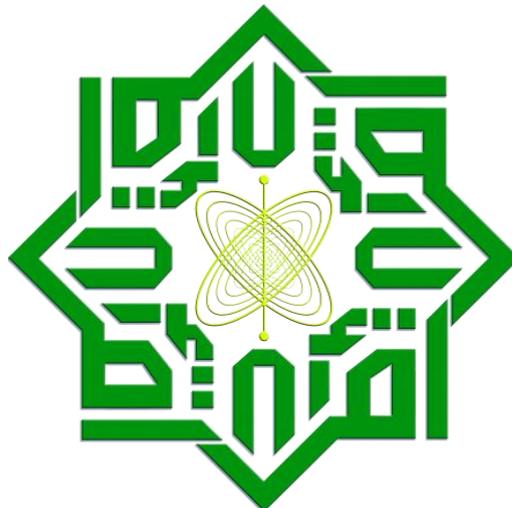


SKRIPSI

**IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH KOTA PEKANBARU NO 13
TAHUN 2000 TENTANG PROMOSI PARIWISATA DAERAH PADA
DINAS PARIWISATA KOTA PEKANBARU
(STUDI KASUS DI OBYEK WISATA DANAU BUATAN
KOTA PEKANBARU)**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Publik
Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial



Disusun Oleh

WAHIDUN
NIM. 10875004482

PROGRAM S1

**JURUSAN ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU
RIAU
2013**

ABSTRAK

IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH KOTA PEKANBARU NO 13 TAHUN 2000 TENTANG PROMOSI PARIWISATA DAERAH PADA DINAS PARIWISATA KOTA PEKANBARU (STUDI KASUS DI OBYEK WISATA DANAU BUATAN KOTA PEKANBARU)

Oleh :
WAHIDUN
NIM. 10875004482

Penelitian ini dilakukan pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui Pengimplementasian Peraturan Daerah No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dan untuk mengetahui bagaimana upaya – upaya yang dilakukan pemerintah daerah khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam memberikan kontribusi dalam mempromosikan objek wisata Danau Buatan Kota Pekanbaru.

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, queisioner, dan wawancara. Kemudian teknik analisa data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu suatu teknik analisa data dengan cara menggambarkan fenomena keadaan yang ditemui dilapangan. Dengan metode ini penulis memaparkan dan menguraikan kata-kata yang didapat, dimana selanjutnya penulis menganalisa dan menginterpretasikan data dan dihubungkan dengan teori kemudian mengambil kesimpulan dan saran.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, dapat disimpulkan bahwa Pengimplentasian Peraturan Daerah No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru belum maksimal disebabkan pelaksanaan pemasangan iklan, pengadaan sarana pendukung penjualan dan hubungan masyarakat dalam mempromosikan pariwisata daerah kota Pekanbaru khusus objek wisata Danau Buatan belum optimal.

Key Word : Pemasangan Iklan, Pengadaan Sarana Pendukung Penjualan, dan Hubungan Masyarakat

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualikum, wr.wb.

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia yang begitu banyak sehingga penulis memiliki kesempatan dan kekuatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “Implementasi Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah Pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru (Studi Kasus Di Obyek Wisata Danau Buatan Kota Pekanbaru)”. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita mendapatkan syafa’at di hari akhir, *Amin Ya Robbal’alamin*.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna mencapai Gelar Sarjana pada Jurusan Administrasi Negara Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penulis menyadari tanpa bantuan dari berbagai pihak tidak banyak yang penulis dapat lakukan dalam menyelesaikan skripsi ini. Sehingga, skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dorongan yang diberikan kepada penulis. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih atas semua bantuan dan dukungannya selama penyusunan skripsi ini kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Nazir selaku Rektor UIN SUSKA RIAU
2. Bapak Dr. Mahendra Romus, SP, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

3. Bapak Afrizal, S.Sos, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Negara dan Bapak Rusdi S.Sos selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Negara Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Dra. Hj. Sitti Rahmah, M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu dan kesempatan ditengah-tengah kesibukannya untuk membimbing penulis dengan ikhlas dan sabar serta tidak bosan-bosannya membimbing penulis dengan memberikan motivasi dan masukan-masukan kepada penulis sampai selesainya penulisan skripsi ini. Terimakasih atas semua ilmu pengetahuan yang telah ibu berikan kepada penulis.
5. Bapak Mashuri, MA selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan nasehat atau masukan kepada penulis selama penulis kuliah.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Pihak instansi-instansi yang terkait dalam pembuatan skripsi ini terutama Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru yang di kepalai oleh Bpk. Drs. H. Dastrayani Bibra, M.Si selaku Kepala Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, dan para pegawai yang banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ayahanda “Ahmad Nasun” dan Ibunda “Kasmen” yang telah merawat, membesarkan, dan selalu mendoakan tanpa kenal lelah, serta memberikan motivasi dan dukungan baik moril maupun materil kepada ananda sehingga ananda mampu menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala yang telah ayah dan ibu berikan kepada ananda, semua jasa dan pengorbanan ayah dan ibu akan senantiasa ananda ingat dan semoga sebagian kecil yang ananda berikan ini dapat memberikan senyuman dan kebahagiaan kepada ayah dan ibu dan hanya Allah SWT yang bisa membalas semua kebaikan dan jasa kedua bidadari surgaku ini.

9. Untuk adikku Muhlisin (*Lhysien*) yang aku sayangi dan banggakan dan Keponakanku Warsito (*Shiwar*) yang selalu memberikan senyumannya kepada penulis sehingga penulis termotivasi untuk lebih bersabar dan selalu tersenyum dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat di Jurusan Administrasi Negara Angkatan 2008 yang telah memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh senyum dan kesabaran.
11. Terimakasih kepada sahabat – sahabatku yang aku sayangi dan banggakan, Arif Nesriyadi, Juria Azis “*The Lehonc*”, Yudi Permadi, M. Nurhasan, Panora Dwi Utomo, Firsal Dwi Utomo, Sukur Pujianto, dan Bang Updee. Terimakasih atas perhatian dan pengertian kalian semua kepada penulis.
12. Mas Rio Johardi yang sangat penulis hormati selaku rekan kerja dan sekaligus sebagai pembimbing dalam kehidupan nyata, terimakasih yang tak terhingga. Allah SWT lah yang akan membalas semua kebaikan beliau.
13. Untuk Rida Andrayani (*Ai'*), terimakasih atas semua canda dan tawa yang selalu diberikan kepada penulis, sehingga penulis termotivasi untuk selalu menjalankan hari-hari dengan penuh semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya atas segala bantuan semua pihak, penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya, semoga semua ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, 08 Juli 2013
Penulis

WAHIDUN
10875004482

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Manfaat Penelitian	15
1.5. Sistematika Penulisan	15
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1. Kerangka Teori	17
A. Pengertian Implementasi	17
B. Peraturan Daerah.....	19
C. Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah	24
D. Pengertian Promosi.....	26
E. Pengertian Pariwisata	32
F. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	34
2.2. Definisi Konsep	35
2.3. Konsep Operasional.....	35
2.4. Kerangka Berfikir	37

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
3.2.	Subjek dan Objek Penelitian	38
3.3.	Jenis dan Sumber Data	38
3.4.	Populasi dan Sampel.....	39
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	39
3.6.	Analisis Data	40
BAB IV	GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	
4.1.	Luas Wilayah Kota Pekanbaru	41
4.2.	Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru	43
4.3.	Visi dan Misi Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.....	46
4.4.	Stuktur Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru	47
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1.	Identitas Responden	51
	A. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
	B. Identitas Responden Berdasarkan Umur	52
	C. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
	D. Identitas Responden Berdasarkan Pangkat/Golongan..	54
5.2.	Implementasi Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah Pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru	55
	A. Pemasangan Iklan.....	56
	B. Pengadaan Sarana Pendukung Penjualan	66
	C. Hubungan Masyarakat.....	75
5.3.	Kendala-Kendala Yang Dihadapi Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Khusus Danau Buatan	87
5.4.	Upaya Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru Untuk Mengatasi Kendala Dalam Mempromosikan Objek Wisata Khusus Danau Buatan.....	89

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan.....	91
6.2. Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

BIOGRAFI PENULIS

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata diperkirakan akan menjadi andalan perolehan devisa setiap negara. Dan perkembangannya dapat memacu perekonomian suatu negara. Kenyataan tersebut dapat di lihat pada setiap negara sangat memprioritaskan pariwisata yang semakin serba modern untuk menunjang kemajuan pada setiap negara. Indonesia merupakan negara berkembang yang melakukan pembangunan di segala sektor, tujuan pembangunan nasional itu sendiri adalah perwujudan masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD (Undang-Undang Dasar) 1945.

Indonesia sebagai negara berkembang harus dapat mengalami perubahan dalam segala aspek kehidupan dan dapat berupaya melakukan penyesuaian terhadap kemajuan dan perkembangan dunia yang mengarah kepada arus globalisasi yang semakin canggih, sebagai pemerintah terutama mempunyai peran penting dalam mensukseskan pembangunan baik itu aparatur Pemerintahan dari tingkat atas sampai tingkat bawah yang semua jajaran organisasi Pemerintahan di tuntut dengan kualitas dan kuantitas kerja-kerja yang dalam hal ini merupakan suatu konsekuensi yang logis terhadap peran dan kedudukan aparatur Pemerintahan dalam melakukan pelayanan-pelayanan kepada masyarakat.

Pariwisata merupakan bagian dari sektor industri di Indonesia yang prospeknya sangat cerah. Dan mempunyai potensi serta peluang yang sangat besar untuk dikembangkan. Kondisi tersebut didukung oleh kondisi-kondisi alamiah

seperti: letak dan keadaan geografis (lautan dan daratan sekitar khatulistiwa), lapisan tanah yang subur dan panorama, serta berbagai flora dan fauna yang memperkaya isi lautan dan daratannya. Dan pada kenyataannya, Indonesia sangatlah berpotensi dalam hal kekayaan alam yang sangat berlimpah.

Wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang begitu luas, dengan beribu-ribu pulau besar dan kecil yang tersebar terpisahkan oleh lautan, begitu pula dengan keanekaragaman budaya penduduknya serta keindahan alamnya merupakan potensi yang sangat besar untuk pengembangan pariwisata, yang semua itu sangat tidak mungkin untuk diatur seluruh pembangunannya oleh pemerintah pusat, ini dapat dilimpahkan kepada wewenang pemerintah daerah sebagai salah satu yang mempunyai hak dan kewajiban untuk mengatur dan mengelola semua kekayaan alam yang dimiliki, sebagaimana yang di atur oleh Undang-Undang No.32 tahun 2004 tentang Pemerintahan daerah yang mengacu pada asas desentralisasi, sehingga diharapkan daerah mampu untuk membangun secara lebih efektif dan efisien. Memandang dari hal tersebut, Pemerintah daerah harus lebih serius dalam mengembangkan potensi pariwisata yang terdapat didaerah masing-masing.

Otonomi daerah merupakan titik tolak bagi daerah dalam mengembangkan dan mengelola aset-aset atau potensi sumberdaya yang dimilikinya bagi kepentingan pembangunan ekonomi daerah. Untuk itu, daerah perlu mencermati sektor-sektor strategis yang memiliki potensi kuat dalam menopang pembangunan di daerahnya. Salah satu sektor yang strategis yang dimiliki oleh Kota Pekanbaru adalah sektor pariwisata. Sektor pariwisata ini perlu

dikelola secara maksimal agar mampu untuk meningkatkan kunjungan wisata agar dapat memberikan *multipliereffect* berupa peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), pendapatan masyarakat, devisa Negara, memperluas pemerataan kesempatan berusaha dan lapangan kerja serta mendorong kegiatan ekonomi.

Perlu diketahui bahwa pariwisata merupakan suatu kebutuhan mutlak manusia, baik yang melakukan perjalanan wisata maupun masyarakat sekitar daerah tujuan wisata. Wisatawan butuh dipuaskan keinginannya, sementara masyarakat sekitar lokasi berharap akan mendapatkan implikasi positif berupa peningkatan pendapatan dan kesejahteraan. Fenomena ini harus menjadi perhatian para pembantu kebijakan sebagaimana diamanatkan bahwa pembangunan kepariwisataan diarahkan menjadi sektor andalan dan unggulan secara luas akan diterjemahkan sebagai penghasil devisa terbesar yang akan mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan pendapatan daerah, memberdayakan perekonomian masyarakat, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha.

Pada dasarnya pengembangan dan promosi pariwisata tidak dapat hanya mengandalkan pada pembangunan fisik semata seperti infrastruktur aksesibilitas, seperti jalan raya, pelabuhan, bandara, melainkan secara terpadu (*integrated*) dilakukan bersama dengan pengembangan kualitas individu pelaku kepariwisataan dan respon positif masyarakat disekitarnya. Pariwisata sebagai salah satu kegiatan pembangunan diupayakan dapat sejalan dengan konsep dan prinsip pembangunan berkelanjutan. Pembangunan pariwisata berkelanjutan perlu menerapkan kaidah-kaidah : 1) pengembangan pariwisata berorientasi jangka panjang dan menyeluruh (*holistic*) tidak hanya memanfaatkan tetapi sekaligus melestarikan

obyek dan daya tarik wisata yang memberikan manfaat secara adil bagi semua, 2) pembangunan pariwisata yang sesuai dengan karakter wilayah, kondisi lingkungan, kontak sosial dan dinamika budaya, 3) penciptaan keselarasan sinergis antara kebutuhan wisatawan dan penyediaan oleh masyarakat lokal, yang memunculkan hubungan timbal balik dan saling menghargai, nilai, adat istiadat, kebiasaan, warisan budaya, 4) pemanfaatan sumberdaya pariwisata yang memperhitungkan kemampuan lestariannya yang pengelolaannya secara berkesinambungan sehingga mencapai tujuan yang dimaksudkan dalam jangka panjang, 5) pengelolaan kegiatan pariwisata yang tanggap terhadap perubahan yang terjadi dari kedua sisi permintaan pasar dan penawaran produk.

Pengembangan pariwisata dengan pendekatan partisipasi perlu mendapatkan perhatian, terutama dalam konsep pengembangan pariwisata jangka panjang. Pariwisata memang belum tergali secara optimal, padahal sektor ini mendapatkan banyak keuntungan, baik dari pasar domestik maupun pasar internasional. Bermodal berbagai kondisi alam wilayah yang dimiliki Indonesia, keragaman masyarakat dan berbudaya yang berkualitas, maka pengembangan sektor pariwisata berbasis masyarakat dianggap potensial untuk dikembangkan agar dapat menjadi sektor andalan penerimaan devisa. Dengan demikian, diharapkan sektor pariwisata yang dikembangkan melalui partisipasi masyarakat dapat menjadi salah satu lokomotif perekonomian Indonesia. Sebab pengembangan sektor ini memiliki keterkaitan erat dengan sektor lainnya, serta menjangkau berbagai elemen baik pemerintah, swasta maupun masyarakat. Sejalan dengan kondisi tersebut dan *multipliereffect* ekonomi yang besar.

Pengembangan pariwisata melalui pendekatan merupakan salah satu mesin penggerak pertumbuhan ekonomi di daerah. Oleh karena itu, pemerintah daerah juga harus memperhatikan masalah infrastruktur fisik yang tentu saja sangat penting untuk menunjang pertumbuhan dunia usaha dan industri pariwisata yang berbasis masyarakat. Dan untuk menunjang pertumbuhan pariwisata yang ada di kota Pekanbaru, pemerintah daerah harus mempromosikan obyek wisata yang ada di kota pekanbaru, terlebih lagi obyek wisata yang menjadi tanggung jawab Pemerintah Daerah. Berikut obyek wisata yang ada di kota Pekanbaru menurut jenis dan kepemilikannya ;

Tabel 1.1
Obyek Wisata Kota Pekanbaru
Menurut Jenis dan Kepemilikan

NO	JENIS WISATA	NAMA OBYEK WISATA	PENGELOLA
1.	Wisata Alam	a. Danau Buatan b. Alam Mayang c. Taman Margasatwa Kasang Kulim d. Hutan Kota	PEMDA SWASTA SWASTA PEMDA
2.	Wisata Budaya	a. Bandar Serai b. Balai Adat Melayu Riau	PEMDA PEMDA
3.	Wisata Bisnis	a. Pasar Bawah/ Pasar Wisata b. Plaza Senapelan c. Plaza Citra d. Plaza Sukaramai e. Mal Pekanbaru f. Mal SKA	PEMDA SWASTA SWASTA SWASTA SWASTA SWASTA
4.	Wisata Sejarah	a. Museum Sang Nila b. Dekranasda Riau c. Balai Adat Melayu	PEMDA PEMDA PEMDA
5.	Wisata Religius	a. Masjid Agung An-Nur b. Masjid Raya dan Makam Marhum	PEMDA PEMDA
6.	Wisata Olahraga	a. Rumbai Golf Club b. Labersa Golf c. Riau Main Stadium	PEMDA SWASTA PEMDA

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru

Untuk mempromosikan obyek dan daya tarik wisata yang dimiliki kota Pekanbaru, Pemerintah Kota Pekanbaru melakukan berbagai Program promosi baik didalam kota maupun di luar kota dengan bentuk roadshow, travel dan dialog. Program promosi ini tercantum dalam Peraturan Daerah No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata. Pada Bab 2, pasal 3 di sebutkan bahwa :

Promosi pariwisata Daerah merupakan bagian dari kegiatan pemasaran dilaksanakan melalui tiga cara :

- a. Pemasangan iklan.
- b. Pengadaan sarana pendukung penjualan.
- c. Hubungan masyarakat.

