIAU

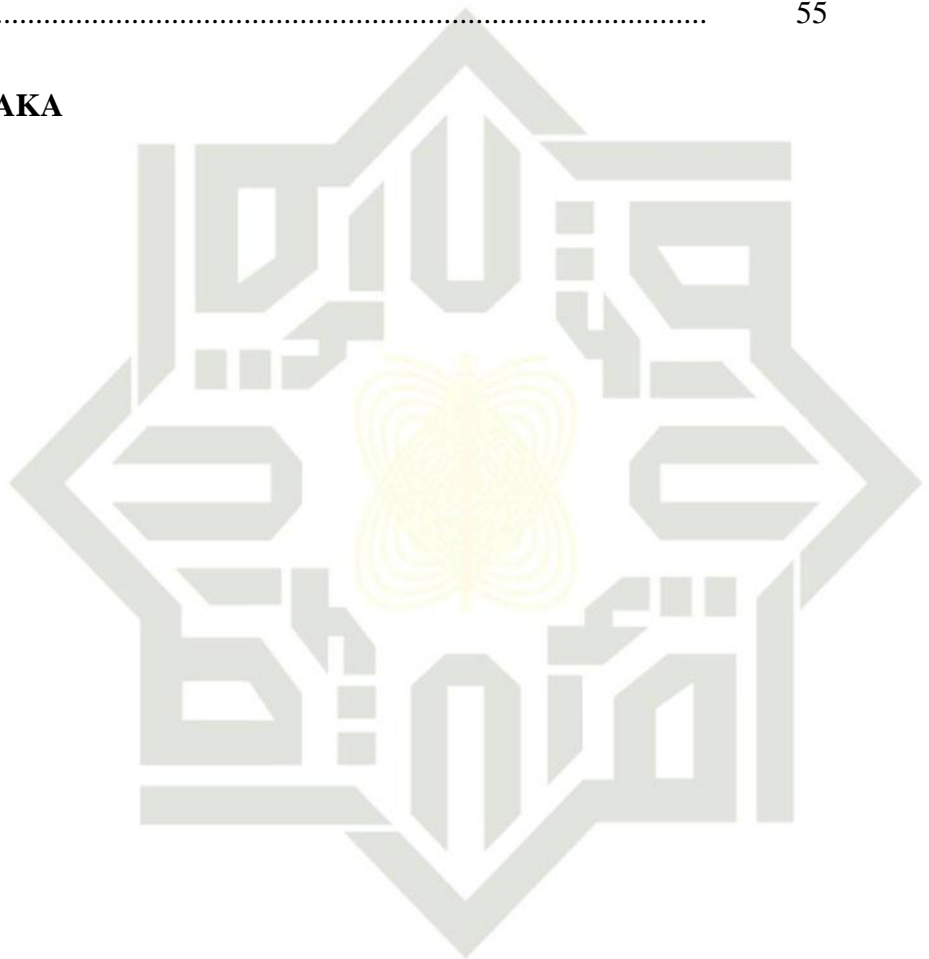


DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Ruang Lingkup Kajian	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	8
A. Kajian Teori	8
B. Kajian Terdahulu	26
C. Kerangka Pikir	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
C. Sumber Data	31
D. Informan Penelitian	31
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Validitas Data	32
G. Teknik Analisis Data	33
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	34
A. Sejarah Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar	34
B. Visi Misi Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar	34
C. Struktur Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar	35

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.

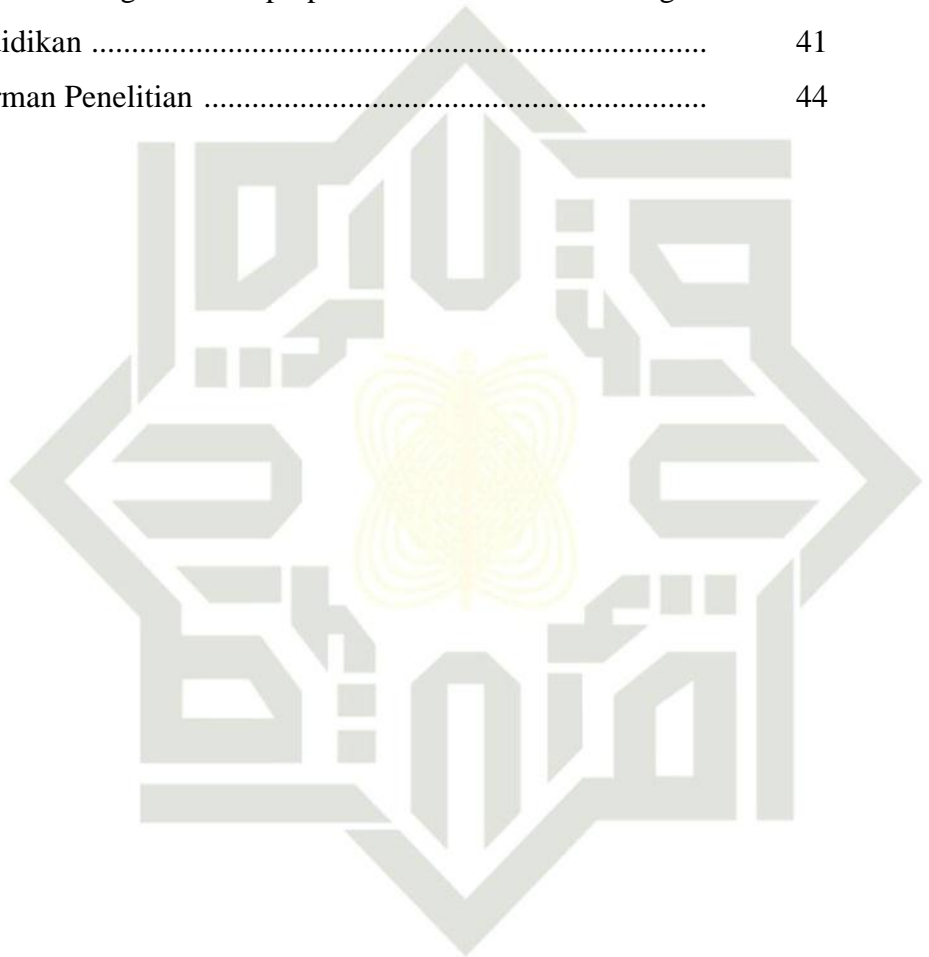
SAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan.....	50
SAB VI PENUTUP	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Daftar Nama-nama Pegawai Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahrag Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat	36
Tabel 4.2	Pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar	40
Tabel 4.3	Distribusi Pegawai Disparpora Berdasarkan Tingkat Pendidikan	41
Tabel V.1	Informan Penelitian	44



UIN SUSKA RIAU

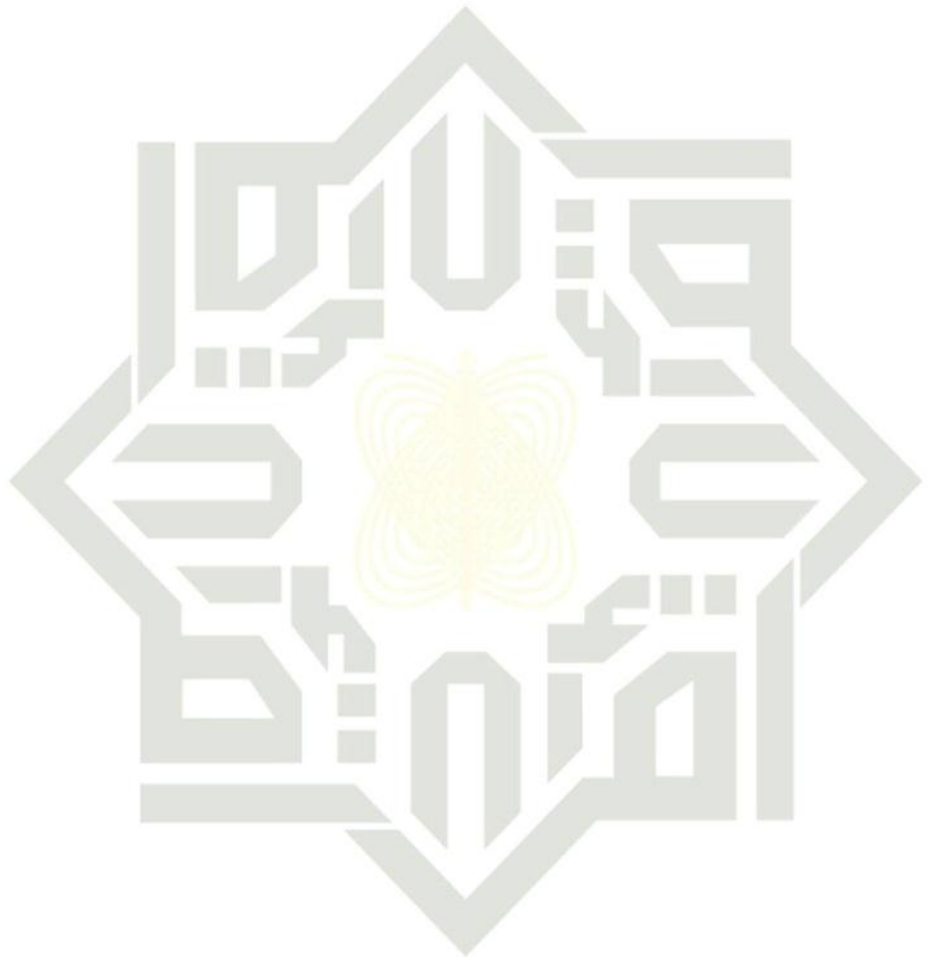
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. 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.

Hak Cipta 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.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Komunikasi S-C-M-R-E	13
Gambar 2.2	Kerangka Pikir	29
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat	45



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Lampiran 2 : Dokumentasi



UIN SUSKA RIAU

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 Masalah

Bangsa Indonesia merupakan bangsa yang memiliki banyak keragaman baik dari segi adat, budaya, agama, suku dan bahasa sehingga negara Indonesia adalah negara yang kaya dengan sumber daya alamnya. Sumber daya alam tersebut jika dikelola dengan baik dapat dijadikan sebagai potensi untuk memakmurkan rakyat dan memajukan bangsa Indonesia. Salah satunya yang dapat dikembangkan adalah dalam bidang keparawisatawan. Sering berjalannya waktu pariwisata di Indonesia sesaat ini telah tumbuh dan berkembang dengan baik. Berdasarkan UU No 22 tahun 1999 mengenai pemberlakuan otonomi daerah dengan ini pemerintah daerah bertanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola segala potensi yang ada didaerahnya masing-masing.

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

Sejalan dengan perkembangan dunia pariwisata saat ini telah terdapat banyak biro perjalanan wisata. Tugas dari biro perjalanan wisata adalah menangani kunjungan parawisatawan ke berbagai daerah tujuan wisata, wisata baik dalam negeri atau luar negeri. Semakin banyak pihak yang terjun dalam usaha biro perjalanan wisata akan menunjang kemajuan pariwisata di Indonesia.

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.



Capellen, Batu Batikam, dan Istano Rajo, Sedangkan untuk wisata. alamnya antara lain ; Lembah Anai, Ponarama Tabek Patah, Danau Singkarak, Bukit Batu Patah, dan ngalau pagian.

Kabupaten Tanah Datar mempunyai potensi pariwisata yang cukup besar untuk dikembangkan dengan terdapat objek wisata alami maupun buatan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda Kabupaten Tanah Datar mengingat objek wisata yang ada dan potensinya cukup pesat dimasa yang akan datang, peranan strategi komunikasi pemasaran sangat diperlukan agar dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran bagi wisatawan lokal maupun macan negara untuk datang ke Kabupaten Tanah Datar. Untuk itu dalam mengembangkan sebuah wisata diwilayah tersebut harus di kelola oleh sebuah instansi pemerintah yang khusus menangani tentang pariwisata. Hal ini strategi komunikasi pemasaran diharapkan mampu membantu Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar untuk lebih dapat dikenal tidak hanya oleh masyarakat Tanah Datar saja tetapi juga masyarakat luar dan diharapkan mampu bersaing dengan pariwisata didaerah lain. Kegiatan pemasaran elemen yang sangat penting untuk diperhatikan adalah komunikasi. Dengan komunikasi kegiatan pemasaran akan berlangsung dengan sedemikian rupa dan dapat mencapai segala suatu yang diinginkan.

Komunikasi pemasaran terdapat aktivitas promosi, publikasi dan periklanan. Pemerintah daerah diharapkan mampu untuk membuat strategi komunikasi pemasaran lebih baik lagi dan merencanakan pembangunan pariwisata hingga memasarkan objek wisata yang ada khususnya di Kabupaten Tanah Datar ini. Untuk itu perlu juga didukung juga dengan strategi komunikasi pemasaran yang baik.

Berdasarkan dari pemikiran tersebut maka peneliti tertarik untuk mengkaji **Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat.**

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.

Penegasan Istilah

Untuk lebih memahami unsur-unsur yang terdapat dalam penelitian ini maka penulis perlu menjelaskan beberapa istilah sebagai pedoman penelitian. Dan agar tidak terjadi kesalah pahaman yang sedang diteliti. Ada pun penegasan istilah dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Strategi merupakan Menurut J L Thompson (1995) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Sementara itu strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif.³
2. Komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Komunikasi pemasaran dapat memberitahu atau dapat memperlihatkan kepada konsumen tentang bagaimana dan mengapa produk itu digunakan oleh orang macam apa serta dimana dan kapan. Komunikasi pemasaran memungkinkan perusahaan menghubungkan merek mereka dengan orang, tempat, acara, merek, pengalaman, perasaan, dan hal lainnya. Mereka dapat berkontribusi pada ekuitas merek, dengan menanamkan merek dalam ingatan dan menciptakan citra mereka, serta mendorong penjualan, dan bahkan mempengaruhi nilai saham.⁴
3. Strategi komunikasi pemasaran menurut Kotler & Armstrong disebut juga sebagai bauran komunikasi pemasaran atau bauran promosi. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat menghindarkan perusahaan dari kerugian yang disebabkan oleh kegiatan promosi yang tidak efektif dan efisien. Maka dari itu suatu kegiatan promosi yang efektif dan efisien dapat dimasukkan dalam bagian dari komunikasi pemasaran.
4. Pariwisata merupakan kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha. Diera globalisasi saat ini sektor

Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*, (Jakarta : Erlangga, 2007) Hlm. 2
Ibid, Hlm 28

parawisata akan menjadi pendorong utama perekonomian dunia dan menjadi industri yang mengglobal. Parawisata akan memberikan banyak pemasukan bagi daerah yang sadar akan potensinya terhadap sektor parawisata.⁵

Ruang Lingkup Kajian

Untuk memperjelas masalah yang akan dibahas dan agar tidak terjadi pembahasan yang meluas atau menyimpang, maka perlu kiranya dibuat suatu batasan masalah. Adapun ruang lingkup kajian yang akan dibahas dalam penulisan ini yaitu peneliti hanya memfokuskan pada lingkup “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat”

D. Rumusan Masalah

Pokok permasalahan yang akan diteliti adalah Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat.

