



No. 4546/KOM-D/SD-S1/2021

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN
KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR DALAM
MENYOSIALISASIKAN SAPTA PESONA
KEPADA KELOMPOK SADAR
WISATA (POKDARWIS)**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

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

Oleh :

BAYU AZI PANGESTU
NIM. 11543104397

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI****UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM****RIAU****2021****Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

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

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah membaca, meneliti dan memberi petunjuk serta melakukan perubahan seperlunya terhadap penulis skripsi saudara:

NAMA : BAYU AZI PANGESTU
NIM : 11543104397
PRODI : ILMU KOMUNIKASI
JUDUL SKRIPSI : STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN
KERUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR DALAM
MENYOSIALISASIKAN SAPTA PESONA KEPADA KELOMPOK
SADAR WISATA (POKDARWIS)

Kami selaku Dosen Pembimbing menyetejui bahwa riset skripsi diatas sudah dapat diajukan pada Ujian Skripsi/Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uneversitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih banyak.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Mengetahui,
Pembimbing

Yantos, S.I.P., M.Si
NIP. 19710122 200701 1 016.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 196911181996032001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

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

كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

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

PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Menyosialisasikan Sapta Pesona Kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)” yang ditulis oleh :

Nama : Bayu Azi Pangestu
Nim : 11543104397
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah di munaqasahkan dalam sidang ujian sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 9 Juni 2020

Sehingga skripsi ini dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana sosial (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 27 Juli 2020

Dekan

Dr. Nurdin, M.A

NIP. 19660 620 20064 1 015

Tim Penguji

Ketua/Penguji I

Yantos, S.IP, M.Si

NIP. 19710122 200701 1 016

Penguji III

Dr. Elfiandri, M.Si

NIP. 19700312 199703 1 006

Sekretaris/Penguji II

Dr. Kodarni, S.ST, M.Pd

NIK. 130311014

Penguji IV

Inan Kemala, M.Si

NIP. 19810612 200801 2 017



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
 كلية الدعوة و علم الاتصال
 FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE
Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Persem Pekanbaru 28293 PO Box. 1304 Telp. 0781-562223
 Fax. 0781-562052 Web www.uin-suska.ac.id E-mail: iain-to@pekanbaru-ido.net.id

PENGESAHAN

Proposal dengan judul **“Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Menyosialisasikan Sapta Pesona Kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)”** yang diajukan oleh saudara :

Nama : Bayu Azi Pangestu
 NIM : 11543104397
 Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah diseminarkan pada:

Hari / Tanggal : Selasa, 5 Maret 2019
 Pukul : 08.00 WIB
 Tempat : Ruang Munaqasah III

Dengan ini diterima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 8 Maret 2019
 Penguji,

Sudianto, S.Sos, M.P.Kom
 NIP.19801230 200604 1 001

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : BAYU AZI PANGESTU

NIM : 11543104397

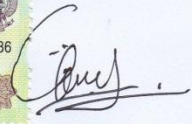
JURUSAN : ILMU KOMUNIKASI

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Menyosialisasikan Sapta Pesona Kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)”** adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda *citasi* dan ditunjuk dalam daftar pustaka.

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

Pekanbaru, 22 Februari 2021
Yang membuat pernyataan,




Bayu Azi Pangestu
NIM. 11543104397



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
 كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE
 Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28283 PO Box. 1004 Telp. 0761-562223
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lah-sq@pekanbaru-tdo.net.id

Dosen Pembimbing Skripsi

Pekanbaru, Rabu 22 April 2020

No : Nota Dinas

Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Di_

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Setelah membaca, meneliti dan memberi petunjuk serta melakukan perubahan seperlunya, maka kami selaku Dosen Pembimbing menyetujui bahwa riset skripsi saudara **Bayu Azi Pangestu**, NIM: 11543104397 dengan judul **“Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Menyosialisasikan Sapta Pesona Kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)”**. Untuk diajukan pada **Ujian Skripsi/ Munaqasyah** Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih banyak.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Mengetahui,

Pembimbing

Yantos, S.IP. M.Si
NIP. 19710122 200701 1 016


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Bayu Azi Pangestu
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Menyosialisasikan Sapta Pesona Kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya objek wisata yang kurang menarik serta monoton yang ada di kabupaten Kampar. Menyosialisasikan sapta pesona kepada kelompok sadar wisata (Pokdarwis) bertujuan untuk meningkatkan kualitas objek wisata agar semakin menarik dan diminati oleh wisatawan. Proses penyampaian Sapta Pesona kepada kelompok sadar wisata (Pokdarwis) adalah strategi utamanya. Jenis Penelitian ini menggunakan metode pendekatan analisis deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan teori strategi komunikasi dari Onong Uchjana Effendy yaitu mengenal sasaran, menentukan media, menyusun pesan, dan menentukan komunikator. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar menetapkan Pokdarwis dalam sosialisasi Sapta Pesona. Sosialisasi ini menggunakan media massa seperti media elektronik/media daring dan juga media nirmassa, contohnya baliho, spanduk, dan poster. Pesan yang disampaikan dalam sosialisasi adalah tujuh unsur sapta pesona yaitu keindahan, kebersihan, kesejukan, ketertiban, keramahan, keamanan, dan kenyamanan. Komunikator dipilih berdasarkan kredibilitas, serta orang yang kompeten dalam bidang kepariwisataan, seperti GenPi dan HPI (himpunan pramuwisata Indonesia). Penelitian ini diharapkan bisa menambah referensi bagi Dinas Pariwisata maupun pemerintah untuk lebih meningkatkan kualitas objek wisata di wilayahnya masing-masing

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Sosialisasi, Sapta Pesona, Pokdarwis

ABSTRACT

Name : Bayu Azi Pangestu
Department : Communication
Title : Communication Strategy of the Tourism and Culture Office of Kampar Regency in Socializing Sapta Pesona To Pokdarwis

This research is motivated by the number of attractions that are less attractive and monotonous in Kampar district. Socializing sapta of charm to kelompok sadar wisata (Pokdarwis) aims to improve the quality of attractions so that they are more attractive and attractive to tourists. The process of delivering Sapta Pesona to Pokdarwis is the main strategy. This type of research uses a qualitative descriptive analysis approach. By using the communication strategy theory from Onong Uchjana Effendy, namely recognizing the target, determining the media, composing messages, and determining communicators. The results showed that the Department of Tourism and Culture of the Kampar District established Pokdarwis in the Sapta Pesona socialization. This socialization uses mass media such as electronic / online media and mass media, for example billboards, banners, and posters. The message conveyed in the socialization are the seven elements of enchantment, namely beauty, cleanliness, coolness, orderliness, friendliness, security, and memories. Communicators are chosen based on credibility, as well as people who are competent in the field of tourism, such as GenPi and HPI (the Indonesian guides' association). This research is expected to be able to add references for the Department of Tourism and the government to further improve the quality of attractions in their respective regions.

Keywords : Communication Strategy, Sosialization, Sapta Pesona, Pokdarwis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan penulis kesehatan dan kesempatan sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beriring salam tak lupa penulis haturkan kepada baginda Rasulullah SAW sebagai suri tauladan bagi umatnya. Dalam skripsi ini penulis membahas mengenai “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Menyosialisasikan Sapta Pesona Kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)”.

Untuk menyelesaikan skripsi ini, banyak pihak yang membantu penulis untuk merampungkannya baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Kedua orangtua yang selalu mendo’akan dan memberikan semangat hingga penulis sampai dititik ini. Serta keluarga yang selalu memberikan nasehat dan semangat hingga penulis bisa menyelesaikan proses perkuliahan, bekerja dan tentunya berkarya, dan tidak pernah lelah dalam memberikan dukungan yang tak terhingga kepada penulis, terimakasih sudah menjadi muara kasih sayang.
2. Prof. Dr. Suyitno M.Ag., selaku Plt Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Drs. H. Suryan A. Jamrah MA selaku Wakil Rektor I, bapak Dr. H. Kusnadi, M.Pd selaku wakil rector II, dan Bapak Drs. H. Promadi, MA. Ph.D., selaku Wakil Rektor III.
4. Ayahanda Dr. Nurdin Abdul Halim, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Wakil Dekan I Bapak Dr. Masduki, MAg, Wakil Dekan II Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si dan Wakil Dekan III Bapak Dr.Azni, M,Ag.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Bunda Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
6. Bapak Yantos S.Ip, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi dan juga sebagai pembimbing skripsi yang sangat membantu penulis, yang sudah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan nasehat terkait penyusunan skripsi ini.
7. Ayahanda Dr.Yasril Yazid. MIS selaku pembimbing akademik yang selalu memberikan pengarahan dan nasehat kepada penulis.
8. Untuk dosen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih selama ini telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis sehingga penulis bisa seperti sekarang ini.
9. Pihak Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman – teman *Public Relations* Kelas C angkatan 2016 dan kelas I semester 1 dan 2 yang sama – sama berjuang untuk S.Ikom.
11. Untuk keluarga SUSKA FM, yang telah memberikan kesempatan penulis menjadi seorang penyiar sehingga penulis bisa merasakan dunia pekerjaan yang bisa diterapkan kedepannya.
12. Untuk anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Komunikasi periode 2016 yang sangat membuat penulis semakin berkarya.
13. Terimakasih juga untuk Ikatan Bujang Dara Kampar dan Ikatan Duta Bahasa Riau.
14. Untuk rekan-rekan alumni SMAN 2 XIII Koto Kampar angkatan 2014 yang saat ini masih solid.
15. Untuk KBC (Mak Nunun, Reza Arianti, Liza Anggraini, Yogik Panjaitan) yang selalu memberi warna selama kuliah, walaupun kalian selesai duluan.
16. Untuk para sahabat yang selalu memberikan semangat dan dukungannya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
17. Dan untuk semua pihak yang mendukung penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga kebaikan hati kalian semua dalam membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dibalas oleh Allah SWT. Penulis juga berharap skripsi ini bisa memberikan kontribusi baik secara akademis maupun praktis. Penulis dengan penuh menyadari jika skripsi ini jauh dari kesempurnaan, atas saran dan kritik yang membangun penulis ucapkan terimakasih, dan semoga bisa bermanfaat.

Pekanbaru, 22 Februari 2021
penulis,

BAYU AZI PANGESTU
NIM. 11543104397

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Ruang Lingkup Kajian	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	8
A. Kajian Teori	8
B. Kajian Terdahulu.....	32
C. Kerangka Pikir.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Jenis Pendekatan Penelitian	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
C. Sumber Data.....	40
D. Informan Penelitian.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Validasi Data	42
G. Analisis Data.....	42

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

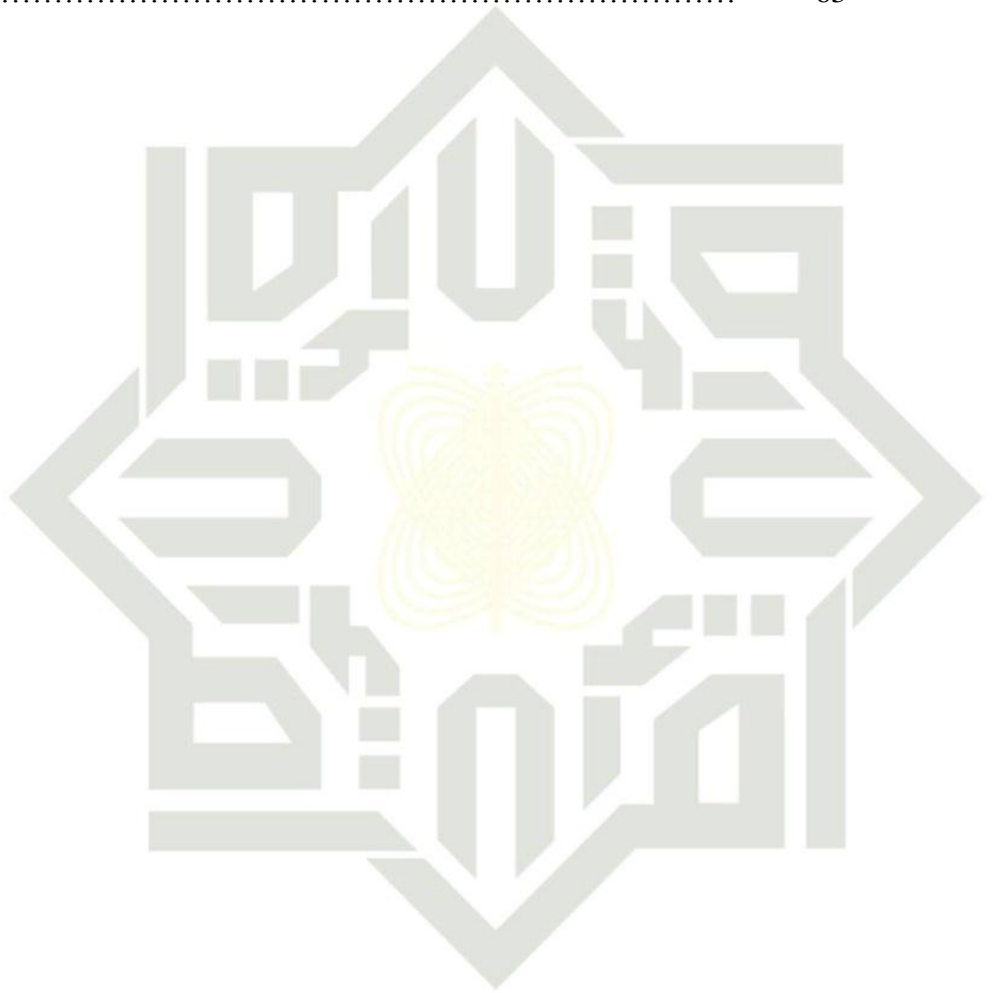
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN.....	44
A. Sejarah Kabupaten Kampar.....	44
B. Sejarah Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kab. Kampar.....	46
C. Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan	48
D. Struktur Instansi	48
E. Tugas dan Fungsi.....	49
BAB V LAPORAN PENELITIAN.....	54
A. Hasil Penelitian	54
B. Pembahasan	64
BAB VI PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1	37
Gambar. 2	56
Gambar. 3	60
Gambar. 4	63



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak Presiden Joko Widodo (Jokowi) menetapkan pariwisata sebagai sektor unggulan pembangunan nasional, dunia pariwisata Indonesia menjadi salah satu sektor ekonomi terbesar dan tercepat pertumbuhannya. Bahkan, pariwisata menjadi *core economy* (inti ekonomi) negara ini ke depan.¹

Pariwisata merupakan komoditas yang paling berkelanjutan dan menyentuh hingga ke level bawah masyarakat. Setiap tahun, performa pariwisata Indonesia menanjak, di saat beberapa komoditas lain seperti minyak, gas, batu bara, serta kelapa sawit terus merosot.

Dalam kurun waktu tiga tahun, Menteri Pariwisata (Menpar) Arief Yahya terus mendorong pariwisata Indonesia menjadi lebih cantik dan menarik, *from nothing to something (dari yang bukan apa-apa menjadi sesuatu yang luar biasa)*. Hasilnya destinasi pariwisata Indonesia menjadi daya tarik bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara.