Dengan adanya Peraturan Daerah No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah, Pemerintah Pekanbaru mengharapkan sektor pariwisata ini dapat menjadi sebuah tumpuan harapan masyarakat dan pemerintah untuk mendapatkan pendapatan devisa sebesar-besarnya dalam rangka memperkuat dan meningkatkan pendapatan Negara dan khususnya pemerintah daerah. Pengembangan pariwisata di negeri ini diharapkan adanya suatu perkembangan baru yang terarah untuk memupuk rasa nasionalisme yang menanamkan jiwa semangat persatuan dan kesatuan nasional yang sesuai dengan nilai-nilai luhur bangsa sebagaimana yang tertuang dalam UUD (Undang-Undang Dasar) 1945. usaha-usaha yang lain juga harus dilakukan adalah dengan pengembangan pariwisata ini seperti meningkatkan kualitas kebudayaan bangsa, dengan memperkenalkannya, peninggalan sejarah dan wisata bahari yang mempunyai keindahan alam tentunya, dan hal itu merupakan daya tarik untuk para wisatawan.

Mengingat hal itu pemerintah daerah harus mengambil langkah-langkah terpadu dalam pengembangan objek-objek wisata dengan melakukan penambahan dan peningkatan tujuan wisata, produk wisata, serta promosi wisata serta mewujudkan kemandirian dan pelayanan terhadap masyarakat, dalam rangka meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Perlu diketahui bahwa Pemasaran dan Promosi adalah suatu sistem informasi kebijakan yang sangat penting, dan promosi merupakan hal yang pertama dan utama dalam upaya peningkatan pendapatan (penjualan), karena dengan melalui promosi dan pemasaran inilah pemerintah daerah memberikan informasi kepada wisatawan tentang objek wisata yang ada di Kota Pekanbaru.

Oleh karena itu sudah menjadi tugas untuk pemerintah daerah melakukan langkah-langkah untuk mempromosikan pariwisata yang ada di kota Pekanbaru dan merencanakan kegiatan promosi untuk selanjutnya. Karena hal ini dapat menunjang kemajuan dari pariwisata itu sendiri, dan dampaknya dapat di rasakan dari segi peningkatan pendapatan daerah. Jadi, rangkaian kegiatan sangatlah penting. Dan untuk lebih jelasnya, dapat di lihat pada tabel berikut ;

Tabel 1.2
Kegiatan Promosi
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru
Tahun 2012

NO	KEGIATAN	TEMPAT	PELAKSANAAN
1.	Gebyar Wisata Nusantara	Jakarta	31 Mei – 3 Juni 2012
2.	Jogja Expo (objek wisata nusantara expo)	Ambarukmo Plaza Jogjakarta	14 – 17 Juni 2012
3.	Pekanbaru Expo	Gedung Juang Pekanbaru	19 – 23 Juni 2012
4.	Matta Fair	Johor Bahru Malaysia	13 – 15 Juli 2012
5.	Riau Expo	Purna MTQ Pekanbaru	08 – 16 Sept 2012
6.	Sumatera Expo	Mega Mall Batam Center	23 – 26 Nop 2012

Sumber : **Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru**

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dijelaskan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melakukan beberapa rangkaian kegiatan dalam mempromosikan pariwisata yang ada di kota pekanbaru. Salah satunya promosi yang dilakukan di Negara tetangga yaitu Malaysia tepatnya di Johor Bahru dalam acara Matta Fair. Seperti yang telah dipaparkan diatas, bahwa kegiatan mempromosikan sangatlah penting, karena hal tersebut dapat menunjang adanya peningkatan dan perkembangan pariwisata di Kota Pekanbaru. Dan pengaruhnya akan dirasakan setelah kegiatan promosi telah dilaksanakan. Selain itu, menyusun kegiatan juga menjadi faktor penentu dalam peningkatan pariwisata yang ada, karena rangkaian kegiatan yang akan di laksanakan kedepannya sudah disusun secara baik, dan tentunya akan lebih maksimal hasilnya. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel di bawah ini ;

Tabel 1.3
Kegiatan Promosi
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru
Tahun 2013

No	KEGIATAN	TEMPAT	PELAKSANAAN
1.	Gebyar Wisata dan Budaya Nusantara	Jakarta Convention Center	23 – 26 Mei 2013
2.	Pekanbaru Expo	Purna MTQ Pekanbaru	19 – 23 Juni 2013
3.	Bali The Tittex	Mall Bali Galeria	27 – 30 Juni 2013
4.	Tourism And Handicraft Expo (sittex)	Graha Wisata Niaga Solo	10 – 13 Okt 2013
5.	Sumatera Expo	Mega Mall Batam Center	01 – 04 Nop 2013

Sumber : **Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru**

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat beberapa rangkaian kegiatan promosi yang sudah direncanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekanbaru untuk dilaksanakan pada tahun 2013. Namun jika dicermati secara keseluruhan dari tabel 1.2 dan tabel 1.3 masih banyak kekurangan dalam hal mempromosikan pariwisata yang ada pada Kota Pekanbaru. Karena masih banyak rangkaian kegiatan yang tercantum pada Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 13 tahun 2000 yang belum dilaksanakan sepenuhnya oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.

Objek wisata Danau Buatan adalah salah satu objek wisata unggulan yang ada di kota Pekanbaru. hal ini di buktikan dengan adanya struktur organisasi kerja khusus yang ada pada dinas pariwisata kota pekanbaru. dan hal tersebut adalah suatu keistimewaan, karena hanya objek wisata Danau Buatan lah yang mempunyai struktur kerja khusus pada dinas pariwisata kota pekanbaru dari

sekian banyaknya objek wisata yang ada dikota pekanbaru tentunya yang di bawah tanggung jawab dari Pemerintah Daerah.

Namun pada kenyataannya, hasil yang diharapkan tidak sesuai dengan keinginan yang menjadi tujuan utama. Artinya perkembangan yang terjadi pada objek wisata danau buatan sangatlah lambat dan cenderung bisa dikatakan jalan di tempat. Dengan adanya permasalahan ini jelas ada sesuatu hal yang harus di perbaiki lagi oleh pihak yang bertanggung jawab. Padahal, di objek wisata danau buatan tarif masuk cukup terjangkau, berikut tarif masuk pada objek wisata danau buatan :

Tabel 1.4
Tiket Masuk
Pada Objek Wisata Danau Buatan

No.	HARI	TARIF (Rp) / ORANG
1	Sabtu, Minggu / Libur	7.000
2	Biasa	4.000
3	Khusus	10.000

(SK Walikota Pekanbaru No. 108 Tahun 2011)

Berdasarkan tabel 1.4 diatas bahwa tarif tiket masuk pada objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru cukup terjangkau. Untuk hari sabtu, minggu dan hari-hari libur tarif masuk adalah Rp. 7.000/ Orang. Untuk hari biasa tarif masuk adalah Rp. 4.000 untuk setiap orangnya. Dan untuk hari khusus seperti hari Raya Idul Fitri dan hari khusus lainnya tarif masuk adalah Rp. 10.000 untuk setiap orangnya.

Dengan harga tarif diatas yang cukup terjangkau, seharusnya objek wisata danau buatan ramai di kunjungi oleh pengunjung. Tapi, pada kenyataannya, kunjungan sangatlah sepi pada objek wisata danau buatan kota

pekanbaru. tentu saja hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya dengan minimnya fasilitas hiburan yang ada pada objek wisata danau buatan. Dalam perkembangannya wahana hiburan yang ada pada objek wisata danau buatan hanya terdapat dua fasilitas hiburan saja. Yaitu :

1. Sepeda Air dengan tarif Rp. 25.000/ Jam, dan
2. Speed Boot dengan tarif Rp. 60.000/ putaran.

Dengan fasilitas hiburan yang sangat minim ini, dampaknya sangatlah berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan ke objek wisata danau buatan kota Pekanbaru. untuk membuktikan bahwa fasilitas hiburan berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan, berikut penulis sajikan perbedaan kunjungan wisatawan pada objek wisata Alam Mayang dan Danau Buatan kota pekanbaru :

Tabel 1.5
Perbedaan Tingkat Kunjungan Wisatawan
Pada Objek Wisata Alam Mayang dan Danau Buatan Kota Pekanbaru

No	TAHUN	Jumlah Pengunjung	
		Alam Mayang	Danau Buatan
1	2009	28.978	26.837
2	2010	30.567	25.279
3	2011	43.298	24.981
4	2012	55.978	21.096

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru

Berdasarkan tabel diatas, dapat di ambil kesimpulan bahwa jumlah pengunjung terus menurun dari tahun ke tahun untuk objek wisata danau buatan yang minim fasilitas. Sedangkan untuk objek wisata alam mayang terus meningkat dari tahun ke tahun. Karena pada objek wisata alam mayang banyak sekali fasilitas hiburan yang tidak di miliki oleh objek wisata danau buatan. Dan ini adalah suatu permasalahan yang harus segera di perbaiki oleh pemerintah dan

terutama untuk dinas terkait yang bertanggung jawab terhadap objek wisata danau buatan kota Pekanbaru.

Dan hal ini juga bukan hanya semata-mata minim fasilitas yang mempengaruhi dari kunjungan wisatawan. Kunjungan wisatawan juga dapat di pengaruhi dengan kurang maksimalnya promosi yang dilakukan oleh dinas pariwisata kota pekanbaru yang bertanggung jawab terhadap objek wisata danau buatan kota Pekanbaru. sepiunya pengunjung juga akan berdampak pada kontribusi PAD yang kecil dari Danau Buatan untuk kota Pekanbaru. untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.6
Kontribusi PAD Objek Wisata Danau Buatan
Kota Pekanbaru

No	Tahun	Pendapatan (<i>nilai rill</i>)
1	2009	15.800.600
2	2010	14.165.000
3	2011	13.465.800
4	2012	11.975.700

Sumber : **Dispenda Kota Pekanbaru 2013**

Berdasarkan tabel diatas, dapat diartikan bahwa kontribusi Objek Wisata Danau Buatan untuk PAD terus menurun mengingat kunjungan wisatawan yang juga terus menurun. Tentu hal ini harus menjadi perhatian lebih oleh pemerintah dan dinas terkait yang bertanggung jawab atas hal ini. Oleh karena itu, pemerintah terus meningkatkan kinerja untuk mempromosikan objek wisata danau buatan kota pekanbaru ini. Karena objek wisata danau buatan ini adalah objek wisata unggulan dalam bidang objek wisata rekreasi yang ada di kota pekanbaru. dan dalam hal ini pemerintah harus mempromosikan ekstra keras lagi untuk hasil yang maksimal. Dalam hal ini pemerintah menganggarkan dana untuk kegiatan promosi

dan perbaikan-pebaikan infrastruktur yang ada pada objek wisata danau buatan. Berikut anggaran dana yang pemerintah berikan untuk pengembangan dan promosi untuk objek wisata danau buatan kota Pekanbaru :

Tabel 1.7
Anggaran Pengembangan dan Promosi
Objek Wisata Danau Buatan Kota Pekanbaru

No	Tahun	Anggaran Pengembangan dan Promosi
1	2009	4,5 Milliar
2	2010	3,8 Milliar
3	2011	3,8 Milliar
4	2012	8 Milliar

Sumber : **Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru**

Berdasarkan tabel diatas, dapat diartikan bahwa pemerintah mengalokasikan dana untuk mengembangkan dan dana untuk mempromosikan objek wisata danau buatan kota pekanbaru. anggaran pada tahun 2012 ditingkatkan menjadi 8 Milliar dari tahun sebelumnya hanya 3,8 Milliar. Jelas bahwa pemerintah menginginkan kemajuan yang pesat pada objek wisata danau Buatan kota pekanbaru. mengingat dari tahun ke tahun pengunjung selalu mengalami penurunan.

Dengan belum maksimalnya promosi yang di lakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru, hal ini tentu saja berpengaruh pada obyek wisata yang ada di kota Pekanbaru. Dan hal ini dapat dipertegas lagi dengan banyaknya warga Pekanbaru yang berwisata ke daerah lain seperti Sumatra Barat dan daerah lainnya. Jelas dengan keadaan seperti ini pemerintah daerah harus lebih serius lagi dalam mempromosikan objek wisata yang ada di Kota Pekanbaru. Jika dalam pelaksanaannya masih belum maksimal maka akan

berdampak tidak baik bagi perkembangan obyek wisata di kota Pekanbaru. Dan hal ini terjadi pada salah satu obyek wisata yang ada di kota Pekanbaru yaitu obyek wisata Danau Buatan, seperti yang di katakan oleh Armando, seorang penjaga loket tiket pintu masuk obyek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru, “sangat jarang masyarakat ingin berkunjung ke Danau Buatan karena memang minim fasilitasnya”

Atas permasalahan tersebut, penulis menginginkan dan untuk mengetahui strategi promosi serta kendala yang dialami oleh Pemerintah Daerah dalam mempromosikan objek wisata Kota Pekanbaru. Bertitik tolak pada latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut yang penulis tuangkan dalam karya tulis ilmiah dengan judul: **“Implementasi Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah Pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru ”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah Pengimplementasian Perda No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru ?
2. Kendala - Kendala apa saja yang ditemui dalam promosi objek wisata Danau Buatan daerah kota Pekanbaru dan bagaimana solusinya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Pengimplementasian Perda No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui bagaimana upaya – upaya yang di lakukan pemerintah daerah khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam memberikan kontribusi dalam mempromosikan objek wisata Danau Buatan Kota Pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Memberikan koreksi dan motivasi bagi pihak – pihak yang berwenang dalam melaksanakan Kegiatan Promosi objek wisata Kota Pekanbaru.
2. Memberikan kontribusi pengetahuan, pemikiran, dan wawasan bagi penulis khususnya dan masyarakat luas pada umumnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar penelitian ini akan di tuangkan dalam 5 bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini menjelaskan landasan teori yang ada hubungannya dengan penelitian ini, sehingga dapat mengemukakan suatu hipotesis serta variabel – variabel yang di teliti.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan beberapa hal diantaranya : Sampel penelitian, Desain penelitian, Variabel penelitian, Metode penelitian, dan pengajuan Hipotesis.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini merupakan bab yang berisikan keberadaan kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru, Stuktur Organisasi, dan Uraian tugas – tugas sub bagian.

BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil temuan yang diperoleh dalam penelitian berupa keseluruhan atau sebagian, baik yang sesuai maupun yang tidak sesuai dengan harapan umum atau peneliti. Dalam bab ini juga dipaparkan alasan kesesuaian atau ketidaksesuaian hasil penelitian. Selain itu dalam bab ini dijelaskan dan dibandingkan pula hasil yang diperoleh penelitian sebelumnya.

BAB VI : KESIMPULAN DAN PENUTUP

Dalam bab ini penulis membuat kesimpulan tentang hasil penelitian serta saran–saran yang dapat penulis sampaikan sebagai sumbangan pemikiran untuk pihak pemerintah.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

Kerangka teori dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau batasan-batasan tentang teori-teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang akan dilakukan. Menurut kamus Bahasa Indonesia Poerwadarminta, teori adalah “Pendapat yang dikemukakan sebagai suatu keterangan mengenai sesuatu peristiwa (kejadian), dan asas-asas, hukum-hukum umum yang menjadi dasar sesuatu kesenian atau ilmu pengetahuan; serta pendapat cara-cara dan aturan-aturan untuk melakukan sesuatu”. Selanjutnya, Teori adalah serangkaian asumsi, konsep, defenisi, dan proporsi untuk menerangkan fenomena sosial secara sistematis dengan cara merumuskan hubungan antar konsep. (Singarimbun, 2001 : 47).

A. Pengertian Implementasi

Secara umum istilah implementasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti pelaksanaan atau penerapan. Istilah implementasi biasanya dikaitkan dengan suatu kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan tertentu.

Kamus Webster, merumuskan secara pendek bahwa *to implement* (mengimplementasikan) berarti *to provide the means for carryingout* (menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu), *to give practical effect to* (menimbulkan dampak atau akibat terhadap sesuatu). Pengertian tersebut mempunyai arti bahwa untuk mengimplementasikan sesuatu harus disertai sarana

yang mendukung yang nantinya akan menimbulkan dampak atau akibat terhadap sesuatu itu. (Wahab, 2001 : 67)

Secara sederhana implementasi bisa diartikan pelaksanaan atau penerapan. Majone dan Wildavsky (dalam Nurdin dan Usman, 2002), mengemukakan implementasi sebagai evaluasi. Browne dan Wildavsky (dalam Nurdin dan Usman, 2004:70) mengemukakan bahwa "implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan". Pengertian implementasi sebagai aktivitas yang saling menyesuaikan juga dikemukakan oleh Mclaughin (dalam Nurdin dan Usman, 2004).

Pengertian-pengertian di atas memperlihatkan bahwa kata implementasi bermuara pada aktivitas, adanya aksi, tindakan, atau mekanisme suatu sistem. Ungkapan mekanisme mengandung arti bahwa implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan. Oleh karena itu, implementasi tidak berdiri sendiri tetapi banyak pendampingnya, termasuk dari kebijakan itu sendiri.

Jelas bahwa implementasi memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi dalam pelaksanaannya, salah satunya adalah kebijakan itu sendiri. Dapat disimpulkan bahwa implementasi dan kebijakan dapat diartikan atau dikatakan suatu analisis yang saling mempengaruhi, dengan adanya pengertian tersebut, maka implementasi dan kebijakan harus saling berkesinambungan secara nyata dan pasti. Dan Implementasi kebijakan itu sendiri merupakan suatu upaya untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu dengan sarana-sarana tertentu dan dalam urutan

waktu tertentu. (Bambang Sunggono 2001:137). Pada dasarnya, implementasi adalah untuk mencari bentuk dalam sesuatu yang akan dilaksanakan.

B. Peraturan Daerah (PERDA)

Menurut Undang- Undang Nomor 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan yang dimaksud dengan Peraturan Daerah (Perda) adalah peraturan perundang-undangan yang dibentuk oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dengan persetujuan bersama Kepala Daerah.