2. Kegunaan Penelitian

a) Kegunaan Teoritis

- a) Untuk menerapkan ilmu yang diterima penulis selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif

⁵Ismyanti, *Pengantar Parawisata*, (jakarta: Grasindo, 2010), Hlm. 1



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Kasim Riau, serta menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Pariwisata.

- b) Sebagai bahan tambahan pengetahuan dan pengalaman bagi penulis guna mempertahankan ilmu dalam studi Ilmu Komunikasi khususnya di bidang dalam Strategi Komunikasi Pemasaran.

2) Kegunaan Praktis

- a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan sebagai bahan pertimbangan bagi Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga kabupaten Tanah Datar dalam melaksanakan Strategi Komunikasi Pemasaran yang baik.
- b) Penelitian ini dilakukan sebagai penyelesaian tugas akhir guna memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau.
- c) Sebagai bahan informasi bagi peneliti selanjutnya, terutama bagi yang ingin meneliti pada permasalahan yang sama.

F. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

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

BAB II: KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Dalam bab ini berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan validitas data serta teknik analisis data.



BAB IV: GAMBARAN UMUM

Dalam bab ini berisikan tentang gambaran umum mengenai Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN HASIL PEMBAHASAN

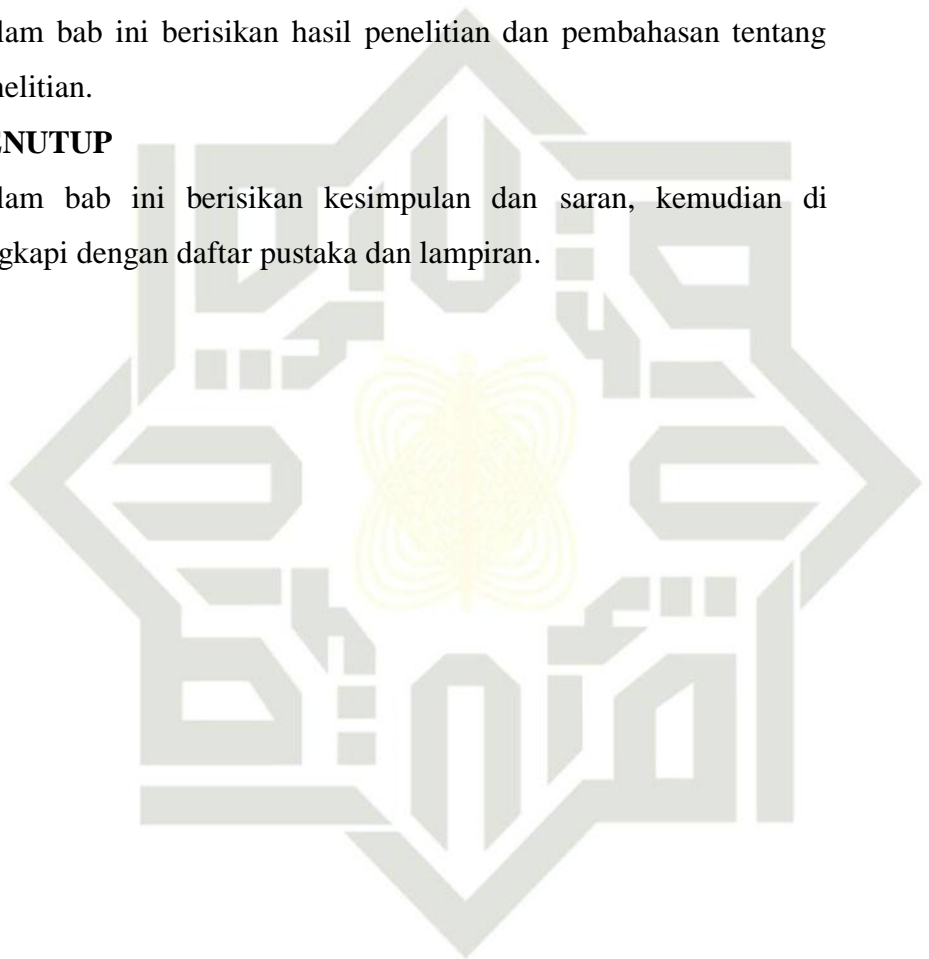
Dalam bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan tentang penelitian.

BAB VI: PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan saran, kemudian dilengkapi dengan daftar pustaka dan lampiran.

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.



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 II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

1. Pengertian Startegi

Menurut J L Thompson (1995) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Sementara itu strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif. Bennet menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya. Mintzberg menawarkan lima kegunaan dari kata strategi⁶ :

- 1) Sebuah rencana yang merupakan suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar
- 2) Sebuah cara atau suatu manuver yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau kompetitor
- 3) Sebuah pola dalam suatu rangkaian tindakan
- 4) Sebuah polisi yang merupakan suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan.
- 5) Sebuah perspektif yang merupakan suatu cara yang terintergrasi dalam memandang dunia

Dari pemaparan diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah rencana yang di rancang dan di rumuskan guna menentukan rangkaian tindakan yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi dalam mencapai tujuannya, baik tujuan secara khusus maupun tujuan organisasi secara umum. Strategi merupakan hal yang penting dan harus ada dalam sebuah organisasi atau perusahaan guna mencapai tujuan organisasi kedepannya.

Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*, (Jakarta : Erlangga, 2007) Hlm. 2



Tahapan-tahapan dalam manajemen strategi menurut Fred R. David terdiri dari tiga tahap yaitu perumusan strategi (memformulasikan strategi), pelaksanaan strategi (mengimplementasikan strategi) dan evaluasi strategi.⁷ Secara jelasnya tahapan-tahapan tersebut ialah perumusan strategi perumusan strategi diantaranya mencakup beberapa hal yaitu

- a. Kegiatan Mengembangkan Visi-Misi Organisasi Visi adalah sebagai langkah pertama dalam perencanaan strategis, sedangkan misi adalah pernyataan jangka panjang yang membedakan suatu bisnis dari suatu bisnis serupa yang lain.
- b. Mengidentifikasi Peluang dan Ancaman Eksternal Organisasi Peluang dan ancaman eksternal adalah peristiwa, tren, ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintah, teknologi dan persaingan yang dapat menguntungkan atau merugikan suatu organisasi secara berarti dimasa depan.
- c. Menentukan Kekuatan dan Kelemahan Internal Organisasi. Kekuatan dan kelemahan internal adalah segala kegiatan dalam organisasi yang bisa dilakukan dengan sangat baik atau buruk. Kekuatan dan kelemahan tersebut ada dalam kegiatan manajemen, pemasaran, keuangan, akuntansi, produksi, operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi manajemen di setiap perusahaan.
- d. Menetapkan Tujuan Jangka Panjang Organisasi. Tujuan didefinisikan sebagai hasil tertentu yang perlu dicapai organisasi dalam memenuhi misi utamanya. Jangka panjang berarti lebih dari satu tahun. Tujuan juga penting untuk keberhasilan organisasi karena tujuan menentukan arah, membantu dalam melakukan evaluasi, menciptakan sinergi, menunjukkan prioritas, memusatkan koordinasi dan menjadi dasar perencanaan, pengorganisasian, pemotivasiian serta pengendalian kegiatan yang efektif.

⁷Fred David, *Manajemen Strategis: Konsep-konsep*, (Jakarta: Indeks, 2004), Hlm. 6

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.



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.

- e. Membuat Sejumlah Strategi Alternatif untuk Organisasi. Strategi alternatif merupakan langkah yang menggerakkan perusahaan dari posisinya sekarang ini menuju posisi yang dicita-citakan di masa depan. Strategi alternatif tidak datang dengan sendirinya, melainkan diturunkan dari visi, misi tujuan sasaran, audit eksternal dan internal perusahaan. Hal tersebut harus konsisten dengan dan dibangun atas dasar strategi-strategi sebelumnya yang pernah berhasil diterapkan.
- f. Memilih Strategi Tertentu untuk digunakan. Memilih strategi tertentu untuk digunakan merupakan tugas dari perencanaan strategi dengan mempertimbangkan kelebihan, kekurangan, kompromi, biaya dan manfaat dari semua strategi. Langkah pemilihan dengan mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memilih strategi.

Pelaksanaan strategi sering disebut tahap tindakan dalam manajemen strategis. Pelaksanaan strategis yang sering dianggap sebagai tahap yang paling sulit karena memerlukan kedisiplinan, komitmen dan pengorbanan. Hal ini karena perumusan strategi yang sukses tidak menjamin pelaksanaan strategi yang sukses. Pelaksanaan strategi termasuk di dalamnya menetapkan tujuan tahunan, menyusun kebijakan mengalokasikan sumber daya mengubah struktur organisasi yang ada rekonstruksi dan rekayasa ulang merevisi rencana kompensasi dan insentif, meminimalkan resistensi terhadap perubahan, mencocokkan manager dengan strategi, mengembangkan budaya yang mendukung strategi, mengembangkan budaya yang mendukung strategi, menyesuaikan proses produksi atau operasi, mengembangkan fungsi sumber daya manusia yang efektif dan bila perlu mengurangi jumlah karyawan. Sedangkan evaluasi strategi Tahapan ini merupakan tahap akhir dari strategi ada tiga aktifitas yang mendasar untuk mengevaluasi strategi, yaitu:

- a. Mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini. Berbagai faktor eksternal dan internal dapat menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjang dan tahunan. Faktor eksternal



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.

seperti tindakan pesaing, perubahan permintaan, perubahan teknologi, perubahan ekonomi, pergeseran demografi, dan tindakan pemerintah dapat menghambat pencapaian tujuan sedangkan faktor internal diantaranya seperti strategi yang tidak efektif mungkin dipilih atau kegiatan implementasi barangkali buruk.

- b. Mengukur kinerja diantaranya yaitu dengan membandingkan hasil yang sebenarnya, menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi kinerja individu dan mengkaji kemajuan yang dibuat ke arah pencapaian tujuan yang ditetapkan.
- c. Melakukan tindakan-tindakan korektif menuntut adanya perubahan korektif harus menempatkan organisasi pada posisi yang lebih baik agar bisa memanfaatkan kekuatan internalnya, mengambil kesempatan dari peluang eksternal, menghindari, mengurangi atau meminimalkan dampak ancaman eksternal dan agar bisa memperbaiki kelemahan internal. Pada pelaksanaannya sebuah strategi harus bisa berjalan dengan baik agar apa yang direncanakan bisa tercapai dengan dengan baik. Sebuah strategi bisa dikatakan efektif apabila Strategi tersebut secara teknis dapat dikerjakan, Sesuai dengan mandat, misi dan nilai-nilai organisasi, dapat membangun kekuatan dan mengambil keuntungan dari peluang. Sesuai dengan isu strategi yang hendak dipecahkan. Strategi bersifat etis, moral, legal dan merupakan keinginan organisasi untuk menjadi lebih baik. Strategi hanya dapat diterapkan dalam organisasi pemerintahan atau organisasi publik yang memiliki misi yang jelas, tujuan dan sasaran yang jelas, indikator kinerja yang jelas dan informasi tentang kinerja yang sesungguhnya yang didapat sebanding dengan biaya yang dimiliki.

2. Strategi Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran merupakan pertukaran informasi dua arah antara pihak atau lembaga yang terlibat dalam pemasaran. Semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi pemasaran melakukan cara yang



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.

sama yaitu mendengarkan, beraksi, dan berbicara sampai tercipta hubungan pertukaran yang memuaskan. Pertukran informasi memberikan penjelasan yang bersifat membujuk dan negosiasi merupakan seluruh bagian dari proses tersebut.

Berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

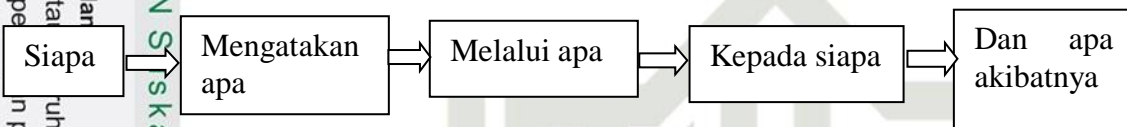
Menurut Harold Laswell, komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa” “mengatakan apa” “dengan saluran apa” “kepada siapa” dan “dengan akibat apa” atau “hasil apa”.

Defenisi Laswell ini juga menunjukkan bahwa komunikasi itu adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Berdasarkan defenisi Lasswell ini dapat diturunkan 5 unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu⁸:

- a. Sumber (*source*), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoding*), komunikator, pembicara (*speaker*) atau origator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.
- b. Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tersebut. Pesan mempunyai 3 komponen, yaitu makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan, dan bentuk pesan.
- c. Saluran atau media, yaitu alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Pada dasarnya saluran komunikasi manusia adalah 2 saluran, yaitu cahaya dan suara. Saluran juga merujuk pada cara penyampaian pesan apakah langsung tatap muka atau lewat media cetak dan elektronik.
- d. Penerima (*receiver*) sering juga disebut sasaran/tujuan (*destination*), *communicate*, penyandi balik (*decoder*) atau khalayak, pendengar

⁸*Ibid*, Hlm 69

- (*listener*), penafsir (*interpreter*), yaitu orang yang menerima dari sumber. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaan, penerima pesan, menafsirkan seperangkat simbol verbal atau non verbal yang ia terima.
- e. Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan tersebut, misalnya terhibur, menambah pengetahuan, perubahan sikap, atau bahkan perubahan perilaku.



Gambar 2.1
Model Komunikasi S-C-M-R-E

Model komunikasi ini melihat suatu proses komunikasi selalu mempunyai efek atau pengaruh. Model Lasswell banyak menstimulasi riset komunikasi khususnya di bidang komunikasi massa dan komunikasi politik⁹.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang komunikator kepada orang lain komunikan. Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari pikirannya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Komunikasi akan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan menggunakan perasaan yang disadari, sebaliknya komunikasi akan gagal jika sewaktu menyampaikan pikiran, perasaan tidak terkontrol¹⁰.