Visit Indonesia Year 2008, adalah brand event destinasi negara (BeDN) Indonesia. Brand ini memberi dampak positif terhadap peningkatan jumlah wisatawan ke Indonesia. Bahkan Indonesia tetap melaksanakan event VIY sampai pada tahun 2009, 2010, dan 2011. Dalam event ini mengkampanyekan *Sapta Pesona*. Ini merupakan kampanye promosi pariwisata Indonesia ke seluruh dunia oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Agar program pembangunan pariwisata Indonesia dapat berjalan dengan baik dan dapat menunjukkan hasil yang nyata bagi pembangunan nasional.²

Pokdarwis (kelompok sadar wisata) merupakan kelompok swadaya dan swakarsa masyarakat yang memiliki kepedulian dan tanggung jawan serta berperan sebagai penggerak dalam mendukung terciptanya iklim kondusif bagi

¹<https://ekbis.sindonews.com/read/1231216/34/kontribusi-pertumbuhan-pariwisata-di-sektor-ekonomi-terbesar-dan-tercepat-1502940648> (diakses tanggal 15 Desember 2018)

²Burhan Bungin, “*Komunikasi Pariwisata*”(Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015)hal. 7



Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan. Serta mewujudkan sapta pesona dalam meningkatkan kepariwisataan dan ekonomi masyarakat.

Sapta pesona merupakan kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan berkunjung ke suatu daerah atau wilayah tertentu di negara Indonesia. Kita harus menciptakan suasana indah mempesona khususnya tempat-tempat yang banyak dikunjungi wisatawan agar mereka betah tinggal lebih lama, karena merasa puas atas kunjungannya sehingga dapat memberikan kenangan indah dalam hidupnya.

Sebagai pencetus Sapta Pesona Soesilo Soedarman menjelaskan tujuh unsur pariwisata yang harus dimiliki oleh setiap objek wisata yaitu kebersihan, keamanan, keindahan, keramahan, ketertiban, kesejukan, dan kenangan. *Sapta pesonaini* dapat tercipta dengan adanya akomodasi yang nyaman baik dan sehat, atraksi seni budaya yang khas dan mempesona, makanan dan minuman khas daerah yang lezat dengan penyajian dan penampilan yang menarik. Cenderamata yang khas daerah dan bermutu tinggi, mudah dibawa, harga terjangkau dan mempunyai arti tersendiri akan tempat yang dikunjungi tersebut.

Setelah Sapta Pesona dirasa cukup berhasil untuk meningkatkan rasa kesadaran masyarakat terhadap kegiatan kepariwisataan, barulah pada tahun 2011 Menteri Kebudayaan dan Pariwisata memperkenalkan slogan *Wonderful Indonesia* pertama kali di forum internasional pada pertemuan Menteri Pariwisata ASEAN di Kamboja. Penetapan slogan *Wonderful Indonesia* menjadi langkah utama dalam memperkenalkan Indonesia kemata dunia internasional ketika persaingan dalam *destination branding* semakin ketat.

Melalui branding *Wonderful Indonesia*, peringkat pariwisata Indonesia di dunia berada di posisi ke-50 pada tahun 2015. Bahkan, berdasarkan laporan resmi *World Economic Forum*, Indonesia berhasil melejit delapan peringkat hingga ke peringkat ke-42 pada 2017. Sebelumnya, di peringkat ke-70 dari 141 negara pada tahun 2013.

Pada saat ini Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kampar sedang gencar-gencarnya mempromosikan destinasi pariwisata yang ada di Kabupaten Kampar. Bupati Kampar juga menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan, ini



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dikarenakan pariwisata dianggap mampu menjadi sektor ekonomi terbesar dan tercepat pertumbuhannya.

Banyaknya destinasi wisata baru yang bermunculan di Kabupaten Kampar, membuat Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar harus mensosialisasikan Sapta Pesona kepada para pengelola wisata atau yang lebih sering disebut dengan Pokdarwis. Dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran setiap kegiatan kepariwisataan. Tidak hanya sekedar membuat sebuah objek wisata yang menarik, namun juga harus bisa menimbulkan kesan yang baik bagi wisatawan.

Berdasarkan data destinasi wisata dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar yang tercatat pada tahun 2019, setidaknya ada 86 destinasi wisata yang ada di kabupaten Kampar. Dari jumlah keseluruhan terdapat 32 objek wisata pasif (tidak meningkat), 18 objek wisata aktif (tingkat kunjungan wisatawan cenderung stabil dan meningkat), dan 36 objek wisata non-aktif (objek wisata yang tidak berjalan). Ini menandakan bahwa masih banyak pokdarwis atau penggiat wisata yang masih belum menerapkan sapta pesona dengan baik.

Kurangnya kesan yang menarik terhadap destinasi wisata, ini akan berdampak pada berkurangnya kunjungan wisatawan, bahkan objek wisata tersebut terancam bangkrut atau mati. Jika pokdarwis paham dengan Sapta Pesona sebenarnya, ini bisa menjadi ladang pencarian untuk pokdarwis dan juga masyarakat. Maka dari itu sosialisai tentang Sapta Pesona penting dilakukan agar pengelola atau masyarakat dapat meningkatkan kualitas destinasi wisata agar menjadi destinasi yang menarik untuk dikunjungi oleh para wisatawan dan memberikan kesan yang baik dan sulit dilupakan.

Meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) pariwisata juga diatur dalam Undang-Undang Kepariwisata Nomor 10 Tahun 2009 tentang pelatihan sumber daya manusia, standardisasi, serifikasi, dan tenaga kerja pasal 52, dijelaskan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah menyelenggarakan pelatihan



Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

sumberdaya manusia pariwisata sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.³

Berdasarkan fenomena yang dikemukakan, maka penulis tertarik mengadakan penelitian di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar. Dari penjelasan di atas, penulis beramsumsi bahwa strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar belum terlaksana semaksimal mungkin, karena berhasil atau tidaknya suatu program diperlukan strategi yang matang. Untuk itu penulis mengadakan penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Menyosialisasikan Sapta Pesona Kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)”**.

B. Penegasan Istilah

Dalam judul penelitian yang diangkat terdapat beberapa istilah yang perlu diberikan penjelasan agar mempermudah pemahaman, pengertian dan menghindari kesalah pahaman.

1. Strategi

Pada hakekatnya strategi adalah *planning* dan manajemen untuk mencapai satu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan telah ditetapkan.⁴

2. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dalam manajemen (*management communication*) untuk mencapai suatu tujuan.⁵

³ UU NOMOR 10 TAHUN 2009 Tentang Kepariwisataaan

⁴ Onong Uchjana Effendy “*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*” (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya) hal. 32

⁵ Onong Uchjana Effendy “*Dinamika Komunikasi*” (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002) hal. 29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses yang membantu individu melalui belajar dan penyesuaian diri. Bagaimana bertindak dan berpikir agar dapat berperan dan berfungsi, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat.⁶

4. Sapta Pesona

Ir. Firmanyah Rahim dalam buku “Pedoman Kelompok Sadar Wisata” menjelaskan tentang sapta pesona merupakan tujuh unsur pesona yang harus diwujudkan bagi terciptanya lingkungan yang kondusif dan ideal bagi berkembangnya kegiatan kepariwisataan disuatu tempat yang mendorong tumbuhnya minat wisatawan untuk berkunjung. Ketujuh unsur sapta pesona yang dimaksud diatas adalah aman ,bersih, tertib, sejuk, indah, ramah, dan kenangan.⁷

5. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)

Kelompok sadar wisata (Pokdarwis) adalah kelembagaan ditingkat masyarakat yang anggotanya terdiri dari para pelaku kepariwisataan yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab serta berperan sebagai penggerak dalam mendukung terciptanya iklim kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan serta terwujudnya Sapta Pesona dalam meningkatkan pembangunan daerah melalui kepariwisataan dan manfaatnya bagi kesejahteraan masyarakat sekitar.⁸

C. Ruang Lingkup Kajian

Ruang lingkup kajian ini masih di dalam konteks ilmu komunikasi. Pada penelitian ini mengkaji tentang sebuah strategi komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam mensosialisasikan Sapta Pesona kepada Pokdarwis. Pada penelitian ini juga melihat bagaimana cara Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar atau Bidang Destinasi Wisata dalam mencoba melakukan sebuah strategi yang nantinya akan berdampak positif kepada kelompok sadar wisata terhadap kemajuan dan perkembangan objek wisata.

⁶Harsono H, “*Ilmu Sosial Dasar*” (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2001) hal.116

⁷FirmanyahRahim “Pedoman Kelompok Sadar Wisata”(Jakarta: 2012)hal. 5

⁸FirmanyahRahim “Pedoman Kelompok Sadar Wisata”(Jakarta: 2012)hal. 16



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam menyosialisasikan Sapta Pesona kepada kelompok sadar wisata (Pokdarwis) ?.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam mensosialisasikan *Sapta Pesona*.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan Teoritis
 - 1) Dapat memberikan deskripsi dan referensi pada mahasiswa komunikasi mengenai realita strategi komunikasi untuk membantu sebuah kegiatan sebagai media sosialisasi. Serta dapat memberikan sumbangan pikiran mengenai arti penting strategi komunikasi dalam membantu kegiatan pemerintahan.
 - 2) Sebagai bahan rujukan untuk melihat bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mensosialisasikan Sapta Pesona.
- b. Kegunaan praktis
 - 1) Penelitian ini di tujukan sebagai tugas akhir memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.IKom) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.
 - 2) Dapat memberikan sumbangan pemikiran dan sumber informasi kepada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mensosialisasikan *Sapta Pesona*.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara keseluruhan penelitian ini, disusun dalam sistematika penulisan sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam penelitian ini berisikan tentang : latar belakang, penegasan istilah, ruang lingkup kajian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bagian ini diuraikan tentang kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini diuraikan jenis pendekatan peneliti, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM DINAS PARIWISATA DAN KABUPATEN KAMPAR

Dalam bab ini membahas tentang gambaran umum tempat penelitian seperti sejarah, visi dan misi, struktur pemerintahan dan kegiatan pemerintahan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan analisis Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mensosialisasikan *Sapta Pesona*.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pembaca dan penelitian-penelitian selanjutnya sebagai masukan ataupun pertimbangan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

Pada bab ini akan disajikan kerangka teoritis yang nantinya dijadikan sebagai tolak ukur dalam penelitian, kerangka teoritis memuat teori-teori dengan tujuan memudahkan dalam menjawab permasalahan secara teoritis, dan dengan kerangka teoritis inilah kerangka dirumuskan untuk memudahkan penelitian.

1. Strategi

a. Definisi Strategi

Secara etimologi kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu *stratus* yang artinya tentara dan kata *agein* yang berarti memimpin. Dengan demikian strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *stratis* yang artinya pemimpin tentara ditingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakan.⁹ Berikut ini beberapa definisi dari strategi :

- 1) Menurut Onong Uchajana Effendy, strategi adalah perencanaan untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai jalan yang hanya memberikan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasinya.¹⁰
- 2) Dalam buku “Desain Penelitian Manajemen Strategik” dua pakar strategi yaitu Hamel dan Prahalad yang dikutip oleh Husein Umar mendefinisikan strategi sebagai tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan

⁹ Hafied Cangara “Perencanaan dan Strategi Komunikasi” (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) hal.61

¹⁰ Onong Uchjana Effendy “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek” (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2017) hal. 32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.¹¹

- 3) Menurut J. L Thompson yang dikutip oleh Olivier, dalam bukunya “Strategi *Public Relations*” mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Sementara itu strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif.¹²
- 4) Menurut S. Sumarsono, strategi adalah seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan (ideology, politik, ekonomi, sosial budaya, dan hankam) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.¹³
- 5) Menurut Hafied Cangara strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.¹⁴
- 6) Strategi menurut Siagian (2004), strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.
- 7) Pengertian strategi menurut Craig dan Grant (1996), strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.¹⁵

¹¹ Husein Umar “Desain Penelitian Manajemen Strategik” (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2010) hal. 17

¹² Olivier “Strategi Public Relations” (PT Glora Aksara Pratama, 2001) hal. 2

¹³ S. Sumarsono “Pendidikan Kewarganegaraan” (Gramedia Pustaka Utama, 2001) hal. 139

¹⁴ Hafied Cangara “Perencanaan dan Strategi Komunikasi” (Jakarta : Rajawali Pers, 2013) hal. 61

¹⁵ <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-strategi-3-tingkatan-strategi-bisnis/> (diakses 20 Februari 2019)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Tingkat Strategi

Dalam buku “*Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Public dan Organisasi Non Profit*” Dan Schendel dan Charles Hofer Higgins menjelaskan tingkatan strategi yang terbagi ke dalam beberapa strategi adalah sebagai berikut¹⁶ :

1) *Enterprise Strategy*

Enterprise strategy yang berhubungan dengan masyarakat. Masyarakat merupakan sekelompok yang berada di luar organisasi yang tidak dapat dikontrol oleh organisasi ataupun perusahaan. Masyarakat yang tidak terkendali biasanya ada berbagai kelompok, seperti kelompok politik dan kelompok sosial yang berusaha mempengaruhi, sehingga strategi ini adalah relasi antara organisasi dan masyarakat. Sejauh interaksi itu dilakukan maka menghasilkan keuntungan bagi organisasi atau perusahaan. Strategi enterprise menunjukkan bahwa organisasi memberi pelayanan yang baik kepada kebutuhan masyarakat.

2) *Corporate Strategy*

Corporate Strategy atau strategi korporasi adalah strategi yang berkaitan dengan pilihan arah perusahaan secara keseluruhan, serta pengelolaan portofolio bisnis dan produk. Strategi ini merupakan orientasi menyeluruh perusahaan terhadap pertumbuhan (*growth*), stabilitas (*stability*), atau pengurangan (*rethenchment*). Maka dari itu strategi ini berkaitan dengan misi organisasi, jadi sering disebut dengan *Grand Strategy*, karena meliputi bidang yang berkaitan dengan suatu organisasi.

3) *Business Strategy*

Strategi ini menjelaskan bagaimana merebut pasaran di tengah masyarakat. Bagaimana menempatkan perusahaan atau organisasi pada posisi yang pas bagi pengusaha dan para donor lainnya.

¹⁶ Dan Schendel dan Charles Hofer Higgins “*Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Public dan Organisasi Non Profit*”(Jakarta: Grasindo) hal.33

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

c. Jenis-jenis Strategi

Dalam buku David F.R yang berjudul “*Manajemen Strategi*” menjelaskan beberapa jenis-jenis strategi dan didefinisikan sebagai berikut:¹⁷

1) Strategi Integrasi

Integrasi yang mengarah ke depan dan ke belakang, serta integrasi horizontal kadang semua disebut integrasi vertical. Strategi integrasi vertical memungkinkan organisasi dapat mengendalikan para pemasok, pesaing dan distributor.

2) Strategi Intensif

Menetralkan dan menenangkan pasar, terjadi persaingan perusahaan ataupun organisasi dengan program yang akan ditingkatkan.

3) Strategi Diversifikasi

Strategi Diversifikasi terbagi dalam 3 jenis, yaitu konsentrik, horizontal dan konglomerat.