Definisi lain adalah peraturan perundang- undangan yang dibentuk bersama oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) dengan Kepala Daerah baik di Propinsi maupun di Kabupaten/Kota.

Dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (UU Pemda), Perda dibentuk dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah Propinsi/Kabupaten/Kota dan tugas pembantuan serta merupakan penjabaran lebih lanjut dari peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi dengan memperhatikan ciri khas masing- masing daerah.

Sesuai ketentuan Pasal 12 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan, materi muatan Perda adalah seluruh materi muatan dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah dan tugas pembantuan dan menampung kondisi khusus daerah serta penjabaran lebih lanjut Peraturan Perundang-undangan yang lebih tinggi. Rancangan Peraturan Daerah dapat berasal dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), Gubernur atau Bupati/Walikota.

Pembentukan Perda yang baik harus berdasarkan pada asas pembentukan peraturan perundang-undangan sebagai berikut:

- a. Kejelasan tujuan, yaitu bahwa setiap pembentukan peraturan perundang-undangan harus mempunyai tujuan yang jelas yang hendak dicapai.
- b. Kelembagaan atau organ pembentuk yang tepat, yaitu setiap jenis peraturan perundang-undangan harus dibuat oleh lembaga/pejabat pembentuk peraturan perundang-undangan yang berwenang dan dapat dibatalkan atau batal demi hukum bila dibuat oleh lembaga/pejabat yang tidak berwenang.
- c. Kesesuaian antara jenis dan materi muatan, yaitu dalam pembentukan peraturan perundang-undangan harus benar-benar memperhatikan materi muatan yang tepat dengan jenis peraturan perundang-undangan.
- d. Dapat dilaksanakan, yaitu bahwa setiap pembentukan peraturan perundang-undangan harus memperhatikan efektifitas peraturan perundang-undangan tersebut di dalam masyarakat, baik secara filosofis, yuridis maupun sosiologis.
- e. Kedayagunaan dan kehasilgunaan, yaitu setiap peraturan perundang-undangan dibuat karena memang benar-benar dibutuhkan dan bermanfaat dalam mengatur kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.
- f. Kejelasan rumusan, yaitu setiap peraturan perundang-undangan harus memenuhi persyaratan teknis penyusunan, sistematika dan pilihan kata

atau terminologi, serta bahasa hukumnya jelas dan mudah dimengerti sehingga tidak menimbulkan berbagai macam interpretasi dalam pelaksanaannya.

- g. Keterbukaan, yaitu dalam proses pembentukan peraturan perundang-undangan mulai dari perencanaan, persiapan, penyusunan dan pembahasan bersifat transparan dan terbuka. Dengan demikian seluruh lapisan masyarakat mempunyai kesempatan seluas-luasnya untuk memberikan masukan dalam proses pembuatan peraturan perundang-undangan.

Di samping itu materi muatan Perda harus mengandung asas-asas sebagai berikut:

- a. Asas pengayoman, bahwa setiap materi muatan Perda harus berfungsi memberikan perlindungan dalam rangka menciptakan ketentraman masyarakat.
- b. Asas kemanusiaan, bahwa setiap materi muatan Perda harus mencerminkan perlindungan dan penghormatan hak-hak asasi manusia serta harkat dan martabat setiap warga negara dan penduduk Indonesia secara proporsional.
- c. Asas kebangsaan, bahwa setiap muatan Perda harus mencerminkan sifat dan watak bangsa Indonesia yang pluralistik (kebhinnekaan) dengan tetap menjaga prinsip negara kesatuan Republik Indonesia.

- d. Asas kekeluargaan, bahwa setiap materi muatan Perda harus mencerminkan musyawarah untuk mencapai mufakat dalam setiap pengambilan keputusan.
- e. Asas kenusantaraan, bahwa setiap materi muatan Perda senantiasa memperhatikan kepentingan seluruh wilayah Indonesia dan materi muatan Perda merupakan bagian dari sistem hukum nasional yang berdasarkan Pancasila.
- f. Asas bhinneka tunggal ika, bahwa setiap materi muatan Perda harus memperhatikan keragaman penduduk, agama, suku dan golongan, kondisi daerah dan budaya khususnya yang menyangkut masalah-masalah sensitif dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.
- g. Asas keadilan, bahwa setiap materi muatan Perda harus mencerminkan keadilan secara proporsional bagi setiap warga negara tanpa kecuali.
- h. Asas kesamaan dalam hukum dan pemerintahan, bahwa setiap materi muatan Perda tidak boleh berisi hal-hal yang bersifat membedakan berdasarkan latar belakang, antara lain agama, suku, ras, golongan, gender atau status sosial.
- i. Asas ketertiban dan kepastian hukum, bahwa setiap materi muatan Perda harus dapat menimbulkan ketertiban dalam masyarakat melalui jaminan adanya kepastian hukum.
- j. Asas keseimbangan, keserasian dan keselarasan, bahwa setiap materi muatan Perda harus mencerminkan keseimbangan, keserasian dan

keselarasan antara kepentingan individu dan masyarakat dengan kepentingan bangsa dan negara.

Selain asas dan materi muatan di atas, DPRD dan Pemerintah Daerah dalam menetapkan Perda harus mempertimbangkan keunggulan lokal/daerah, sehingga mempunyai daya saing dalam pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat daerahnya.

Prinsip dalam menetapkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam menunjang Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) adalah bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui mekanisme APBD, namun demikian untuk mencapai tujuan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat daerah bukan hanya melalui mekanisme tersebut tetapi juga dengan meningkatkan daya saing dengan memperhatikan potensi dan keunggulan lokal/daerah, memberikan insentif (kemudahan dalam perijinan, mengurangi beban Pajak Daerah), sehingga dunia usaha dapat tumbuh dan berkembang di daerahnya dan memberikan peluang menampung tenaga kerja masyarakat daerahnya.

Dalam rangka tertib administrasi dan peningkatan kualitas produk hukum daerah, diperlukan suatu proses atau prosedur penyusunan Perda agar lebih terarah dan terkoordinasi. Hal ini disebabkan dalam pembentukan Perda perlu adanya persiapan yang matang dan mendalam, antara lain pengetahuan mengenai materi muatan yang akan diatur dalam Perda, pengetahuan tentang bagaimana menuangkan materi muatan tersebut ke dalam Perda secara singkat tetapi jelas dengan bahasa yang baik serta mudah dipahami, disusun secara sistematis tanpa

meninggalkan tata cara yang sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia dalam penyusunan kalimatnya.

Prosedur penyusunan ini adalah rangkaian kegiatan penyusunan produk hukum daerah sejak dari perencanaan sampai dengan penetapannya. Menurut (Bambang Setyadi, 2007:29) Proses pembentukan Perda terdiri dari 3 (tiga) tahap, yaitu:

1. Proses penyiapan rancangan Perda yang merupakan proses penyusunan dan perancangan di lingkungan DPRD atau di lingkungan Pemda (dalam hal ini Raperda usul inisiatif). Proses ini termasuk penyusunan naskah inisiatif (initiatives draft), naskah akademik (academic draft) dan naskah rancangan Perda (legal draft).
2. Proses mendapatkan persetujuan, yang merupakan pembahasan di DPRD.
3. Proses pengesahan oleh Kepala Daerah dan pengundangan oleh Sekretaris Daerah.

C. Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah

Peraturan daerah No 13 Tahun 2000 Ditetapkan di Pekanbaru Pada tanggal 18 desember 2000. Dan mulai berlaku pada tanggal diundangkan yaitu pada tanggal 31 Desember Tahun 2000.

Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah kota Pekanbaru ini di buat berdasarkan adanya otonomi daerah, yaitu pemerintah daerah mempunyai wewenang penuh untuk mengelola daerah tersebut. dengan adanya Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah

kota Pekanbaru, diharapkan kota pekanbaru dapat mengembangkan pariwisata yang ada di kota Pekanbaru tersebut. dan salah satunya adalah dengan mempromosikan pariwisata tersebut sesuai dengan Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000.

Promosi pariwisata daerah adalah upaya dan kegiatan secara sistematis yang dilaksanakan oleh daerah guna merangsang masyarakat agar menggunakan waktu luangnya untuk melakukan wisata di dan ke Daerahnya.

Dan berikut Kegiatan Promosi yang tertuang pada Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 yang terdapat pada bab 2 pasal 3, 5, 6, dan 7. Isi Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 bab 2 pasal 3 ialah Promosi pariwisata Daerah merupakan bagian dari kegiatan pemasaran dilaksanakan melalui tiga cara :

- a. Pemasangan iklan.
- b. Pengadaan sarana pendukung penjualan.
- c. Hubungan masyarakat.

Isi Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 bab 2 pasal 5 tentang pemasangan iklan meliputi:

- 1) Pemasangan iklan dalam media cetak berupa pemasangan iklan dalam surat kabar, majalah dan penerbitan-penerbitan lainnya.
- 2) Pemasangan iklan dalam media elektronik berupa pemasangan iklan, visi radio dan media elektronik lainnya.
- 3) Pemasangan iklan dalam ruang terbuka berupa pemasangan iklan di tempat umum, berbentuk papan reklame. lampu. poster dan lain-lain.

Isi Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 bab 2 pasal 6 tentang pengadaan sarana pendukung penjualan meliputi:

- 1) Bahan promosi dan informasi cetakan berupa folder (leaflet), booklet, majalah, poster, sticker dan lain-lain.
- 2) Bahan promosi dan informasi rekaman suara bergambar yang berupa film dan video kaset, rekaman, penyajian dengan slide dan lain-lain.
- 3) Bahan promosi dan informasi berupa peragaan berupa papan pengumuman dan lain-lain.
- 4) Bahan promosi dan informasi lainnya.

Isi Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 bab 2 pasal 7 tentang hubungan masyarakat meliputi:

- 1) Penyelenggaraan widyawisata pengenalan bagi tour operator, penulis wisata, press, produser film, televisi, organisasi pariwisata dan industri lainnya.
- 2) Keikutsertaan dalam kegiatan pariwisata dalam dan diluar negeri.
- 3) Pembinaan hubungan dengan industri pariwisata, organisasi kepariwisataan serta masyarakat dan lain-lain.
- 4) Penyelenggaraan pelayanan informasi kepariwisataan.

D. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kebijaksanaan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan atau lembaga-lembaga dalam rangka meningkatkan penjualan, dan juga merupakan suatu media atau strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memperkenalkan produknya kepada para konsumen.

Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia, secara harfiah kegiatan promosi adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan melakukan pameran, periklanan, demonstrasi serta usaha-usaha lain yang bersifat persuasif.

Sedangkan dalam Kamus Istilah Periklanan Indonesia promosi didefinisikan sebagai usaha komunikasi yang menjembatani kesenjangan antara produsen dengan konsumen. Usaha komunikasi itu dapat dibagi dalam bagian-bagian yang terdiri atas periklanan, publisitas, humas dan proyek-proyek khusus seperti *door to door* (pintu ke pintu), *direct mail* (iklan pos langsung), *sampling* (persontohan).

Dalam pengertian promosi beberapa para ahli mendefinisikan promosi sebagai berikut:

1. Promosi adalah upaya menjual komoditas yang dihasilkan kepada calon pembeli. Dan tujuan promosi adalah untuk menarik minat calon pembeli terhadap komoditas yang diperlukan. (Amir, 1999:126)
2. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menonjolkan suatu keistimewaan produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam membujuk konsumen sasaran untuk membelinya. (Philip Kotler, 2000: 681).
3. Promosi adalah kegiatan mengkonsumsi informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. (Basu Swastha, 2000: 349)

4. Definisi senada dikemukakan oleh William J Stanton dalam buku Prinsip Pemasaran yang menyebutkan bahwa promosi merupakan formula dari lima aspek yang dikenal dengan promotional mix yakni: Periklanan, Penjualan Personal, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, dan Publisitas. (William J Santon, 1994: 7).

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya. Promosi merupakan salah satu pengubah marketing mix yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Dan promosi juga dapat di jadikan langkah pertama untuk memajukan atau meningkatkan dalam sisi penjualan. Promosi dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. *Above The Line*

Above the line adalah aktifitas marketing atau promosi yang biasanya dilakukan oleh manajemen pusat sebagai upaya membentuk brand image yang diinginkan, contohnya adalah iklan di televisi dengan berbagai versi. Sifat dari above the line merupakan media tidak langsung yang mengenai audience, karena sifatnya yang terbatas pada penerimaan audience.

2. *Below The Line Below the line*

Adalah segala aktifitas marketing atau promosi yang dilakukan di tingkat retail/konsumen dengan salah satu tujuannya adalah merangkul konsumen supaya aware dengan produk, contohnya

program bonus/hadiah, event, pembinaan konsumen dan lain-lain. Semua aktifitas ini biasanya dilakukan oleh kantor perwakilan di daerah yang menjadi area pemasarannya. Pada intinya aktifitas below the line selalu bertujuan untuk mendukung dan mem-follow up aktifitas above the line. Sifat below the line merupakan media yang langsung mengenai pada audience karena sifatnya yang memudahkan audience langsung menyerap satu produk/pesan saja.

Oleh karena itu, promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha dan Sukotjo, 1993). Pada dasarnya maksud kata promosi adalah untuk memberitahu, membujuk, atau mengingatkan lebih khusus lagi. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi potential-customers atau pedagang perantara melalui komunikasi agar mereka terpikirkan untuk melakukan sesuatu (Yoeti, 1979).

Promosi itu sendiri dalam Kamus Istilah Periklanan Indonesia dibedakan dalam beberapa jenis yaitu:

1. Promosi Konsumsi

Aktifitas pemasaran, pengiklan dan promosi penjualan yang mengarahkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk.

2. Promosi Niaga

Kegiatan promosi yang khusus ditujukan untuk meningkatkan volume nilai perdagangan suatu produk atau kelompok produk.

3. Promosi Penjualan

Kegiatan, bahan, sarana, dan teknik yang digunakan untuk mendukung upaya periklanan dan pemasaran serta membantu mengkoordinasi periklanan dengan usaha penjualan pribadi berupa lotre, diskon, kupon, kontes pemberian potongan harga dan sebagainya.

4. Promosi Perorangan

Upaya promosi yang berpangkal pada upaya untuk menjual suatu produk atas dasar penonjolan kepribadian seorang tokoh yang terkenal atau (Selebrity Promotion).

5. Promosi Produk

Usaha-usaha promosi yang dilakukan didalam toko atau pemasangan berbagai perangkat promosi dalam toko.

Dilakukannya promosi tentu saja memiliki suatu fungsi serta tujuan, dan berikut beberapa fungsi dan tujuan dilakukannya promosi:

Menurut Terence A. Shimp (2000:7) fungsi dari kegiatan promosi antara lain:

1. *Informing* (Memberikan Informasi)
2. *Persuading* (Membujuk)
3. *Reminding* (Mengingat)
4. *Adding Value* (Menambah nilai)

5. *Assisting* (Mendampingi upaya-upaya lain dari perusahaan atau lembaga terkait)

Kelima fungsi yang disebutkan di atas lebih ditujukan kepada konsumen. Di samping itu promosi juga memiliki tujuan untuk memenangkan persaingan dengan kompetitor. Salah satu strategi memenangkan persaingan dalam dunia pemasaran atau promosi adalah menggunakan *Public Relations* dengan baik.

Secara umum tujuan dari diadakannya kegiatan promosi antara lain: untuk menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial, untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan *profit*, untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan, untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar, membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing dan membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.

Rossiter dan Percy (dalam Tjiptono, 2002:222) mengklasifikasikan tujuan promosi sebagai efek dari komunikasi sebagai berikut:

1. Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (*category need*).
2. Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (*brand awareness*).
3. Mendorong pemilihan terhadap suatu produk (*brand attitude*).
4. Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk (*brand purchase intention*).

5. Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran lain (*purchase facilitation*).
6. Menanamkan citra produk dan perusahaan (*positioning*).

Peran dari promosi sangatlah penting untuk memajukan sesuatu yang akan di tingkatkan atau dalam arti kata akan lebih untuk dimajukan dari sebelumnya.

E. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. (Yoeti, 1996:118).

Pariwisata berasal dari kata wisata yang berarti perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek wisata dan daya tarik wisata. (Pemerintah Propinsi Daerah Tingkat I Riau, tt:2).

Pariwisata menurut Robert McIntosh bersama Shaskinant Gupta dalam Oka A.Yoeti (1992:8) adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah tuan rumah serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan serta para pengunjung lainnya.

Menurut Richard Sihite dalam Marpaung dan Bahar (2000:46-47) menjelaskan definisi pariwisata sebagai berikut : Pariwisata adalah suatu

perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamsyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Menurut definisi yang lebih luas yang dikemukakan oleh H.Kodhyat (1983:4) adalah sebagai berikut : Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Sedangkan menurut pendapat dari James J.Spillane (1982:20) mengemukakan bahwa pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain.

Menurut Salah Wahab (1975:55) mengemukakan definisi pariwisata yaitu pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi.

Nyoman S. Pendit (2003:33) menjelaskan tentang kepariwisataan sebagai berikut:

Kepariwisataan juga dapat memberikan dorongan langsung terhadap kemajuan pembangunan atau perbaikan pelabuhan pelabuhan (laut atau udara), jalan-jalan raya, pengangkutan setempat, program

program kebersihan atau kesehatan, pilot proyek sasana budaya dan kelestarian lingkungan dan sebagainya. Yang kesemuanya dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik bagi masyarakat dalam lingkungan daerah wilayah yang bersangkutan maupun bagi wisatawan pengunjung dari luar. Kepariwisataaan juga dapat memberikan dorongan dan sumbangan terhadap pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi negara-negara yang telah berkembang atau maju ekonominya, dimana pada gilirannya industri pariwisata merupakan suatu kenyataan ditengah-tengah industri lainnya.