Pemasaran dalam promosi sebagai dasar kegiatan pengembangan promosi adalah kegiatan komunikasi. Komunikasi merupakan suatu proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain sedangkan komunikasi pemasaran menurut Basu

Hlm 46 Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2012),

Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009) Hlm 11

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syaikh Al-Mansur Al-Ashariyah Kasim Riau

Swastha dan Irawan¹¹ adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dan merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan di bidang pemasaran serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak untuk berbuat baik. Menurut Indriyo Gitosudarmo¹², komunikasi efektif meliputi langkah-langkah antara lain:

1. Mengidentifikasi Target Audiens

Komunikasi ini dapat efektif apabila sasarannya jelas dalam hal ini sasarannya adalah pembeli potensial, pemakai, penentu keputusan pembelian.

2. Menentukan respon yang diinginkan

Respon yang diinginkan bagi setiap pemasaran adalah pembelian saat itu juga namun juga tidak memungkinkan dapat terjadi pembelian untuk masa yang akan datang. Hal ini disebabkan jalan untuk mengadakan pembelian untuk menentukan keputusan membeli. Tahap-tahap kesiapan pembeli yaitu berupa tahan kesadaran, tahap pengetahuan, tahap menyekuai, tahap preferensi, tahap keyakinan dan tahap pembelian.

3. Perancangan pesan

Setelah tanggapan yang diinginkan sudah diketahui atau sudah didapatkan perusahaan perlu menyusun pesan yang tepat. Pesan ini harus menarik dan mampu membangkitkan minat serta keinginan kuat untuk membeli. Persoalan yang muncul pada perancangan pesan yaitu berupa apa yang hendak dikatakan isi pesan bagaimana menyampaikan pesan secara logis struktur penyampaian pesan secara simbolik format pesan, memilih media, memilih penghubung sumber komunikasi dan umpan balik. Sedangkan Menurut Basu Swastha dan

Hlm 34 Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 1983),

Indriyono Gitosudarmo, *Manajemen Pariwisata* (Yogyakarta:BPFE, 2008), Hlm 295



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Irawan¹³ ada beberapa tahap-tahap individu dalam melakukan komunikasi efektif antara lain :

- a. Kesadaran
Pembeli mengetahui tentang suatu produk tetapi mereka kurang paham akan produk tersebut contohnya mereka tidak mengetahui tentang kegunaan produk tersebut atau bagaimanakah memakainya.
- b. Minat
Jika seseorang pembeli minat akan menguji mentalnya dengan menerapkan produk tersebut kedalam kondisi pribadinya.
- c. Evaluasi
Pembeli akan menguji mentalnya dengan menerapkan dengan produk tersebut ke dalam kondisi pribadinya.
- d. Percobaan
Pembeli dapat membeli produk tersebut untuk mencoba penggunaannya. Jika pembeli tidak dapat mencoba lebih dahulu karena mungkin terlalu mahal atau sulit diperoleh maka ada kemungkinan menemui beberapa kesulitan di kemudian hari.
- e. Keputusan
Pembeli harus dapat mengambil keputusan dengan baik untuk menerima atau menolaknya. Jika dalam tahap evaluasi dan percobaan penggunaannya maka pembeli akan merasa puas dan kemungkinan besar akan menerima produk tersebut.
- f. Konfirmasi
Meskipun pembeli telah mengambil keputusan untuk menerima suatu produknamun ia tetap dapat mempertimbangkan kembali keputusannya dan berusaha mencari informasi yang dapat memperkuat keputusannya.

Komunikasi pemasaran marketing communication adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan

Hlm 34 Basu Swastha dan Irawan, *manajemen pemasaran modern* (Yogjakarta: Liberty, 1983),



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.

mengingatkon konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Komunikasi pemasaran dapat memberitahu atau dapat memperlihatkan kepada konsumen tentang bagaimana dan mengapa produk itu digunakan oleh orang macam apa serta dimana dan kapan. Komunikasi pemasaran memungkinkan perusahaan menghubungkan merek mereka dengan orang, tempat, acara, merek, pengalaman, perasaan, dan hal lainnya. Mereka dapat berkontribusi pada ekuitas merek, dengan menanamkan merek dalam ingatan dan menciptakan citra merek, serta mendorong penjualan, dan bahkan mempengaruhi nilai saham.¹⁴

Menurut Gluek strategi merupakan suatu rencana yang terpadu komprehensif dan terintegrasi yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan-tujuan pokok perusahaan tercapai¹⁵. Sedangkan menurut Mintzberg memperluas konsep strategi dan mendefinisikan strategi dengan berbagai dimensi dari konsep strategi yaitu perencanaan (*Plan*), cara (*Play*), Pola (*Pattern*) Posisi (*Position*), dan Perspektif (*Perspective*)¹⁶.

- a. Perencanaan sesuatu yang banyak manajer yang senang dengan, dan itu sesuatu yang datang secara alami kepada kita. Dengan demikian ini adalah standardependekatan otomatis yang kita mengadopsi pilihan brainstorming dan merencanakan bagaimana untuk membebaskan mereka.
- b. Pola rencana strategi dan pola keduanya latihan yang disengaja. Kadang-kadang, bagaimanapun strategi muncul dari perilaku organisasi masa lalu. Alih-alih menjadi pilihan yang disengaja, dengan cara yang konsisten dan sukses melakukan bisnis dapat berkembang menjadi strategi.
- c. Posisi merupakan lain untuk menentukan strategi yaitu bagaimana anda memutuskan untuk memposisikan diri di pasar dengan cara ini strategi membantu anda menjelajahi kecocokan antara organisasi Anda

¹⁴ *Ibid*, Hlm 28

¹⁵ *Ibid*, Hlm 25.

¹⁶ *Ibid*, Hlm 25-28.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dan lingkungan anda dan membantu anda mengembangkan berkelanjutan keunggulan kompetitif .

- d. Perspektif merupakan Pilihan organisasi membuat sekitar strategi sangat bergantung pada budaya seperti pola perilaku dapat muncul sebagai strategi pola berpikir akan membentuk perspektif organisasi dan hal-hal yang ia mampu melakukannya dengan baik.

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menginformasikan suatu jasa dengan tujuan agar khalayak internal dan eksternal mengetahui informasi yang seharusnya diketahui oleh setiap khalayaknya. Promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang menyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi memperoleh perhatian, mendidik, meningkatkan calon pembeli.¹⁷

Menurut Tjiptono pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Sejatinya komunikasi merupakan bagian dari kegiatan bauran pemasaran atau bauran promosi. Banyak akademisi dan praktisi telah mendefinisikan komunikasi sebagai semua elemen-elemen promosi dari *marketing mix* yang melibatkan komunikasi antarorganisasi dan target *audience* pada segala bentuknya yang ditunjukkan untuk *performace* pemasaran.¹⁸

Crosier menjelaskan bahwa istilah-istilah tersebut sering disamakan kerana terdapat konteks pengertian yang sama dalam memahami proses untuk konteks pijakan dasar bauran pemasaran atau *marketing mix* yang didalamnya terdapat 4Ps (*Price, Place, Placement, dan Promotion*), 4Ps tersebut secara rinci akan dibahas sebagai berikut :

Buchali alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: 2005), Hlm. 179
Ilham Prisgunanto, Hlm. 8



- 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- a. **Product (Produk)**
Produk meliputi kualitas, keistimewaan, desain, gaya, keanekaragaman, bentuk, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan, dan pengambilan, produk biasanya akan ditampilkan dengan cara semenarik mungkin.
- b. **Price (Harga)**
Merupakan jumlah uang yang pelanggan bayar untuk produk tertentu. Didalam menentukan harga suatu produk ada tiga faktor yang menentukan, yaitu: kualitas produk, tingkat persaingan, kegiatan promosi. Dalam pariwisata, harga ini disama artikan dengan berapa biaya yang akan dikeluarkan pengunjung jika pengunjung mengunjungi sebuah destinasi, dan apa saja nantinya yang akan didapat oleh pengunjung saat mengunjungi destinasi tersebut.
- c. **Place (Tempat)**
Pendistribusian produk bagi konsumennya yang tepat sasaran perusahaan.
- d. **Promotion (Promosi)**
Promosi disini merupakan Komunikasi guna menciptakan kesadaran dan ketertarikan konsumen terhadap produk. David J. Rahman¹⁹ menyebutkan gabungan keempat elemen ini biasa disebut bauran pemasaran (marketing mix), dengan penjelasan sebagai berikut:
 1. *Product* merupakan produk dalam bentuk barang atau jasa yang di produksi oleh suatu unit usaha yang diinginkan dipasarkan guna memahami kebutuhan pembeli.
 2. *Place* merupakan tempat yang digunakan untuk mendistribusikan atas dipajang (*Display*) barang yang di produksi untuk menarik pembeli.
 3. *Price* merupakan harga atau nilai terhadap barang atau jasa yang ditawarkan harga menentukan daya saing dalam pasar. Perlu



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

diketahui bahwa yang berkualitas memiliki harga yang yang lebih tinggi dibanding dengan produk yang kurang baik kualitasnya.

4. *Promotion* ialah usaha yang dilakukan untuk menarik perhatian para pembeli melalui teknik-teknik komunikasi.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran yang bersifat membujuk sasaran suatu pembeli. Promosi akan menjadi strategi komunikasi yang efektif dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut :²⁰

- 1) Dengan siapa sebenarnya kita akan berkomunikasi?
Seringkali perlu menentukan siapa dalam pasar sasaran harus menerima pesan pemasaran?
- 2) Dampak atau pengaruh apa yang kita harapkan dari komunikasi yang kita tuju kepada konsumen?
- 3) Pesan apa yang akan mencapa dampak pada konsumen yang diinginkan?
- 4) Instrumen media apa yang harus dipergunakan untuk mencapai konsumen dari pasar sasaran?
- 5) Kapan kita harus berkomunikasi dengan konsumen?

Dalam dunia pariwisata produk yang dihasilkan tentu berbeda dengan produk industri lainnya. Produk pariwisata berupa keindahan panorama alam dan keunikan kebudayaan sedangkan produk industri tekstil produk yang dihasilkan berupa kain.

I Gde dan Diarta²¹ menyebutkan bahwa pariwisata sebagai layanan atau jasa pariwisata mempunyai beberapa dimensi yang sangat berbeda dengan dimensi produk umum yang kita temui di pasaran sehari-hari

a. *Intangibility*

Produk jasa atau layanan berarti produk yang ditawarkan tidak berbentuk seperti barang nyata yang bisa kita temui dalam pengertian produk yang bisa dilihat dan dipajang dipasar, toko tempat jualan

²⁰ Supranto, Nanda Limakrisna, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, (Jakarta : Mitra Wacana Media. 2011), Hlm 11

²¹ I. Gde Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Yogyakarta Andi, 2009), Hlm 155



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.

lainnya konsekuensinya produk yang intangible ini tidak bisa dievaluasi atau didemonstrasikan sebelum dipakai dan dibeli.

b. *Perishability*

Produk jasa atau layanan pariwisata tidak seperti barang-barang pabrik tidak dapat disimpan untuk dijual dikemudian hari. Contohnya televisi atau tempat tidur hotel yang tidak dijual dalam suatu periode tertentu yang sudah lewat tidak bisa dipergunakan lagi.

c. *Inseparability*

Produk jasa atau layanan seperti pariwisata biasanya merupakan produk yang dibentuk dari berbagai bentuk produk pendukung yang terpisah-pisah misalnya mulai dari tour dan travel, airlines, hotel, restoran dan sebagainya.

Bauran promosi (*promotion mix*) merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*) pada ilmu manajemen pemasaran. Promosi merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan pada pemasaran itu sendiri, sehingga tanpa keberadaannya pemasaran sama sekali tidak bisa berjalan. Dalam bauran promosi (*promotion mix*) dikenal empat teknik promosi untuk pemasaran, yaitu:

1. Iklan, adalah cara promosi yang sering digunakan dalam pemasaran komersial. Iklan dapat dilakukan melalui media antara lain Media elektronik (televisi, radio, film bioskop, internet), media cetak (surat kabar, majalah, buletin), media luar ruangan (papan reklame, *electronic board* yang dipasang di pinggir jalan yang bergerak secara elektronik, baliho, iklan pohon, spanduk, poster, dan lain-lain).
2. Penjualan perorangan (*Personnal Selling*) ialah cara melakukan penjualan dengan menawarkan barang kepada orang lain langsung kepada konsumen. Misalnya memakai tenaga *sales promotion girl* untuk mendatangi para calon pembeli, atau berbicara langsung dengan calon konsumen melalui telepon.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Publikasi adalah cara pemasaran yang menggunakan media cetak, tapi bentuknya tidak seperti iklan. Tujuannya tetap mengajak calon konsumen membeli produk yang dipasarkan. Misalnya dalam surat kabar atau majalah penawaran produk ditulis dalam bentuk artikel, *feature*, profil, *advertorial*, dan sebagainya. Bisa juga dilakukan dalam bentuk *leaflet*, brosur atau buku yang dicetak atau disebarluaskan kepada calon pembeli.
4. Pameran (*exhibition*) adalah cara untuk menjual produk melalui *event-event* tertentu. Pameran biasanya dilakukan pada waktu-waktu tertentu dan menawarkan barang-barang dengan *discount* antara 10 sampai 30 persen²².

Sasaran promosi merupakan orang-orang atau kelompok yang menjadi target komunikasi oleh suatu organisasi karena pihak tersebut dianggap memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung dalam pencapaian tujuan organisasi. Menurut Onong Uchjana Effendy²³, menyebutkan bahwa sasaran Promosi meliputi dua hal, yaitu:

a. *Publik intern*

Semua orang yang bekerja pada organisasi beberapa diantaranya adalah pegawai dari tingkatan terendah para pemegang saham dan serikat kerja.

b. *Public ekstern*

Orang-orang diluar organisasi yang ada kaitanya dengan kegiatan organisasi.

Media Promosi dalam komunikasi pemasaran media mempunyai peranan penting dalam kegiatan promosi. Komunikator harus memilih saluran komunikasi untuk promosinya yang mana terbagi dalam dua tipe sebagai berikut:

²² Cangara, 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta, Hlm 77

²³ Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1992), Hlm 10



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Saluran komunikasi pribadi

Saluran yang digunakan oleh dua orang atau lebih saling berkomunikasi langsung satu sama lain, bisa lewat tatap muka, lewat telpon, di depan audiens atau melalui surat bahkan chatting lewat internet.

2. Saluran komunikasi nonpribadi

Media yang membawa pesan tanpa melalui kontak atau umpan balik pribadi meliputi media cetak, media elektronik dan media online. Atmosfer lingkungan yang dirancang demi menciptakan kecenderungan pembeli untuk membeli produk dan acara kejadian-kejadian disengaja yang bertujuan agar pesan dapat sampai kepada audiens.