4) Strategi Divestasi

Merupakan strategi untuk menjual salah satu divisi atau bagian dari organisasi. Divestasi sering dipergunakan untuk meningkatkan modal perusahaan yang selanjutnya akan digunakan untuk investasi.

5) Strategi Umum Michael Porter

Terdapat tiga landasan dan patokan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus. Dan Porter menamakan ketiganya sebagai strategi umum.

Komunikasi

a. Definisi Komunikasi

Berbagai sumber menyebutkan bahwa kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communis*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar kata *communis* adalah *communicio*, yang artinya berbagi. Dalam hal ini, yang

¹⁷ David, F.R. “*Manajemen Strategi*” (Jakarta: PT. Prenhallindo Jakarta, 2006) hal.26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa inggris, *communicate* berarti :

- 1) Untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan, dan informasi;
- 2) Untuk menjadikan paham (tahu);
- 3) Untuk membuat sama ; dan
- 4) Untuk mempunyai hubungan yang simpatik.

Sedangkan dalam kata benda (*noun*), *communication* berarti :

- 1) Pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi;
- 2) Proses pertukaran antara individu-individu melalui system simbol-simbol yang sama;
- 3) Seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan ; dan
- 4) Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi.

Jadi secara umum, komunikasi dapat didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antar manusia. Jadi ilmu komunikasi adalah ilmu yang mempelajari usaha penyampaian pesan antar manusia.¹⁸

Inilah beberapa definisi komunikasi menurut para ahli yang dikutip dari situs daring pakarkomunikasi.com :¹⁹

- a) Achmad S. Ruky, komunikasi merupakan proses pemindahan dan pertukaran pesan, dimana pesan ini dapat berbentuk fakta, gagasan, perasaan, data atau informasi dari seseorang kepada orang lain. Proses ini dilakukan dengan tujuan untuk mempengaruhi dan/atau mengubah informasi yang dimiliki serta tingkah laku orang yang menerima pesan tersebut.
- b) Anderson , komunikasi merupakan proses yang dinamis. Proses ini secara konstan berubah sesuai dengan situasi yang berlaku.
- c) Anwar Arifin, komunikasi merupakan sebuah konsep multi makna. Dalam makna sosial, komunikasi merupakan proses sosial yang berkaitan dengan kegiatan manusia, dan kaitannya dengan pesan dan perilaku.

¹⁸ Nani Soyomukti “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”(Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016)hal. 56

¹⁹ <http://www.google.com/amp/s/pakarkomunikasi.com/pengertian-komunikasi-menurut-para-ahli/amp> (diakses tanggal 20 Februari 2019)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

- d) Atep Aditya Barata, mendefinisikan komunikasi sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan, berita, atau informasi, yang terjadi diantara dua orang atau lebih, proses ini dilakukan secara efektif agar pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerimanya.
- e) Bernard Berelson & Gary A. Steiner menyatakan bahwa komunikasi merupakan sebuah tindakan atau proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan semacamnya. Hal yang ditransmisikan ini dapat berupa simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan semacamnya.
- f) Carl I. Hovland, mendefinisikan komunikasi sebagai sebuah proses yang memungkinkan, seseorang (komunikator) untuk dapat menyampaikan rangsangan, dengan tujuan untuk dapat mengubah perilaku orang lain (komunikan).
- g) David K. Berlo mendefinisikan komunikasi sebagai instrument dari interaksi sosial, yang berguna untuk mengetahui dan memprediksi, sikap orang lain, serta mengetahui, keberadaan diri sendiri. Dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan keseimbangan dalam masyarakat.
- h) Agus M. Hardjana, M.Sc., Ed merumuskan komunikasi sebagai suatu kegiatan disampaikannya suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain melalui media tertentu. Setelah pesan tersebut diterima dan dipahami sejauh kemampuannya, penerima pesan kemudian menyampaikan tanggapan melalui media tertentu pula kepada penyampai pesan.
- i) Harorl D. Lasswell, mengemukakan bahwa pada dasarnya komunikasi merupakan proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dan dengan akibat atau hasil apa ?.
- j) Menurut KBBI V komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.²⁰

²⁰ KBBI V

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Komponen Komunikasi

Nurani Soyomukti (2016) menjabarkan komponen-komponen komunikasi, yaitu:²¹

1) Komunikator (*Communicator*)

Pengirim pesan adalah manusia yang memulai proses komunikasi, disebut “komunikator”. Komunikator ketika mengirimkan pesan tentunya memiliki motif dan tujuan, yang disebut “motif komunikasi”. Ada yang menyebut pengirim pesan atau komunikator dengan istilah “pengirim” saja atau disebut juga “sumber”. Sebagian pengamat dan ilmuwan komunikasi lain ada yang menyebutnya sebagai *encoder*. Istilah *encoder* identik dengan istilah yang diartikan sebagai alat penyandi. *Encoding* adalah proses penyediaan, yang disandikan adalah pesan.

Komunikator bisa terdiri dari satu orang, banyak orang atau lebih dari satu orang, serta kumpulan orang atau (massa). Apabila orang banyak atau lebih dari satu orang tersebut relative saling kenal sehingga terdapat ikatan emosional yang kuat dalam kelompoknya, mereka disebut kelompok kecil. Apabila mereka relatif tidak saling kenal secara pribadi sehingga ikatan emosionalnya lemah, mereka disebut sebagai “kelompok besar” atau “publik”.

Komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, kelompok organisasi, komunikasi massa seperti surat kabar, radio, televisi dan sebagainya. Dalam menyampaikan pesan biasanya komunikator dapat menjadi komunikan, atau sebaliknya komunikan menjadi komunikator.

2) Pesan (*Message*)

Pesan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasinya. Pesan sebenarnya adalah suatu hal yang sifatnya abstrak (konseptual, ideologis, dan idealistic). Akan tetapi, ketika pesan disampaikan dari komunikator kepada komunikan, pesan menjadi konkret, karena disampaikan dalam bentuk simbol atau lambang berupa bahasa

²¹Nurani Soyomukti “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”(Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016)hal. 58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(baik lisan maupun tulisan), suara (audio), gambar (visual), mimic, gerak-gerik, dan lain sebagainya.

3) Saluran (*Channel*)

Saluran komunikasi identik dengan proses berjalannya pesan, sedangkan media komunikasi identik dengan alat (benda) untuk menyampaikan. Jadi saluran komunikasi lebih umum daripada media komunikasi.

Saluran komunikasi dapat berjalan baik ada atau tidaknya media. Komunikasi bisa terjadi tanpa media atau nonmediated communication yang berlangsung tatap muka atau face to face. Aktivitas komunikasi tatap muka ini bentuknya bermacam-macam, mulai dari perbincangan, wawancara, konseling, rapat, seminar, dan lain sebagainya.

Komunikasi juga berjalan dengan bantuan sarana berupa media, yang disebut media komunikasi. Media komunikasi berfungsi sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk mengantarkan pesannya agar sampai ke komunikan.

4) Komunikan (*Communican*)

Penerima pesan (komunikan) adalah manusia berakal budi kepada siapa pesan komunikator ditujukan. Ada ahli lain yang menyebut penerima pesan atau komunikan sebagai “*decoder*”. Dalam proses komunikasi, utamanya dalam tataran antarpribadi, peran komunikator dan komunikan bersifat dinamis, dapat saling berganti. Sebagaimana komunikator, komunikan juga dapat terdiri dari satu orang, banyak orang (kelompok kecil, kelompok besar, termasuk dalam wujud organisasi), dan massa.

5) Efek (*Effect*)

Efek komunikasi adalah situasi yang diakibatkan oleh pesan komunikator dalam diri komunikannya. Efek komunikasi ini berupa efek psikologis yang terdiri dari tiga hal, yaitu:

- a) Pengaruh kognitif, yaitu bahwa dengan komunikasi, seseorang menjadi tahu tentang sesuatu. Berarti komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

b) Pengaruh efektif, yaitu bahwa dengan pesan yang disampaikan terjadi perubahan perasaan dan sikap.

c) Pengaruh konatif, yaitu pengaruh yang berupa tingkah laku dan tindakan.

Disadari atau tidak, tujuan komunikasi memang untuk menyampaikan pesan agar terjadi perubahan perasaan dan tingkah laku pada komunikan.

c. Proses Komunikasi

Onong Uchjana Effendy dalam buku “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek” membagi proses komunikasi menjadi dua tahap, yakni:²²

1) Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing (*symbol*) sebagai media. Lambing sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator ke komunikan.

Bahasa adalah yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi, karena hanya bahasalah yang mampu menerjemahkan pemikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk ide, informasi, atau opini, baik mengenai hal yang kongkret maupun yang abstrak. Bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu, dan masa yang akan datang.

2) Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambing sebagai media pertama.

Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, maka

²²Onong Uchjana Effendy “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017)hal. 11

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan cirri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

Komunikasikan media surat, poster, atau papan pengumuman akan berbeda dengan komunikasi surat kabar, radio, televisi, atau film. Setiap media memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan sebagai penyampaian suatu pesan tertentu pula. Dengan demikian, proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (*mass media*) dan media *nirmassa* atau media *nonmassa* (*non-mass media*).

d. Bentuk-bentuk Komunikasi

Keberhasilan komunikasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan seseorang atau lembaga dalam memahami siapa yang menjadi lawan atau komunikannya. Adapun bentuk komunikasi dilihat dari lawan atau komunikannya adalah sebagai berikut :

1) Komunikasi Antarpribadi (interpersonal)

Komunikasi ini lebih dikenal dengan Interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antar komunikator dengan komunikan secara langsung dengan cara berhadapan muka atau tidak. Komunikasi seperti ini lebih efektif karena kedua belah pihak saling melancarkan komunikasinya dan dengan *feedback* keduanya melaksanakan fungsi masing-masing.

Ronald B. Adler,dkk (2009) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal adalah semua komunikasi antara dua orang atau secara kontekstual komunikasi interpersonal. Sedangkan menurut Joseph A. DeVito (2013) mengatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah interaksi verbal dan nonverbal antara dua (atau kadang-kadang lebih dari dua) orang yang saling tergantung sama lain.²³

²³<https://pakarkomunikasi.com/bentuk-bentuk-komunikasi/amp> (diakses tanggal 21Februari 2019)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan dalam suatu hubungan interpersonal antara dua orang atau lebih, baik secara verbal maupun nonverbal, dengan tujuan untuk mencapai kesamaan makna.

2) Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok didefinisikan juga sebagai pertukaran informasi yang terjadi secara langsung atau bertatap muka antara tiga orang atau lebih. Komunikasi ini berlangsung dengan mereka yang memiliki kesamaan dalam segi budaya, linguistic, dan/atau geografi. Komunikasi kelompok biasanya digunakan untuk bertukar pikiran, informasi, menambah pengetahuan, atau mengubah sikap dan perilaku.

3) Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi di mana lawan komunikasi atau komunikannya terbesar dalam jumlah yang relatif amat banyak sehingga untuk menjangkaunya diperlukan suatu media atau sarana. Dengan demikian, media massa adalah alat-alat komunikasi yang menyebar pesan secara serempak, cepat kepada audiens yang luas.²⁴

Komunikasi yang ditujukan kepada massa atau komunikasi yang menggunakan media massa. Massa disini adalah kumpulan orang-orang yang hubungan antar sosialnya tidak jelas dan tidak mempunyai struktur tertentu.

e. Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi, apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, dan ide, maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut :

1. Informasi

Informasi ialah pemberitahuan, kabar atau berita tentang sesuatu. Informasi ini bisa berupa data, gambar dan pesan yang dibutuhkan, agar

²⁴ N. Mudin “Sistem Komunikasi Indonesia” (2013) hal. 9



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat dimengerti secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain, sehingga dapat mengambil keputusan dengan tepat.

2. Motivasi

Usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu bergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikendakinya atau mendapat kepuasan dengan perbuatannya.²⁵ Menjelaskan setiap tujuan jangka pendek maupun jangka panjang kepada masyarakat, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama.

3. Sosialisai

Upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dan dihayati oleh masyarakat. Dalam istilah lain sosialisasi juga merupakan proses belajar seorang anggota masyarakat untuk mengenal dan menghayati kebudayaan masyarakat dalam lingkungannya.

3. Strategi Komunikasi

a. Definisi Strategi Komunikasi

Stephen Robbins mendefinisikan strategi sebagai penentu tujuan jangka panjang perusahaan atau lembaga dan memutuskan arah tindakan serta mendapat sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Dan berpikir strategi meliputi tindakan memperkirakan atau membangun tujuan untuk masa depan yang diinginkan, menentukan kekuatan-kekuatan yang akan membantu atau yang akan menghalangi tercapainya tujuan, serta merumuskan rencana untuk mencapai keadaan yang diinginkan.²⁶

J.L Thompson mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi

²⁵KEBI V

²⁶Morrison “Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional” (Jakarta)hal.152

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kompetitif untuk masing-masing aktivitas. Sementara itu strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif.²⁷

Strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan, memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai tujuan. Strategi komunikasi adalah komunikasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, media, penerima, sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai komunikasi yang optimal.²⁸

Berikut ini adalah pengertian strategi komunikasi menurut para ahli:²⁹

1. Effendi (2011), strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang.
2. Rogers dalam Cangara (2013:61), strategi komunikasi merupakan suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala lebih besar melalui transfer ide-ide baru.
3. Kulvisaechana (2011), strategi komunikasi ialah penggunaan kombinasi faset-faset komunikasi dimana termasuk didalamnya frekuensi komunikasi, formalitas komunikasi, isi komunikasi, dan saluran komunikasi.

b. Komponen Strategi Komunikasi

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada

²⁷ Olivier, "Strategi Public Relations" (PT Glora Aksara Pratama, 2001) hal. 2

²⁸ Haried Cangara "Perencanaan dan Strategi Komunikasi" (Jakarta : Rajawali Pers, 2013) hal. 61

²⁹ <https://www.pelajaran.co.id/2020/12/strategi-komunikasi.html> (diakses tanggal 21 Februari

2019)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

setiap komponen tersebut. Dimulai dari komunikasi sebagai sasaran komunikasi, media, pesan, dan komunikator.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek” ada empat faktor yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi, yaitu:³⁰

1. Mengenali Sasaran

Sebelum melakukan komunikasi kita perlu mempelajari siapa-siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasi. Ini akan bergantung pada tujuan komunikasi itu sendiri, apakah hanya sekedar untuk mengetahui informasi, atau melakukan tindakan tertentu. Apapun tujuannya, metodenya, dan banyaknya sasaran, perlu diperhatikan faktor-faktor yang ada pada komunikasi tersebut.

a) Faktor Kerangka Referensi

Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita dan sebagainya. Kerangka referensi setiap orang akan berbeda dengan orang lainnya.