Menurut Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan Bab I Pasal 1 ; dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Jadi pengertian wisata itu mengandung unsur yaitu : (1) Kegiatan perjalanan; (2) Dilakukan secara sukarela; (3) Bersifat sementara; (4) Perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

F. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Dinas kebudayaan dan pariwisata adalah salah satu satuan kerja di pemerintah Kabupaten / Kota sebagai unsur penyelenggara pemerintahan dibidang kebudayaan dan pariwisata.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Pekanbaru adalah satuan kerja dilingkungan kerja pemerintah kota Pekanbaru sebagi unsur penyelenggara pemerintahan mengenai kebudayaan dan pariwisata ditingkat Kabupaten Kota Pekanbaru.

Adapun fungsi dari Dinas tersebut secara umum adalah menjaga, mengelola, melestarikan, mempromosikan, dan memasarkan tantang potensi wisata dan kebudayaan di Kota Pekanbaru.

2.2. Definisi Konsep

Agar memudahkan dalam menganalisa data guna mendapatkan pengertian yang jelas dan permasalahan tidak kabur, maka diperlukan definisi konsep.

Implementasi adalah suatu pelaksanaan atau juga penerapan. Dan pelaksanaan tersebut dilakukan atas dasar kebijakan – kebijakan yang telah di buat sebelumnya.

Promosi adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan melakukan pameran, periklanan, demonstrasi serta usaha-usaha lain yang bersifat persuasif.

Dan untuk lebih jelasnya, dapat di lihat pada tabel konsep operasional berikut ;

2.3. Konsep Operasional

Menurut Winardi(2007: 42) konsep adalah abstraksi mengenai suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dari sejumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu.

Konsep operasional merupakan operasional adalah suatu penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel, sehingga melalui pengukuran ini dapat diketahui indikator-indikator apa saja sebagai pendukung untuk analisis dari variabel tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada tabel konsep operasional di bawah ini ;

Tabel 2.1
Konsep Operasional

Definisi Konsep	Variabel	Indikator	Sub. Indikator	Skala Pengukuran
Implementasi	Promosi	Pemasangan iklan	<p>a. Pemasangan iklan dalam media cetak berupa pemasangan iklan dalam surat kabar dan majalah.</p> <p>b. Pemasangan iklan dalam media elektronik berupa pemasangan iklan dan visi radio.</p> <p>c. Pemasangan iklan dalam ruang terbuka berupa pemasangan iklan di tempat umum, berbentuk papan reklame. Lampu dan poster.</p>	<p>a. Sangat baik</p> <p>b. Baik</p> <p>c. Cukup baik</p> <p>d. Kurang baik.</p>
		Pengadaan sarana pendukung penjualan	<p>a. Bahan promosi dan informasi cetakan berupa folder (leaflet), booklet, majalah, poster, Sticker.</p> <p>b. Bahan promosi dan informasi rekaman suara bergambar yang berupa film dan video kaset, rekaman, penyajian dengan slide.</p> <p>c. Bahan promosi dan informasi berupa peragaan berupa papan pengumuman.</p>	<p>a. Sangat baik</p> <p>b. Baik</p> <p>c. Cukup baik</p> <p>d. Kurang baik</p>
		Hubungan masyarakat	<p>a. Penyelenggaraan widyawisata pengenalan bagi tour operator, penulis wisata, press, produser film, televisi, organisasi pariwisata.</p> <p>b. Keikutsertaan dalam kegiatan pariwisata dalam dan diluar negeri.</p> <p>c. Pembinaan hubungan dengan industri pariwisata, organisasi kepariwisataan serta masyarakat.</p> <p>d. Penyelenggaraan pelayanan informasi kepariwisataan</p>	<p>a. Sangat baik</p> <p>b. Baik</p> <p>c. Cukup baik</p> <p>d. Kurang baik</p>

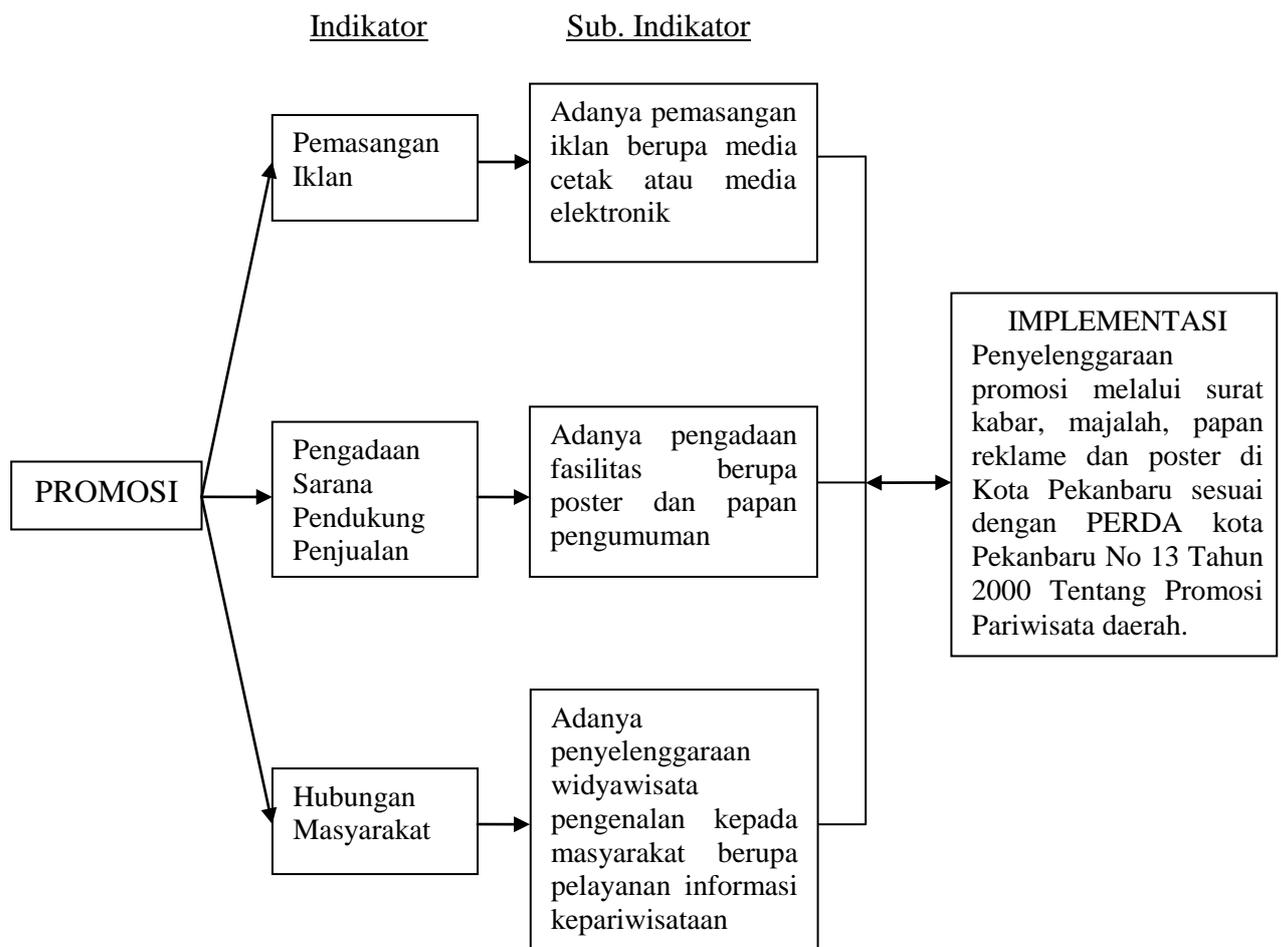
Sumber : Data Olahan Penulis, Tahun 2013

2.4. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melaksanakan pengimplementasian dalam upaya merealisasikan tujuan, dan hal tersebut haruslah melalui suatu proses atau langkah-langkah.

Kerangka berpikir dalam penelitian “Implementasi Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah Pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru” Sebagai Berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian Implementasi Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah Pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.



Sumber : Data Olahan Penulis, Tahun 2013

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan, sedangkan tempat penelitiannya adalah di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah kepala bidang promosi pariwisata daerah dan seluruh pegawai yang ada di dinas pariwisata Pekanbaru yang berjumlah 38 orang. Sedangkan objek penelitian ini adalah Implementasi Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No 13 tahun 2000 tentang Promosi Pariwisata Daerah pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.

3.3 Jenis dan Sumber Data

- a. Data Primer,** Menurut Husein Umar (2004 :99) data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu maupun perseorangan seperti hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti.
- b. Data Sekunder,** yaitu data dan informasi serta keterangan yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi dari Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dan sumber lainnya.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan anggota atau objek-objek yang menjadi fokus penelitian. Menurut Nanang Martono (2010 : 66) Populasi adalah “keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti”.

Populasi penelitian ini adalah 38 orang pegawai Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru. Mengingat jumlah populasi tidak terlalu besar, maka dalam penelitian ini tidak diambil sampel. Dan teknik yang digunakan adalah teknik sampel jenuh.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penyusun menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan proses komunikasi secara langsung dengan melakukan tanya jawab kepada responden seputar informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Dalam wawancara ini penulis meminta informasi dari *key informan* yang terdiri dari Kasi Promosi pada kantor Dinas Pariwisata kota Pekanbaru, Penjaga loket tiket objek wisata Danau Buatan Kota Pekanbaru dan masyarakat yang berkunjung di objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru.

b. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan metode pengamatan secara langsung dan menggambarkan permasalahan yang sedang diamati sebagai objek kajian dari penelitian. Observasi atau yang disebut pula pengamatan, meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indra. Jadi mengobservasi dapat dilakukan melalui penglihatan, peraba dan pengecap. Arikunto (2002 :133)

c. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan metode memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan responden akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Kuisisioner ini ditujukan kepada subjek yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Atau juga kuesioner dapat diartikan sebagai pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang disebarkan kepada responden. Arikunto (2002 : 135)

3.6 Analisis Data

Setelah data yang diperlukan pada penelitian ini diperoleh, data tersebut dikelompokkan, diuraikan sesuai dengan jenis dan macam data, kemudian disajikan dalam bentuk tabel-tabel yang dilengkapi dengan penjelasan untuk selanjutnya dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu sebuah analisa yang menjelaskan dan memaparkan kenyataan-kenyataan yang sesungguhnya terjadi dilapangan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

4.1. Luas Wilayah Kota Pekanbaru

Kota Pekanbaru terletak antara 101°14'-101°34' Bujur Timur dan 0°25'-0°45' Lintang Utara. Dengan ketinggian dari permukaan laut berkisar 5-50 meter. Permukaan wilayah bagian utara landai dan bergelombang dengan ketinggian berkisar antara 5-11 meter. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1987 Tanggal 7 September 1987 Daerah Kota Pekanbaru diperluas dari ± 62,96 Km² menjadi ± 446,50 Km², terdiri dari 8 Kecamatan dan 45 Kelurahan/Desa. Dari hasil pengukuran/pematokan di lapangan oleh BPN Tk. I Riau maka ditetapkan luas wilayah Kota Pekanbaru adalah 632,26 Km².

Dengan meningkatnya kegiatan pembangunan menyebabkan meningkatnya kegiatan penduduk disegala bidang yang pada akhirnya meningkatkan pula tuntutan dan kebutuhan masyarakat terhadap penyediaan fasilitas dan utilitas perkotaan serta kebutuhan Lainnya. Untuk lebih terciptanya tertib pemerintahan dan pembinaan wilayah yang cukup luas, maka dibentukkan Kecamatan Baru dengan Perda Kota Pekanbaru No. 4 Tahun 2003 menjadi 12 Kecamatan dan Kelurahan/Desa baru dengan Perda tahun 2003 menjadi 58 Kelurahan/Desa.

Kota Pekanbaru dibelah oleh Sungai Siak yang mengalir dari barat ke timur. Memiliki beberapa anak sungai antara lain : Sungai Umban Sari, Air Hitam, Siban, Setukul, Pengambang, Ukui, Sago, Senapelan, Limau, Tampan dan

Sungai Sail. Sungai Siak juga merupakan jalur perhubungan lalu lintas perekonomian rakyat pedalaman ke kota serta dari daerah lainnya.

Kota Pekanbaru berbatasan dengan daerah Kabupaten/Kota :

- Sebelah Utara : Kabupaten Siak dan Kabupaten Kampar
- Sebelah Selatan : Kabupaten Kampar dan Kabupaten Pelalawan
- Sebelah Timur : Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan
- Sebelah Barat : Kabupaten Kampar

Kota Pekanbaru pada umumnya beriklim tropis dengan suhu udara maksimum berkisar antara 34,1° C-35,6° C dan suhu minimum antara 20,2° C-23,0° C Curah hujan antara 38,6-435,0 mm/tahun dengan keadaan musim berkisar :

- Musim hujan jatuh pada bulan Januari s/d April dan September s/d Desember.
- Musim Kemarau jatuh pada bulan Mei s/d Agustus

Daerah kota Pekanbaru yang memiliki ketinggian antara 1 sampai 20 meter dengan curah hujan dalam klasifikasi sedang, yaitu antara 100-200 per bulan. Kelembapan maksimum antara 96%-100%. Kelembapan minimum antara 46%-62%. Secara umum permasalahan banjir di kota ini adalah masalah genangan air, baik akibat adanya limpasan dari saluran drainase yang ada maupun akibat terhambatnya pengaliran air. Saluran drainase yang ada saat ini baru mencakup 13.930 Ha, yang terdiri dari sistem drainase besar sepanjang 10.123 meter, sistem drainase kecil sepanjang 15.456 m dan sistem drainase tersier sepanjang 7.789 m.

4.2. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru

Sesuai dengan Undang-Undang No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah maka penyelenggaraan pemerintah daerah lebih mengutamakan azas desentralisasi atau kewenangan yang lebih besar di daerah, pemberian otonomi kepada daerah akan semakin mendukung kemandirian dalam merumuskan kebijakan sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan karakteristik lokal.

Dengan adanya Undang-undang No. 32 Tahun 2004 ditambah lagi dengan perubahan struktur pemerintahan maka Pemerintah Daerah lebih mengutamakan implementasi daerah yang tertinggal. Dengan adanya hal tersebut Pemerintah Kota Pekanbaru telah mengeluarkan Perda No. 7 Tahun 2008 tentang pembentukan Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dinas-Dinas di lingkungan Pemerintah Kota Pekanbaru.

Berdasarkan Peraturan Daerah tersebut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru adalah satu pelaksana Pemerintah Kota Pekanbaru di bidang Pariwisata, Seni dan Budaya, yang dipimpin oleh Kepala Dinas yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Walikota dengan tugas Pokoknya melaksanakan kewenangan otonomi daerah di bidang kebudayaan dan pariwisata daerah kota Pekanbaru.

Tugas pokok ini lebih lanjut dituangkan pada Peraturan Daerah No 8 Tahun 2008 tentang Pembentukan Susunan Organisasi, Kedudukan Dan Tugas Pokok Dinas-Dinas Di Lingkungan Pemerintah Kota Pekanbaru. Berikut susunan organisasi dan kedudukan pada Dinas pariwisata kota Pekanbaru pada Bab 9 pasal

21 dan 22, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bagian Kesatu tentang Susunan Organisasi dan bagian kedua tentang kedudukan :

4.2.1 Bagian Kesatu, Susunan Organisasi, Pasal 21;

- 1) Susunan organisasi Kebudayaan dan Pariwisata terdiri dari :
 - a. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata;
 - b. Sekretaris, membawahi :
 1. Sub Bagian Kepegawaian, Umum dan Perlengkapan;
 2. Sub Bagian Keuangan;
 3. Sub Bagian Penyusunan Program.
 - c. Bidang Pembinaan Seni dan Budaya, membawahi ;
 1. Seksi Kesenian;
 2. Seksi Nilai-Nilai Budaya;
 3. Seksi Sejarah dan Kepurbakalaan.
 - d. Bidang Pengembangan Pemasaran, membawahi :
 1. Seksi Promosi;
 2. Seksi Bimbingan Masyarakat;
 3. Seksi Informasi dan Dokumentasi.
 - e. Bidang Pembinaan dan Pengembangan Industri Pariwisata, membawahi :
 1. Seksi Jasa Pariwisata;
 2. Seksi Rekreasi dan Hiburan;
 3. Seksi Sarana dan Prasarana Pariwisata.
 - f. Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD);

g. Kelompok Jabatan Fungsional.

- 2) Bagian susunan organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah sebagaimana tercantum dalam lampiran 7 dan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari Peraturan Daerah ini.

4.2.2. Bagian kedua, Kedudukan, Pasal 22;

- 1) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata merupakan unsur pelaksana otonomi daerah di bidang Kebudayaan dan Pariwisata.
- 2) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dipimpin oleh Kepala Dinas yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah.
- 3) Kepala Dinas sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diangkat dan diberhentikan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 4) Sekretariat Dinas dipimpin oleh Sekretaris yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas.
- 5) Bidang dipimpin oleh Kepala Bidang yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas.
Sub Bagian dipimpin oleh Kepala Sub Bagian yang bertanggungjawab kepada Sekretaris Dinas.
- 6) Seksi dipimpin oleh Kepala Seksi yang bertanggung jawab kepada Kepala Bidang.
- 7) Jumlah dan jenis jabatan fungsional akan diatur lebih lanjut dengan Peraturan Walikota;

4.3. Visi dan Misi Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru

Dalam hal pencapaian suatu tujuan di perlukan suatu perencanaan dan tindakan nyata untuk dapat mewujudkannya, secara umum bisa di katakan bahwa Visi dan Misi adalah suatu konsep perencanaan yang di sertai dengan tindakan sesuai dengan apa yang di rencanakan untuk mencapai suatu tujuan.