3. Promosi Pariwisata

Promosi (*promotion*) adalah aktivitas untuk menyebarluaskan pesan tentang suatu produk sehingga produk ini diingat oleh para konsumen atau para pelanggan, pesan-pesan ini merangsang mereka untuk melakukan permintaan dan penawaran terhadap produk tersebut.²⁴

Promosi merupakan bentuk dari komunikasi yang juga sangat penting dalam sebuah kegiatan pemasaran. Promosi di artikan dengan aktivitas promosi yang berguna untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan target sasaran untuk loyal kepada produk yang ditawarkan.

Menurut Yoeti, Kegiatan promosi pariwisata merupakan program pemerintah untuk memperkenalkan budaya, keindahan alam dan pariwisata Indonesia. Pengertian Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, dalam bahasa Inggris disebut "*Tour*".²⁵ Menurut Charles R. Goeldner dalam bukunya *Tourism Principles Practies Philosophies* mendefinisikan, pariwisata adalah susunan dari aktifitas pelayanan dan industri yang menawarkan pegalaman

²⁴Alo Liliwari, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. (Jakarta : Kencana Prenada Media, 2011). Hlm. 502

²⁵Diannor, Mayasari, *Strategi Promosi Pariwisata Pulau Derawa*, (Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2004) Hlm. 8



- 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.

perjalanan seperti transportasi, akomodasi, mendirikan toko, makanan, dan minuman, fasilitas dan pelayanan kesehatan yang berguna untuk perorangan maupun kelompok yang sedang mengadakan perjalanan keluar dari rumah.

Undang-Undang RI No. 9 tahun 1990 pasal 1 butir 3, mengartikan pariwisata sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang itu. Wisata pasal 1 butir 1) diartikan sebagai kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Berdasarkan pengertian tersebut di atas, maka dalam pariwisata mengandung unsur orang sebagai pelaku, perjalanan, waktu atau lamanya meninggalkan tempat asal, tujuan atau maksud perjalanan, daerah tujuan dan aktivitas yang dilakukan di tempat tujuan.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa promosi pariwisata, adalah upaya memperkenalkan pariwisata dengan baik dalam segi objek pariwisata yang bisa dikunjungi, maupun dalam segi kebudayaan yang bisa dinikmati oleh wisatawan. Menurut Soekadijo, ada dua jenis kegiatan promosi dalam pariwisata²⁶: Promosi langsung, ini dilakukan oleh semua lembaga yang berkaitan dengan pemasaran pariwisata tersebut, promosi tidak langsung ini ditujukan untuk penyalur produk pariwisata, seperti biro atau agen perjalanan. Keberhasilan promosi dan publikasi terlihat dari hal-hal sebagai berikut:

1. Semakin banyaknya arus kedatangan wisatawan
2. Lamanya wisatawan tinggal di daerah yang dipromosikan,
3. Besarnya pengeluaran wisatawan
4. Adanya kecenderungan wisatawan untuk berkunjung lagi ke daerah pariwisata yang sama.

Kegiatan pemasaran atau promosi pariwisata membutuhkan konsep serta dukungan dari pemerintah maupun masyarakat lokal, dengan begitu

Ibid, Hlm. 10



masyarakat dan pemerintah bisa saling membantu dalam kegiatan pemasaran pariwisata. Pemasaran wisata dapat dibatasi sebagai upaya-upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan oleh organisasi pariwisata nasional dan atau badan-badan usaha pariwisata, pada taraf internasional, nasional dan lokal, guna memenuhi kepuasan wisatawan baik secara kelompok maupun pribadi masing-masing dengan maksud meningkatkan pertumbuhan pariwisata. Menurut Suryadana dan Octavia, wisata berdasarkan jenis-jenis yang dapat dibagi ke dalam dua kategori, yaitu:

- 1) Wisata alam, yang terdiri dari:
 - a) Wisata pantai (Marine tourism)
Merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum
 - b) Wisata etnik (Ethnic tourism)
Merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dangaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
 - c) Wisata cagar alam (Ecotourism)
Merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain
 - d) Wisata buru
Merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
 - e) Wisata agro
Merupakan jenis wisata yang mengorganisir perjalanan ke proyek – proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan di mana wisatarombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan

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.



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.

untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya.

- 2) Wisata sosial budaya, wisata ini terdiri dari:
 - a) Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti tempat bekas pertempuran (battle fields) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak negara.
 - b) Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan padatnya, di antara lain museum arkeologi, sejarah, etnologi, industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.

Pariwisata selalu berhubungan dengan kebutuhan naluri manusia untuk mengetahui, mencari, mempelajari dan menikmati sesuatu yang tidak ditemui ditempat tinggalnya. Pariwisata menurut Pendit Nyoman²⁷ menyatakan pariwisata adalah sejumlah hubungan-hubungan dan gejala-gejala yang dihasilkan dari timbulnya mereka itu tidak menyebabkan timbulnya tempat tinggal serta usaha-usaha yang bersifat sementara atau permanen sebagai usaha mencari kerja penuh. Sedangkan Strategi promosi menurut Philip Kotler dan Armstrong²⁸ adalah kreativitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan sasaran. Jadi pariwisata dan strategi promosi mempunyai keterkaitan, karena dengan strategi promosi yang baik dan cocok akan memberikan pengaruh yang baik bagi kepariwisatawan dalam menarik wisatawan yang berkunjung dan sebaliknya strategi promosi yang kurang terhadap pariwisata akan berdampak pada menurunnya wisatawan yang berkunjung.

²⁷ Pendit Nyoman S, *ilmu parawisata sebuah pengantar perdana* (Jakarta: Pradnya Paramita, 2002) Hlm. 74

²⁸ Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2001) Hlm.

Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini di cantumkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lain.

1. Farida Robithoh Widyasti mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta, Jurusan Pendidikan Administrasi pada tahun 2013 dengan judul “***Strategi Promosi Wisata Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Temanggung***”. Dalam penelitian ini disimpulkan pelaksanaan strategi promosi wisata sudah berjalan baik, walaupun belum sepenuhnya optimal penegembangan wisata Temanggung di dukung oleh program dinas terkait berupa kegiatan rencana strategi (*Renstra*) dan rencana kerja (*Renja*) dalam mempromosikan wisata menggunakan alat atau media cetak, media elektronik, media promosi dan pameran wisata.
2. Ety Mardiyah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Ilmu Komunukasi pada tahun 2014 dangan judul “***Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Events Wisata Bono***”. Dalam penelitian ini di simpulkan bahwa promosi untuk mengenalkan objek wisata Bono sudah efektif dilakukan oleh Dinas pariwisata kebudayaan Pariwisata pemuda dan olahraga kabupaten pelawawan dengan mengikuti berbagai pamaren, mengiklkan dimedia cetak dan elektronik serta media sosial atau website.
3. Na’imatul Faidah mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Pada tahun 2016-2017 dengan judul “***Strategi Promosi Wisata Religi di Kabupaten Wonosobo***”. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa kantor Pariwisata dan Ekonomi kreatif Kabupaten Wonosobo menggunakan tahap-tahap dalam melakukan strategi promosi antara lain, Mengidentifikasi target audiens, penentuan tujuan promosi keparawisatawan, Merancang pesan, Mengukur hasil-hasil promosi dan mengelola dan mengordinasi proses komunikasi. Media promosi yang digunakan yaitu, Periklanan (*Advertising*), Penjualam Pribadi (*Personal Selling*), Promosi Penjualan

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.



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.

(*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), dan informasi-informasi dari mulut ke mulut (*Word Of Mouth*). Berdasarkan media promosi yang digunakan tersebut bahwa Kantor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wonosobo menggunakan gabungan dari strategi dorong (*Push Strategi*) dan startegi Tarik (*Pull Strategi*) secara bersamaan.

4. Mangifera Marsya Nurulwasi mahasiswi Universitas Lampung, Jurusan Administrasi Bisnis pada tahun 2018 dengan judul “ *Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata, (studi pada Pariwisata Kabupaten Pesawaran)*”. Dalam penelitian dapat disimpulkan bahwa bahwa promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif adalah ikut dalam kegiatan festival, Pameran, memasang iklan melalui beberapa media dan mengadakan Event Pariwisata. Promosi melalui media cetak seperti brosur, pamphlet, dan media elektronik sebagai sarana promosi tidak memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan karena kecenderungan masyarakat saat ini yang lebih banyak mengakses internet dibandingkan media konvensional.

Yang membedakan peneliti dengan saudari Na’imatul Faidah yaitu objek penelitiannya. Dan yang membedakan penelitian dengan saudari Farida Robithoh yaitu konsep penelitiannya dan objeknya sedangkan yang membedakan penelitian dengan Mangifera Marsya Nurulwaasi d yaitu lebih menganalisis Strategi Promosinya dan Etty Mardiyah meningkatkan kunjungan wisatwan pada event wisata bono sedangkan persamaannya sama-sama membahas tentang Strategi Promosi.

C. Kerangka Pikir

untuk mengarahkan penelitian ini agar tepat pada sarannya, maka di perlukan kerangka pikir yang digunakan untuk memberikan penjelasan terhadap konsep teori. Pariwisata sebagai industri semakin berkembang dengan dibuktikan semakin banyaknya hotel, rumah makan dan biro perjalanan. Pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran pada Dinas Pariwisata Pemuda



Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar. Terkait dengan berbagai macam permasalahan mengenai pengembangan pariwisata adalah mengenai pemasaran pariwisata, tata kelola objek wisata dan terbatasnya dana yang dianggarkan. Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga harus dapat mengelola pariwisata yang ada di Kabupaten Tanah Datar.

Pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran pada Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar masih ada dalam tanggung jawab bidang pembinaan usaha dan pemasaran wisata. Agar pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran pada Dinas Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar. Dapat terlaksanakan dengan baik dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan maka hal yang perlu dilakukan yaitu dengan berbagai pihak untuk mendukung pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran pariwisata pada Dinas Pariwisata, Pemuda dan olahraga Kabupaten Tanah Datar.

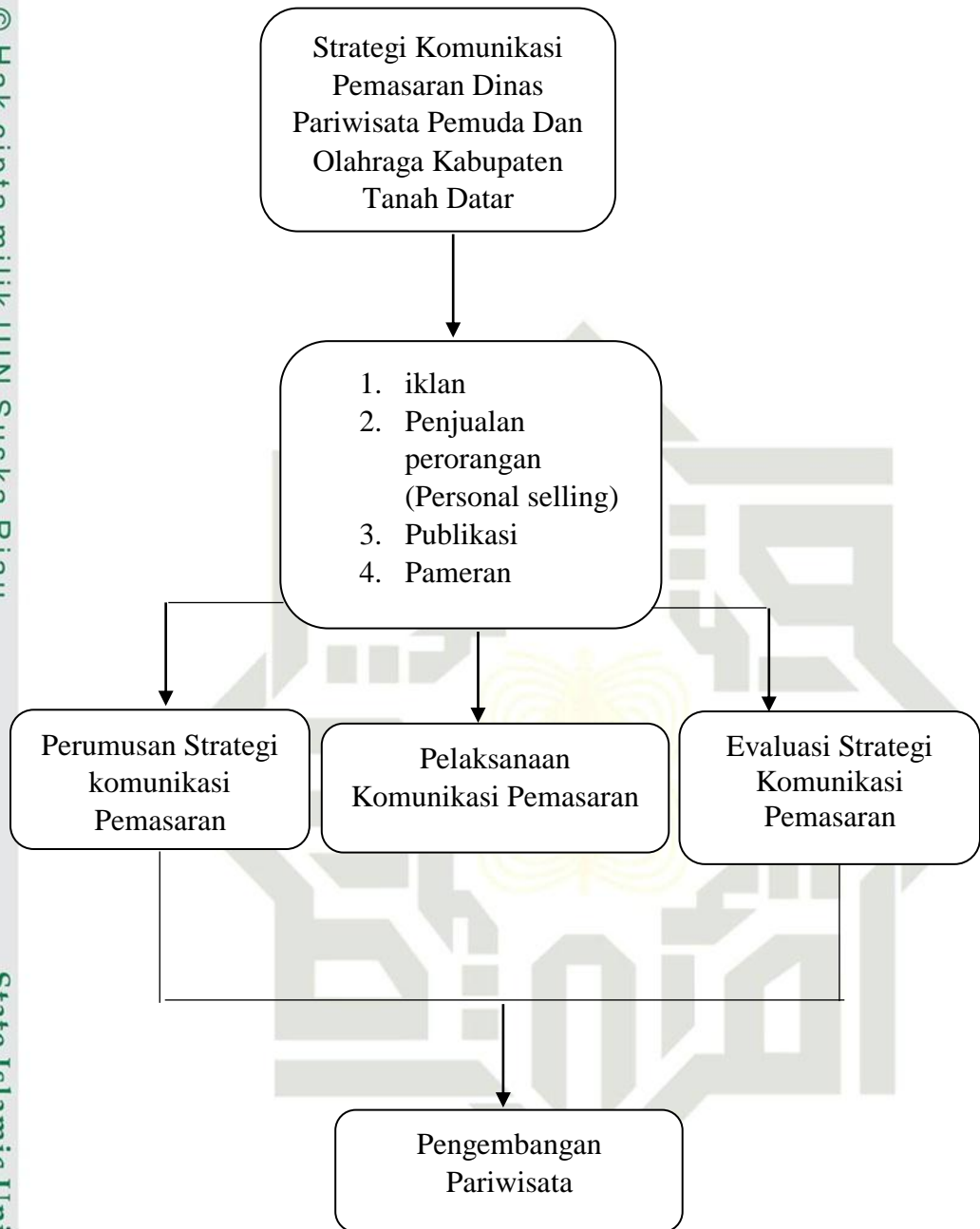
Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar merupakan suatu lembaga yang sangat berperan penting dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan agar pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran dalam pengembangan pariwisata.

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.



Gambar 2.2
Kerangka Pikir

Sumber: Analisis Peneliti, 2019

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.

Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang di himpun secara langsung dari sumbernya dan di olah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan.³² Adapun data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari wawancara penulis dengan Kabid Pariwisata, Kasi Usaha Jasa Dan Pemasaran dan Kasi Promosi Wisata Dinas Priwisata Kabupaten Tanah Datar.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data pelengkap atau data tambahan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, berupa sumber dari referensi buku-buku, dokumen-dokumen Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Pronvinsi Sumatra Barat.

D. Informasi Penelitian

Informan Penelitian adalah objek yang memahami objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian ataupun orang yang dapat memberikan informasi mengenai latar belakang dan keadaan yang sebenarnya dari objek penelitian sehingga data yang dihasilkan akurat³³.Informan peneliti utama adalah Kabid Pariwisata, Kasi Usaha Jasa dan Pemasaran, Kasi Promosi Wisata.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data, maka penulis menggunakan beberapa teknik yang ada yaitu:

1. Observasi

yaitu teknik pengambilan data dengan cara melakukan kunjungan dan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian dengan mengamati kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga

³²Bungin Burhan,*Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta:2005) Hlm. 14

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.

Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
Universitas Islam Sumatera Utara
Syarif Kasim Riau



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.

Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat Minang dalam Strategi Komunikasi Pemasaran sehari-hari. Penulis menggunakan *Participant Observation*, dimana observasi ini dilakukan dengan cara melibatkan diri dan menjadi bagian dari lingkungan sosial organisasi yang sedang diamati. Observasi ini dilakukan dilapangan dan dikantor Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat.

2. Wawancara

yaitu proses Tanya jawab dalam penelitian yang untuk berlangsung secara lisan antara dua orang atau lebih bertatap muka dalam mendengarkan informasi-informasi atau keterangan-keterangan. Dalam hal ini adalah melakukan wawancara khususnya dengan Kabid Pariwisata, Kasi Usaha Jasa Dan Pemasaran, Kasi Promosi Wisata mengenai bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran dalam pengembanagan Pariwisata di Tanah Datar.

3. Dokumentasi

yaitu dilakukan untuk memberi landasan secara teoritis sebagai acuan untuk mendukung penelitian ini, menyelidiki benda tertulis seperti: buku-buku, dokumen, catatan harian dan sebagainya.³⁴

F. Validitas Data

Dalam peneltian ini penulis menggunakan triangulasi data dengan narasumber yaitu membandingkan hasil wawancara dengan informan yang satu dengan informan lainnya. Adapun dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan narasumber, wawancara dengan observasi dan wawancara dengan dokumen agar data lebih akurat sesuai validitas informasi yang didapat oleh penulis.

Hlm. 96 Kriyantono, Rachmat , *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta KENCANA, 2006),

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Deskriptif kualitatif juga merupakan penelitian terhadap fenomena atau populasi tertentu yang di peroleh peneliti dari subjek yang berupa individu, organisasional, industri atau perspektif yang lain.³⁵

Dalam penelitian deskriptif kualitatif cenderung tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan dan menguji hipotesis. Deskriptif kualitatif yakni menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang di teliti dalam bentuk kalimat dan bukan dalam bentuk angka-angka. Data yang dikumpulkan adalah kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Data diperoleh dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan, memo, dan dokumen resmi lainnya.

Dalam teknik analisis data ini penulis menjelaskan dan menggambarkan hasil penelitian yang telah di lakukan yang di buat dalam bentuk kata-kata atau kalimat, baik yang di peroleh melalui wawancara mendalam maupun observasi yang di uraikan. Adapun tujuan penelitian kualitatif ini agar peneliti lebih mengenal lingkungan penelitian, dan dapat terjun langsung kelapangan. Penulis menjelaskan data menggunakan kalimat sehingga mendapatkan pemahaman mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatera Barat.

³⁵Indriyanto, supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta:1999) hlm.88.

BAB IV GAMBARAN UMUM

A. Profil Sejarah Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar

Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar dibentuk melalui peraturan Daerah Kabupaten Tanah Datar Nomor 9 Tahun 2016 tentang pembentukan dan susunan perangkat Daerah, Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga yang merupakan unsur pelaksana pemerintah daerah yang tugas pokok dan fungsinya dipimpin oleh seorang Kepala Dinas dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui sekretaris daerah. Sebelum menjadi dinas pariwisata, pariwisata pemuda dan olahraga, berdasarkan peraturan otonomi daerah dinas ini sempat berubah nama mulai dari pada tahun 2005 sampai dengan 2009 bernama Dinas Pariwisata yang diatur oleh Peraturan Perundang-Undangan nomor 8 tahun 2008, tahun 2009 sampai 2011 berubah nama lagi menjadi Dinas Pariwisata Seni dan Budaya, selanjutnya pada tahun 2011 sampai 2016 bernama Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga, dan dari 2016 sampai sekarang bernama Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga.³⁶

B. Visi Dan Misi Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat

1. Visi Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar

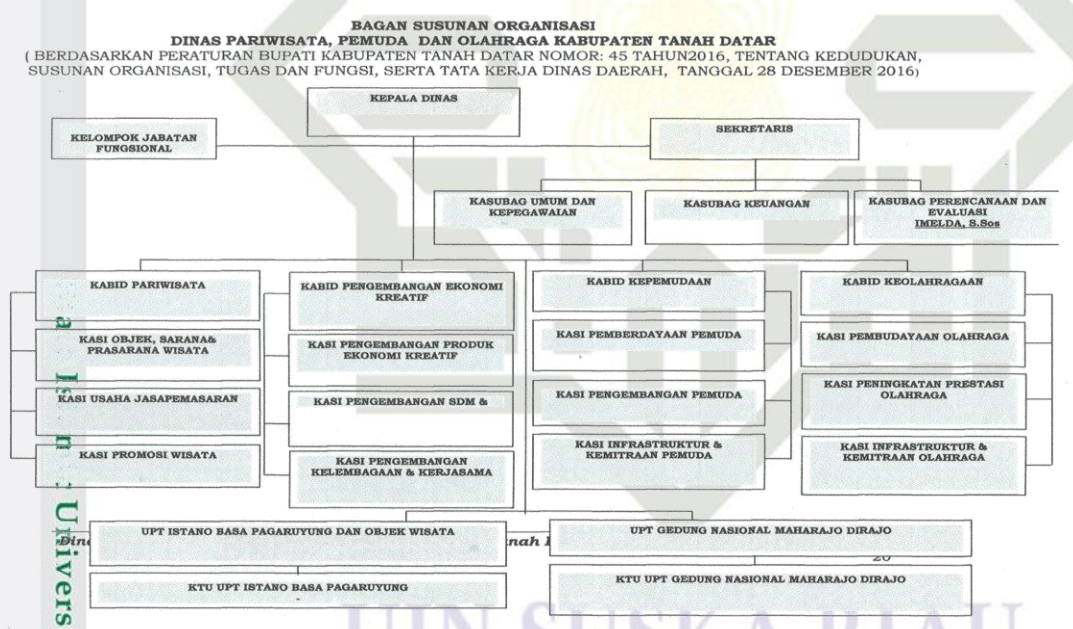
Menjadikan Kota Tanah Datar dan sekitarnya sebagai pusat pertumbuhan ekonomi, dan budaya Provinsi Sumatera Barat, dan Kepariwisataan unggulan berekonomi kreatif, prestasi pemuda dan olahraga tingkat nasional.

³⁶ Dokumentasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar, Batusangkar

2. Misi Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar
- Mengembangkan Destinasi, Meningkatkan Pemasaran dan kelembagaan Pariwisata.
 - Meningkatkan peran serta pemuda dan pembangunan.
 - Meningkatkan prestasi keolahragaan.

Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat

Susunan organisasi telah diterapkan berdasarkan peraturan Daerah Tanah Datar 45 Tahun 2016 tentang kedudukan Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta tata kerja Dinas Daerah Kabupaten Tanah Datar 28 Desember 2016. Berikut ini lah Struktur Organisasi Kabupaten Tanah Datar.



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Nama Pegawai Dan Jabatan Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat

Tabel 3.1
Daftar Nama-nama Pegawai Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahrag Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat

No	Nama	Jabatan
1	Abdul Hakim, SH	Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar
2	Yendri Adi Saputra, SH	Sekretaris
3	Ardiwan,SE.mm	Kabid Ekonomi Kreatif
4	Efrison,SE	Kabid Pariwisata
5	Irawan Rahman, S.sos	Kabid Kepemudaan
6	Jimmy,S.Pt	Kabid Keolahragaan
7	Aji Sagitarius Risa,SE	Kasi Pengembangan Pemuda
8	Asril, SH	Kasi Peningkatan Prestasi Olahraga
9	Chandra, SE	Kasi Pengembangan SDM dan Perlindung Usaha
9	Helni Rusyda, S.sn	Kasi Pengembangan Kelembagaan dan Kerjasama
10	Imelda , S.sos	Kasubag Perencanaa dan Evaluasi
11	Mhd. Indra Caya	Kasi Infrastruktur dan Kemitraan dan Olahraga
12	Radianus , S.Pd	kasi Pemberdayaan Pemuda
13	Renti Emilia, SS	Kasi Usaha Jasa Pemasaran
14	Safiril Gazali, SE	Kasubag Keuangan
15	Wendra Delfira	Kasi Pembudayaan Olahraga
16	Adrianaf	Pramu Kebersihan pada Sub bagian umum dan kepegawaian Dinas Pariwisata dan olahraga

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.

7	Burhanudin, SE	Pengelola Organisasi Politik dan Organisasi Kemasyarakatan pada Seksi Infrastruktur dan kemitraan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga
8	Dasrizal	Pengadministrasi Kepagawaian pada Sub bagian Umum dan Kepegawaian Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
9	Elva Nila	Pengelola Data pada Seksi peningkatan Prestasi Olahraga Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga
20	Endri	Pengolah pada Seksi Objek dan Pemasaran Wisata Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga
21	Ermiami	Pengolah Data pada Seksi Objek dan Prasarana Wisata Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
22	Erni Delvia	Pengadministrasi Keuangan pada Sun Bagian Keuangan Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
23	Fajri, SE	Analisis Perencanaan, Evaluasi dan Pelaporan pada Sub Bagian Perencanaan dan Evaluasi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
24	Feri Iswandi,S.os	Pengolah Data pada Seksi Pemberdayaan Pemuda Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
25	Ibnu Fajrin, S.	Pengelola Usaha Pemasaran dan Promosi Wisata pada Seksi Usaha Jasa Pemasaran Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga

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.



26	Irawan Yasin	Pramu Kebersihan pada Sub Bagian Umum dan Kepegawaian Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
27	Dra. Krismarini	Pengadministrasian Umum pada Sub Bagian Umum dan Kepegawaian Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
28	M. Fadli A.md	Bendahara pada Sub Bagian Keuangan Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
29	Maiyandri, S.sos	Pengolah Data pada Sub Bagian Umum dan Kepegawaian Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
30	Muhamad Nazir	Pramu Kebersihan pada Sub bagian Umum dan kepegawai Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
31	Nurwahyuni, SH	Pengelola Promosi dan informasi Wisata pada Seksi Promosi Wisata Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
32	Raidi Hermanto	Pengolah Pengembangan Ekraf pad Seksi Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
33	Raju Arfit	Operator Radio pada Sub bagian Umum dan Kepegawaian Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
34	Ridwan, S.sos	Analisis Objek Wisata pada Seksi Objek Sarana dan Prasarana Wisata Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga

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.

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.

35	Rini Usnani, A.md	Pengolah pemanfaatan Barang milik Daerah pada Sunb Bagian Umum dan Kepegawaian Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
36	Rio Putra Satria, S.Hum	Analisis Pariwisata
37	Riza Nurwetis	Pengolah Data pada Seksi Pengembangan Pemuda Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
38	Rizqillah Fitra, A.md	Pengolah Data pada Seksi Infrastruktur dan Kemitraan Olahraga Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
39	Rosneti, BA	Pengadministrasian Umum pada Sub Bagian Umum dan Kepegawaian Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
40	Usman	Pramu Kebersihan pada Sub bagian Umum dan Kepegawaian Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
41	Yanfirman Dt A Basa, SS	Pengelola sarana pada Seksi Infrastruktur dan kemitraan Olahraga pada Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
42	Yurnengsih	Pengadministrasi Umum pada Sub bagian Umum dan Kepegawaian Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
43	Zaitinal	Pengadministrasi Umum pada Sub bagian Umum dan Kepegawaian Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
44	Zulderi Evanita, A.Md	Bendahara pada Sub Bagian Keuangan Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga

Sumber daya Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat

Keberadaan sumber daya dinas pariwisata, pemuda dan olahraga kabupaten tanah datar dapat diidentifikasi secara kualitas dan kuantitas. Jumlah pegawai di dinas pariwisata, pemuda dan olahraga pada tahun 2016 adalah sebanyak 51 orang yang terdiri dari 44 orang bekerja di kantor dinas, 5 orang bekerja di UPTD istano basa pagaruyung dan 2 orang bekerja di UPTD gedung maharajo dirajo. Dari 44 orang pegawai tersebut dapat diklarifikasi atas beberapa kriteria sebagai berikut.³⁷

1. Berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.2
Pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar

No	Pegawai	Jumlah pegawai
1	Laki-Laki	30
2	Perempuan	14
	Jumlah	44

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa komposisi jumlah pegawai berjenis laki-laki dan perempuan pada dinas pariwisata pemuda dan olahraga sudah proporsional meskipun sebagian besar berjenis kelamin laki-laki. Pendistribusian ke bidang-bidang dipandang sudah seimbang, kecuali untuk UPTD Istano Basa Pagaruyung dimana tidak ada personil yang perempuan dan UPTD gedung maharajo dirajo yang masih ditambah personilnya.