Dalam situasi komunikasi antarpersonal, mudah untuk mengenal kerangka referensi komunikasi karena hanya satu orang. Yang sukar ialah mengenal referensi komunikasi dalam komunikasi kelompok. Dan yang lebih sulit lagi yaitu mengenal kerangka referensi komunikasi dalam komunikasi massa sebab sifatnya sangat heterogen. Oleh karena itu pesan yang disampaikan kepada khalayak melalui media massa hanya yang bersifat informatif dan umum, yang menyangkut kepentingan semua orang. Jika pesan yang akan disampaikan kepada khalayak adalah untuk dipersuasikan, maka akan lebih efektif bila khalayak dibagi menjadi kelompok-kelompok khusus. Lalu diadakan komunikasi kelompok dengan mereka, yang berarti komunikasi dua arah secara timbal balik.

b) Faktor Situasi dan Kondisi

³⁰Onong Uchjana Effendy “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017)hal. 35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Yang dimaksud dengan situasi disini ialah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang akan disampaikan. Situasi yang dapat menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang tiba-tiba. Misalnya seseorang yang berpidato dalam suatu malam kesenian pada saat hadirin mengharapkan hiburan segera dimulai. Dan contoh hambatan komunikasi secara tiba-tiba yaitu hujan deras disertai petir saat sedang ada yang berpidato.

Yang dimaksud dengan kondisi disini ialah *state of personality* komunikan, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat ia menerima pesan komunikasi. Komunikasi tidak akan efektif apabila komunikan sedang marah, sedih, bingung, sakit, atau lapar. Dalam menghadapi komunikan dengan kondisi seperti ini, komunikator bisa menanggihkan komunikasi sampai kondisi komunikan membaik. Akan tetapi, tidak jarang pula komunikator harus melakukannya pada saat itu juga, disini faktor manusiawi sangat penting.

2. Menentukan Media

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi tidak dapat ditegaskan dengan pasti, karena masing-masing media mempunyai kekurangan dan kelebihan.

3. Menyusun Pesan

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu, ini menentukan teknik apa yang harus digunakan, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang digunakan bisa macam-macam. Lambang yang bisa digunakan dalam untuk menyampaikan isi komunikasi ialah bahasa, gambar, warna, gestur, dan sebagainya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

Lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi ialah bahasa, karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan. Oleh karena itu dalam komunikasi, bahasa memegang peranan yang sangat penting. Tanpa penguasaan bahasa, hasil pemikiran yang bagaimanapun baiknya tidak akan bisa dikomunikasikan kepada orang lain dengan tepat. Banyak kesalahan informasi dan interpretasi yang disebabkan oleh bahasa.

Menurut Soeganda Priyatna (2004), terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi agar pesan yang disampaikan dapat mudah diterima dan dipahami oleh khalayak sasaran, yaitu:³¹

a) Pesan bersifat umum

Pesan yang disampaikan adalah pesan yang bersifat umum dan mudah dipahami oleh khalayak sasaran.

b) Pesan harus jelas

Pesan yang disampaikan harus jelas, sehingga tidak menimbulkan salah penafsiran.

c) Bahasa yang jelas

Bahasa yang digunakan dalam proses penyampaian pesan hendaknya menggunakan bahasa yang jelas dan sesuai dengan khalayak sasaran serta tidak menggunakan istilah-istilah yang tidak dimengerti oleh khalayak sasaran.

d) Positif

Pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran dilakukan dengan cara-cara yang positif, sehingga mendatangkan rasa simpati dari khalayak sasaran.

e) Seimbang

Pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran disampaikan dengan seimbang, tidak harus selalu mengungkapkan sisi positif namun juga sisi negatif agar khalayak sasaran dapat menerimanya dengan baik.

³¹<https://www.google.com/amp/s/pakarkomunikasi.com/teori-strategi-komunikasi/amp> (diakses tanggal 22 Februari 2019)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

f) Sesuai

Pesan yang disampaikan hendaknya disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan khalayak sasaran.

4. Menentukan Komunikator

Ada dua faktor yang penting pada diri komunikator apabila melakukan komunikasi, yaitu daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*).

a) Daya tarik sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Dengan kata lain, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator, sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang disampaikan oleh komunikator.

b) Kredibilitas sumber

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki oleh seorang komunikator. Contohnya seorang dokter akan mendapat kepercayaan apabila menerangkan tentang kesehatan.

Berdasarkan kedua faktor tersebut, seorang komunikator harus dapat merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Seorang komunikator harus bersikap empatik ketika berkomunikasi dengan komunikan yang sedang marah, bingung, sedih, sakit, kecewa, dan sebagainya.

c. Tujuan Strategi Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett, dalam buku *Techniques For Effective Communication* menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Apabila komunikan sudah mengerti dan menerima, maka



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Hassanudin Kasim Riau

komunikasikan harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan itu dapat dimotivasi (*to motivate action*).³²

Tujuan dari strategi komunikasi adalah untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan, tujuan dari strategi komunikasi adalah sebagai berikut.³³

- 1) Memberitahu, yaitu memberikan sebuah informasi.
- 2) Memotivasi, informasi yang disampaikan harus dapat memotivasi masyarakat.
- 3) Mendidik, setiap informasi yang disampaikan bersifat mendidik.
- 4) Menyebarkan informasi, salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebarluaskan informasi pada masyarakat yang menjadi sasarannya.

4. Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses yang membantu individu melalui belajar dan penyesuaian diri. Bagaimana bertindak dan berpikir agar dapat berperan dan berfungsi, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat.³⁴ Sedangkan menurut KBBI V sosialisasi ialah upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dan dihayati oleh masyarakat.³⁵

Berikut ini adalah definisi sosialisasi menurut para ahli:³⁶

1. Prof. Dr. Nasution, SH, sosialisasi adalah proses membimbing individu kedalam dunia sosial “sebagai warga masyarakat yang dewasa”.
2. Paul B. Horton, mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses dimana seseorang menghayati serta memahami norma-norma dalam masyarakat tempat tinggalnya sehingga akan membentuk kepribadiannya.
3. Ritzer JR, sosialisasi adalah proses seseorang memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukannya agar dapat berfungsi sebagai

³² Ono Uchjana Effendy “*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*”(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017)hal. 32

³³ Ali Liliwari “*Komunikasi Serba Ada Serba Makna*” (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011) hal. 248

³⁴ Hartomo H, “*Ilmu Sosial Dasar*” (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2001) hal.116

³⁵ KBBI V

³⁶ <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/08/26-pengertian-sosialisasi-menurut-para-ahli.html> (diakses tanggal 22 Februari 2019)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

orang dewasa dan sekaligus sebagai pemeran aktif dalam suatu kedudukan atau peranan tertentu dimasyarakat.

Robert M.Z. Lawang, sosialisasi adalah proses mempelajari norma, nilai, peran dan semua persyaratan lainnya yang diperlukan untuk memungkinkan partisipasi yang efektif dalam kehidupan sosial.

Broom dan Selznick, sosialisasi merupakan proses membangun atau menanamkan nilai-nilai kelompok pada diri seseorang.

Soerjono Soekanto, sosialisasi adalah proses sosial tempat seseorang individu mendapatkan pembentukan sikap untuk berperilaku yang sesuai dengan perilaku orang-orang disekitarnya.

James. W. Vander Zanden, sosialisasi ialah proses interaksi sosial dimana orang memperoleh pengetahuan, nilai, sikap, dan perilaku esensial untuk berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat.

- h. David Gaslin, mendefinisikan sosialisasi sebagai proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan tentang nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota kelompok masyarakat.

- i. Nursal Luth, sosialisasi adalah suatu proses ketika individu menerima dan menyesuaikan diri dengan masyarakat.

Sukandar Wiraatmaja, sosialisasi merupakan proses belajar dari bayi untuk mengenal dan memperoleh sikap, pengertian, gagasan dan pola tingkah laku yang disetujui oleh masyarakat.

Melalui proses sosialisasi, individu akan terwarnai cara berpikir dan kebiasaan-kebiasaan hidupnya dengan proses sosialisasi, individu menjadi tahu bagaimana harus bertingkah laku di tengah-tengah masyarakat dan lingkungan budayanya. Jadi dalam hal ini sosialisasi merupakan salah satu proses belajar kebudayaan dari anggota masyarakat dalam hubungannya dengan sistem sosial. Menurut pendapat Dirdjo Sisworo, sosialisasi memiliki tiga pengertian yaitu:³⁷

³⁷ Hartomo, H. "Ilmu Sosial Dasar" (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2001) hal.117

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam proses sosialisasi itu individu mempelajari kebiasaan, sikap, ide-ide, pola nilai, tingkah laku dan ukuran kepatuhan tingkah laku di dalam masyarakat dimana individu tersebut tinggal.

Proses sosialisasi adalah proses belajar, yaitu proses akomodasi yang mana individu menahan, mengubah implus dalam dirinya dan mengambil alih dari cara hidup atau kebudayaan masyarakatnya.

Semua sikap dan kecakapan yang di pelajari dalam proses sosialisasi itu disusun dan dikembangkan sebagai suatu kesatuan sistem dalam diri pribadinya.

Meskipun sosialisasi itu mungkin berbeda-beda dalam berbagai lembaga, kelompok, maupun masyarakat, namun sasaran sosialisasi itu sendiri banyak memiliki kesamaan dan tujuan pokok sosialisasi, diantaranya adalah :

- 1) Individu harus diberi ilmu pengetahuan yang dibutuhkan bagi kehidupan kelak di masyarakat.
- 2) Individu harus mampu berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuannya.
- 3) Pengendalian fungsi-fungsi organik yang dipelajari melalui latihan-latihan mawas diri yang tepat.
- 4) Bertingkah laku selaras dengan norma atau tata nilai dan kepercayaan pokok yang ada pada lembaga atau kelompok dan masyarakat pada umumnya.

Proses sosialisasi tidak berhenti sampai kepada keluarga saja, tapi masih ada lembaga lainnya. Dengan demikian sosialisasi dapat berlangsung secara formal dan informal. Secara formal, proses sosialisasi lebih teratur karena di dalamnya disajikan seperangkat ilmu pengetahuan secara teratur dan sistematis serta dilengkapi oleh seperangkat norma tegas dan harus dipatuhi oleh setiap individu, dan sosialisasi ini bersifat disengaja.

Secara informal, proses sosialisasi bisa terjadi melalui interaksi pergaulan informal. Sosialisasi itu bersifat tidak sengaja, terjadi apabila seseorang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

individu mempelajari pola-pola keterampilan, norma atau perilaku melalui pengamatan informal terhadap interaksi orang lain.³⁸

5. Sapta Pesona

Sapta Pesona dicetuskan oleh Soesilo Soedarman dalam buku “Pedoman Kelompok Sadar Wisata” Ir. Firmanyah Rahim menjelaskan tentang sapta pesona merupakan tujuh unsur pesona yang harus diwujudkan bagi terciptanya lingkungan yang kondusif dan ideal bagi berkembangnya kegiatan kepariwisataan disuatu tempat yang mendorong tumbuhnya minat wisatawan untuk berkunjung. Ketujuh unsure sapta pesona yang dimaksud diatas adalah aman, bersih, tertib, sejuk, indah, ramah, dan kenangan.³⁹

a. Aman

Aman merupakan tidak adanya rasa takut, cemas, dan was-was ketika wisatawan berkunjung ke destinasi wisata. Jadi aman dapat dikatakan menjamin keselamatan jiwa, fisik, dan termasuk barang milik wisatawan. Bentuk aksi menjaga keamanan wisatawan adalah sebagai berikut :

- 1) Tidak mengganggu wisatawan.
- 2) Menjaga dan menolong wisatawan.
- 3) Bersahabat dengan wisatawan.
- 4) Menjaga keamanan lingkungan.
- 5) Membantu memberikan informasi kepada wisatawan.
- 6) Meminimalkan resiko kecelakaan penggunaan fasilitas publik.

b. Bersih

Bersih merupakan keadaan dimana destinasi wisata bebas dari sampah, kotoran, dan limbah. Lingkungan yang bersih dapat membuat wisatawan betah untuk berlama-lama dan tidak takut adanya wabah penyakit. Adapun bentuk aksi untuk menjaga kebersihan adalah sebagai berikut :

- 1) Tidak membuang sampah atau limbah sembarangan.

³⁸ Hartomo, H “*Ilmu Sosial Dasar*” (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2001) hal. 118

³⁹ Firmanyah Rahim “Pedoman Kelompok Sadar Wisata”(Jakarta: 2012)hal. 11



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

- 2) Menjaga kebersihan sarana publik.
- 3) Menyediakan makanan yang higienis.
- 4) Pakaian petugas yang bersih dan rapi.

c. Indah

Indah merupakan keadaan lingkungan yang menarik dan sedap dipandang oleh mata. Indah dapat dilihat dari segi letak, warna, atau bentuk yang selaras sehingga enak untuk dilihat. Adapun aksi yang bisa dilakukan untuk menjaga keindahan adalah sebagai berikut :

- 1) Menjaga keindahan daya tarik wisata dalam tatanan yang harmoni dan alami.
- 2) Menata tempat tinggal dan lingkungan secara teratur, tertib, dan serasi serta menjaga karakter lokal.
- 3) Menjaga keindahan vegetasi, tanaman hias dan peneduh sebagai elemen estetika lingkungan yang bersifat natural.

d. Tertib

Kondisi tertib merupakan sesuatu yang sangat didambakan oleh setiap orang termasuk wisatawan. Kondisi tersebut tercermin dari suasana yang teratur, rapi dan lancar serta menunjukkan disiplin yang tinggi dalam semua segi kehidupan masyarakat. Adapun bentuk aksi menjaga ketertiban adalah sebagai berikut :

- 1) Mewujudkan budaya antri.
- 2) Mentaati peraturan yang berlaku.
- 3) Disiplin dan tepat waktu.
- 4) Teratur, rapi, dan lancar.

e. Sejuk

Sejuk adalah kondisi lingkungan yang nyaman, segar, sehat, dan bersih. Lingkungan yang sejuk ini dapat diupayakan dengan cara melakukan penghijauan, menjaga kebersihan lingkungan, mengatur sirkulasi udara segar khususnya untuk ruangan-ruangan tertutup. Lingkungan yang sejuk bermanfaat untuk menjernihkan pikiran sehingga memberi dampak segar dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ugar pada jasmani kita. Adapun bentuk aksi menjaga kesejukan destinasi wisata adalah sebagai berikut :

- 1) Melakukan penghijauan dengan cara menanam pohon.
- 2) Menjaga kondisi sejuk di dalam ruangan, seperti hotel atau penginapan, alat transportasi, restoran, dan lain sebagainya.

f. Ramah

Ramah merupakan sikap perilaku seseorang yang menunjukkan etika moral seperti keakraban, sopan, suka membantu, suka tersenyum dan menarik hati.

Adapun aksinya adalah sebagai berikut :

- 1) Membantu wisatawan.
- 2) 3S (salam, senyum, dan sapa).

g. Kenangan

Kenangan merupakan kesan yang melekat dengan kuat pada ingatan dan perasaan seseorang yang disebabkan oleh pengalaman yang diperolehnya. Kenangan yang ingin diwujudkan dalam ingatan dan perasaan wisatawan dari pengalaman berpariwisata adalah yang indah dan menyenangkan. Menciptakan memori yang berkesan bagi wisatawan dapat membuat pengalaman perjalanan wisata dapat terus membekas dalam benak wisatawan, dan menumbuhkan motivasi untuk berkunjung ulang. Adapun aksinya adalah sebagai berikut :

- 1) Memperkenalkan keunikan kebudayaan lokal.
- 2) Menyajikan makanan dan minuman khas lokal yang bersih, sehat dan menarik.
- 3) Menyediakan cenderamata yang menarik, unik, serta mudah dibawa.