Visi adalah suatu pandangan jauh tentang sebuah instansi, tujuan-tujuan instansi dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. Visi itu tidak dapat dituliskan secara lebih jelas menerangkan detail gambaran sistem yang ditujunya, dikarenakan perubahan ilmu serta situasi yang sulit diprediksi selama masa yang panjang tersebut.

Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh lembaga dalam usahanya mewujudkan Visi. Misi juga akan memberikan arah sekaligus batasan proses pencapaian tujuan. Berikut visi dan misi Dinas Pariwisata kota Pekanbaru :

4.3.1. Visi Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru

" Terwujudnya Kota Pekanbaru Menjadi Pusat Kebudayaan Melayu dan Kota Wisata Yang Bernuansa Melayu Berlandaskan Iman dan Taqwa "

4.3.2 Misi Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.

1. Melestarikan, membina dan mengembangkan budaya Melayu ditengah-tengah masyarakat
2. Menjadikan tempat-tempat wisata dan hiburan bebas dari perjudian, miras dan narkoba

3. Menggali, melestarikan dan mengembangkan potensi objek-objek wisata
4. Meningkatkan peran serta masyarakat dan pihak pengusaha dalam mewujudkan sadar wisata
5. Meningkatkan sumber daya aparatur Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

Berdasarkan hasil interaksi faktor-faktor lingkungan strategis, maka keberhasilan pencapaian Visi dan Misi Dinas Pariwisata kota Pekanbaru akan ditentukan oleh faktor-faktor keberhasilan, yaitu :

- a. Tersedianya Sumber Daya Manusia secara Proporsional dan Profesional.
- b. Tersedianya data/ informasi yang memadai dalam upaya promosi dan pelestarian.
- c. Adanya kerjasama antar institusi yang bergerak diberbagai Bidang yang mendukung Pembangunan Bidang Pariwisata.
- d. Tersedianya Sarana dan Prasarana yang memadai.

4.4. Stuktur Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru

Struktur organisasi dan tata kejrta merupakan kerangka kerja yang menggambarkan hubungan dan batasan-batasan kegiatan yang jelas dalam memberikan kewenanagan dan tanggungjawab dari setiap yang ada dalam suatu organisasi atau instansi pemerintah. Dengan adanya struktur organisasi dan koordinasi antar bagian-bagian yang ada, hal ini memudahkan dalam pencapaian tujuan organisasi secara jelas, efektif dan efisien.

Struktur organisasi pada Dinas Pariwisata kota Pekanbaru akan memudahkan bagi pegawai/staf dalam menjalankan tugas dan pekerjaannya masing-masing, serta kepada siapa mereka harus bertanggung jawab. Selain itu melalui garis struktur organisasi yang mana tugas dan wewenang serta tanggung jawab telah tergambar dan dalam pelaksanaan tugasnya diharapkan akan mampu berjalan dengan baik sesuai dengan arahan-arahan maupun sasaran dari organisasi, sehingga semuanya menjadi jelas dan dapat berjalan dengan baik karena dengan adanya struktur organisasi yang jelas akan membantu dalam mencapai tujuan tersebut.

Organisasi selalu memiliki bagian struktur organisasi yang dapat dikatakan sebagai suatu garis koordinasi yang menggambarkan secara sistematis bagaimana hubungan kerja dari setiap orang yang ada didalam suatu organisasi tersebut. jadi suatu organisasi akan selalu terdapat unsur-unsur sebagai berikut:

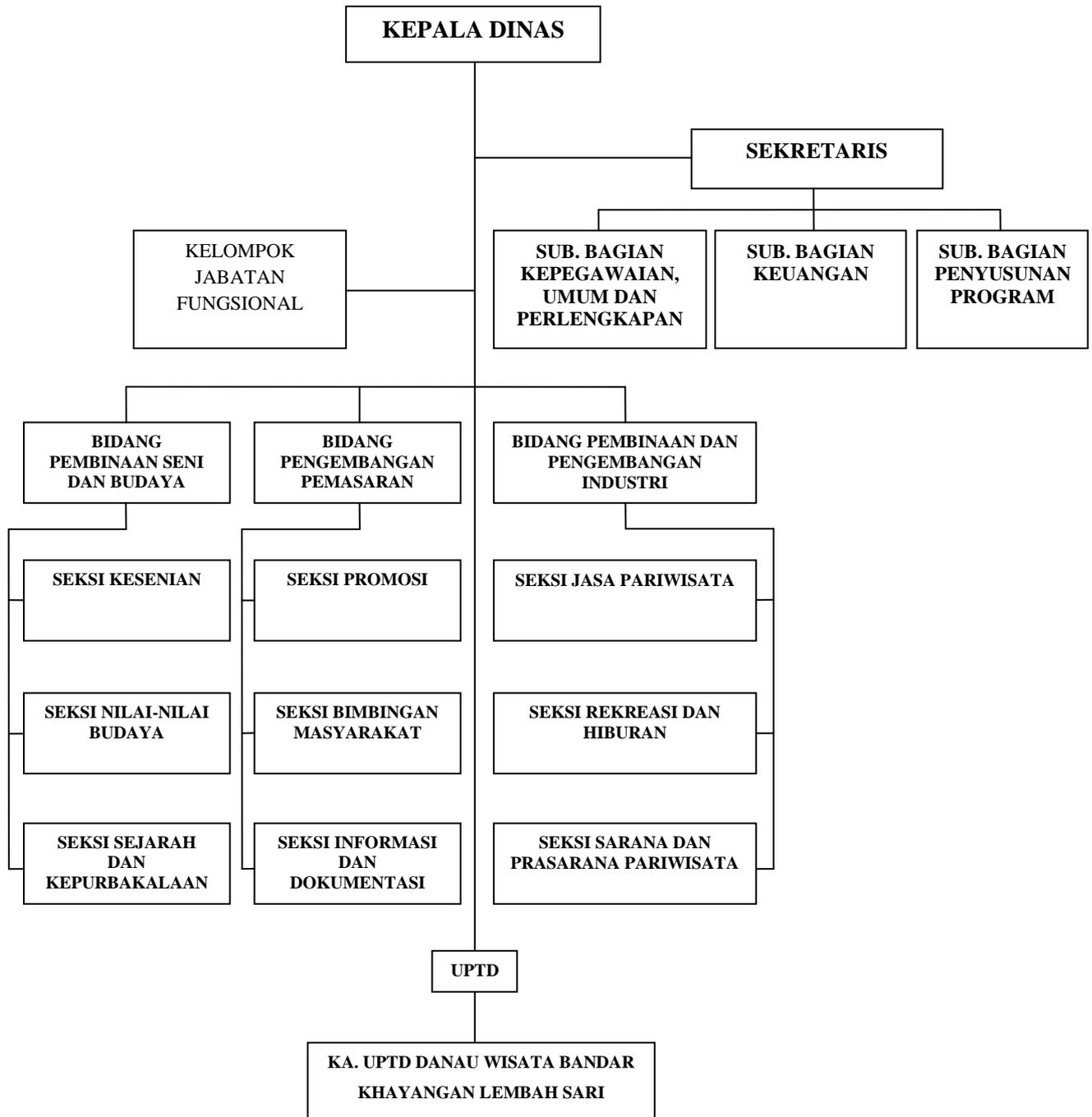
1. Adanya pimpinan.
2. Adanya sekelompok manusia yang dipimpin.
3. Adanya kerjasama.
4. Adanya tujuan

Dari beberapa unsur tersebut diatas ternyata unsur pemimpin mempunyai kedudukan yang tertinggi dalam suatu organisasi yang juga sebagai pihak yang bertanggungjawab terhadap kelancaran jalannya kegiatan-kegiatan organisasi dan seluruh aktifitas yang ada didalam Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru yang di Pimpinnya. Seorang pemimpin harus dapat dan mampu menciptakan suatu keadaan dimana bawahannya merasa ikut memiliki instansi/organisasi yang

mereka pimpin dan merasa aman serta senang hati dalam bekerjasama untuk tercapainya tujuan dari Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.

Bagi suatu instansi pemerintah yang menginginkan agar tujuannya tercapai. Disamping melaksanakan aktifitasnya dengan baik dan memperhatikan semua kebutuhan yang diperlukan instansi tersebut juga semestinya memiliki sebuah struktur organisasi yang ada pada dasarnya akan memudahkan dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan instansi yang bersangkutan.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru.



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden

Untuk melanjutkan pembahasan mengenai Implementasi Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No 13 Tahun 2000 tentang Promosi Pariwisata Daerah pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru (studi kasus di objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru) terlebih dahulu penulis tetapkan beberapa identitas responden yang keseluruhan berjumlah 38 orang responden. Dan selanjutnya penulis klasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, tingkat umur, tingkat pendidikan dan pangkat atau golongan. Untuk melihat kategori responden dapat dilihat pada tabel berikut ini.

A. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini merupakan data responden yang ditinjau dari jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan. Data ini di buat untuk melihat perbandingan antara jumlah responden laki-laki dan perempuan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.1
Rekapitulasi Jumlah Responden Di Kantor Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	22	57,9%
2	Perempuan	16	42,1%
Jumlah Keseluruhan		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Pada tabel 5.1 dapat dianalisa bahwasanya dari 38 responden yang berjenis kelamin laki- laki berjumlah 22 orang atau (57,9%) dan perempuan berjumlah 16 orang (42,1%). Dari tabel diatas terlihat bahwasanya antara

responden laki-laki dan responden perempuan lebih besar persentase responden laki- laki. Responden dalam Penelitian ini peneliti mengambil responden dari Kantor Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.

B. Identitas Responden Berdasarkan Umur

Identitas responden berdasarkan umur, Identifikasi responden penelitian juga dapat ditinjau dari tingkat umur yang dimiliki karena konsepsi umur merupakan faktor yang turut mempengaruhi cara berfikir, bertindak seseorang dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya sehari-hari berdasarkan kematangan dan pengalaman yang telah di jalani selama ini.

Tabel 5.2
Rekapitulasi Jumlah Responden Di Kantor Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru Berdasarkan Umur

No	Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1	31-35 Tahun	9	23,7%
2	36-40 Tahun	7	18,4%
3	41-45 Tahun	5	13,2%
4	46-50 Tahun	8	21,0%
5	51-55 Tahun	9	23,7%
Jumlah Keseluruhan		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.2 diatas dapat disimpulkan bahwasanya tingkat umur responden dari 38 responden, yang berusia 31-35 tahun berjumlah 9 orang responden atau (23,7%), yang berusia 36-40 tahun berjumlah 7 orang responden atau (18,4%), yang berusia 41-45 tahun berjumlah 5 orang responden atau (13,2%) , yang berusia 46-50 tahun berjumlah 8 orang responden atau (21,0%), dan untuk yang berusia 51-55 tahun berjumlah 9 orang responden atau (23,7%).

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa tingkat umur responden sudah cukup dewasa dalam memberikan tanggapan-tanggapannya terhadap pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini, sebab asumsi penulis adalah kedewasaan umur dapat memberikan isyarat terhadap kemampuan dari seseorang dalam menilai dan memutuskan suatu permasalahan dengan jalan pikir yang lebih matang dan lebih bijak, karena umur berhubungan dengan seberapa banyak pengalaman yang mereka peroleh.

C. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan merupakan segala usaha untuk membina kepribadian dan mengembangkan kemampuan manusia, baik jasmani maupun naluri yang berlangsung seumur hidup, baik dijalur formal maupun informal dalam mengembangkan pembangunan sumber daya manusia. Jadi, jenjang pendidikan juga berpengaruh pada cara berfikir seseorang.

Tabel 5.3
Rekapitulasi Identitas Responden Di Kantor Dinas Pariwisata Kota
Pekanbaru Berdasarkan Jenjang Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pasca Sarjana	8	21,0%
2	Sarjana	21	55,3%
3	SLTA	9	23,7%
Jumlah Keseluruhan		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.3 jumlah pegawai Dinas Pariwisata kota pekanbaru sebanyak 38 orang dan dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan pegawai bervariasi. Tingkat pendidikan Pasca Sarjana berjumlah 8 orang atau (21,0%), tingkat pendidikan Sarjana berjumlah 21 orang atau (55,3%), sedangkan tingkat pendidikan SLTA berjumlah 9 orang atau (23,7%).

Dari penjelasan diatas dapat dinyatakan bahwa secara umum tingkat pendidikan responden sudah dapat dikatakan baik. Karena variasi tingkat pendidikan responden sudah cukup baik yang mana mencakup seluruh tingkat pendidikan yakni mulai dari tingkat, SLTA dan ada juga yang Sampai dengan tingkat S2, secara kematangan cara berfikir berarti dapat di katakan baik.

D. Identitas Responden Berdasarkan Pangkat atau Golongan

Pangkat atau golongan dalam suatu organisasi sangat mempengaruhi kelancaran dan majunya organisasi. Maka penulis akan menyajikan mengenai identitas responden berdasarkan pangkat yang dapat dilihat pada table berikut ini.

Tabel 5.4
Rekapitulasi Identitas Responden Di Kantor Dinas Pariwisata Kota
Pekanbaru Berdasarkan Pangkat atau Golongan

No	Pangkat/ Golongan	Frekuensi	Persentase (%)
1	IVB	4	10.5%
2	IVA	6	15.8%
3	IIID	7	18.4%
4	IIIC	2	5.3%
5	IIIB	5	13.2%
6	IIIA	5	13.2%
7	IID	1	2.6%
8	IIC	3	7.9%
9	IIB	4	10.5%
10	IIA	1	2.6%
Jumlah Keseluruhan		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.4 dapat disimpulkan bahwa pangkat atau golongan tergolong cukup baik, karena semakin tinggi pangkat atau golongan seseorang, maka semakin banyak pengalaman kerja yang telah diperoleh. Hal ini dapat dilihat golongan atau pangkat yang paling dominan adalah golongan III yang berjumlah 19 orang. Selain itu, golongan IV juga cukup banyak yaitu 10 orang.

Ini menunjukkan golongan pegawai pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dalam kategori cukup baik.

5.2 Implementasi Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah Pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.

Dari berbagai penjelasan tentang implementasi Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah Pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, dapat diketahui dengan jelas bahwa kegiatan promosi merupakan salah satu fungsi dalam kemajuan pariwisata yang ada di kota Pekanbaru. Dimana tanpa adanya promosi sangat sulit suatu objek wisata untuk berkembang. Disisi lain, jika suatu industri pariwisata maju, maka daerah tersebut lah yang mempunyai keuntungan dari hasil yang besar dari pariwisata tersebut.

Jadi, kegiatan promosi dapat dikatakan bahwa merupakan kewajiban yang sangat penting untuk memajukan suatu objek pariwisata yang ada di kota pekanbaru khususnya seperti objek wisata Danau Buatan yang menjadi tanggung jawab pemerintah daerah.

Dalam tabel penelitian membahas seluruh tanggapan 38 responden Pegawai di Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dalam menjawab pertanyaan yang berupa kuesioner yang peneliti laksanakan di Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru. Sebelum peneliti membuat daftar pertanyaan beserta alternative jawaban yang diberikan kepada responden dan kemudian responden menjawab pertanyaan tersebut terlebih dahulu peneliti melakukan observasi sebagai alat pemantau atau turun kelapangan terhadap kuesioner, sehingga diharapkan dari responden tidak

menyimpang dari keadaan yang sebenarnya. Jika seandainya jawaban responden menyimpang atau tidak sesuai dengan kenyataan di lapangan, maka penulis akan membandingkan dengan data pendukung berupa wawancara yang di lakukan dengan *key informan* (petugas penjaga loket karcis di objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru dan masyarakat). Sehingga data yang diperoleh sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan.

Untuk penulisan ini, adapun fokus penelitian ini adalah Implementasi PERDA No 13 Tahun 2000 tentang Promosi Pariwisata Daerah Kota Pekanbaru (khusus objek wisata Danau Buatan). Adapun indikatornya adalah:

- A. Pemasangan Iklan
- B. Pengadaan Sarana Pendukung Penjualan
- C. Hubungan Masyarakat

A. Pemasangan Iklan

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah Pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru ialah salah satunya dengan adanya pemasangan iklan. Karena dengan adanya pemasangan iklan oleh Dinas Pariwisata Pekanbaru, hal ini akan menarik pengunjung atau wisatawan untuk datang. Dan hal ini juga akan menambah pendapatan daerah dalam rangka mensejahterakan rakyat atau masyarakat. Jadi, pemasangan iklan sangat berpengaruh terhadap datangnya pengunjung atau wisatawan.

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah Pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru khususnya dalam kegiatan pemasangan iklan

ialah dengan penyebaran angket/kuesioner kepada 38 responden yaitu pegawai Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, antara lain:

Tabel 5.5
Tanggapan Responden Mengenai Upaya Pemasangan Iklan Dalam
Mempromosikan Pariwisata Kota Pekanbaru Khusus Danau Buatan Oleh
Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0%
2	Baik	7	18,4%
3	Cukup Baik	29	76,3%
4	Kurang Baik	2	5,3%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.5 diketahui bahwa dari 38 responden, 0% menyatakan sangat baik, 7 orang atau 18,4 % yang menyatakan baik, 29 orang atau 76,3% yang menyatakan cukup baik, dan 2 orang atau 5,3% yang menyatakan kurang baik.

Jadi, berdasarkan tabel 5.5 di atas, dapat kita simpulkan bahwa upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru cukup baik (76,3%). Artinya masih banyak perbaikan atau evaluasi lagi dari Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru untuk mempromosikan pariwisata yang ada di kota Pekanbaru terkhusus objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru. Hal ini di pertegas lagi dengan tidak adanya responden yang menjawab sangat baik. Bahkan dari jawaban responden yang berjumlah keseluruhannya ada 38 responden ada yang menjawab kurang baik, meskipun hanya 2 orang responden atau 5,3 % yang menyatakan hal tersebut. tetapi, meski demikian sudah seharusnya pemerintah kota Pekanbaru khususnya Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru lebih memaksimalkan lagi promosi berupa

pemasangan iklan untuk mempromosikan objek wisata yang ada di kota Pekanbaru khusus Danau Buatan. Karena Objek Wisata Danau Buatan kota Pekanbaru adalah tanggung jawab dari pemerintah. Jadi, dalam hal mempromosikan Objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru dengan cara berupa pemasangan iklan termasuk dalam kategori Cukup Baik.