³⁷ Dokumentasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar, Batusangkar

2. Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.3
Distribusi Pegawai Disparpora Berdasarkan
Tingkat Pendidikan

No	Bidang	Tk. Pendidikan						Jumlah
		SD	SMP	SMA	D-III	S-1	S-2	
1.	Sekretariat	3	1	6	1	8	1	20
2.	Bidang Pariwisata	0	0	0	0	5	1	6
3.	Bidang Ekraf	0	0	2	0	4	0	6
4.	Bidang Pemuda	0	0	1	0	5	0	6
5.	Bidang Olahraga	0	0	4	0	2	0	6
6.	UPTD Istano Basa Pagaruyung	2	0	1	0	2	0	5
7.	UPTD Gedung Nasional Maharajo Dirajo	0	0	0	0	2	0	2
	Total	5	1	14	1	28	2	51

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa komposisi tertinggi jumlah pegawai berdasarkan jenjang pendidikan dinas pariwisata, pemuda dan olahraga adalah berpendidikan S-1 (28 orang) dan diikuti dengan yang berpendidikan SMA (14 orang). Sedangkan pegawai yang memiliki pendidikan S-2 berjumlah 2 orang (3,9%).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pendidikan pegawai dinas pariwisata, pemuda dan olahraga memiliki tingkat pendidikan strata 1 (54,9%). Dikemudian hari diharapkan lebih banyak lagi pegawai dinas pariwisata, pemuda dan olahraga yang meneruskan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi.³⁸

1. Berdasarkan pangkat atau golongan

- a. Juru, (I/c) 5 orang
- b. Pengatur Muda, (II/a) 2 orang
- c. Pengatur Muda Tk. I (II/b) 1 orang
- d. Pengatur (II/c) 4 orang
- e. Pengatur Tk.I (III/a) 5 orang

³⁸ Dokumentasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar, Batusangkar

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- f. Penata muda Tk.I (III/b) 8 orang
- g. Penata (III/c) 6 orang
- h. Penata Tk. I (III/d) 12 orang
- i. Pembina (IV/a) 4 orang
- j. Pembina TK.I (IV) 2 orang

Fasilitas dan aset yang dimiliki untuk mendukung fungsi dinas pariwisata pemuda dan olahraga adalah sebagai berikut:

- | | |
|-----------------------|-----------|
| a. Gedung atau kantor | : 3 unit |
| b. Kendaraan roda 4 | : 8 unit |
| c. Kendaraan roda 2 | : 2 unit |
| d. Komputer | : 13 unit |
| e. Laptop | : 12 unit |
| f. Notebook | : 1 unit |
| g. Kamera | : 8 unit |
| h. Handycam | : 1 unit |
| i. Infocus | : 1 unit |

Disamping itu dinas pariwisata pemuda dan olahraga juga diberikan tugas untuk mengelola beberapa fasilitas sarana dan prasarana penunjang kegiatan pemerintah daerah kabupaten tanah datar yaitu:

1. Istano Basa Pagaruyung
2. Bumi Perkemahan di Istano Basa Pagaruyung
3. Gedung Maharajo Dirajo Batusangkar
4. Gedung Olahraga (GOR Cindua Mato)
5. Lapangan Gumarang
6. Lapangan Dang Tuanku Bukik Gombak³⁹Tugas Pokok Dan Fungsi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar

³⁹ Dokumentasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar, Batusangkar



Tugas Pokok Dan Fungsi Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat

Tugas pokok Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar adalah “membantu Bupati dalam penyelenggaraan pemerintah Kabupaten Tanah Datar di bidang pariwisata, pengembang ekonomi kreatif, kepemudaan dan keolahragaan sedangkan Fungsi Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat sebagai Berikut:

1. Perumusan kebijakan teknis sesuai dengan lingkup tugas dibidang pariwisata, pengembangan ekonomi kreatif, kepemudaan dan keolahragaan.
2. Penyelenggaraan urusan pemerintah dan pelayanan umum bidang pariwisata, pengembangan ekonomi kreatif, kepemudaan dan keolahragaan.
3. Pembinaan dan pelaksanaan tugas sesuai dengan bidang pariwisata, pengembangan ekonomi kreatif, kepemudaan dan keolahragaan.
4. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya

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.

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 VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar dalam pengembangan pariwisata dengan menggunakan teori bauran komunikasi pemasaran sebagai berikut:

1. **Iklan:** Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar dalam pengembangan pariwisata melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*.
2. **Penjualan perorangan:** Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar dalam pengembangan pariwisata kepada masyarakat secara langsung dan memberikan brosur yang dibantu oleh komunitas-komunitas yang ada di Kabupaten Tanah Datar seperti Genpi Tanah Datar, Uda-uni Tanah Datar nantinya akan dipublikasikan di akun *instagram*, dan *facebook* mereka.
3. **Publikasi:** Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar dalam pengembangan pariwisata mengpublikasikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan nantinya akan di publikasikan di akun resmi milik Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar, media sosial seperti *facebook*, *instagram*, maupun *website* tujuannya untuk mempercepat pengembangan pariwisata.
4. **Pameran :** Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar dalam pengembangan pariwisata melalui event-event dan pamaren seperti membuat event Tour Singkarak, pamaren Festival pesona budaya Minangkabau, event pacu jawi, event pacu kuda dan berkejasama dengan komunitas-komunitas dan masyarakat di berbagai daerah yang ada di Kabupaten Tanah Datar salah satu proses mempercepat perkembangan pariwisata Kabupaten Tanah Datar



Saran

Dari keseluruhan Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat yang telah diuraikan di atas, ada beberapa hal yang penulis sarankan agar strategi komunikasi pemasaran dalam pengembangan pariwisata bisa lebih kreatif lagi dalam meningkatkan daya tarik untuk wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara dan juga selalu sigap dalam melaksanakan kegiatan strategi komunikasi pemasaran apapun hambatan nya, karena titik awal dari sebuah strategi komunikasi pemasaran mempercepat pengembangan pariwisata di kabupaten tanah datar.

Maka dari itu besar harapan penulis bahwasanya Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar bisa berubah lebih baik lagi dalam kegiatan pemasaran dan menghasilkan objek-objek wisata yang unggul

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.



DAFTAR PUSTKA

- © Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 UIN Suska Riau
 State Islamic University of 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Alma, Buchali, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, 2005
- Assauri, Sofjan *Strategic Management*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2013
- Burhan, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta. 2007
- Cannon, Joseph. *Basic Marketing*. Jakarta : Salemba Empat. 2008
- Angara, Hafied. *Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Pertama*. Jakarta: Rajawali. 2013
- David Fred. *Manajemen Strategis. Konsep-konsep*. Jakarta: Indeks. 2004
- Effendy, Uchajana Onong. *Hubungan. Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT. Remaja rosdakarya. 1992
- Effendy, Uchajana Onong. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, (2007),
- Gitosudarmo Indriyono. *Manajemen Pariwisata*. Yogyakarta: BPFE. 2008
- Joseph Cannon, *Basic Marketing*, Jakarta : Salemba Empat, 2008
- I. Gde Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Yogyakarta Andi: 2009
- J. David Hunger, Thomas L. Wheelen, *Management strategi*. Andi. Yogyakarta. 2003
- Kriyantono, Rahmat. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta.2006
- Ismayanti. *Pengantar Parawisata*. Jakarta: Grasindo. 2010
- Liliwari, Alo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana Prenada Media. 2011
- Limakrisna, Nanda Supranto. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta : Mitra Wacana Media. 2011
- Mayasari, Diannor. *Strategi Promosi Pariwisata Pulau Derawa*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2004
- Morissan. *Pengantar Public Relations. Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Ramdina Prakasa. 2006
- Oliver Sandra. *Strategi Public Relations*. Jakarta:erlangga. 2007



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - 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.
- Rosady, Ruslan. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja grafindo persada. 2004
- Swastha, Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty 1983
- Soekadji, R.G. *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Sistematic Linkage*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama. 2002
- Supomo, Nur indriantoro Bambang. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. 2002
- Supranto, Nanda Limakrisna, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, Jakarta : Mitra Wacana Media. 2011
- Sukandarrumidi. *Metodologi Penelitian: Pentunjuk Praktis Untuk Penelitian Pemula*. Jogjakarta: Gadjah Mada University Press. 2012
- Solihm, Ismail. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Erlangg. 2012
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi, dan kasus*. Yogyakarta: CAPS, 2014
- Yoeti, Oka, A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa: Bandung. 1991
- Sumber Lain**
- Dokumentasi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar, Batusangkar, 12 Juni 2019.
- <https://tanahdatar.go.id> diakses pada tanggal, 25 Juli 2019
- <https://ngejurnal.wordpress.com> diakses pada tanggal, 25 juli 2019
- Sumber Jurnal**
- Skripsi Diannor Mayasari, *Strategi Promosi Pariwisata Pulau Derawa*, (Surakarta. 2004)
- Skripsi Farida Robithoh Widyasti, *Strategi Promosi Wisata Pada Dinas Kebudayaan Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Temanggung*, (Jawa Tengah, 2013)
- Skripsi Etty Mardiyah, *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Events Wisata Bono*, (Pelawawan,2014)
- Skripsi Na'imatul, *Strategi Wisata Di Kabupaten Wonosobo*, (Jawa Tengah, 2016-2017)



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.

Skripsi Mangifera Marsya Nurulwasi, *Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata, (Studi pada Pariwisata Kabupaten Pesawaran, (Lampung, 2018)*

Skripsi Lifska Novalina, *Peranan Promosi Pariwisata Di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung dalam Meningkatkan Motivasi Wisatawan Terhadap Kota Bandung Dan Sekitarnya, (Bandung,2008)*

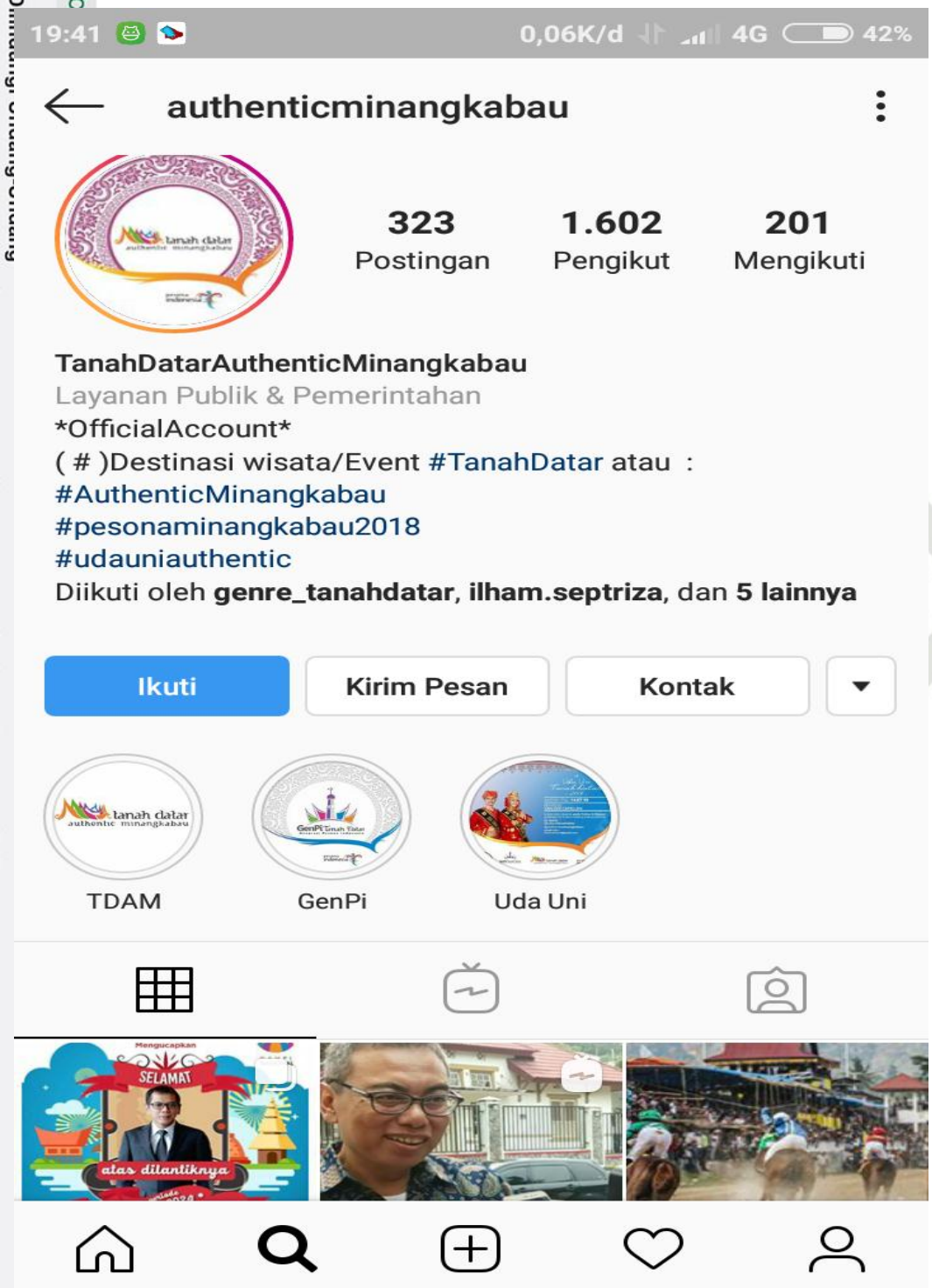
Skripsi Jaka Gusman, *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan pada Wisata Air Panas Hapanasan Kabupaten Rokan Hulu. (Pekanbaru, 2016)*

Jurnal Marceilla Hidayat, *Strategi Perencanaan dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangadaran Kabupaten Ciamis Jakarta Barat, Jurnal, Volume 1 Nomor 1, 2011*

Jurnal Muhammad Nizar, *Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Halal Di Taman Wisata Religy Gunung Mujur Karangploso Malang (Studi Kasus Pantai Pangadaran Kabupaten Ciamis Jakarta Barat, Jurnal, Volume 1 nomor 1, 2011*

ampiran 2

DOKUMENTASI



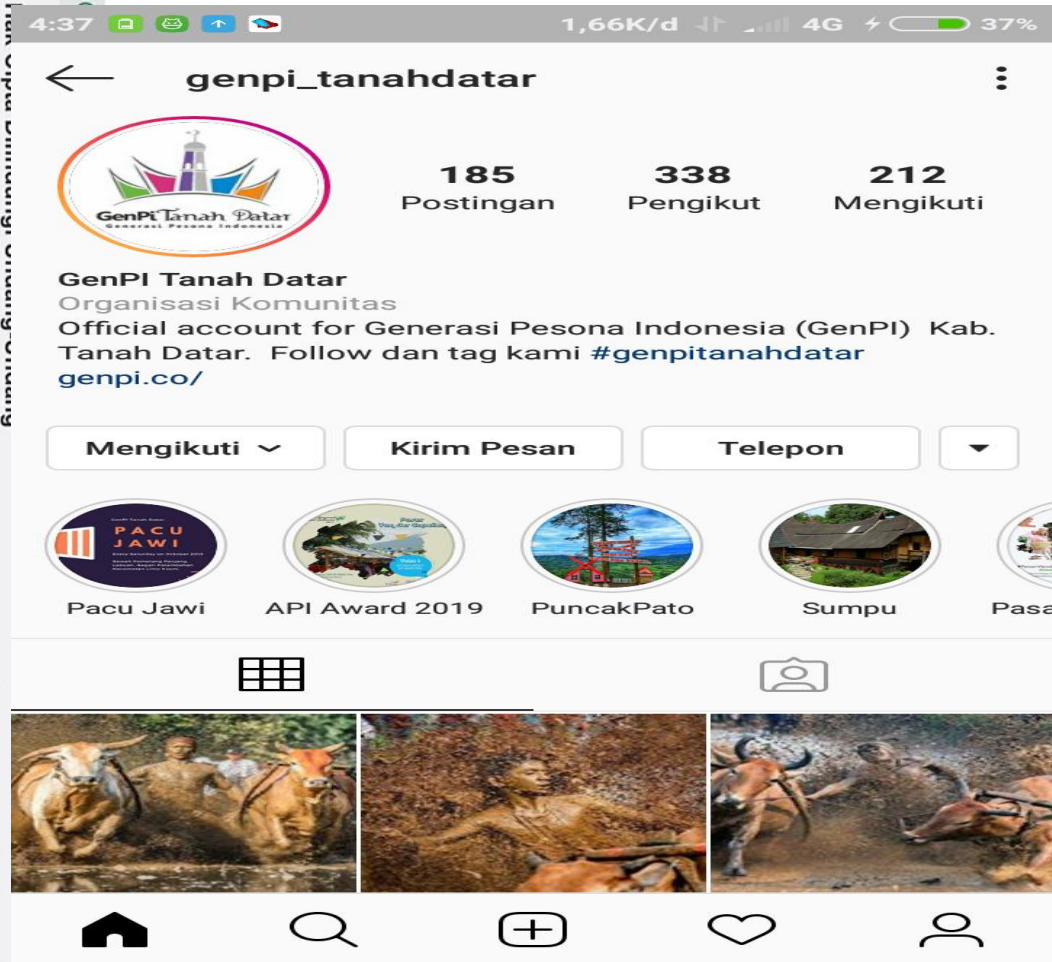
Akun media sosial Instagram Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar

Hak Cipta Dimiliki oleh Universitas Singaperbangsa Karawang

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.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Akun media Instagram Komunitas Tanah Datar



Akun Instagram Komunitas Tanah Datar



Akun Facebook Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar



- 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.