Terwujudnya tujuh unsur Sapta Pesona dalam pengembangan kepariwisataan akan berdampak pada:

- 1) Meningkatnya minat kunjungan wisatawan ke destinasi.
- 2) Tumbuhnya iklim usaha kepariwisataan yang prospektif.
- 3) Meningkatnya lapangan pekerjaan dan peluang pendapatan, serta dampak ekonomi multi ganda pariwisata bagi masyarakat.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)

a. Definisi Pokdarwis

Kelompok sadar wisata (Pokdarwis) adalah kelembagaan ditingkat masyarakat yang anggotanya terdiri dari para pelaku kepariwisataan yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab serta berperan sebagai penggerak dalam mendukung terciptanya iklim kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan serta terwujudnya Sapta Pesona dalam meningkatkan pembangunan daerah melalui kepariwisataan dan manfaatnya bagi kesejahteraan masyarakat sekitar.⁴⁰

Dalam aktivitas sosialnya Pokdarwis berupaya untuk :

- 1) Meningkatkan pemahaman kepariwisataan.
- 2) Meningkatkan peran dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan.
- 3) Meningkatkan nilai manfaat kepariwisataan bagi masyarakat/anggota Pokdarwis.
- 4) Menyukseskan pembangunan kepariwisataan.

b. Tujuan Pokdarwis

Pembentukan kelompok sadar wisata (pokdarwis) bertujuan untuk :

- 1) Meningkatkan posisi dan peran masyarakat sebagai subjek atau pelaku penting dalam pembangunan kepariwisataan, serta dapat bersinergi dan bermitra dengan pemangku kepentingan terkait dalam meningkatkan kualitas perkembangan kepariwisataan di daerah.
- 2) Membangun dan menumbuhkan sikap dan dukungan positif masyarakat sebagai tuan rumah melalui perwujudan nilai-nilai Sapta Pesona bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan di daerah dan manfaatnya bagi pembangunan daerah maupun kesejahteraan masyarakat.

⁴⁰ Firmansyah Rahim "Pedoman Kelompok Sadar Wisata"(Jakarta: 2012)hal.16



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Memperkenalkan, melestarikan dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada di masing-masing daerah.

c. Fungsi Pokdarwis

Fungsi pokdarwis dalam kegiatan kepariwisataan adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai penggerak Sadar Wisata dan Sapta Pesona di lingkungan wilayah di destinasi wisata.
- 2) Sebagai Mitra Pemerintah dan pemerintah daerah (kabupaten/kota) dalam upaya perwujudan dan pengembangan Sadar Wisata di daerah.

B. Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian dan untuk menghindari duplikasi pada desain dan temuan dalam penelitian ini maka dicantumkan beberapa penelitian terdahulu. Selain itu dengan mengenal penelitian terdahulu, maka sangat mudah membantu peneliti dalam memilih dan mendapatkan desain penelitian yang sesuai karena peneliti memperoleh gambaran dan perbandingan dari desain yang telah dilaksanakan. Berikut adalah penelitian yang relevan dengan penelitian penulis.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sulaiman mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2015 dengan judul penelitian “*Strategi Komunikasi Dinas Kebersihan dan Pertamanan Dalam Sosialisasi penghijauan di Kota Pekanbaru*”. Fokus kajian dalam penelitian ini adalah bagaimana Dinas Kebersihan Dan Pertamanan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan penghijauan kepada masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dimana peneliti berupaya menggambarkan situasi dan kondisi atau fenomena yang menjadi objek penelitian. Format deskriptif kualitatif dianggap tepat digunakan untuk meneliti masalah, seperti studi tingkah laku masyarakat, efek media, dan implementasi suatu kebijakan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menjadi komunikator dengan melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat dan memberikan praktek-praktek, membentuk pesan yang baik untuk disampaikan kepada masyarakat, memanfaatkan media cetak seperti brosur dan Koran dan media elektronik seperti infocus dan radio yang bertujuan agar informasi yang disampaikan dapat mencakup seluruh masyarakat Kota Pekanbaru, selanjutnya menetapkan seluruh masyarakat Kota Pekanbaru sebagai sasaran, dan strategi komunikasi dalam sosialisasi penghijauan yang sudah dilakukan sudah bagus, namun hasilnya belum maksimal secara keseluruhan, karena masih adanya kendala yang dihadapi, seperti :

- a. Kurangnya tenaga komunikator atau SDM dikarenakan tenaga yang diharapkan untuk melakukan sosialisasi tidak seperti yang diharapkan oleh pihak Dinas Kebersihan Dan Pertamanan.
- b. Masih kurangnya media yang digunakan seperti tidak adanya penayangan di televisi dan kurangnya pemberitahuan di mdia cetak seperti Koran, spanduk sehingga membuat sosialisasi yang dilakukan belum maksimal.
- c. Masih minimnya sosialisasi yang dilakukan karena anggaran yang digunakan dalam melakukan sosialisasi tersebut belum mencukupi untuk terlaksananya kegiatan sosialisasi tersebut.⁴¹

Rio Candra (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau) tentang *Aktivitas Pelaksana Fungsi Humas Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Memberikan Informasi Pariwisata Kepada Masyarakat*. Focus kajian dalam penelitian ini adalah bagaimana aktivitas Humas dalam memberikan informasi pariwisata kepada masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dimana peneliti berupaya menggambarkan situasi dan kondisi atau fenomena yang menjadi objek penelitian. Format deskriptif kualitatif dianggap tepat digunakan untuk meneliti masalah , seperti studi tingkah

⁴¹Sulaiman, *Strategi Komunikasi Dinas Kebersihan Dan Pertamanan Dalam Sosialisasi Penghijauan Di Kota Pekanbaru*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, tahun 2015

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

laku masyarakat, efek media, dan implementasi suatu kebijakan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Aktivitas Pelaksana Fungsi Humas Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Memberikan Informasi Pariwisata Kepada Masyarakat dilakukan melalui pedekatan 4 indikator, yaitu :

- a. Hubungan dengan penduduk/masyarakat (*Community Relation*), diawali dengan membentuk Kelompok Sadar Wisata, mengandalkan Bujang Dara Kampar, serta memanfaatkan internet agar informasi lebih cepat tersebar dikalangan masyarakat.
- b. Hubungan dengan Media Pers/Media Massa (*Press Relation*), dalam hubungannya dengan media massa, Humas Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar membina hubungan kerjasama dengan Riau Pos, Radio Swasta dan Radio Pemerintah Kabupaten Kampar. Tetapi cenderung lebih banyak menggunakan media online dalam program memberikan informasi kepada masyarakat karena penyebarluasan informasi lebih cepat dan *up to date*.
- c. Hubungan dengan Karyawan/Pegawai (*Employee Relation*), dibentuk tim dan mengadakan rapat yang terdiri dari staff promosi yang dipimpin oleh Kasi Promosi untuk mendiskusikan ide-ide.
- d. Hubungan dengan berbagai pihak terkait (*Stakeholder Relation*), *stakeholder* utama Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar adalah pemerinta tingkat I yaitu Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Disparekraf) Provinsi Riau, ada juga *stakeholder* dibidang pengusaha dan usaha adalah perhotelan atau penginapan, café dan resto, dan agen travel beserta transportasi.⁴²

Penelitian yang dilakukan oleh Tamara Pratiwi pada tahun 2019 dengan judul “*Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Provinsi Riau Dalam*

⁴²R. Candra “*Aktivitas Pelaksana Fungsi Humas Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Memberikan Informasi Pariwisata Kepada Masyarakat*” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, tahun 2017.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mensosialisasikan Tagline RIAU GO IT". Fokus kajian ini ialah bagaimana strategi komunikasi humas pemerintah Provinsi Riau dalam mensosialisasikan *tagline* Riau Go IT kepada masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dimana peneliti berupaya menggambarkan situasi dan kondisi atau fenomena yang menjadi objek penelitian. Format deskriptif kualitatif dianggap tepat digunakan untuk meneliti masalah, seperti studi tingkah laku masyarakat, efek media, dan implementasi suatu kebijakan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tim humas pemerintah provinsi Riau secara baik dalam pelaksanaan penyebaran program terbaru mereka. Terutama dengan adanya program *tagline* Riau Go IT, memberikan kemudahan bagi pemerintah dalam menyebarluaskan segala bentuk informasi, program, pendidikan dan kegiatan lainnya yang berhubungan langsung dengan pemerintah provinsi Riau. Begitu juga tahapan-tahapan yang dilakukan oleh tim humas sebelum melaksanakan sosialisasi. Memperhitungkan secara baik siapa khalayak yang terlebih dahulu yang harus menerima pesan sosialisasi. Selanjutnya juga tim humas tidak lupa menyiapkan isi pesan yang akan disampaikan dalam proses sosialisasi. Menetapkan tema dan materi yang membangkitkan perhatian khalayak. Begitu juga dengan pemilihan metode yang digunakan dalam mengidentifikasi situasi serta kondisi khalayak. Selanjutnya tahap terakhir yang dilakukan tim humas pemerintah provinsi Riau adalah penyeleksian media dalam proses penyampaian pesan. Baik itu pesan yang di sampaikan secara tatap muka dan melalui media cetak maupun elektronik. Penelitian ini pun mendapatkan temuan bahwa humas pemerintah provinsi Riau dalam mensosialisasikan *tagline* Riau Go IT dengan mengadakan even tertentu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan menyampaikan secara langsung. Program *tagline* Riau Go It melalui acara yang diadakan pemerintahan provinsi Riau.⁴³

Dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan, penulis menjadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian. Adapun penelitian yang akan dilakukan membahas mengenai strategi komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam menyosialisasikan Sapta Pesona kepada kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Yang membedakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan strategi berbeda kemudian teori yang digunakan berbeda pula.

C. Kerangka Pikir

Kerangka teoritis adalah sebuah model konseptual mengenai bagaimana seseorang berteori mengenai hubungan-hubungan antara beberapa faktor atau konsep untuk menjawab masalah penelitian.⁴⁴

Kerangka pikir bersifat operasional yang diturunkan dari satu atau beberapa teori atau dari beberapa pernyataan-pernyataan logis. Di dalam kerangka pikir inilah akan didudukkan masalah penelitian yang telah diidentifikasi dalam kerangka teoritis yang relevan dan mampu mengungkap, menerangkan serta menunjukkan perspektif terhadap atau dengan masalah penelitian.

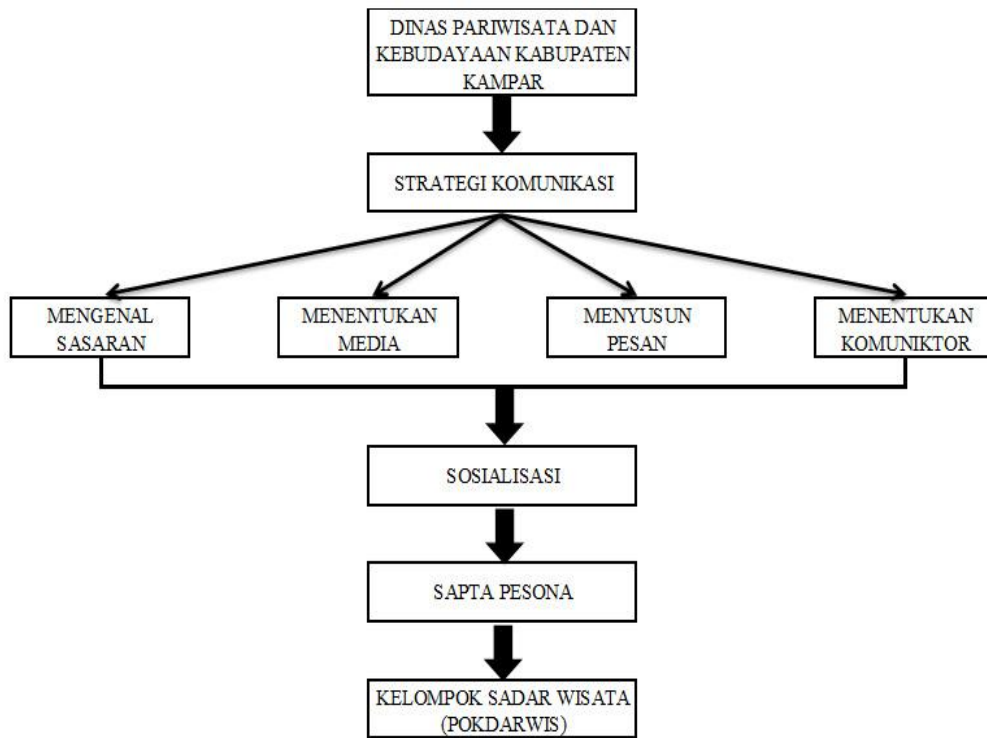
Untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Kampar dalam menyosialisasikan *sapta pesona* kepada kelompok sadar wisata (pokdarwis), digunakan teori dari Onong Uchjana Effendy tentang Strategi Komunikasi. Maka kerangka pikir yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dari bagan sebagai berikut :

⁴³ Tamara Pratiwi "Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Provinsi Riau Dalam Menyosialisasikan Tigline RIAU GO IT" Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, tahun 2019

⁴⁴ Zulfanef "Metode Penelitian Sosial dan Bisnis" (Yogyakarta :Graha Ilmu, 2008)hal. 46

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar. 1
(Kerangka Pikir)

Berdasarkan kajian teori yang penulis bahas, penulis mencoba mendeskripsikan langkah dan tahapan yang muncul dari fikiran sehingga terbentuk rancangan yang tepat untuk dapat diteliti dan dianalisis. Dalam hal ini penulis meneliti strategi komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam menyosialisasikan Sapta Pesona kepada kelompok sadar wisata (Pokdarwis).

Adapun strategi yang dilakukan untuk menyosialisasikan Sapta Pesona tersebut adalah sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Mengetahui sasaran sosialisasi

Dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Kampar harus terlebih dahulu mengenali sasaran sosialisasi. Agar bisa mengetahui bagaimana kerangka referensi dari setiap anggota kelompok. Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam diri seseorang sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita dan sebagainya. Kerangka referensi setiap orang akan berbeda dengan orang lainnya.

Dengan mengenali sasaran tentunya dinas pariwisata juga bisa melihat bagaimana faktor situasi dan kondisi, sehingga nantinya sosialisasi bisa dilakukan dan tidak ada hambatan. Situasi disini maksudnya ialah situasi komunikasi pada saat berkomunikasi akan menerima pesan yang akan disampaikan. Situasi yang dapat menghambat jalannya komunikasi yang dapat diduga sebelumnya, dan dapat juga datang tiba-tiba. Yang dimaksud dengan kondisi disini ialah *state of personality* komunikasi, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikasi pada saat ia menerima pesan komunikasi. Maka dari itu strategi pendekatan sasaran harus benar-benar ditetapkan, agar tujuan yang telah ditargetkan dapat tercapai dengan baik.