Kemudian untuk mengetahui tanggapan responden mengenai manfaat yang di hasilkan setelah adanya promosi berupa pemasangan iklan untuk mempromosikan objek wisata yang ada di kota Pekanbaru khusus objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru yang di lakukan oleh Dinas Pariwisata kota Pekanbaru dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 5.6
Tanggapan Responden Mengenai Manfaat Yang di Hasilkan Setelah Adanya Promosi Berupa Pemasangan Iklan Oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0%
2	Baik	12	31,6%
3	Cukup Baik	18	47,4%
4	Kurang Baik	8	21,0%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.6 diketahui bahwa dari 38 responden, 0% yang menyatakan sangat baik, 12 orang atau 31,6% yang menyatakan baik, 18 orang atau 47,4% yang menyatakan cukup baik, dan 8 orang atau 21,0% yang menyatakan kurang baik.

Dari tabel 5.6 di atas, bahwa promosi sangatlah berpengaruh terhadap mnafaat yang akan di peroleh. Jika kegiatan promosi berupa pemasangan iklan yang di sebarakan melalui surat kabar, majalah, maupun pemasangan pada papan

reklame secara baik, maka manfaat yang akan dihasilkan juga akan baik, artinya kedua hal ini saling berkorelasi satu sama lain. Jadi, dapat disimpulkan bahwa manfaat yang diperoleh setelah adanya promosi berupa pemasangan iklan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru untuk mempromosikan Objek wisata yang ada di kota Pekanbaru khusus objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru dapat di kategorikan Cukup Baik.

Perlu di ketahui juga, bahwa yang di maksud manfaat bukan berarti kurang bermanfaat atau tidak bermanfaat dengan adanya promosi berupa pemasangan iklan. Tetapi, jika dalam melaksanakan kegiatan promosi secara efektif maka manfaat yang dihasilkan akan sangat baik. Oleh karena itu, manfaat yang di hasilkan masih di kategorikan cukup baik. Perlu di perhatikan pula responden yang menyatakan kurang baik berjumlah 8 orang atau 21,0 %. Dan hal ini wajib menjadi perhatian pemerintah khususnya Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.

Dan untuk mengetahui jawaban responden mengenai perubahan yang di capai setelah mempromosikan melalui pemasangan iklan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 5.7

Tanggapan Responden Mengenai Perubahan Yang Dicapai Setelah Melakukan Promosi Berupa Pemasangan Iklan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru Khususnya Pariwisata Danau Buatan

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0%
2	Baik	8	21,0%
3	Cukup Baik	24	63,2%
4	Kurang Baik	6	15,8%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.7 diketahui bahwa dari 38 responden, 0% yang menyatakan sangat baik, 8 orang atau 21,0% yang menyatakan baik, 24 orang atau 63,2% yang menyatakan cukup baik, dan 6 orang atau 15,8% yang menyatakan kurang baik. Jadi, dapat kita simpulkan bahwa Perubahan Yang Dicapai Setelah Melakukan Kegiatan Promosi Berupa Pemasangan Iklan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru Khususnya Pariwisata Danau Buatan dapat di kategorikan Cukup Baik.

Dengan adanya keterangan atau jawaban responden yang terdapat pada tabel 5.7 di atas, jawaban responden di dominasi Cukup Baik. Artinya Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru sudah melakukan kegiatan promosi dengan hasil perubahan yang di capai Cukup Baik.

Dengan demikian, setelah kita melihat perubahan yang di capai untuk mempromosikan pariwisata yang ada di kota Pekanbaru khusus objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, maka kita bisa melihat bagaimana pengaruh setelah melakukan promosi dengan pemasangan iklan untuk pariwisata khusus Objek Wisata Danau Buatan kota Pekanbaru.

Tabel 5.8

**Tanggapan Responden Mengenai Respon Dari Masyarakat Mengenai
Pariwisata Yang Telah Dipromosikan Khusus Danau Buatan**

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	1	2,7%
2	Baik	4	10,5%
3	Cukup Baik	27	71,0%
4	Kurang Baik	6	15,8%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.8 diketahui bahwa dari 38 responden, 1% yang menyatakan sangat baik, 4 orang atau 10,5% yang menyatakan baik, 27 orang atau 71,0% yang menyatakan cukup baik, dan 6 orang atau 15,8% yang menyatakan kurang baik. Jadi, dapat kita simpulkan bahwa Respon Dari Masyarakat Mengenai Pariwisata Yang Telah Dipromosikan Khusus Danau Buatan ialah cukup baik(71,0%).

Jawaban responden yang menyatakan cukup baik sangat mendominasi yaitu sebesar 71,0% atau 27 responden. Dengan demikian Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru menghasilkan Respon Cukup Baik. Dengan demikian, setelah kita mengetahui bahwa respon yang dihasilkan dapat di kategorikan cukup baik dengan adanya promosi berupa pemasangan iklan, maka kita bisa melihat mutu atau kualitas pemasangan iklan pada surat kabar dan majalah yang dilakukan oleh dinas Pariwisata Kota Pekanbaru untuk mempromosikan pariwisata kota pekanbaru. Jelas bahwa, jika mutu atau kualitasnya sangat baik, maka hasilnya akan berdampak baik pula. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.9

Tanggapan Responden Mengenai Mutu Atau Kualitas Pemasangan Iklan Pada Surat Kabar, Majalah, Dan Pemasangan Papan Reklame Ditempat Umum Yang Dilaksanakan Oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0%
2	Baik	5	13,2%
3	Cukup Baik	27	71,0%
4	Kurang Baik	6	15,8%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.9 diketahui bahwa jawaban responden mengenai mutu atau kualitas pemasangan iklan untuk mempromosikan Objek wisata yang ada di kota Pekanbaru khusus Danau Buatan yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dari 38 responden, 0% yang menyatakan sangat baik, 5 orang atau 13,2% yang menyatakan baik, 27 orang atau 71,0% yang menyatakan cukup baik, dan 6 orang atau 15,8% yang menyatakan kurang baik. Jadi, dapat kita simpulkan bahwa Mutu Atau Kualitas Pemasangan Iklan Pada Surat Kabar, Majalah, Dan Pemasangan Papan Reklame Ditempat Umum Yang Dilaksanakan Oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dapat di kategorikan cukup baik.

Berdasarkan tabel 5.9 diatas, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu didominasi dengan jawaban “Cukup Baik”, artinya bahwa Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru Cukup Baik dalam mutu atau kualitas pemasangan berupa pemasangan pada surat kabar ataupun majalah. Kemudian, untuk mengetahui rekapitulasi jawaban responden mengenai indikator variabel pada Kegiatan promosi berupa pemasangan iklan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 5.10
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Promosi Berupa
Pemasangan Iklan Oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru

No	Indikator Pengukuran	Kategori Penilaian				Jmlh
		SB	B	CB	KB	
Pemasangan Iklan						
1	Upaya dari Dinas Pariwisata kota Pekanbaru untuk mempromosikan pariwisata khususnya Danau Buatan berupa pemasangan iklan seperti pemasangan iklan pada surat kabar, majalah, dan pemasangan papan reklame ditempat umum di kota Pekanbaru	0	7	29	2	38
2	Manfaat yang dihasilkan setelah adanya promosi berupa pemasangan iklan pariwisata daerah kota Pekanbaru	0	12	18	8	38
3	Perubahan yang dicapai setelah dilakukan promosi berupa pemasangan iklan pariwisata daerah kota Pekanbaru khususnya pariwisata Danau Buatan	0	8	24	6	38
4	Tanggapan Responden Mengenai Respon Dari Masyarakat Mengenai Pariwisata Yang Telah Dipromosikan Khusus Danau Buatan	1	4	27	6	38
5	Mutu atau kualitas pemasangan iklan pada surat kabar, majalah, dan pemasangan papan reklame ditempat umum yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata kota Pekanbaru	0	5	27	6	38
Jumlah		1	36	125	28	190
Persentase (%)		0,5%	18,9%	65,8%	14,8%	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.10 hasil rekapitulasi tabel penilaian responden tentang promosi pariwisata dengan cara pemasangan iklan ialah cukup baik (65,8%), artinya Dinas pariwisata Kota Pekanbaru dalam mempromosikan pariwisata khususnya danau buatan dapat dikategorikan cukup baik, sesuai dengan

Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah Pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.

Wawancara penulis dengan Poppy Florinda, S.S, Staf Seksi Promosi pada Dinas Pariwisata kota Pekanbaru mengatakan ;

“dalam melakukan kegiatan promosi, kami selaku Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru yang bertanggung jawab atas hal tersebut tetap melakukan kegiatan sesuai dengan jadwal atau rancangan kegiatan yang sudah di agendakan seperti kegiatan promosi melalui pemasangan iklan contohnya. Namun, kami memprioritaskan untuk kegiatan promosi yang bersifat akbar, seperti mengikuti agenda tour promosi yang biasa dilakukan diluar kota ataupun luar Negeri”. (**wawancara 2013**).

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru belum bisa dikatakan pencapaian cukup baik. Hal ini dikarenakan pelaksanaan kegiatan promosi masih terfokus pada acara seperti expo yang cenderung dilakukan di luar kota ataupun diluar negeri. Dan dalam segi promosi berupa pemasangan iklan masih jarang dilaksanakan, hal ini berakibat dengan sepiunya objek wisata yang ada dikota Pekanbaru seperti objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru karena masyarakat sekitar tidak tahu akan adanya objek wisata Danau Buatan atau juga tidak tertarik untuk berkunjung ke tempat tersebut karena minimnya promosi berupa malalui pemasangan iklan.

Jadi, dalam hal promosi berupa pemasangan iklan, Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru masih belum maksimal melaksanakan kegiatan ini. Hal ini di buktikan dengan adanya pengunjung yang berkunjung ke objek wisata Danau Buatan hanya karena di ajak dengan temanya, berikut hasil wawancara penulis dengan pengunjung, beliau mengatakan ;

“ini baru pertama kali saya berkunjung ke tempat ini, sebetulnya saya sudah pernah mendengar tentang objek wisata Danau Buatan ini, tetapi saya tidak tahu akan lokasi danau buatan ini. Hari ini saya berkunjung pun karena teman saya yang mengajak”. (**wawancara 2013**).

Dari hasil wawancara dengan salah satu pengunjung yang ada di objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru, dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi yang di laksanakan oleh Dinas Pariwisata kota Pekanbaru dengan cara pemasangan iklan yang sesuai dengan PERDA Kota Pekanbaru No 13 Tahun 2000 belum berjalan maksimal. Hal ini di tunjukan dengan adanya masyarakat yang masih belum tahu dengan lokasi objek wisata yang ada di kota Pekanbaru.

Belum maksimalnya promosi yang dilaksanakan dinas pariwisata kota Pekanbaru juga di pertegas lagi dengan masih banyak kegiatan promosi yang belum terlaksana. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel observasi di bawah ini :

Tabel 5.11

Tabel Observasi Pemasangan Iklan

No	JENIS IKLAN	HASIL OBSERVASI
1	MEDIA CETAK	
	a. Surat kabar	Tidak ada
	b. Majalah	Dinas Pariwisata kota Pekanbaru
2	MEDIA ELEKTRONIK	
	a. Televisi	RIAU TV
	b. Radio	Tidak ada
3	RUANG TERBUKA	
	a. Papan reklame	Desa Lembah Sari Kec. Rumbai Pesisir
	b. Lampu	Tidak ada
	c. Poster	Tidak ada

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Dari tabel diatas, pemasangan iklan dalam rangka mempromosikan objek wisata danau buatan masih lebih banyak yang belum terlaksana daripada yang terlaksana. Hal ini mengindikasikan bahwa dinas pariwisata kota Pekanbaru belum maksimal dalam melakukan promosi.

Kemudian, dibawah ini akan disajikan hasil penelitian penulis tentang tanggapan responden mengenai kegiatan promosi berupa pengadaan sarana pendukung penjualan yang sesuai dengan PERDA kota pekanbaru No 13 Tahun 2000 yang di laksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru. berikut hasilnya :

B. Pengadaan Sarana Pendukung Penjualan

Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah Pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru khususnya tentang pengadaan sarana pendukung Penjualan. Pengadaan sarana pendukung Penjualan juga berpengaruh terhadap ramainya pengunjung yang datang. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai pengadaan sarana pendukung ialah penulis menyajikan tabel berikut:

Tabel 5.12
Tanggapan Responden Mengenai pengadaan Sarana pendukung
Penjualan Oleh Dinas Pariwisata Pekanbaru

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0%
2	Baik	20	52,6%
3	Cukup Baik	13	34,2%
4	Kurang Baik	5	13,2%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.12 diketahui bahwa dari 38 responden, 0% yang menyatakan sangat baik, 20 orang atau 52,6% yang menyatakan baik, 13 orang atau 34,2% yang menyatakan cukup baik, dan 5 orang atau 13,2% yang menyatakan kurang baik. Jadi, dapat kita simpulkan bahwa pengadaan Sarana pendukung penjualan oleh Dinas Pariwisata Pekanbaru ialah baik (52, 6%).

dari tabel 5.12 diatas, dapat di lihat jawaban responden yaitu di dominasi dengan jawaban Baik, artinya Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dalam mempromosikan pariwisata berupa pengadaan sarana pendukung penjualan sudah Baik. Dan hal ini sesuai dengan PERDA No 13 Tahun 2000 yang berisi tentang kegiatan mempromosikan pariwisata kota Pekanbaru.

kemudian, untuk mengetahui tanggapan responden mengenai tersebarnya sarana pendukung seperti pemasangan poster dan papan pengumuman yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru untuk mempromosikan Pariwisata yang ada dikota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 5.13
Tanggapan Reseponden Mengenai Tersebarnya Sarana Pendukung
Seperti Pemasangan Poster Dan Papan Pengumuman

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0%
2	Baik	8	21,0%
3	Cukup Baik	23	60,6%
4	Kurang Baik	7	18,4%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.13 diketahui bahwa dari 38 responden, 0% yang menyatakan sangat baik, 8 orang atau 21,0% yang menyatakan baik, 23 orang atau 60,6% yang menyatakan cukup baik, dan 7 orang atau 18,4% yang

menyatakan kurang baik. Jadi, dapat kita simpulkan bahwa Sarana Pendukung Seperti Pemasangan Poster Dan Papan Pengumuman ialah cukup baik (60,6%).

Dari tabel 5.13 diatas, dapat di lihat jawaban responden yaitu di dominasi dengan jawaban Cukup Baik. Artinya, bahwa Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru cukup baik dalam melakukan kegiatan promosi mengenai pengadaan sarana pendukung penjualan berupa pemasangan poster dan papan pengumuman di kota Pekanbaru.

Kemudian, setelah kita melihat penyebaran pemasangan poster dan papan pengumuman dalam rangka mempromosikan pariwisata yang ada di kota Pekanbaru, berikut penulis sajikan tanggapan responden mengenai manfaat yang di hasilkan setelah adanya sarana pendukung penjualan yang di lakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru :

Tabel 5.14

Tanggapan Responden Mengenai Manfaat Yang Dihasilkan Setelah Adanya Sarana Pendukung Penjualan

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0%
2	Baik	10	26,3%
3	Cukup Baik	22	57,9%
4	Kurang Baik	6	15,8%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.14 diketahui bahwa dari 38 responden, 0% yang menyatakan sangat baik, 10 orang atau 26,3% yang menyatakan baik, 22 orang atau 57,9% yang menyatakan cukup baik, dan 6 orang atau 15,8% yang menyatakan kurang baik. Jadi, dapat kita simpulkan bahwa Manfaat Yang

Dihasilkan Setelah Adanya Sarana Pendukung Penjualan ialah cukup baik (57,9%).

Dari tabel 5.14 diatas, dapat di lihat jawaban responden yaitu di dominasi dengan jawaban Cukup Baik. Artinya, bahwa Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru menghasilkan manfaat yang cukup baik setelah mengadakan promosi berupa pengadaan sarana pendukung penjualan.

Kemudian, setelah kita mengetahui manfaat yang di hasilkan setelah adanya kegiatan promosi berupa pengadaan sarana pendukung penjualan. Berikut penulis sajikan tanggapan responden mengenai pengadaan bahan promosi dan informasi cetakan berupa majalah dan poster yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru :

Tabel 5.15
Tanggapan Responden Mengenai Pengadaan Bahan Promosi Dan Informasi
Cetakan Berupa Majalah Dan Poster Yang dilakukan Oleh
Dinas Pariwisata Pekanbaru

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0%
2	Baik	9	23,7%
3	Cukup Baik	22	57,9%
4	Kurang Baik	7	18,4%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.15 diketahui bahwa dari 38 responden, 0% yang menyatakan sangat baik, 9 orang atau 23,7% yang menyatakan baik, 22 orang atau 57,9% yang menyatakan cukup baik, dan 7 orang atau 18,4% yang menyatakan kurang baik. Jadi, dapat kita simpulkan bahwa Pengadaan Bahan

Promosi Dan Informasi Cetak Berupa Majalah Dan Poster Yang dilakukan Oleh Dinas Pariwisata Pekanbaru ialah cukup baik (57,9%).

Dari tabel 5.15 diatas, dapat di lihat jawaban responden yaitu di dominasi dengan jawaban Cukup Baik. Artinya, bahwa Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru cukup baik dalam pengadaan Pengadaan Bahan Promosi Dan Informasi Cetak Berupa Majalah Dan Poster.