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.



Event Pacu Kuda



Event Pacu Jawi

- 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 Ri

Pamaren Festival Budaya Minangkabau



te Is

Event Tour Danau Singakarak



Kasim Riau

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.



**Wawancara dengan RENTI EMELIA, SS (Kasi Usaha Dan Pemasaran Dinas
Pariwisata Kabupaten Tanah Datar)**



**Wawancara Dengan EFRISON, SE
(Kabid Pariwisata Kabupaten Tanah Datar)**

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.



Wawancara dengan Ibnu Fajrin, S.sos (Pengelola Usaha Pemasaran Dan Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar)



Ruang Pelayanan Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar



Ruangan Kantor Dinas Pariwisata
Kabupaten Tanah Datar



Kantor Tampak Depan Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar

- Hak Cipta © H
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.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RUMAH ADAT KAMPAINAN PANJANG

Bangunan ini merupakan rumah hunian yang berarsitektur khas Minangkabau yang terdiri dari enam buah bilik (kamar) dengan bentuk pintu oval dengan ukuran kecil. Rumah ini telah berumur ± 370 tahun, dan keunikannya lain bangunan ini dibuat tanpa menggunakan paku besi, terletak ± 13 km dari kota Batusangkar, di Nagari Balimbing Kecamatan Rambatan.



INDUSTRI KERAJINAN PANDAI SIKEK

Pandai Sikek terkenal dengan keindahan alamnya dan desa ini terkenal sebagai penghasil souvenir dan Cenderamata yang dikenal dengan "Tenunan dan Ukiran Pandai Sikek". Berada di Nagari Pandai Sikek Kecamatan X Koto, sekitar 40 Km dari Kota Batusangkar.



TANJUNG MUTIARA

Tanjung Mutiara merupakan objek wisata bahari di Kabupaten Tanah Datar, yakni Danau Singkarak. Bagi pengunjung yang berwisata ke lokasi objek wisata ini dilengkapi dengan sarana akomodasi Hotel Berbintang, terletak ± 30 km dari pusat kota Batusangkar.



KUBURAN PANJANG DATUK TAN TEJO GURHANO

Kuburan ini merupakan makam Datuk Tantejo Gurhano, kuburan ini sangat panjang ± 25,5 m. Keunikannya kuburan ini jika diukur memiliki ukuran yang berbeda-beda, terletak ± 14 km dari kota Batusangkar.



PACU JAWI

PACU berarti lomba kecepatan dan Jawi maksudnya Sapi atau Lembu. Di Sumatera Barat sapi biasa disebut dengan Jawi. Olahraga Pacu Jawi merupakan atraksi budaya anak nagari di Kabupaten Tanah Datar.



Pacu jawi diikuti oleh jawi secara berpasangan yang dikendalikan oleh seorang anak joki yang berpegangan pada tangkai bajak. Acaranya berlangsung mulai pukul sebelas siang hingga pukul empat sore. Pada waktu perlombaan berlangsung kadangkala juga terjadi transaksi jual beli jawi oleh para pedagang dan pemilik jawi.

Pacu Jawi, Olah Raga Budaya Lokal yang akhirnya jadi Obyek Wisata Dunia...! BERPACU tetapi tidak Ngebut-gebutan saling mendahului, tidak pake Juri, tidak ada Pemenang dan tidak ada Yang Kalah...! Pesta kegembiraan rakyat secara bersama-sama dan saling bahu membahu setelah panen Padi. Pacu Jawi... itulah salah satu dari The WONDERFUL of Indonesia...!

PASAR VAN DER CAPELLEN

Pasar Van Der Capellen adalah Pasar Destinasi Digital (DD), Destinasi wisata Instagramable dan kekinian "Zaman Now", Pasar ini menghadirkan suasana Tempo Doeloe, dengan menyajikan berbagai kuliner Authentic Tanah Datar, pertunjukan dan atraksi seni budaya anak nagari Minangkabau Pasar dilaksanakan setiap hari Minggu pukul 07.00 sampai dengan pukul 11.00 berlokasi di Benteng Vander Capellen



USTANO RAJO

Ustano Rajo adalah kompleks makam raja-raja Pagaryung, terletak 3 kilometer dari Kota Batusangkar. Di daerah ini terdapat 13 buah makam/kuburan dan tiga batang pohon beringin, juga terdapat batu kasur, yaitu batu tempat ujian calon-calon Raja Pagaryung






**DINAS PARIWISATA,
PEMUDA DAN OLAHRAGA
KABUPATEN TANAH DATAR**

ALAMAT KANTOR :
Komplek Benteng Van der Capellen Batusangkar
Telp. 0752-574821, 574364, Fax. 0752-574821,
Contact Number Bidang Pariwisata : 082169074729
Email : parpora@tanahdatar.go.id,
Website : www.tanahdattourism.com, www.tanahdatar.go.id

ISTANO BASA PAGARUYUNG

Istano Basa Pagaryung Terletak di Nagari Pagaryung, Kecamatan Tanjung Emas yang Merupakan pusat Pemerintahan Kabupaten Tanah Datar, dengan jarak 5 kilometer dari Kota Batusangkar dan mudah dijangkau oleh sarana transportasi roda 2 dan roda 4. Bangunan ini terdiri dari 11 gonjong, 72 tonggak dan 3 lantai. Objek wisata ini dilengkapi dengan surau, tabuah Rangkaian Patah Sambilan, serta fisik bangunan Istano Basa Pagaryung dilengkapi dengan beragam ukiran yang tiap-tiap bentuk dan warna ukiran mempunyai falsafah, sejarah dan budaya Minangkabau.



pilihan, di antaranya keasrian dan warisan leluhur yang masih terjaga apik, yang menjadi ciri dan identitas budaya Sumatera Barat.

Perkampungan di lereng Gunung Marapi nan sejuk ini mampu bersanding dengan keindahan Desa Wengen dari Swiss, Desa Eze dari Prancis, Niagara on The Lake di Kanada, serta Desa Cesky Krumlov dari Republik Ceko.

BENTENG VAN DER CAPELLEN

Sebuah bangunan peninggalan Belanda terletak dalam Kota Batusangkar yang dibangun pada tahun 1824 semasa Perang Paderi. Di depannya terdapat 2 buah meriam kuno peninggalan Belanda.



PRASASTI ADITYAWARMAN

Situs ini merupakan tempat dikumpul-kannya prasasti – prasasti yang dikeluarkan Adityawarman yang dahulu ditemukan di sekitar Bukit Gombak. Kumpulan prasasti tersebut ditulis dengan huruf Jawa Kuno dan Bahasa Sanskerta serta sedikit Bahasa Melayu Kuno. Prasasti tersebut berupa puji-pujian terhadap Raja Adityawarman. Terletak ± 4 km dari kota Batusangkar dan berada di pinggir jalan raya Batusangkar-Pagaryung, dalam Nagari Pagaryung Kecamatan Tanjung Emas.



BATU ANGKEK-ANGKEK

Berawal dari mimpi Di Bandara Kayo salah seorang kepala kaum dari suku Piliang, ia didatangi oleh Syech Ahmad dan disuruh untuk mendirikan sebuah perkampungan yang sekarang di kenal dengan nama "Kampung Palagan"

Pada saat pembangunan tonggak pertama terjadi gempa lokal dan hujan panas selama 14 hari 14 malam. Kemudian diadakan pertemuan, dan tiba tiba dari lobang pemancangan bangunan terdengar suara aneh dan di lokasi tersebut ditemukan sebuah batu berwarna tembaga.

Sekarang batu ini dikenal dengan batu "Angkek – angkek", untuk mengetahui dapat / tidak tercapainya niat seseorang dapat dilihat dengan ter angkat atau tidaknya batu tersebut. Objek wisata ini terletak di Nagari Tanjung Keccamatan Sunnggayang ± 11 km dari kota Batusangkar



PUNCAK PATO

Objek wisata ini bukti sejarah terjadinya kesepakatan antara kaum Adat dan Kaum Agama, yang dikenal dengan sejarah "Sumpah Satie Bukit Marapatam". Kawasan ini juga merupakan benteng pertahanan Perang Paderi. Puncak Pato hawanya sejuk, terletak ± 17 km dari Kota Batusangkar dan berada di Nagari Batu Bulek Kecamatan Lintau Buo Utara.



PANORAMA TABEK PATAH

Panorama Alam yang indah dan sejuk, dikelilingi oleh perbukitan dan hutan pinus. Tabek Patah ini berasal dari kata tabek (kolam) yang patah menjadi dua bagian, sebelah utara dinamakan dengan "Talago Pakis" dan sebelah selatan dinamakan dengan "Aia Taganang". Objek wisata ini terletak di pinggir jalan raya Bukittinggi/Payakumbuh – Batusangkar, Jarak dari kota Batusangkar ± 19 Km. Objek wisata ini bertokasi di Nagari Tabek Patah Kecamatan Salimpang.



NAGARI TUO PARIANGAN

Secara historis Nagari Tuo Pariangan merupakan nagari/daerah asal orang Minangkabau yang berasal dari Gunung Merapi. Di kawasan Nagari Tuo Pariangan terdapat bukti-bukti sejarah: Kuburan Panjang, Masjid Tuo, Sawah Satampang Banih, Batu Tigo Luhak, serta objek wisata Air Panas. Nagari Tuo Pariangan terletak antara Padang Panjang-Batusangkar, dari Kota Batusangkar ± 14 Km.



LEMBAH ANAI

Objek wisata cagar alam dengan udaranya yang sejuk dan indahnya keadaan alam ditambah derunya air terjun (aia mancu). Objek wisata ini terletak pada hutan lindung di pinggir jalan raya Padang-Bukittinggi Batusangkar dan sangat mudah dijangkau, jarak dari Kota Batusangkar ± 38 Km yang terletak di Nagari Singgalang Kecamatan X Koto.



BATU BATIKAM

Batu Batikam terletak di Medan nan bapaneh yang berfungsi sebagai tempat musyawarah pada masa Lampau. Konon Batu ini berlubang karena ditikam Datuk Parpatih Nan Sabatang, sebagai tanda berakhirnya perselisihan dengan datuk Katumangungan, menyangkut dengan pemakaian adat antara Koto Piliang dengan Bodi Caniago. Objek ini berjarak 3 kilometer dari kota Batusangkar di Nagari Lima Kaum





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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAPANGAN MAHARAJA DIRAJA

Lapangan Suri Mahararajo Dirajo, tempat pengambilan Api Pelak Olatraga Provinsi Sumatera Barat (Porprov).



RUMAH GADANG DT. KAYO DAN RUMAH GADANG DATUK MAHARAJA DEPANG

Di Nagari Pariangan masih banyak terdapat rumah-rumah gadang, seperti Rumah Gadang Datuk Kayo dan Rumah Gadang Datuk Maharaja Depang, dirumah gadang ini dapat Rangkang, Lesung, dan beberapa peninggalan bersejarah. Di daerah ini juga terdapat rumah gadang yang dibangun tanpa menggunakan paku, tapi menggunakan pasak untuk menyatukan seluruh tiang.




PUNCAK KAWA DAN PUNCAK MORTIR

Berada di Jorong Guagak, merupakan salah satu lokasi menyaksikan keindahan Alam Nagari Pariangan sambil menikmati kuliner Pariangan seperti Kawa Dauan dan Jus Sijantang



AIR TERJUN

Tak salah rasanya media internasional menjuluki Nagari Pariangan terindah di dunia, disamping memiliki view yang mempesona, peninggalan sejarah, ternyata juga memiliki air terjun.



Ayo Berwisata ke Kabupaten Tanah Datar
Pusat Adat Budaya Budaya Minangkabau

Informasi lebih lanjut tentang Nagari Pariangan, silahkan hubungi:

- Dinas Parpora Tanah Datar**
Komplek Benteng Van Der Capellen telp (0752) 574821
Email : parpora@tanahdatar.go.id
efrison_33@yahoo.co.id
- Kantor Walinagari Pariangan**
Nagari Pariangan Telp. 0812 7578 5454 (Walinagari Pariangan)

"Jelajah Budaya"
NAGARI PARIANGAN
Nagari Terindah di Dunia

Adat | Budaya | Alam | Kuliner | Bahari

www.pariangan.go.id @parpora@tanahdatar.go.id @parpora@tanahdatar.go.id @parpora@tanahdatar.go.id
Telp: +62 75 574821

Dinas Parpora Tanah Datar © 2019

Terkenal Budget, sebuah media pariwisata berpengaruh dari New York, Amerika Serikat, menjatuhkan pilihan pada Nagari Pariangan, Kabupaten Tanah Datar sebagai Desa terindah di dunia. Banyak kriteria dalam menjatuhkan pilihan, di antaranya keasrian dan warisan leluhur yang masih terjaga apik, yang menjadi ciri dan identitas budaya Sumatera Barat.

Perkampungan di lereng Gunung Marapi nan sejuk ini mampu berbanding dengan keindahan Desa Wengen dari Swiss, Desa Eze dari Prancis, Niagara on The Lake di Kanada, serta Desa Cesky Krumlov dari Republik Ceko.

Nagari Pariangan dikenal sebagai Nagari Tuo, karena dari daerah inilah asal usul orang Minangkabau, pemukiman pertama orang Minangkabau.

Dimana Nagari Pariangan ???

Nagari Pariangan berada di Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat. Nagari Pariangan daerah yang subur. Indahnya Pariangan sedikit banyak dipengaruhi letak geografisnya yang berada di lereng Gunung Marapi. Berada di ketinggian 500-700 mdpl.



Datang ke Pariangan sangat menyenangkan karena alamnya yang sejuk dan indah. Sambilnya luas bertingkin-tingkat yang membentang hingga ke kaki gunung Merapi. Jalannya berkelok-kelok dengan pemandangan yang menakjubkan.