2. Menentukan media sosialisasi

Langkah berikutnya adalah menentukan media, dimana media bisa dijadikan alat untuk mempermudah sosialisasi. Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Onong mengklasifikasikannya menjadi media tulisan atau cetakan, visual, aural, dan audio visual.

Ada hal lain yang harus diperhatikan sebelum memutuskan media mana yang akan digunakan, yakni *kapabilitas* penerima pesan. Sesuai dengan apa yang disampaikan Onong, bahwa dalam memilih media harus dilakukan secara selektif dan sesuai dengan keadaan, kondisi, serta situasi khalayak.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Menyusun pesan sosialisasi

Terdapat beberapa syarat dalam menyusun pesan yang efektif, agar pesan yang disampaikan dapat mudah diterima dan dipahami oleh sasaran sosialisasi, yaitu pesan harus jelas, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan memiliki dasar ilmu pengetahuan.

Pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran juga disampaikan dengan seimbang, tidak harus selalu mengungkapkan sisi positif namun juga sisi negatif agar khalayak sasaran dapat menerimanya dengan baik. Pesan yang disampaikan hendaknya disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan khalayak sasaran.

4. Menetapkan komunikator sosialisasi

Ada faktor yang harus diperhatikan oleh dinas pariwisata dalam memilih komunikator, yaitu daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*). Berdasarkan kedua faktor tersebut, seorang komunikator harus dapat merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Seorang komunikator harus bersikap empatik ketika berkomunikasi dengan komunikan yang sedang marah, bingung, sedih, sakit, kecewa, dan sebagainya.

Adapun sosialisasi Sapta Pesona ini dilakukan untuk menjadikan pokdarwis lebih mengetahui tentang bagaimana mengelola sebuah objek wisata agar lebih memiliki daya tarik dan meningkatkan kunjungan wisatawan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi.⁴⁵

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar, Jl. Tuanku Tambusai Bangkinang Kota Kabupaten Kampar. Waktu penelitian ini adalah September 2019.

C. Sumber Data

Sumber data dibagi atas dua macam, yaitu:⁴⁶

1. Data Primer

Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik benda, kejadian, kegiatan dan hasil suatu pengujian tertentu.

Sebagai data primer dipenelitian ini yaitu hasil wawancara dengan pegawai di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar. Yang penulis lakukan serta observasi langsung dengan mengikuti kegiatan yang dilakukan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh dari instansi yang umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi.

⁴⁵ Kiyantono Rachmat “*Teknis Praktis Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*”(Jakarta: Kepanca, 2007) hal. 196

⁴⁶ Rulan Rosady “*Kiat dan strategi Kampanye Publik Relations*”(Jakarta : PT Rajagrafindo Persan.2008)hal. 138



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Informan Penelitian

Informan sumber penelitian adalah subjek yang memahami informasi tentang penelitian sebagai pelaku atau orang lain yang memahami objek penelitian.⁴⁷

1. Informan Kunci

Informan kunci adalah orang yang dianggap paling mengerti mengenai data atau informasi yang peneliti butuhkan, yaitu Kepala Bidang Destinasi Wisata.

2. Informan Tambahan

Informan tambahan yaitu siapa saja yang ditemukan di wilayah penelitian yang dapat memberikan informasi tentang masalah yang diteliti. Informan tambahan dalam penelitian ini adalah pegawai dan staff Dispar yang ada.

3. Informan Pelengkap

Yang menjadi informan pelengkap dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen, seperti dokumentasi dan website yang melengkapi atau memperkuat adanya penelitian data dari informan kunci.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu :

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan.⁴⁸ Dalam penelitian ini penulis menggunakan observasi non partisipan yaitu observasi langsung tetapi hanya ikut menyaksikan sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar. Dan tidak ikut dalam acara yang dilaksanakan diberbagai kegiatan lainnya.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan bertatap muka secara langsung dengan informan agar mendapat data yang lengkap dan

⁴⁷ Buchan Bungin “*Penelitian Kualitatif*” (Jakarta: KENCANA PRENADAMEDIA, 2010) hal. 76

⁴⁸ Buchan Bungin “*Penelitian Kualitatif*”(Jakarta: KENCANA PRENADAMEDIA, 2007) hal. 115



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendalam.⁴⁹ Dalam penelitian ini yang akan penulis wawancarai yaitu informan kunci dan informan pendukung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁵⁰ Dokumentasi ini berupa data-data historis yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

F. Validitas Data

Setelah penelitian dilakukan, maka selanjutnya perlu dilakukan validitas data atau pengujian dan pemeriksaan dan keabsahan data. Validitas data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi data. Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.⁵¹

Dalam penelitian ini penulis menggunakan hasil triangulasi data dengan narasumber, yaitu membandingkan antara hasil wawancara dan dokumen yang ada, dan membandingkan anatara dokumen yang ada dengan pengamatan yang dilakukan.

G. Analisis Data

Analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, dan mengategorikan data sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan focus atau masalah yang ingin dijawab. Melalui aktifitas tersebut data bisa disederhanakan dan bisa dipahami dengan mudah. Langkah-langkah analisis data kualitatif mengandung tiga kegiatan yang saling terkait.

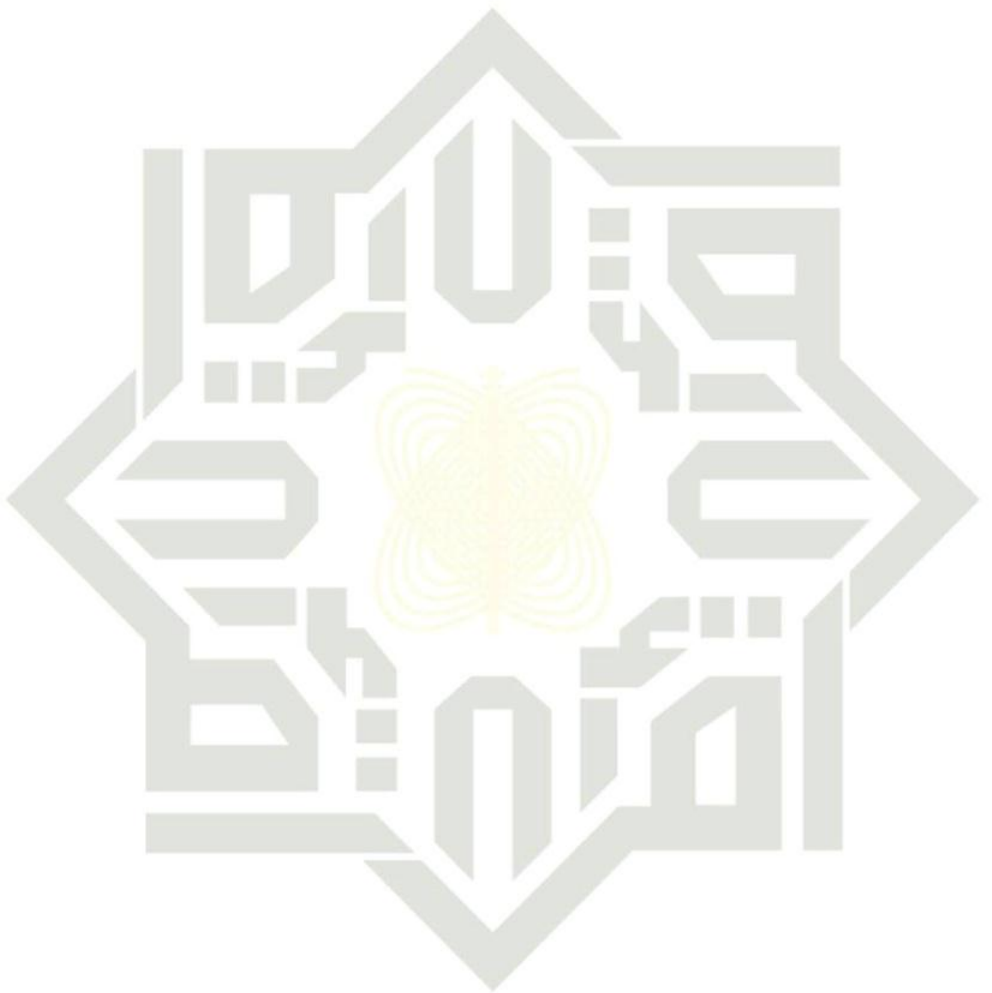
Pertama adalah mereduksi data, yaitu analisis yang menajamkan, menggolongkan dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasikan. Yang kedua adalah menampilkan data, yakni proses ini peneliti berusaha menyusun data yang

⁴⁹ Ardianto Elvinaro “*Metodelogi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*.” (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2010) hal. 178

⁵⁰ Sugiono “*Memahami Penelitishn Kualitatif*” (Bandung: Alfabeta, 2012) hal. 182

⁵¹ Lexi J Moelong “*Metodelogi Penelitian Komunikasi*” (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004) hal. 330

relevan, sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan menjadi makna tertentu dengan cara menampilkan dan membuat hubungan antar variable. Dan yang ketiga mengambil kesimpulan dari data yang diperoleh, sehingga data menjadi jelas dan dapat diambil kesimpulannya.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR

A. Sejarah Kabupaten Kampar

Pada awalnya Kampar termasuk sebuah kawasan yang luas, merupakan sebuah kawasan yang dilalui oleh sebuah sungai besar, yang disebut dengan Sungai Kampar. Berkaitan dengan Prasasti Kedukan Bukit, beberapa sejarawan menafsirkan Minanga Tanvar dapat bermaksud dengan pertemuan dua sungai yang diasumsikan pertemuan Sungai Kampar Kanan dan Sungai Kampar Kiri. Penafsiran ini didukung dengan penemuan Candi Muara Takus di tepian Sungai Kampar Kanan, yang diperkirakan telah ada pada masa Sriwijaya.

Berdasarkan Sulalatus Salatin, disebutkan adanya keterkaitan Kesultanan Melayu Melaka dengan Kampar. Kemudian juga disebutkan Sultan Melaka terakhir, Sultan Mahmud Shah setelah jatuhnya Bintan tahun 1526 ke tangan Portugis, melarikan diri ke Kampar, dua tahun berikutnya mangkat dan dimakamkan di Kampar.

Dalam catatan Portugal, disebutkan bahwa di Kampar waktu itu telah dipimpin oleh seorang raja, yang juga memiliki hubungan dengan penguasa Minangkabau. Tomas Dias dalam ekspedisinya ke pedalaman Minangkabau tahun 1684, menyebutkan bahwa ia menelusuri Sungai Siak kemudian sampai pada suatu kawasan, pindah dan melanjutkan perjalanan darat menuju Sungai Kampar. Dalam perjalanan tersebut ia berjumpa dengan penguasa setempat dan meminta izin menuju Pagaruyung.⁵²

Terbentuknya Kabupaten Kampar telah melalui proses yang cukup panjang. Diawali dengan terbitnya surat Keputusan Gubernur Militer Sumatera Tengah Nomor: 10/GM/STE/49, Tanggal 9 November 1949. Dimana Kabupaten Kampar merupakan salah satu Daerah Tingkat II di Provinsi Riau yang terdiri dari

⁵²https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Kampar(diakses tanggal 11 April 2019)



Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

kepedanaan Pelalawan, Pasir Pengaraian, Bangkinang dan Pekanbaru Luar Kota dengan ibukota Pekanbaru.

Pada Tanggal 1 Januari 1950 ditunjuklah Datuk Wan Abdul Rahman sebagai Bupati Kampar pertama dengan tujuan untuk mengisi kekosongan pemerintah, karena adanya penyerahan kedaulatan Pemerintah Republik Indonesia hasil Konferensi Meja Bundar.

Kemudian tanggal 6 Februari 1950 adalah saat terpenuhinya seluruh persyaratan untuk penetapan hari kelahiran Kabupaten Kampar. Hal ini sesuai ketetapan Gubernur Sumatera Tengah No: 3/dc/stg/50 tentang penetapan Kabupaten Kampar, yang berhak mengatur dan mengurus rumah tangga sendiri. Sejak tanggal 6 Februari 1950 tersebut Kabupaten Kampar telah resmi memiliki nama, batas-batas wilayah, dan pemerintahan yang sah dan kemudian dikukuhkan dengan Undang-undang Nomor 12 Tahun 1956 tentang pembentukan otonomi daerah Kabupaten Kampar dan lingkungan Daerah Propinsi Sumatera Tengah.

Selanjutnya, tanggal 6 Februari 1950, ditetapkan sebagai hari jadi Kabupaten Kampar yang setiap tahun diperingati. Penetapan hari jadi ini berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Daerah Tingkat II Kampar No: 02 Tahun 1999 tentang hari jadi daerah tingkat II Kampar dan disahkan oleh Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Riau Nomor : kpts.06/11/1999 Tanggal 4 Februari 1999 serta diundangkan dalam lembaran Daerah Kabupaten Daerah Tingkat II Kabupaten Kampar Tahun 1999 Nomor: 01 Tanggal 5 Februari 1999. Kemudian berdasarkan Undang-Undang Nomor: 12 Tahun 1956 ibukota Kabupaten Kampar dipindahkan dari Pekanbaru ke Bangkinang. Adapun faktor-faktor yang mendukung pemindahan ibukota Kabupaten Kampar dari Pekanbaru ke Bangkinang, antara lain:

1. Pekanbaru saat itu sudah menjadi ibukota Provinsi Riau.
2. Pekanbaru selain sudah menjadi ibukota Provinsi juga sudah menjadi Kotamadya.
3. Untuk prospek masa depan tidak mungkin lagi Kabupaten Kampar beribukota di Pekanbaru karena akan menyulitkan dalam pembinaan dan peningkatan pelayanan kepada masyarakat.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Bangkinang dinilai strategis sebagai ibukota karena terletak di tengah- tengah wilayah Kabupaten Kampar, sehingga mudah untuk dijangkau dan mudah melakukan pembinaan keseluruh wilayah Kabupaten Kampar.

Mengingat luasnya wilayah Kabupaten Kampar, sudah sewajarnya Ibukota Kabupaten Kampar dipindahkan ke Bangkinang untuk meningkatkan efisiensi pengurusan pemerintahan dan meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.

Pada tahun 1987, Kabupaten Kampar memiliki 19 Kecamatan dengan dua Pembantu Bupati sesuai dengan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Riau Nomor: KPTS. 318/VII/1987 tanggal 17 Juli 1987. Pembantu Bupati Wilayah I berkedudukan di Pasir Pangaraian dan Pembantu Bupati Wilayah II di Pangkalan Kerinc Pembantu Bupati Wilayah I mengkoordinir wilayah Kecamatan Rambah, Tandun, Rokan IV Koto, Kunto Darussalam, Kepenuhan, dan Tambusai. Pembantu Bupati Wilayah II mengkoordinir wilayah Kecamatan Langgam, Pangkalan Kuras, Bunut, dan Kuala Kampar. Sedangkan kecamatan lainnya yang tidak termasuk wilayah pembantu Bupati wilayah I & II berada langsung di bawah koordinator Kabupaten.