Kemudian, setelah melihat tanggapan responden mengenai pengadaan Pengadaan Bahan Promosi Dan Informasi Cetak Berupa Majalah Dan Poster yang di lakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, kini penulis sajikan tanggapan responden mengenai perubahan yang di capai :

Tabel 5.16

Tanggapan Responden Mengenai Perubahan Yang Dicapai Setelah Melakukan Kegiatan Pegadaan Sarana Pendukung Penjualan Terhadap Pariwisata Kota Pekanbaru Khususnya Danau Buatan

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0%
2	Baik	7	18,4%
3	Cukup Baik	24	63,2%
4	Kurang Baik	7	18,4%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.16 diketahui bahwa dari 38 responden, 0% yang menyatakan sangat baik, 7 orang atau 18,4% yang menyatakan baik, 24 orang atau 63,2% yang menyatakan cukup baik, dan 7 orang atau 18,4% yang menyatakan kurang baik. Jadi, dapat kita simpulkan bahwa perubahan yang dicapai setelah melakukan kegiatan pegadaan sarana pendukung penjualan

terhadap pariwisata kota pekanbaru khususnya danau buatan ialah cukup baik (63,2%).

Kemudian, untuk mengetahui rekapitulasi dari tanggapan responden mengenai pengadaan sarana pendukung penjualan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.17
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Pengadaan Sarana
Pendukung Penjualan Oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru
Khusus Danau Buatan

No	Indikator Pengukuran	Kategori Penilaian				Jmlh
		SB	B	CK	KB	
Pengadaan Sarana Pendukung Penjualan						
1	Pelaksanaan pengadaan sarana pendukung	0	20	13	5	38
2	Penyebaran secara merata pengadaan sarana pendukung penjualan seperti poster dan papan pengumuman	0	8	23	7	38
3	Manfaat pengadaan sarana pendukung penjualan	0	10	22	6	38
4	Pengadaan bahan promosi dan informasi cetakan berupa majalah dan poster	0	9	22	7	38
5	Perubahan yang dicapai setelah melakukan kegiatan pengadaan sarana pendukung penjualan	0	7	24	7	38
Jumlah		0	54	104	32	190
Persentase (%)		0%	28,4%	54,8%	16,8%	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.17 hasil rekapitulasi tabel penilaian responden tentang promosi pariwisata dengan cara pengadaan sarana pendukung penjualan ialah cukup baik (54,8%), artinya Dinas pariwisata Kota Pekanbaru dalam mempromosikan pariwisata khususnya danau buatan dapat di kategorikan cukup baik, sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah Pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.

Namun, berdasarkan hasil observasi dilokasi penelitian, penulis melihat ada indikasi bahwa pengadaan sarana pendukung penjualan oleh Dinas Pariwisata kota Pekanbaru dalam rangka mempromosikan Pariwisata yang ada di kota Pekanbaru belum maksimal. Artinya, dalam hal mempromosikan pariwisata yang ada di kota Pekanbaru berupa pengadaan sarana pendukung penjualan masih banyak yang tidak terlaksana. Hal ini di benarkan oleh pendapat salah seorang penjaga pintu loket karcis objek wisata Danau Buatan yaitu Armando, dalam wawancara dengan penulis beliau mengatakan :

“pengadaan sarana pendukung penjualan masih sangat minim di temui di sekitar kota pekanbaru ataupun di sekitar objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru. hal ini dapat dilihat dengan sedikitnya pengunjung yang datang ke Danau Buatan. Selain itu, disini juga sangat minim fasilitas. Dan sangat sering sekali pengunjung yang baru datang, sekitar 15 menit langsung pulang, hal ini sangat sering sekali terjadi. Saya kira hal ini di akibatkan dengan kurangnya fasilitas yang ada di Danau Buatan ini”. (**wawancara 2013**).

Dari perbedaan hasil pembahasan data kuesioner dan wawancara yang penulis dapatkan, disini penulis menganalisa bahwa ada indikasi kendala - kendala yang dihadapi oleh pegawai dinas pariwisata dalam rangka mempromosikan berupa pengadaan sarana pendukung penjualan pada objek wisata Danau Buatan, sehingga pengadaan sarana pendukung penjualan yang

seharusnya terlaksana sampai pada objek yang di tuju, pada kenyataannya hanya sampai pada tahap expo atau promosi yang bersifat besar. hal ini tentu menjadi problema dari pihak dinas pariwisata. Sehingga ketika objek wisata danau buatan ini sepi pengunjung, pihak dinas pariwisata tidak bisa bertindak cepat dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi karna kurangnya informasi.

Selain itu, karena tidak maksimalnya pelaksanaan pengadaan sarana pendukung penjualan oleh dinas pariwisata kota Pekanbaru juga menimbulkan permasalahan yang sangat serius. Salah satu masalah yang penulis dapatkan dari hasil wawancara dengan pengunjung adalah pengunjung yang merasa kurang adanya fasilitas yang ada di danau buatan ini. Berikut wawancara penulis dengan salah satu pengunjung yang ada di Danau Buatan :

“kami sebagai pengunjung di Danau Buatan ini merasa terabaikan dengan fasilitas yang ada, karena yang ada hanya itu – itu saja. Yang jelas sangat membosankan. Yang ada kami hanya melihat pemandangan saja, disini juga sangat minim fasilitas untuk santai-santai seperti kantin”.
(wawancara 2013).

Dari hasil wawancara di atas, dapat di ketahui bahwa banyaknya pengunjung yang kurang termanjakan dengan fasilitas yang di berikan oleh dinas pariwisata kota Pekanbaru sehingga banyak pengunjung yang malas untuk berkunjung ke danau buatan kota Pekanbaru.

Hasil wawancara diatas, sesuai dengan hasil observasi yang penulis lakukan. Artinya, masih banyak pengadaan sarana pendukung penjualan yang belum terlaksana. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.18
Tabel Observasi Pengadaan Sarana Pendukung Penjualan

No	JENIS SARANA PENDUKUNG PENJUALAN	HASIL OBSERVASI
1	INFORMASI CETAKAN	
	a. Folder (leaflet)	Dinas Pariwisata kota Pekanbaru, Dinas Pariwisata Provinsi Riau
	b. Booklet	Dinas Pariwisata kota Pekanbaru, Dinas Pariwisata Provinsi Riau
2	INFORMASI REKAMAN SUARA BERGAMBAR	
	c. Film dan video kaset	Tidak ada
	d. Penyajian dengan slide	Tidak ada
3	INFORMASI PERAGAAN	
	a. Papan pengumuman	Tidak ada
4	SARANA HIBURAN OBJEK WISATA DANAU BUATAN	
	a. Paintball	Tidak tersedia
	b. Sepeda air	Tersedia
	c. Flaying Fox	Tidak tersedia
	d. Banana boat	Tidak tersedia
	e. Speed boat	Tersedia
	f. Kereta gantung	Tidak tersedia

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel diatas, bahwasannya masih banyak sekali dari sarana pendukung penjualan yang belum terlaksana. Hal ini akan berdampak negatif terutama untuk perkembangan objek wisata itu sendiri. Terlebih lagi, wahana hiburan yang tersedia hanya dua wahana saja. Yaitu speed boat dan sepeda air. Hal ini akan sangat mempengaruhi dari minat dari pengunjung untuk berkunjung ke objek wisata danau buatan kota Pekanbaru. dalam hal ini peran pemerintah sangatlah di butuhkan mengingat danau buatan adalah objek wisata unggulan.

Hal ini tentu saja menjadi permasalahan yang sangat serius yang di hadapi oleh pemerintah khusus dinas pariwisata kota pekanbaru selaku dinas yang bertanggung jawab atas perkembangan objek wisata yang ada di kota Pekanbaru khususnya objek wisata danau buatan Kota Pekanbaru. karena jika objek wisata yang menjadi tanggung jawab pemerintah atau yang mengelola adalah pemerintah maju dan berkembang, maka pemasukan untuk pendapatan asli daerah akan besar pula dan akan memberikan dampak yang bagus untuk perkembangan objek wisata yang lainnya.

C. Hubungan Masyarakat

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah Pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru khususnya tentang pembinaan hubungan yang baik dengan masyarakat. Dengan terjalinnya hubungan yang baik dengan masyarakat, maka hal tersebut juga dapat mempengaruhi adanya keinginan masyarakat untuk mengunjungi pariwisata tersebut salah satunya ialah pariwisata danau buatan. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai hubungan dengan masyarakat penulis menyajikan tabel berikut:

Tabel 5.19

Tanggapan Responden Mengenai pelaksanaan hubungan masyarakat

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0%
2	Baik	17	44,7%
3	Cukup Baik	21	55,3%
4	Kurang Baik	0	0%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.19 diketahui bahwa dari 38 responden, 0% yang menyatakan sangat baik, 17 orang atau 44,7% yang menyatakan baik, 21 orang atau 55,3% yang menyatakan cukup baik, dan 0% yang menyatakan kurang baik. Jadi, dapat kita simpulkan bahwa pelaksanaan hubungan masyarakat ialah cukup baik (55,3%). Kemudian, untuk mengetahui tanggapan dari responden mengenai manfaat yang di peroleh dari kegiatan promosi berupa hubungan masyarakat oleh dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 5.20
Tanggapan Responden Mengenai Manfaat Yang Diperoleh Setelah
Melakukan Kegiatan Hubungan Masyarakat

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0%
2	Baik	17	44,7%
3	Cukup Baik	16	42,1%
4	Kurang Baik	5	13,2%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.20 diketahui bahwa dari 38 responden, 0% yang menyatakan sangat baik, 17 orang atau 44,7% yang menyatakan baik, 16 orang atau 42,1% yang menyatakan cukup baik, dan 5 orang atau 13,2% yang menyatakan kurang baik. Jadi, dapat kita simpulkan bahwa pelaksanaan hubungan masyarakat ialah baik (44,7%).

Dari tabel 5.20 diatas, jawaban responden yang berjumlah keseluruhannya 38 orang, mendominasi pada jawaban baik. Artinya, Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dapat di kategorikan Baik dalam mempromosikan pariwisata yang ada dikota pekanbaru melalui hubungan masyarakat.

Kemudian, untuk mengetahui tanggapan dari responden mengenai kegiatan penyelenggaraan pelayanan informasi kepariwisataan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dalam rangka untuk mempromosikan objek pariwisata yang ada di kota pekanbaru khususnya objek wisata Danau Buatan atau juga yang sering di sebut Danau Wisata Bandar Khayangan Lembah Sari, dapat di lihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.21
Tanggapan Responden Mengenai Kegiatan Penyelenggaraan
Pelayanan Informasi Kepariwisataan

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0%
2	Baik	18	47,4%
3	Cukup Baik	19	50%
4	Kurang Baik	1	2,6%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.21 diketahui bahwa dari 38 responden, 0% yang menyatakan sangat baik, 18 orang atau 47,4% yang menyatakan baik, 19 orang atau 50% yang menyatakan cukup baik, dan 1 orang atau 2,6% yang menyatakan kurang baik. Jadi, dapat kita simpulkan bahwa Kegiatan Penyelenggaraan Pelayanan Informasi Kepariwisataan ialah cukup baik (50%).

Dari tabel 5.21 diatas, dari 38 responden yang ada pada kantor Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, jawaban responden di dominasi dengan jawaban cukup baik. Artinya, Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru cukup baik dalam mempromosikan objek wisata yang ada di kota Pekanbaru khususnya objek Wisata Danau Buatan melalui promosi berupa Kegiatan Penyelenggaraan

Pelayanan Informasi Kepariwisata yang tercantum pada konsep promosi pada hubungan masyarakat.

Kemudian, untuk mengetahui tanggapan responden mengenai manfaat yang di peroleh dari kegiatan mempromosikan yang di lakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru berupa hubungan masyarakat dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 5.22
Tanggapan Responden Mengenai Manfaat Hubungan Masyarakat

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0%
2	Baik	12	31,6%
3	Cukup Baik	24	63,1%
4	Kurang Baik	2	5,3%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.22 diketahui bahwa dari 38 responden, 0% yang menyatakan sangat baik, 12 orang atau 31,6% yang menyatakan baik, 24 orang atau 63,1% yang menyatakan cukup baik, dan 2 orang atau 5,3% yang menyatakan kurang baik. Jadi, dapat kita simpulkan bahwa manfaat hubungan dengan masyarakat ialah cukup baik (63,1%).

Dari tabel 5.22 diatas, jawaban responden di dominasi dengan jawaban cukup baik. Artinya, manfaat yang di hasilkan cukup baik setelah Dinas Pariwisata kota Pekanbaru melakukan promosi berupa melalui hubungan masyarakat. Perlu diketahui bahwa, jika pelaksanaan rangkaian promosi salah satunya adalah dengan terjalin baik hubungan masyarakat, maka akan berdampak

baik pula untuk perkembangan pariwisata yang ada dikota Pekanbaru khususnya objek wisata Danau Buatan.

Setelah kita mengetahui tanggapan responden mengenai manfaat yang di hasilkan terhadap pariwisata yang ada di kota Pekanbaru setelah dinas pariwisata melakukan kegiatan promosi melalui hubungan masyarakat, berikut penulis sajikan tanggapan responden mengenai tindak lanjut apabila terjadi kendala dalam kegiatan kemasyarakatan.

Tabel 5.23
Tanggapan Responden Mengenai Tindak Lanjut Apabila
Terjadi Kendala Kegiatan Kemasyarakatan

No	Alternatif	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	0	0%
2	Baik	2	5,3%
3	Cukup Baik	31	81,6%
4	Kurang Baik	5	13,1%
Jumlah		38 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.23 diketahui bahwa dari 38 responden, 0% yang menyatakan sangat baik, 2 orang atau 5,3% yang menyatakan baik, 31 orang atau 81,6% yang menyatakan cukup baik, dan 5 orang atau 13,1% yang menyatakan kurang baik. Jadi, dapat kita simpulkan bahwa tindak lanjut apabila terjadi kendala kegiatan kemasyarakatan ialah cukup baik (81,6%).

Dari tabel 5.23 diatas, dalam menindak lanjuti apabila terjadi kendala kegiatan kemasyarakatan oleh dinas pariwisata kota Pekanbaru dapat di kategorikan cukup baik. Artinya, dinas pariwisata cukup baik dalam hal menindak lanjuti masalah atau kendala yang terjadi pada kegiatan kemasyarakatan.

Kemudian, untuk mengetahui rekapitulasi jawaban responden mengenai indikator variabel melalui hubungan masyarakat yang dilakukan oleh Dinas pariwisata dalam mempromosikan pariwisata di kota pekanbaru khusus objek wisata Danau Buatan dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 5.24
Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Hubungan Masyarakat
Oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru

No	Indikator Pengukuran	Kategori Penilaian				Jmlh
		SB	B	CK	KB	
Hubungan Masyarakat						
1	Pelaksanaan hubungan masyarakat	0	17	21	0	38
2	Manfaat yang diperoleh setelah melakukan kegiatan hubungan masyarakat	0	17	16	5	38
3	Kegiatan penyelenggaraan pelayanan informasi kepariwisataan	0	18	19	1	38
4	Manfaat hubungan masyarakat yang di lakukan oleh Dinas Pariwisata terhadap pariwisata daerah kota Pekanbaru khusus Danau Buatan	0	12	24	2	38
5	Tindak Lanjut Apabila Terjadi Kendala Kegiatan Kemasyarakatan	0	2	31	5	38
Jumlah		0	66	111	13	190
Persentase (%)		0%	34,8%	58,4%	6,8%	100%

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan tabel 5.24 hasil rekapitulasi tabel penilaian responden tentang promosi pariwisata dengan cara pembinaan hubungan dengan masyarakat ialah cukup baik (58,4%), artinya Dinas pariwisata Kota Pekanbaru dalam mempromosikan pariwisata khususnya danau buatan belum maksimal, sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah Pada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.

Pada hasil rekapitulasi terhadap tanggapan responden mengenai hubungan masyarakat yang di lakukan oleh Dinas Pariwisata kota Pekanbaru, kita melihat bahwa pencapaiannya adalah pada kategori cukup baik. Dengan hasil demikian penulis mencoba untuk mengetahui langkah-langkah apa saja yang sudah dilakukan oleh dinas pariwisata kota pekanbaru dan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk kedepannya dalam hal mempromosikan pariwisata yang ada di kota pekanbaru tentu prioritas utama adalah yang menjadi tanggungjawab dari pemerintah khususnya Objek Wisata Danau Buatan. Berikut wawancara penulis dengan Dwiyanti Oktaria, SS. Selaku Kasi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru, beliau mengatakan:

“kami selaku pegawai dari kantor dinas adalah bertugas untuk melaksanakan kebijakan-kebijakan yang sudah di tetapkan, seperti promosi yang telah kami laksanakan pada tahun 2012 yang lalu, kami menyampaikan atau melakukan hubungan masyarakat untuk melakukan promosi. Salah satu kegiatan yang kami ikuti adalah Jogja Expo di Jogjakarta pada pertengahan Bulan Juni, juga di pekanbaru Expo. Dan untuk rangkaian kegiatan yang akan kami laksanakan atau ikuti pada tahun 2013 ini ada 5 agenda besar yang akan kami ikuti. salah satunya Sumatera Expo pada awal bulan Nopember di Batam. Nah, di acara tersebutlah kami mempromosikan pariwisata yang ada di kota Pekanbaru melalui Hubungan masyarakat. Ini yang menjadi priorotas utama kami dalam mempromosikan pariwisata yang ada di kota Pekanbaru”. (**wawancara 2013**).