Tanah Datar adalah satu dari 19 kabupaten/kota di Sumatera Barat dengan ibukotanya Batusangkar. Kabupaten ini terletak tepat di tengah-tengah Propinsi Sumatera Barat. Kota Batusangkar mudah dijangkau dari kota lainnya di Sumatera Barat, sedapun jarak Kota Batusangkar dari Padang 102 Km sekitar 2 jam 15 menit dengan mobil. Dari Bukittinggi 40 Km, dari Solok 60 Km, dari Payakumbuh 45 Km, dari Sawahlunto 40 Km dan dari Padang Panjang 33 Km. Jalannya mulus dan lancar.

Tanah Datar merupakan daerah tujuan wisata utama di Propinsi Sumatera Barat karena memiliki potensi objek dan daya tarik wisata yang beraneka ragam. Tanah Datar memiliki wisata alam, wisata sejarah, wisata bahari, wisata budaya, atraksi seni tradisional dan daya tarik wisata lainnya yang jumlahnya sekitar 150 buah.

Luhak Nan Tuo adalah nama lain dari Tanah Datar karena adanya suatu keyakinan bagi masyarakat Minang Kabau bahwa Tanah Datar merupakan daerah tempat asal usul orang Minang Kabau. Sebagai buktinya, ditemukan perkampungan tua yang disebut Nagari Tuo Pariangan.

Cara ke Nagari Pariangan

Wisatawan dari luar Sumatera Barat, sudah tentu harus menuju Sumatera Barat terlebih dahulu jika mau ke Pariangan. Menggunakan jalur udara bisa dipilih dengan tujuan Bandara Internasional Minangkabau (BIM). Selanjutnya Dari BIM menuju Nagari Pariangan bisa menggunakan bus/ naik mobil travel/ mobil rental dengan waktu tempuh sekitar 2,5 jam.

Dari arah Pakan Baru, Medan atau Jambi bisa menggunakan jalur darat. Caranya terlebih dahulu menuju ibukota Kabupaten Tanah Datar yaitu Kota Batusangkar.

Selanjutnya, bukan hal sulit untuk menuju Pariangan Dari Kota Batusangkar hanya berjarak sekitar 13 km arah Kota Padang Panjang. Pariangan berada di jalan utama penghubung Kota Batusangkar dan Kota Padang Panjang.

Berikut beberapa destinasi yang mesti dikunjungi di Nagari Pariangan, Nagari terindah di dunia:

MASJID ISLAH



Masjid Islah merupakan masjid tua yang didirikan sejak awal abad ke 19 oleh Syekh Burhanuddin, seorang ulama terkemuka di Minang kala itu. Sebagai masjid tua, menjadikan Masjid Islah ini selalu menjadi perhatian wisatawan dan menjadi objek wajib untuk disambangi.

Masjid yang direnovasi di tahun 1920 dan 1994 ini mempunyai atap limas segi empat bertingkat dengan banyak jendela di bangunan utamanya. Dengan bentuk atap yang meruncing nan menjulang tinggi menjadikan masjid ini nampak menonjol diantara bangunan lain di Nagari Pariangan.

Keunikan lain dari masjid berukuran 16 x 24 meter ini ialah terdapatnya pancuran air panas yang berasal dari Gunung Marapi untuk wudhu. Dahulunya, Hingga sekarang, pancuran ini masih dianggap sebagai salah satu berkah bagi masyarakat.

KUBURAN PANJANG



Kuburan ini merupakan makam Datuk Tantejo Guruhano yang merupakan tokoh arsitek arsitek rumah gadang Minangkabau. Kuburan yang panjangnya sekitar 25 m, jika di ukur berkali-kali ukurannya berbeda-beda hingga di kenal dengan "Kuburan Panjang". salah karya Datuak Tantejo Guruhano yang masih terawat sampai sekarang adalah Balairungsari - Tabek. Terletak ± 14 km dari kota Batusangkar di Nagari Pariangan Kecamatan Pariangan

BALAI NAN SARUANG



Balai Saruang merupakan bagian yang tidak terpisahkan bagaimana konsep musyawarah untuk mufakat dalam sistem pengelolaan tata nagari oleh ninak mamak, cadik pandai, dan alim ulama Nagari Pariangan.

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.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Teip. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/6741/2018 Pekanbaru, 06 Rabiul Akhir 1440 H
Sifat : Biasa 13 Desember 2018 M
Lampiran: 1 berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing
a.n. **Aditya Wijaya**

Kepada Yth.
Intan Kemaia, M.Si
Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **Aditya Wijaya** NIM. 11543100505 dengan judul "**Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Upaya Mengembangkan Pariwisata di Kabupaten Tanah Datar**" saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan,



Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/3356/2019
Sifat : Biasa
Lampiran: 1 (satu) Eksemplar
Hal : **Mengadakan Penelitian**

Pekanbaru, 11 Sya'ban 1440 H
16 April 2019 M

Kepada Yth.

Gubernur Riau

Up. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa mahasiswa kami :

Nama : Aditya Wijaya
N I M : 11543100505
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

Mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul :

"Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Kabupaten Tanah Datar"

Adapun sumber data penelitian adalah :

"Pariwisata Kabupaten Tanah Datar"

Untuk maksud tersebut kami mohon berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah yang kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam

a.n. Rektor,
Dekan,



Dr. Nurdin, MA
NIP. 17660620 200604 1 015

Tembusan :
1. Rektor UIN Suska 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.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
Email : dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126



182010

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/21943
TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/3356/2019 Tanggal 16 April 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

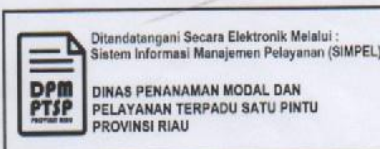
- | | |
|----------------------|--|
| 1. Nama | : ADITYA WIJAYA |
| 2. NIM / KTP | : 11543100505 |
| 3. Program Studi | : ILMU KOMUNIKASI |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : STRATEGI PROMOSI DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA KABUPATEN TANAH DATAR |
| 7. Lokasi Penelitian | : DINAS PARIWISATA KABUPATEN TANAH DATAR |

Dengan Ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan ini.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dibuat.

Demikian Rekomendasi ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini dan terima kasih.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 23 April 2019




Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
 2. Gubernur Sumatera Barat
Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Provinsi Sumatera Barat di Padang
 3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
- ④ Yang Bersangkutan

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.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA BARAT
DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jln.Setia Budi No.15 Padang Telp. 0751-811341, 811343 Fax. 0751-811342
<http://dpmpstp.sumbarprov.go.id>

SURAT KETERANGAN
 Nomor : B.070 / 420 -PERIZ/DPM&PTSP/IV/2019

Rekomendasi Penelitian

Menimbang :	a.	Bahwa untuk tertib administrasi dan pengendalian pelaksanaan penelitian dan pengembangan perlu diterbitkan rekomendasi penelitian;
	b.	Bahwa sesuai konsideran huruf a diatas, serta hasil Verifikasi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sumatera Barat, berkas Persyaratan Administrasi Penelitian telah memenuhi syarat.
Mengingat :	1.	Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
	2.	Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah;
	3.	Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian yang telah Dirubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
Memperhatikan :		Sesuai Surat Dekan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/3356/2019 tanggal 16 April 2019 tentang Mohon Surat Pengantar Izin Penelitian.

Dengan ini menerangkan bahwa kami memberikan Rekomendasi Penelitian kepada :


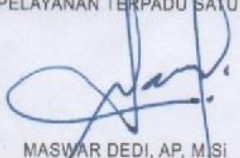
Nama	: ADITYA WIJAYA
Tempat/Tanggal lahir	: Lintau, 17 November 1995
Pekerjaan	: Mahasiswa
Alamat	: Tapi-Selo
Nomor Kartu Identitas	: 1304131711950001
Judul	: STRATEGI PROMOSI DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA KABUPATEN TANAH DATAR
Lokasi Penelitian	: Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar
Jadwal penelitian	: 6 Mei- 7 Juli 2019
Penanggung Jawab	: Aditya Wijaya

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Wajib menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib di daerah setempat / Lokasi Penelitian;
2. Pelaksanaan penelitian agar tidak disalahgunakan untuk tujuan yang dapat mengganggu Kestabilan Keamanan dan Ketertiban di daerah setempat;
3. Melaporkan hasil penelitian dan sejenisny kepada Gubernur Sumatera Barat melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sumatera Barat;
4. Bila terjadi penyimpangan dari maksud / tujuan penelitian ini, maka surat rekomendasi ini tidak berlaku dengan sendirinya.

Demikianlah Rekomendasi ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 29 April 2019
 An. GUBERNUR SUMATERA BARAT
 KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

MASWAR DEDI, AP, M.Si
 NIP. 19740618 199311 7001

dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan
 Sistem Elektronik yang ditetapkan oleh BPS



**PEMERINTAH KABUPATEN TANAH DATAR
KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
(KESBANGPOL)**

Jln. MT. Haryono No. 10 Telp. (0752) 574400 Batusangkar 27281

**SURAT KETERANGAN/REKOMENDASI
Nomor : 070/401/KESBANGPOL/2019**

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor 07 Tahun 2014 tanggal 21 Januari 2014 tentang perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri RI Nomor. 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian dan surat Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Kasim Riau Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/3356/2019, tanggal 16 April 2019, perihal permohonan izin Penelitian dan surat Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Sumatera Barat Nomor: B.070/420-PERIZ/DPM&PTSP/IV/2019, tanggal 29 April 2019, perihal Rekomendasi Penelitian, setelah dipelajari dengan ini kami atas nama Pemerintah Daerah Kabupaten Tanah Datar menyatakan tidak keberatan atas maksud Penelitian data dimaksud dengan lokasi di Kabupaten Tanah Datar yang akan dilakukan oleh:

Nama : **ADITYA WIJAYA**
 Tempat/Tgl. Lahir : Tapi Selo, 17 November 1995
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Alamat : Jor. Koto Nag. Tapi Selo Kec. Lintau Buo Utara
 Kartu Identitas : KTP.1304131711950001.
 Maksud dan Obyek : Izin Penelitian
 Judul : **"STRATEGI PROMOSI DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA
KABUPATEN TANAH DATAR"**
 Lokasi Penelitian : Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga.
 W a k t u : 10 Juni s.d 31 Juli 2019
 Anggota : -

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Kegiatan Penelitian tidak boleh menyimpang dari maksud dan obyek sebagaimana tersebut di atas.
2. Memberitahukan kedatangan serta maksud Penelitian yang akan dilaksanakan dengan menunjukkan surat-surat keterangan yang berhubungan dengan itu kepada Pemerintah setempat dan melaporkan kembali waktu akan berangkat.
3. Dalam melaksanakan Penelitian agar dapat berkoordinasi dengan instansi terkait.
4. Mematuhi semua peraturan yang berlaku dan menghormati adat - istiadat serta kebiasaan masyarakat setempat.
5. Bila terjadi penyimpangan/pelanggaran terhadap ketentuan-ketentuan tersebut diatas maka Surat Keterangan/Rekomendasi ini akan **DICABUT** kembali.
6. Surat Keterangan/Rekomendasi ini diberikan/berlaku mulai tanggal 10 Juni s.d 31 Juli 2019.
7. Melaporkan hasil Penelitian kepada Bupati Tanah Datar Cq. Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Tanah Datar.

Demikianlah surat keterangan/ rekomendasi ini dikeluarkan untuk dipergunakan seperlunya.

Batusangkar, 10 Juni 2019,
 A.n. KEPALA KANTOR KESBANGPOL
 KABUPATEN TANAH DATAR
 KASI PEMBINAAN POLITIK,

NANDA JAYUSMAN, S.STP
 NIP. 19910101 201206 1 003

Tembusan Kepada Yth. :

1. Bupati Tanah Datar (sebagai laporan)
2. Dandim 0307 Tanah Datar di Batusangkar.
3. Kapolres Tanah Datar di Batusangkar.
4. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Prov. Sumbar di Padang.
5. Kepala Dinas PARPORA Kab. Tanah Datar di Batusangkar.
6. Rektor UIN Syarif Kasim Riau di Pekanbaru.

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.



PEMERINTAH KABUPATEN TANAH DATAR
DINAS PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAH RAGA
 Komplek Benteng Van Der Capellen - Telepon (0752) 574821, 574364 Faks (0752) 574821
BATU SANGKAR

Website : www.tanahdatar.go.id
 Website : www.tanahdatartourism.com

Email : parpora@tanahdatar.go.id

SURAT KETERANGAN

No: 556/ 365 /Papora/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : EFRISON, SE
 NIP : 19720722 199403 1 005
 Jabatan : Kabid Pariwisata Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : ADITYA WIJAYA
 Tempat/ Tgl Lahir : Tapi Selo, 17 November 1995
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Alamat : Jor.Koto Nagari Tapi Selo Kecamatan Lintau Buo Utara

Benar telah melaksanakan penelitian di Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar .

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

An. KEPALA DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA
 KABUPATEN TANAH DATAR
 KABID PARIWISATA



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.



BIOGRAFI PENULIS

Aditya Wijaya lahir di Lintau pada tanggal 17 November 1995, sebagai anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan almarhum ayahanda Yanuar dan ibunda Helniati. Pendidikan formal yang dilalui penulis yaitu Sekolah Dasar SDN 07 Tuanku Lintau kec. Lintau Buo Utara. Kab. Tanah Datar Provinsi Sumatra Barat tamat pada tahun 2009. Sekolah Menengah Pertama di SMP N 1 Lintau Buo Utara Provinsi Sumatra Barat tamat pada tahun 2012. Sekolah Menengah Atas di SMA N 1 Lintau Buo Utara Provinsi Sumatra Barat tamat pada tahun 2015.

Pada tahun 2015 penulis melanjutkan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan komunikasi untuk meraih gelar sarjana (S1).

Pada tahun 2018, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kompe Berangin Kec.Cerenti Kab. Kuantan Singingi, Riau. Kemudian pada yang sama penulis juga melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (*Job Training*) di PT. Citra Media Sorcerer (Bertuahpos.com) Provinsi Riau.

Penulis melakukan penelitian di Dinas pariwisata pemuda dan olahraga Kabupaten Tanah Datar. Dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanah Provinvsi Sumatra Barat” dengan dosen pembimbing ibu Intan Kemala, S.Sos, M.Si dan pada tanggal 6 November 2019 penulis dinyatakan “LULUS” dan berhak menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) melalui sidang munaqasyah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

“MULAI LAH DENGAN MEMBACA BISMILLAH DAN TERUS LAH BERUSAHA, BERDOA, OPTIMIS DAN PANTANG MENYERAH KARNA USAHA TAK AKAN PERNAH MENGHIANATI HASIL DAN JADI LAH DIRI SINDIRI”