Kemudian berdasarkan Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 105 Tahun 1994 dan PP Nomor: 8 Tahun 1995 dan Peraturan Daerah Tingkat I Riau Nomor: 6 tahun 1995, Kabupaten Kampar ditetapkan sebagai salah satu Proyek percontohan Otonomi Daerah. Guna kelancaran roda pemerintahan maka berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor: 105 tahun 1994 di Kabupaten Kampar dibentuk 23 Dinas Daerah. Sedangkan berdasarkan Undang-Undang No. 61 tahun 1958 hanya terdapat 5 Dinas yakni, Dinas Pertanian, Pendidikan dan Kebudayaan, Perindustrian, Kesehatan dan Pekerjaan Umum.

Kemudian dengan bergulirnya era reformasi dengan semangat demokrasi dan pelaksanaan otonomi daerah di tingkat Kabupaten dan Kota maka sesuai dengan Undang-Undang Nomor: 53 Tahun 1993 Junto Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor: 75 Tahun 1999 tanggal 24 Desember 1999, maka terbentuklah daerah-daerah otonom baru di Provinsi Riau termasuk Kabupaten Kampar resmi dimekarkan menjadi 3 Kabupaten, yaitu Kabupaten Pelalawan, Kabupaten Rokan Hulu dan Kabupaten Kampar.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

Dengan dimekarkannya Kabupaten Kampar menjadi tiga Kabupaten Kampar, maka Kabupaten Kampar yang awalnya terdiri dari 19 Kecamatan tinggal lagi 8 kecamatan. Seiring perjalanan waktu, pemekaran kecamatan dan Desa/Kelurahan di Kabupaten Kampar terus dilakukan. Hingga Tahun 2016, Kabupaten Kampar memiliki 21 kecamatan dan 242 Desa dan 8 Kelurahan.⁵³

B. Sejarah Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

Kabupaten Kampar merupakan tempat yang penuh dengan berbagai obyek wisata. Oleh karena itu pembangunan pariwisata ini sebagai bagian integral dari pembangunan untuk memacu pembangunan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan masyarakat. Mengingat potensi pariwisata Kabupaten Kampar sangat besar, pembangunan pariwisata dapat dikembangkan melalui jasa wisata yang memberikan jaminan bagi terciptanya kesejahteraan masyarakat bidang usaha pariwisata.

Kabupaten Kampar juga merupakan negeri yang agamis yang sudah membudaya dengan karakter yang terbuka, toleran dan moderat merupakan hal yang wajar untuk merumuskan visi daerah dengan menempatkan masalah moral dan akhlak sebagai jiwa dan roh / spirit yang mengarah pembangunan daerah ini kedepannya.

Upaya terwujudnya penyelenggaraan tersebut maka berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kampar Nomor 06 Tahun 2012 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar dibentuklah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.

Selanjutnya melalui keputusan Kepala Lembaga Administrasi Negara (LAN) Nomor, 239/IX/6/8/2003 tentang Pedoman Teknis Pelaksanaan Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (AKIP), dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar berkewajiban menyusun Rencana Strategis (Reastra) untuk mengukur kinerja dinas sebagai pertanggung jawaban pelaksanaan tugas guna dijadikan evaluasi oleh atasan. Dengan memperhitungkan

⁵³<https://kominfosandi.kamparkab.go.id/sejarah/> (diakses tanggal 17 April 2019)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

potensi kekuatan, kelemahan, peluang, tantangan yang ada atau mungkin timbul. Rencana Strategi mengandung Visi, Misi Tujuan dan Sasaran, cara pencapaian sasaran yang meliputi kebijakan, program dan kegiatan yang realistis dengan memperhitungkan perkembangan di masa depan dalam menunjang peningkatan dan pengembangan Pariwisata dan Kebudayaan di Kabupaten Kampar.

C. Visi & Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

Visi

Visi merupakan cara pandang jauh kedepan yang merupakan gambaran citra, nilai, arah dan tujuan yang akan menjadi pemandu dalam mencapai masa depan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar secara konsisten, realistis, produktif serta kreatif dalam melaksanakan program. Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar mengacu pada Visi Kabupaten Kampar, RPJP, RPJM serta Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sebelumnya. Adapun Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar sebagai berikut : “Menjadi institusi yang handal dalam meningkatkan kunjungan wisata dan prestasi pemuda dan olahraga dalam lingkungan masyarakat yang berbudaya dan agamis”.

2. Misi

Untuk merealisasikan Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar seperti di atas, dikembangkan misi organisasi yang harus dipahami oleh seluruh *stakeholder's*, karena menjadi tanggung jawab bersama segenap komponen sesuai dengan proporsinya. Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan Sumber Daya Manusia yang professional dalam bidang pariwisata dan kebudayaan.
- b. Meningkatkan sarana dan prasarana serta peran serta stakeholder dalam pengembangan pariwisata dan kebudayaan.
- c. Mewujudkan pembinaan dan pengembangan kelembagaan bidang pariwisata dan kebudayaan.

D. Struktur Instansi

Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar adalah sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. **Kepala Dinas**
2. **Sekretaris**
3. **Bidang Pengembangan Destinasi Wisata**
4. **Bidang Pemasaran Pariwisata**
5. **Bidang Ekonomi Kreatif**
6. **Bidang Kebudayaan**

- a) Sub. Bagian Umum dan Kepegawaian
- b) Sub. Bagian Perencanaan
- c) Sub. Bagian Keuangan
- a) Seksi objek daya tarik wisata.
- b) Seksi ekonomi kreatif, industri pariwisata dan pengembangan sumber daya manusia.
- a) Seksi promosi pariwisata.
- b) Seksi pengembangan pariwisata, dan hubungan antar lembaga.
- a) Seksi ekonomi kreatif berbasis industri, kerjasama/fasilitas.
- b) Seksi ekonomi kreatif berbasis media, desain, dan iptek.
- a) Seksi sejarah dan konservasi budaya.
- b) Seksi bina organisasi budaya.

E. Tugas Dan Fungsi

1. Kepala Dinas

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang mempunyai tugas memimpin, mengkoordinasikan, mengawasi dan mengendalikan dalam menyelenggarakan sebagian urusan Pemerintah Kabupaten di bidang Pariwisata dan Kebudayaan berdasarkan asas otonomi yang menjadi kewenangan, tugas dekonsentrasi dan pembantuan serta tugas lain sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Bupati berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Sekretaris

Sekretaris mempunyai tugas melaksanakan urusan kepegawaian, surat menyurat, perlengkapan, rumah tangga, keuangan, perencanaan serta memberikan pelayanan administrasi kepada semua bidang dan unit pelaksana



teknis dinas di lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

a. Sub. Bagian Umum Dan Kepegawaian

Sub bagian umum dan kepegawaian mempunyai tugas menyiapkan dan memberikan pelayanan dalam urusan surat menyurat, tata naskah dinas, kearsipan, perlengkapan rumah tangga, keprotokolan serta pelayanan umum, sedangkan kepegawaian menyiapkan bahan penyusunan rencana kebutuhan pegawai, pengembangan pegawai, mutasi, promosi dan tata usaha kepegawaian, pengembangan dan pembinaan organisasi dan tatalaksana di lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

b. Sub. Bagian Keuangan

Sub bagian keuangan mempunyai tugas menyiapkan bahan penyusunan rencana anggaran pendapatan dan belanja dinas, pembukuan, perhitungan anggaran, verifikasi dan pembendaharaan serta pengelolaan dan administrasi keuangan di lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

c. Sub. Bagian Perencanaan

Sub bagian perencanaan mempunyai tugas melaksanakan pengumpulan, pengolahan, penganalisaan, monitoring, penyiapan dan penyajian bahan koordinasi, perumusan, penyusunan kebijakan, rencana program serta melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan program kegiatan.

d. **Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata**

Bidang pengembangan destinasi pariwisata mempunyai tugas melakukan perumusan kebijakan teknis, fasilitasi, koordinasi, pemantauan, dan evaluasi pelaksanaan kerjasama pengembangan destinasi pariwisata, serta pengembangan sumber daya wisata, alam, dan budaya. Melaksanakan koordinasi di bidang pengembangan destinasi pariwisata di setiap Kecamatan.

e) Seksi Objek Daya Tarik Wisata

Melaksanakan koordinasi di bidang pengembangan destinasi pariwisata di setiap Kecamatan. Pelaksanaan koordinasi dengan instansi terkait, dunia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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

usaha, *stakeholders* pusat dan daerah untuk pengembangan destinasi pariwisata.

b) Seksi Ekonomi Kreatif, Industri Pariwisata dan Pengembangan Sumber Daya Manusia.

Penyelenggaraan pembinaan, bimbingan teknis di bidang pengembangan produk wisata, usaha pariwisata, pemberdayaan masyarakat, standarisasi di seluruh Kecamatan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

4. Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata

Bidang pemasaran mempunyai tugas untuk memasarkan objek wisata agar kunjungan wisatawan terus meningkat baik dari dalam maupun luar negeri.

a) Seksi Promosi Pariwisata

Seksi promosi pariwisata mempunyai tugas mempersiapkan pelaksanaan promosi pariwisata pada lingkup segmen pasar dalam dan luar negeri sesuai dengan kriteria dan prosedur dalam rangka pengembangan pasar pariwisata. Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan Kabupaten/Kota, *stakeholders* di bidang informasi, strategi pemasaran, prosedur dan pedoman sebagai bahan promosi pariwisata di dalam dan luar negeri.

b) Seksi Pengembangan Pariwisata Dan Hubungan Antar Lembaga

Seksi Pengembangan Pariwisata dan Hubungan Antar Lembaga mempunyai tugas mempersiapkan, mengumpulkan dan mengolah data bahan-bahan informasi pariwisata sebagai bahan pengembangan pariwisata dan bahan koordinasi promosi dan pemasaran, pengkajian, analisis dan merumuskan strategi pemasaran dalam pengembangan pariwisata. Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi bahan koordinasi dalam rangka pengumpulan, pengolahan bahan-bahan informasi pariwisata se-Kabupaten Kampar yang akurat untuk mengkaji dan menganalisa informasi pasar dalam dan luar negeri

5. Kepala Bidang Ekonomi Kreatif

Bidang ekonomi kreatif mempunyai tugas perumusan dan pelaksanaan standar kebijakan di bidang ekonomi kreatif berbasis media, desain, iptek,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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

seni, budaya dan pengembangan serta fasilitasi sumber daya alam, manusia, dan budaya. Pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang ekonomi kreatif berbasis media, desain, iptek, seni, budaya dan pengembangan serta fasilitasi sumber daya alam dan manusia.

a) Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Industri, Kerjasama dan Fasilitasi

Seksi ekonomi kreatif berbasis industri, kerjasama/fasilitasi mempunyai tugas menyiapkan bahan rumusan standar, norma dan kriteria serta memberikan bimbingan teknis dan evaluasi di bidang Industri, kerjasama/fasilitasi. Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan instansi terkait dan pusat, Kabupaten/kota, pelaku-pelaku seni *dan stakeholder* dalam perumusan standar, norma, kriteria, prosedur di bidang industri, kerjasama dan fasilitasi.

b) Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Media Desain dan IPTEK

Seksi ekonomi kreatif berbasis media desain dan iptek mempunyai tugas menyiapkan bahan rumusan standar, norma dan kriteria serta memberikan bimbingan teknis dan evaluasi di bidang media, desain, ilmu pengetahuan dan teknologi. Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan instansi terkait dan Provinsi, Kecamatan, pelaku-pelaku seni dan stakeholder dalam perumusan standar, norma, kriteria, prosedur di bidang seni kreatifitas Desain, Arsitektur, fashion, audio visual, film dan fotografi.

6. Kepala Bidang Kebudayaan

Bidang kebudayaan dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang mempunyai tugas pokok membantu pimpinan dalam kegiatan kebudayaan di lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar. Membina dan merumuskan pelaksanaan penggalian, pengembangan dan pelestarian nilai budaya daerah. Dan mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pelaksanaan kegiatan kebudayaan dalam rangka peningkatan apresiasi, kualitas, kuantitas, pengayaan serta evaluasi dan seleksi nilai budaya dari atau ke mancanegara.

f) Seksi Sejarah dan Konservasi Budaya

Seksi sejarah dan konservasi budaya dipimpin oleh seorang kepala seksi yang mempunyai tugas pokok membantu pimpinan dalam kegiatan sejarah dan konservasi budaya. Mengawasi dan membimbing pelaksanaan tugas juru kunci, juru pemelihara dan penjaga makam serta benda-benda sejarah lainnya. Dan mengawasi serta memonitor unsur-unsur pemelihara benda-benda purbakala.

g) Seksi Bina Organisasi Budaya

Seksi bina organisasi budaya di pimpin oleh seorang Kepala Seksi yang mempunyai tugas pokok membantu pimpinan dalam kegiatan bina organisasi budaya. Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan petunjuk teknis dalam kegiatan kebudayaan, serta menggali potensi budaya yang belum tersentuh dalam pembinaan untuk menumbuh kembangkan budaya dimaksud.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi dari hasil penelitian dan pembahasan terkait sosialisasi Sapta Pesona oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar kepada kelompok sadar wisata, maka penulis memperoleh kesimpulan bahwa :

5. Mengetahui Khalayak

Untuk mengenali dan memahami sasaran komunikasi, Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar melakukan sosialisasi secara *face to face*, ini dilakukan agar apa yang akan disampaikan sesuai dengan kebutuhan pokdarwis itu sendiri. Namun untuk sosialisasi yang berskala besar seperti seminar, maka sosialisasinya disamaratakan, mengingat bahwa pokdarwis tidak mengenal perbedaan ilmu atau latar belakang, sehingga bentuk pendekatannya sama.

6. Menentukan Media

Dalam sosialisasi *sapta pesona*, Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar menggunakan media massa dan juga medianirmassa. Media nirmassa digunakan untuk memberikan informasi kepada kelompok sadar wisata mengenai sosialisasi sapta pesona, contohnya seperti surat, baliho, spanduk, dan poster. Dan tidak lupa didukung dengan media massa seperti media elektronik dan juga media daring untuk menyebarluaskan informasi.

7. Menyusun Pesan

Pesan yang disampaikan oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar merupakan tujuh unsur dari sapta pesona. Pesan yang disampaikan bertujuan untuk memberikan informasi dan juga instruksi. Dimana pengetahuan tentang pentingnya sapta pesona dikawasan objek wisata harus diketahui oleh seluruh pokdarwis. Kemudian Disparbud Kampar memerintahkan kepada seluruh pokdarwis agar sapta pesona tersebut dapat dibuat dan dilaksanakan dengan baik.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menentukan Komunikator

Dalam menentukan komunikator Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar melihat dari segi pengalaman dan juga kredibilitas yang dimiliki oleh komunikator. Komunikator harus benar-benar paham tentang pariwisata. Maka dari itu komunikator biasanya dipilih dari organisasi kepariwisataan seperti GenPi (generasi pesona Indonesia), HPI (himpunan pramuwisata Indonesia), dan lain sebagainya.