Berdasarkan hasil wawancara diatas, penulis menganalisa bahwa Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dalam melaksanakan promosi melalui hubungan masyarakat sudah melaksanakan dengan sesuai agenda yang telah di tetapkan. Tetapi, mengapa objek wisata alam di kota Pekanbaru cenderung sepi khusus objek wisata Danau Buatan Kota Pekanbaru. hal ini dikarenakan kurangnya sosialisasi dengan masyarakat, khususnya masyarakat yang bertempat tinggal di kota Pekanbaru, hal ini sesuai dengan pendapat yang di sampaikan salah satu masyarakat kota Pekanbaru dengan penulis, berikut wawancara penulis dengan pengunjung objek wisata kota Pekanbaru, yaitu Yudi :

“saya tidak pernah mendapat akan adanya penyuluhan secara langsung tentang objek wisata yang ada di kota pekanbaru oleh dinas yang terkait. Juga saya tidak pernah melihat adanya papan reklame yang mempromosikan objek wisata yang ada di kota pekanbaru khusus di area Panam, karena saya tinggal di Panam”. (**wawancara 2013**)

Dari hasil wawancara penulis dengan pengunjung diatas, bahwa Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dalam mempromosikan Objek Wisata yang ada dikota Pekanbaru hanya sebatas pada acara-acara besar saja. Masih banyaknya masyarakat tidak mendapat informasi tentang objek Wisata kota pekanbaru. Seharusnya dalam melakukan promosi berupa hubungan masyarakat dinas Pariwisata lebih banyak dalam hal memberikan informasi kepada masyarakat agar terjalin hubungan yang baik dengan masyarakat. Dan tentu saja akan berdampak baik pada objek wisata yang ada dikota pekanbaru khusus Objek Wisata Danau Buatan kota Pekanbaru. Berikut penulis sajikan hasil observasi lapangan dalam hal promosi di bidang hubungan masyarakat.

Tabel 5.25
Tabel Observasi Bagian Hubungan Masyarakat

No	HUBUNGAN MASYARAKAT	HASIL OBSERVASI
1	KEIKUTSERTAAN KEGIATAN PARIWISATA	
	a. Kegiatan pariwisata dikota Pekanbaru	Pekanbaru Expo. Pekanbaru, Riau
	b. Kegiatan pariwisata diluar negeri	Matta fair. Johor Bahru, Malaysia
2	PEMBINAAN HUBUNGAN MASYARAKAT	
	a. Organisasi kepariwisataan masyarakat	Tidak ada
	b. Pelayanan informasi kepariwisataan	Kantor dinas pariwisata kota Pekanbaru

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan Tahun 2013

Berdasarkan hasil penelitian terungkap bahwa Pemerintah Kota Pekanbaru khususnya Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru belum sepenuhnya melaksanakan kegiatan promosi pariwisata Daerah. Hal ini sesuai dengan isi kebijakan pemerintah yaitu Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah pada bab 2 pasal 2: Kegiatan Promosi Pariwisata Daerah merupakan kegiatan komunikasi dalam segala bentuk yang bertujuan meningkatkan kualitas dan kuantitas serta citra pariwisata Daerah.

Dan untuk lebih jelasnya, dalam hal mempromosikan pariwisata daerah, maka Dinas Pariwisata Daerah kota Pekanbaru dan pemerintah harus menjalin kerjasama yang baik. Dan hal ini harus saling berkesinambungan satu sama lain, agar pariwisata daerah Kota Pekanbaru dapat berkembang dengan baik khusus objek wisata Danau Buatan. hal ini sesuai dengan Peraturan Daerah Kota

Pekanbaru No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah, yang di jelaskan pada bab 2 pasal 3, pasal 4, pasal 5, pasal 6 dan pasal 7. Berikut isi dari pasal tersebut:

Bab 2 pasal 3:

Promosi pariwisata Daerah merupakan bagian dari kegiatan pemasaran dilaksanakan melalui tiga cara:

- a. Pemasangan iklan.
- b. Pengadaan sarana pendukung penjualan.
- c. Hubungan masyarakat.

Bab 2 pasal 4:

Promosi pariwisata Daerah sebagaimana dimaksud pasal 3 Peraturan Daerah ini satu dengan yang lainnya harus saling berkaitan dan saling menunjang, dilaksanakan secara berkesinambungan serta direncanakan bersama sebagai satu kesatuan yang utuh.

Bab 2 pasal 5:

Iklan meliputi:

- a. Pemasangan iklan dalam media cetak berupa pemasangan iklan dalam surat kabar, majalah dan penerbitan-penerbitan lainnya.
- b. Pemasangan iklan dalam media elektronik berupa pemasangan iklan, visi radio dan media elektronik lainnya.

- c. Pemasangan iklan dalam ruang terbuka berupa pemasangan iklan di tempat umum, berbentuk papan reklame, lampu, poster dan lain-lain.

Bab 2 pasal 6:

Sarana pendukung penjualan meliputi:

- a. Bahan promosi dan informasi cetakan berupa folder (leaflet), booklet, majalah, poster, sticker dan lain-lain;
- b. Bahan promosi dan informasi rekaman suara bergambar yang berupa film dan video kaset, rekaman, penyajian dengan slide dan lain-lain;
- c. Bahan promosi dan informasi berupa peragaan berupa papan pengumuman dan lain-lain;
- d. Bahan promosi dan informasi lainnya.

Bab 2 pasal 7 :

Hubungan masyarakat meliputi:

- a. Penyelenggaraan widyawisata pengenalan bagi tour operator, penulis wisata, press, produser film, televisi, organisasi pariwisata dan industri lainnya;
- b. Keikutsertaan dalam kegiatan pariwisata dalam dan diluar negeri;
- c. Pembinaan hubungan dengan industri pariwisata, organisasi kepariwisataan serta masyarakat dan lain-lain;
- d. Penyelenggaraan pelayanan informasi kepariwisataan.

Berdasarkan uraian diatas yaitu Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah, yang di jelaskan pada bab 2 pasal 3, pasal 4, pasal 5, pasal 6 dan pasal 7, adalah bertujuan untuk memajukan pariwisata di daerah Kota pekanbaru dalam hal promosi yang di laksanakan oleh Dinas Pariwisata kota Pekanbaru.

Wawancara dengan M.Yusuf selaku Ka. UPTD Danau Wisata Bandar Khayangan Lembah Sari atau yang sering di sebut Danau Buatan pada kantor Dinas Pariwisata kota Pekanbaru antara lain:

“untuk mempromosikan pariwisata daerah kota Pekanbaru khusus Danau Buatan, kami terus melakukannya sesuai dengan prosedur yang ada. Tetapi hal ini seringkali terhambat dengan tidak di dukung prasarana yang memadai seperti contohnya promosi melalui Televisi lokal, kita tahu bahwa jaringan Televisi lokal tidak terlalu luas jangkauan siarnya. Dan terbatasnya dana untuk merealisasikan dari pemasangan iklan dan pengadaan sarana pendukung penjualan. Karena agenda yang dibuat adalah memprioritaskan untuk agenda besar seperti Expo yang dilakukan diluar kota maupun di luar negeri. Dan hal ini tentu saja membutuhkan dana yang cukup besar”. (**wawancara 2013**).

Berkaitan dengan hasil penelitian tersebut, bahwa dalam mempromosikan Pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru harus memperhatikan juga hal-hal kecil seperti pemasangan iklan dan papan reklame contohnya. Karena, jika hal tersebut dapat berjalan beriring dan terus berkesinambungan, maka Objek Wisata yang ada dikota Pekanbaru khususnya danau buatan akan mengalami kemajuan yang sangat baik.

Berdasarkan hasil penelitian terungkap bahwa kebijakan ini belum di implementasikan sesuai dengan harapan. Terbukti masih banyak sekali kegiatan-kegiatan yang masih belum terlaksana. Dan hal ini secara langsung dirasakan oleh masyarakat sekitar yang masih kurangnya informasi tentang Objek Pariwisata

pada daerah kota Pekanbaru. tentu saja jika hal ini terus berlanjut, maka yang terjadi adalah matinya atau tidak berfungsi lagi objek wisata yang ada di kota Pekanbaru dikarenakan tidak adanya masyarakat yang mau berkunjung karena tidak adanya daya tarik yang ditawarkan oleh Objek Wisata tersebut ataupun masyarakat yang masih minim akan informasi tentang objek wisata yang ada di kota Pekanbaru khususnya danau buatan.

Akibat dari kurang maksimalnya promosi yang dilakukan oleh Dinas pariwisata kota Pekanbaru, objek wisata Danau Buatan sekarang sangat sepi pengunjung dari hari ke hari. Hal ini sudah seharusnya menjadi tanggungjawab dari pemerintah daerah khusus dinas yang bertanggungjawab akan hal tersebut. karena jika tidak cepat di tindak lanjuti, objek wisata Danau Wisata Bandar Khayangan Lembah Sari atau yang sering di sebut Danau Buatan terancam mati karena tidak adanya pengunjung.

5.3 Kendala-Kendala Yang Dihadapi Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Khusus Danau Buatan

Apabila dikonfirmasi melalui data hasil wawancara dengan *key informan* dapat diketahui bahwa terdapat kendala yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata kota Pekanbaru dalam mempromosikan objek wisata khusus objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru yang mana kendala tersebut sangat mempengaruhi dari perkembangan objek wisata itu sendiri, diantara hambatan tersebut yang terutama adalah:

1. Kurangnya dukungan dari media elektronik.

Sebagaimana yang telah penulis paparkan sebelumnya, bahwa media elektronik seperti televisi kurang mendukung, kita ketahui bahwa jangkauan siaran televisi lokal tidaklah luas. Sebetulnya hal ini akan efektif jika promosi melalui media elektronik berupa media gambar dan suara.

2. Kegiatan promosi yang terhenti pada event besar.

Pada dasarnya pemerintah kota Pekanbaru khusus Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru sudah melakukan kegiatan promosi dengan baik. Hal ini di buktikan dengan adanya keikutsertaan dalam berbagai acara besar seperti expo, baik didalam negeri maupun diluar negeri. Namun, setelah kegiatan selesai, tidak ada tindak lanjut dari kegiatan atau event besar tersebut untuk mempromosikan yang sebagaimana tertuang pada Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 tentang promosi pariwisata daerah.

3. Perawatan yang kurang maksimal dan juga minim fasilitas di tempat objek wisata khusus Danau Buatan

Hal ini sangatlah berpengaruh terhadap perkembangan dari objek wisata, karena jika perawatan yang kurang maksimal tentu saja akan mengakibatkan kerusakan pada tempat objek wisata. Dan hal tersebut akan menurunkan minat dari pengunjung karena tidak nyaman. Selain itu, minim fasilitas juga mempengaruhi minat pengunjung, seperti yang terjadi pada objek wisata danau buatan.

Hal ini di sebutkan oleh penjaga pintu loket karcis objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru.

Dari uraian diatas, jelas bahwasannya jika kendala-kendala ini tidak segera di atasi dengan cepat oleh pemerintah khusus Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, maka pengaruhnya akan berdampak pada perkembangan objek wisata yang ada di kota Pekanbaru terutama objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru. juga dalam hal perawatan harus di utamakan, karena dari kenyamananlah pengunjung akan senang dan merasa nyaman tentunya.

Kemudian untuk mengetahui bagaimana dan upaya apa saja yang telah dilakukan oleh dinas pariwisata kota pekanbaru dalam rangka mengatasi kendala-kendala yang di hadapi untuk mempromosikan objek wisata yang ada dikota pekanbaru khusus danau buatan, dapat di lihat pada penjelasan di bawah ini:

5.4 Upaya Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru Untuk Mengatasi Kendala Dalam Mempromosikan Objek Wisata Khusus Danau Buatan

Dengan adanya kendala-kendala yang telah diuraikan diatas, Pemerintah kota Pekanbaru khsusus Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru berupaya untuk mengatasi kendala yang timbul dalam mepromosikan objek pariwisata daerah yang mana sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah.

wawancara penulis dengan Dwiyanti Oktaria, SS. Selaku Kasi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru, beliau mengatakan:

“kami terus memaksimalkan kegiatan promosi guna kemajuan objek wisata di kota Pekanbaru, tentu saja dengan memperluas jangkauan lagi untuk mempromosikannya, agar pariwisata menjadi andalan dalam memberikan keuntungan untuk kota pekanbaru. dan tentu saja kami akan

terus berusaha untuk lebih baik lagi untuk mengimplementasikan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah". (**wawancara 2013**).

Penulis juga melakukan pengamatan ke Danau Buatan kota Pekanbaru guna mengetahui secara langsung penerapan dari kegiatan promosi yang tercantum pada Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No 13 Tahun 2000. Ternyata masih sangat minim akan fasilitas yang terdapat pada objek wisata Danau Buatan. Selain itu, objek wisata Danau Buatan juga sepi akan pengunjung. Untuk kedepannya agar pariwisata pekanbaru lebih maju lagi, pemerintah harus memperhatikan hal-hal kecil dalam rangka mempromosikan pariwisata seperti contohnya pemasangan papan reklame, poster, baik juga pengadaan papan informasi pada tempat terbuka di kota pekanbaru. (**pengamatan 2013**).

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah direkapitulasikan dari jawaban responden mengenai Implementasi Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah yang di lakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, maka dapat di simpulkan sebagai berikut: Berdasarkan dari pengukuran tiga indikator yang terdiri dari pemasangan iklan, pengadaan sarana pendukung penjualan dan hubungan masyarakat yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru untuk mempromosikan pariwisata daerah kota Pekanbaru berjalan Cukup Baik. Namun berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan, masih terdapat beberapa indikasi bahwa masih belum maksimalnya pengimplementasian Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah tersebut. yaitu yang berkaitan dengan masalah pemasangan iklan yang masih jarang seperti papan informasi pariwisata dan pemasangan poster.

Kemudian, berdasarkan hasil penelitian yang telah direkapitulasi dari jawaban responden mengenai Kendala-Kendala yang ditemui dalam promosi objek wisata Danau Buatan daerah kota Pekanbaru. maka dapat disimpulkan bahwa kendala-kendala yang ditemui dalam mempromosikan objek wisata danau buatan kota pekanbaru adalah Kurangnya dukungan dari media elektronik, Kegiatan promosi yang terhenti pada event besar dan Perawatan yang kurang maksimal dan juga minim fasilitas di tempat objek wisata khusus Danau Buatan.

6.2. Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan diatas, selanjutnya penulis memberikan saran-saran sebagai pertimbangan kepada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru demi tercapainya tujuan untuk mengimplementasikan Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah agar lebih baik lagi. Adapun saran-saran tersebut adalah:

1. Demi tercapainya implementasi Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah ini jauh lebih baik lagi, diharapkan Dinas Pariwisata kota Pekanbaru juga harus melakukan pemasangan-pemasangan iklan berupa pemasangan pada surat kabar, majalah atau juga pada media elektronik yang saat ini masih jarang kita temui. Bukan hanya memprioritaskan pada agenda-agenda besar saja.
2. Diharapkan agar Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru lebih memperhatikan perawatan dan penambahan fasilitas di tempat objek wisata terutama objek wisata Danau Buatan seperti papan informasi pariwisata atau juga kantin-kantin untuk tempat makan dan minum agar pengunjung lebih nyaman menikmati fasilitas objek wisata Danau Buatan. Apalagi kota Pekanbaru terkenal dengan panasnya.
3. Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru seharusnya lebih sering melibatkan masyarakat untuk lebih aktif lagi dalam kerjasama untuk mempromosikan pariwisata kota pekanbaru. agar tercapai tujuan yang lebih baik untuk perkembangan pariwisata daerah kota Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryanto, 2003, *Pariwisata Indonesia*. Surabaya: PT. Insan Gemilang
- Handoko, T. Hani, 2000, *Organisasi Perusahaan, Teori, Struktur dan Perilaku*. Yogyakarta: BPFE
- I Gde Pitana, 2006, *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- _____, 2005, *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Irawan, 2000, *Pengawasan Perda dan Kepala Daerah*. Jakarta: Bina Aksara
- Irawan D, Hadi, 2003, *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Group
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*. Jilid I, A. Simon & Schuster (Asia) Ltd.
- Kotler, Philip dan Gery, Armstrong, 2001, *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Jilid II, Edisi Kedelapan, Jakarta: Erlangga
- Munashihah, 2008, *Analisis Pemasaran Jasa Terhadap Kunjungan Wisatawan Pada Taman Rekreasi Stanum Bangkinang*.
- M. Manullang. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Nugroho, Riant D, 2004, *Kebijakan Publik “ Formulasi, Implementasi, dan Evaluasi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Pasolong, Harbani., 2010, *Teori Administrasi Publik*. Bandung: CV. Alfabeta
- Pendik, Nyoman, S, 1997, *Ilmu Pariwisata*. Jilid I, Jakarta: Prenhallindo
- _____, 1999, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Prenhallindo
- Poerwadaminta, 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ke Tiga*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Purwanto, 2010, *Statistik Untuk Penelitian*. Purwakarta: Pustaka Belajar.
- Saebani, Beni Ahmad, 2008, *Metode Penelitian*. Bandung : Pustaka Setia
- Sukandarmadi, 2004, *Metodologi Penelitian*: Gajah Mada University Press

Sumaryadi, Nyoman, 2005, *Efektivitas Implementasi Kebijakan Otonomi Daerah*. Jakarta: Citra Utama

Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Alfabeta

Suwantoro, Gamal, 1997, *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi

Peraturan Perundang - Undangan

Pemerintah Propinsi Daerah Tingkat I Riau. Tt, *Himpunan Peraturan di Bidang Kepariwisata*, Penerbit Dinas Pariwisata Propinsi Riau, Pekanbaru

Peraturan Daerah No 13 Tahun 2000 tentang promosi pariwisata daerah pada dinas pariwisata kota Pekanbaru

Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 dan undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2004 tentang pembentukan peraturan perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah yang mengacu pada asas desentralisasi