B. Saran

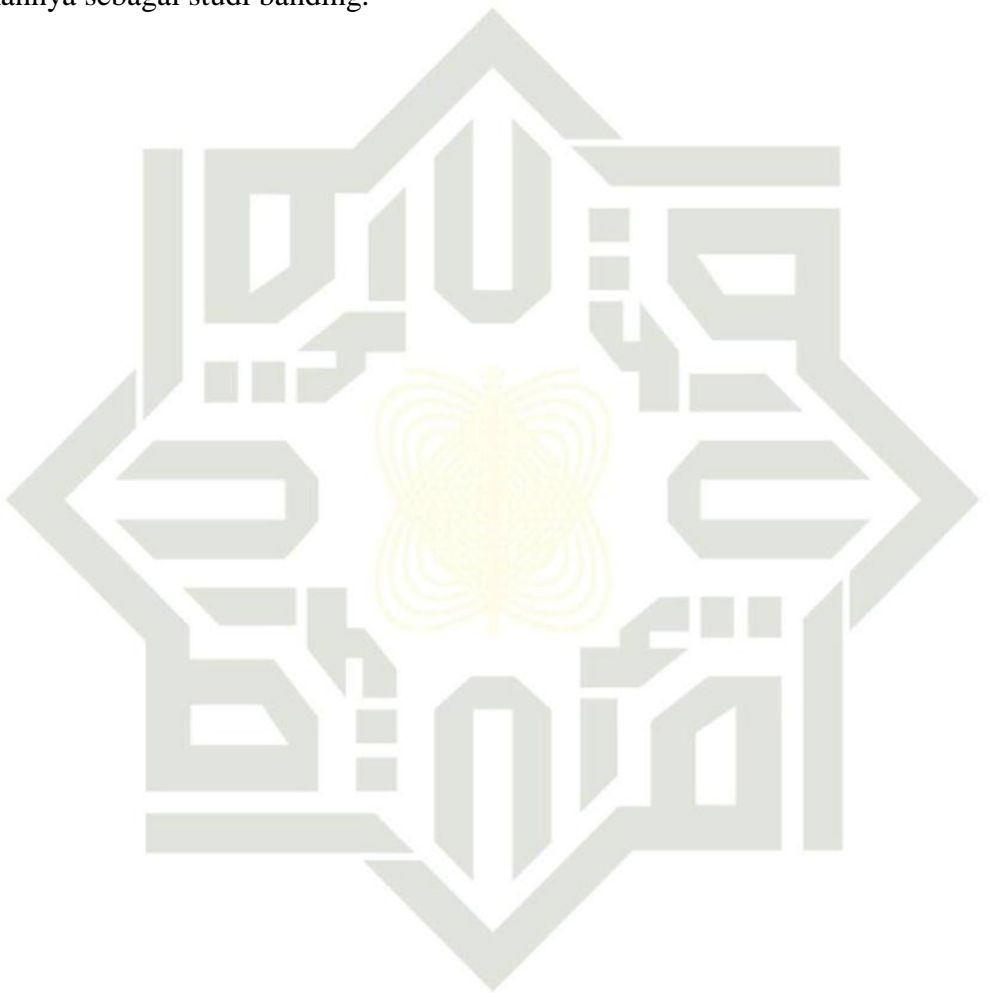
Setelah penulis melakukan penelitian tentang bagaimana strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam menyosialisasikan sapta pesona kepada kelompok sadar wisata (Pokdarwis), maka penulis ingin menyampaikan saran sebagai berikut :

1. Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten kampar perlu mendata kembali seluruh pokdarwis yang ada, dan mengklasifikasikannya berdasarkan pendidikan dan pengalaman. Ini bertujuan untuk memudahkan bagaimana Dinas Pariwisata dalam mengenal khalayak sasaran, dan bagaimana langkah yang harus dijalankan. Walaupun sebenarnya tujuan dari setiap Pokdarwis adalah sama, namun kerangka referensi dan kondisi setiap Pokdarwis tidaklah sama.

Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten kampar perlu untuk memaksimalkan penggunaan media yang ada. Media daring (*online*) seharusnya juga digunakan untuk memberikan informasi berupa ilmu pengetahuan tentang Sapta Pesona, bukan saja untuk menginformasikan tentang kegiatan penyuluhan, seminar, dan *event* pariwisata. Media cetak seperti baliho yang berisi rambu-rambu Sapta Pesona juga harus dipasang di setiap destinasi wisata.

Dalam menyusun pesan, Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten kampar harus membuat pesan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh Pokdarwis. Pesan harus mudah dipahami, jelas, dan menarik.

Dalam memilih komunikator, hendaknya Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten kampar harus lebih selektif dalam memilih. Tidak selalu mengundang komunikator yang ada di dalam daerah saja, namun sesekali harus mengundang komunikator dari luar daerah juga. Ini bertujuan agar Pokdarwis mendapatkan ilmu yang bervariasi, dan juga menjadikannya sebagai studi banding.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto Elvinaro. *“Metodelogi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif”*. (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2010)

Bungin Burhan *“Penelitian Kualitatif”* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2007)

----- *“Penelitian Kualitatif”* (Jakarta: KENCANAPRENADAMEDIA, 2010)

----- *“Komunikasi Pariwisata”*(Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015)

Charles Hofer Higgins & Dan Schendel *“Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Public dan Organisasi Non Profit”* (Jakarta: Grasindo)

David, F.R *“Manajemen Strategi”* (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2006)

Effendy Onong Uchjana *“Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017)

----- *“Ilmu Komunikasi”* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004)

----- *“Dinamika Komunikasi”* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002)

Hafed Cangara *“Perencanaan dan Strategi Komunikasi”* (Jakarta : Rajawali Pers, 2013)

Hartono *“Ilmu Sosial Dasar”* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001)

Kriyantono, Rachmat. *“Teknis Praktis Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Madia, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran”* (Jakarta : Kencana, 2007)

Lexi, J Moelong, *“Metodelogi Penelitian Komunikasi”* (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004)

Lilwery Alo *“Komunikasi Serba Ada Serba Makna”* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011)

Morrisan *“Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional”* (Jakarta)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nurudin “*Sistem Komunikasi Indonesia*” (2003)

Olivier, “*Strategi Public Relations*” (PT Glora Aksara Pratama, 2001)

Ruhan, Rosady. “*Kiat dan strategi Kampanye Publik Relations*”. (Jakarta : PT Rajagrafindo Persan.2008)

Rahim Firmansyah “*Pedoman Kelompok Sadar Wisata*”(Jakarta: 2012)

Soyomukti Nurani “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”(Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016)

Sugiono, “*Memahami PenelitiSn Kualitatif*”. (Alfabeta : Bandung, 2012)

Sumarsono. S “*Pendidikan Kewarganegaraan*” (Gramedia Pustaka Utama, 2001)

Umar Husein “*Desain Penelitian Manajemen Strategik*” (Jakarta: PT. Garfindo Persada, 2010)

Candra Rio “*Aktivitas Pelaksana Fungsi Humas Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Memberikan Informasi Pariwisata Kepada Masyarakat*” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2017)

Sulaiman “*Strategi Komunikasi Dinas Kebersihan Dan Pertamanan Dalam Sosialisasi Penghijauan Di Kota Pekanbaru*” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2015)

Pratiwi Tamara “*Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Tigline RIAU GO IT*” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2019)

KBBI V

UU NOMOR 10 TAHUN 2009 Tentang Kepariwisataaan

<https://ekbis.sindonews.com/read/1231216/34/kontribusi-pertumbuhan-pariwisata-di-sektor-ekonomi-terbesar-dan-tercepat-1502940648> (diakses tanggal 15 Desember 2018)

<https://ariesaksono.wordpress.com/2008/11/12/sapta-pesona-pariwisata-indonesia/> (diakses tanggal 15 Desember 2018)

<http://www.suarakampar.com/berita-objek-wisata-baru-bermunculan-dinas-pariwisata-akui-terkendala-regulasi.html> (diakses tanggal 10 Januari 2019)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-strategi-3-tingkatan-strategi-bisnis/> (diakses 20 Februari 2019)

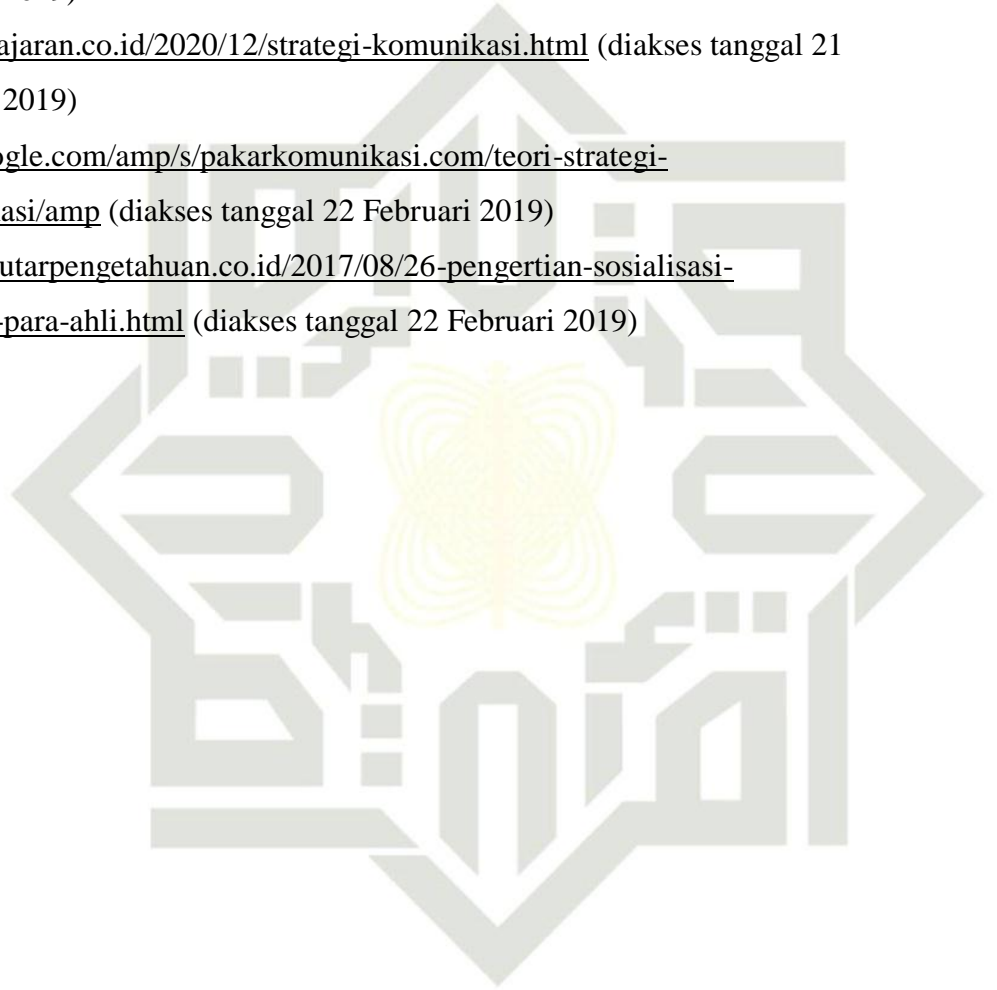
<http://www.google.com/amp/s/pakarkomunikasi.com/pengertian-komunikasi-menurut-para-ahli/amp> (diakses tanggal 20 Februari 2019)

<https://pakarkomunikasi.com/bentuk-bentuk-komunikasi/amp> (diakses tanggal 21 Februari 2019)

<https://www.pelajaran.co.id/2020/12/strategi-komunikasi.html> (diakses tanggal 21 Februari 2019)

<https://www.google.com/amp/s/pakarkomunikasi.com/teori-strategi-komunikasi/amp> (diakses tanggal 22 Februari 2019)

<https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/08/26-pengertian-sosialisasi-menurut-para-ahli.html> (diakses tanggal 22 Februari 2019)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI



Wawancara bersama Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata Bapak Suryadi, S.Sos pada tanggal 19 September 2019. Di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.



Wawancara bersama Kepala Bidang Seksi Objek Daya Tarik Wisata Ibu Suryadi, Nismiranda, ST pada tanggal 19 September 2019. Di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





UIN SUSKA RIAU

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

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

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

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/3289/2019
Sifat : Biasa
Lampiran: 1 (satu) Eksemplar
Hal : **Mengadakan Penelitian**

Pekanbaru, 17 Sya'ban 1440 H
22 April 2019 M

Kepada Yth.

Gubernur Riau

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

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa mahasiswa kami :

Nama : Bayu Azi Pangestu
NIM : 11543104397
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi

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

"Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Mensosialisasikan Sapta Pesona kepada Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) "

Adapun sumber data penelitian adalah :

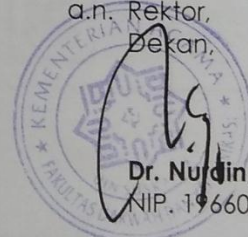
"Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar"

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

Demikianlah yang kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam

a.n. Rektor,
Dekan.



Dr. Nurdin, MA

NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Rektor UIN Suska Riau
2. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
3. Mahasiswa yang bersangkutan



PEMERINTAH PROVINSI RIAU

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

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

Kode Pos : 28126



032010

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/23646
TENTANG

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

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/3289/2019 Tanggal 22 Juni 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama : **BAYU AZI PANGESTU**
2. NIM / KTP : 11543104397
3. Program Studi : **ILMU KOMUNIKASI**
4. Jenjang : **S1**
5. Alamat : **PERUM GRAHA ATHAYA 2 BLOK K NO. 4**
6. Judul Penelitian : **STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR DALAM MENSOSIALISASIKAN SAPTA PESONA KEPADA KELOMPOK SADAR WISATA (POKDARWIS)**
7. Lokasi Penelitian : **DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR**

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 26 Juni 2019



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI RIAU

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kampar
Up. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik di Bangkinang
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



PEMERINTAH KABUPATEN KAMPAR
KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

JALAN TUANKU TAMBUSAI TELP. (0762) 20146

BANGKINANG KOTA

Kode Pos : 28412

REKOMENDASI

Nomor : 070/KKBP/2019/570

Tentang

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

Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kampar setelah membaca Surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/23646 tanggal 26 Juli 2019, dengan ini memberi Rekomendasi /Izin Penelitian kepada:

1. Nama : **BAYU AZI PANGESTU**
2. NIM : 11543104397
3. Universitas : UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUSKA RIAU
4. Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
5. Jenjang : S1
6. Alamat : PERUM GRAHA ATHAYA 2 BLOK K NO.4
7. Judul Penelitian : **STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR DALAM MENSOSIALISASIKAN SAPTA PESONA KEPADA KELOMPOK SADAR WISATA (POKDARWIS)**
8. Lokasi : DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan Penelitian yang menyimpang dari ketentuan dalam proposal yang telah ditetapkan atau yang tidak ada hubungannya dengan kegiatan riset/prariset dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan kegiatan penelitian/pengumpulan data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dikeluarkan.

Demikian rekomendasi ini diberikan, agar digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Riset ini dan terima kasih.

Dikeluarkan di Bangkinang
pada tanggal 26 Juli 2019

a.n. **KEPALA KANTOR KESBANGPOL KAB. KAMPAR**

Kasi. Kesatuan Bangsa

ONNITA, SE

Penata Tk. I

NIP. 19661009 198803 2 003

Rekomendasi ini disampaikan Kepada Yth;

1. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Di Bangkinang.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru.
3. Yang Bersangkutan.